

Libri: trent'anni di grafica pubblicitaria di Renato Borsoni

«Giorni di carta»

di Fausto Lorenzi

Giorni di carta è il libro che racconta trent'anni di attività di grafico pubblicitario e "comunicatore visuale" di Renato Borsoni. Il libro (edito da La Quadra) è costruito per giustapposizioni di testo, sulle pagine mancine, e di immagini sulle pagine destrorse. Le prime sono commento, tra noterelle autobiografiche e schizzi di vita civile, dei messaggi pubblicitari a fronte. Ma anche la scrittura è costruita per ricerca intraverbale, come nella *poesia visiva*: valenze e risonanze plurime che si sprigionano dentro e fra le parole fino a generare *figure*. Il limite della nostra scrittura alfabetica è che è diventata stenografica: Borsoni prova a restituire le parole scritte alla loro forza estetica e segnica. In più, questo discorso verbale che si trasforma in metafora visiva viene a coincidere, nella sua forma, col messaggio visuale che gli si giustappone nella pagina accanto.

È davvero insolito partire dall'analisi della grafica di un libro, ma *Giorni di carta* è costruito proprio perché si rifletta sulla forma che veicola il contenuto, anzi su come il messaggio sia la sua stessa forma. Questa forma è un veicolo commerciale, com'è naturale per un pubblicitario (anche quando si tratta di vendere non un prodotto ma un'immagine, un'idea), però è anche l'*ethos* di un certo vivere civile. Suggerisce proprio un'identità all'esistenza associata: di chiarezza, misura e tolleranza, si direbbe soprattutto di semplificazione. C'è un'architettura armonica, ritmica degli spazi che Borsoni insegue sia nella pagina sia nel manifesto sia nella misura dei riti e delle comunicazioni urbane. Perché continuino a svolgersi, oggi che si sfiora l'indifferenza, quando non l'imbarbarimento nella paura e nello sprezzo. I ge-

sti quotidiani di ciascuno debbono essere rigorosi, limpidi, essenziali.

Da dove viene questa cura delle cose e dei gesti, contro la distruzione e lo spreco consumistico, in un *creativo* (come si definiscono oggi gli «inventori» di pubblicità) che per professione di consulente pubblicitario dovrebbe promuovere i consumi? Nella postfazione a *Giorni di carta*, Ubaldo Mutti, suo collega nell'Advertising Studio, dice di aver raccolto la confessione che gli sarebbe piaciuto «stare in un convento a restaurare libri preziosi»: il gusto di umiltà sapiente dell'*artigiano*, come artigiani si definiscono oggi gli artisti intenti al recupero di scarti e frammenti di memoria di fronte alle "strutture inespressive" che organizzano la società di massa come assemblea di anonimi. Nell'ingorgo di messaggi che è il nostro tempo, c'è bisogno di soluzioni logico-estetiche sobrie e connettive - *composte* ed *educate* come il restauro dei libri antichi - ai problemi di comunicazione visiva, anzi di comunicazione e basta.

Artigianato, restauro non vogliono dire conformismo: oggi conformismo è la lacerazione della pagina di vita civile, il ritorno alle torri armate ed alle corporazioni medievali. Borsoni crede alla comunicazione di *pubblica utilità*, nella professione come nella pratica di cittadino. Non è certo un tecnico agnostico; misurarsi col reale richiede anche un impegno *drammatico*, di azione sulla scena urbana. Nel teatro, nella città, si è scelto sempre una parte, un partito. La città che si costruisce dialetticamente, come azione di persuasione tra le parti.

Non può agire per Borsoni il vecchio mito idealista dell'arte pura, che non comunica ma esiste solo per farsi con-

templare. L'arte non vive dissociata dal mercato, che è oggi la vera forma di comunicazione e cultura. Nel nostro tempo l'arte che discende dall'uso e dal controllo dei procedimenti tecnologici divulga i poteri della società dell'industria e dei consumi, come un tempo le botteghe artigiane divulgavano i poteri dei principi e delle corti. L'umanista non può che pensare che la civiltà sta proprio nel non lasciarsi tiranneggiare e abbruttire dalle pure esigenze di sopravvivenza, curando quel sovrappiù di educazione e di ritualità civile.

Quando Borsoni approda al mestiere di pubblicitario, nei primi anni Sessanta, questo mestiere è ancora in gran parte da inventare, da noi. Credo che lo pensi ancora, tanto più che è un uomo che esercita molti mestieri nell'ambito dell'agire sociale. Deve aver pensato proprio a un'occasione di agire in quest'ambito. È un grafico, e quindi si dedica alla legge degli spazi, sulla carta e sulla mappa del vivere associato. Mi pare che dai *Giorni di carta* risulti proprio quest'etica del cittadino su cui vado insistendo: bisogna parlare al pubblico, conversare col pubblico, come faremmo con i nostri amici nel salotto di casa. Teatro, consiglio comunale, caffè, fogli di giornali e riviste, manifesti: è questa la comunicazione quotidiana che non ha bisogno di messaggi choc, ma di un tessuto fitto di dialogo. Anche futile, superfluo, perché di questo è fatta la civiltà urbana.

La *conversazione*: come nei salotti che fondarono l'Illuminismo, in uno che confessa che avrebbe fatto il muto eremita. Ma l'esercizio di mutuo rispetto ce lo racconta nel libro: suo padre e Bruno da Osimo, noto maestro alla Scuola del libro di Urbino, che si scambiavano cartoline tirate da loro da incisioni su legno o linoleum. È la sintesi di tutta una civiltà umanistica, nei gesti e nel paesaggio dell'entroterra marchigiano dell'infanzia. E d'una sobrietà, d'un pudore, su cui s'innesterà nel clima degli anni '50 e '80 - solo allora assorbita in Italia, pur avendo avuto già negli anni '80 i suoi pionieri, da Steiner a Veronesi a Munari - la lezione del Bauhaus, della forma riduttiva e chiara, dell'invenzione - anche la più ardita - affidata a un processo di semplificazione razionale.

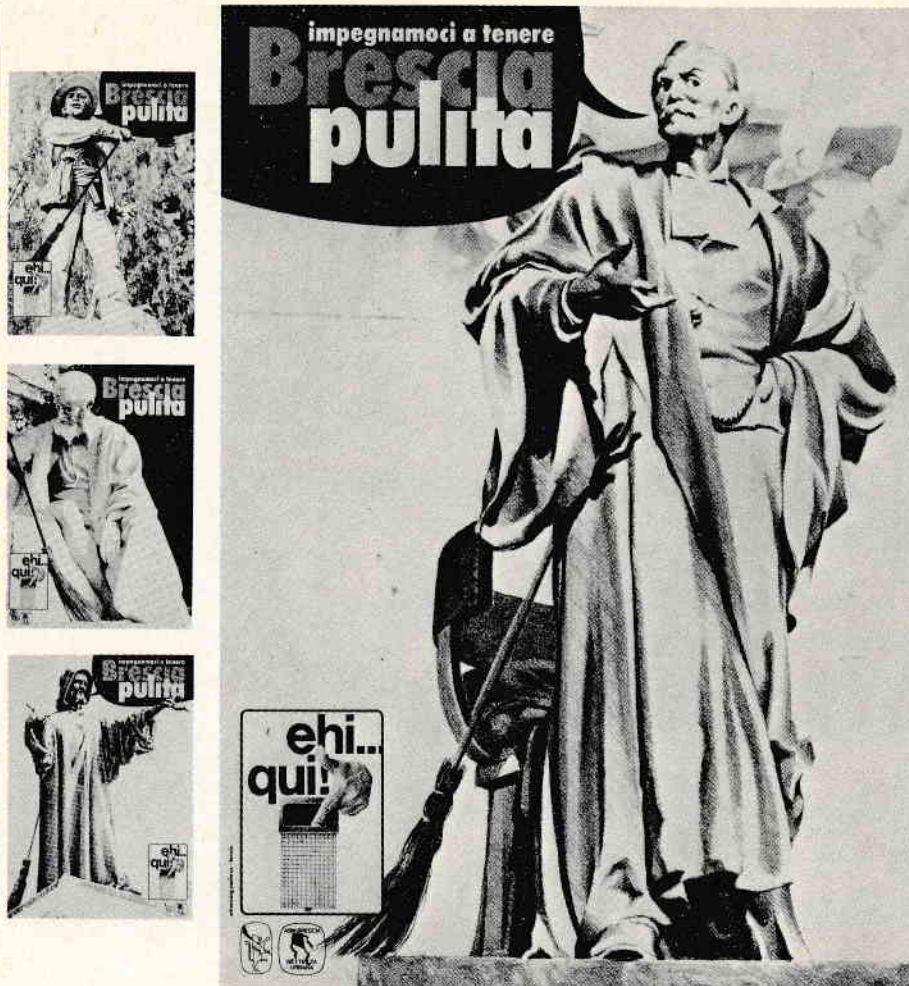
Già, la grafica delle riviste e dei giornali: *il Bruttanome*, *L'Altra Brescia*, questa *Citta & Dintorni*, *Bresciaoggi*. Occorre subito citare quella mosca che sta posata in disparte, rispetto all'elegante ragnatela di poesia visiva che annuncia «Finale di partita» di Beckett, in un manifesto del 1966 della Compagnia della Loggetta: un ronzio, un pungolo deve tener desta la società civile. Giornali vestiti secondo tradizione e chiarezza illuminata e razionale, perché un'immagine chiara e non confusa li dichiari ai lettori chiari e precisi. Ma la mosca, pungolo, è anche un fastidio: «*A ricordarmi che è meglio restare sconfortosamente soli piuttosto che lasciarsi impigliare in un'elegante ragnatela*» annota Borsoni.

Bresciaoggi, ad esempio, ha ricevuto una veste fin troppo chiara, limpida e, se la forma non è coerente con le parole, c'è un disturbo percettivo. Sarà piuttosto coerente con le vicende del giornale la percezione che ne avranno i lettori, dal ritiro precipitoso dei promotori alla coraggiosa autogestione: col cuore in gola, barricadiero, emozionato, confuso, turbato. E già prima, l'élite civilizzatrice delle riviste? Il *Bruttanome* era rotolato in un pallone di carta, *L'Altra Brescia* s'era impigliata in quella ragnatela, neanche troppo elegante... Ma anche lo storico futuro che usasse questi messaggi di *visual design* per ricostruire le vicende di questi decenni della nostra città non ne troverebbe tutti i travagli e la crescita tumultuosa e disordinata nelle lucide metafore visive di Borsoni. Vi ritroverebbe però l'aspirazione, soprattutto, a una sommessa tessitura di ragionevolezza, a ritrovare nel frastuono qualche lacerato di grazia. L'esercizio paziente della *persuasione*.

Ragazzino di prima liceo, ricordo di aver conosciuto Renato Borsoni nei panni di Dante, per una Vita Nuova della Loggetta: con quella voce un po' nasale, insinuante, era suavisivo, seduttivo, come doveva esser l'Alighieri nel suo esilio in corte, senza dismettere in dignità caparbia. Un suasore. Allora, il teatro, naturalmente. I manifesti della Loggetta recuperano il linguaggio delle avanguardie russe, dell'espressionismo tedesco. E la foto, in



Renato Borsoni, 1966, manifesto teatrale.



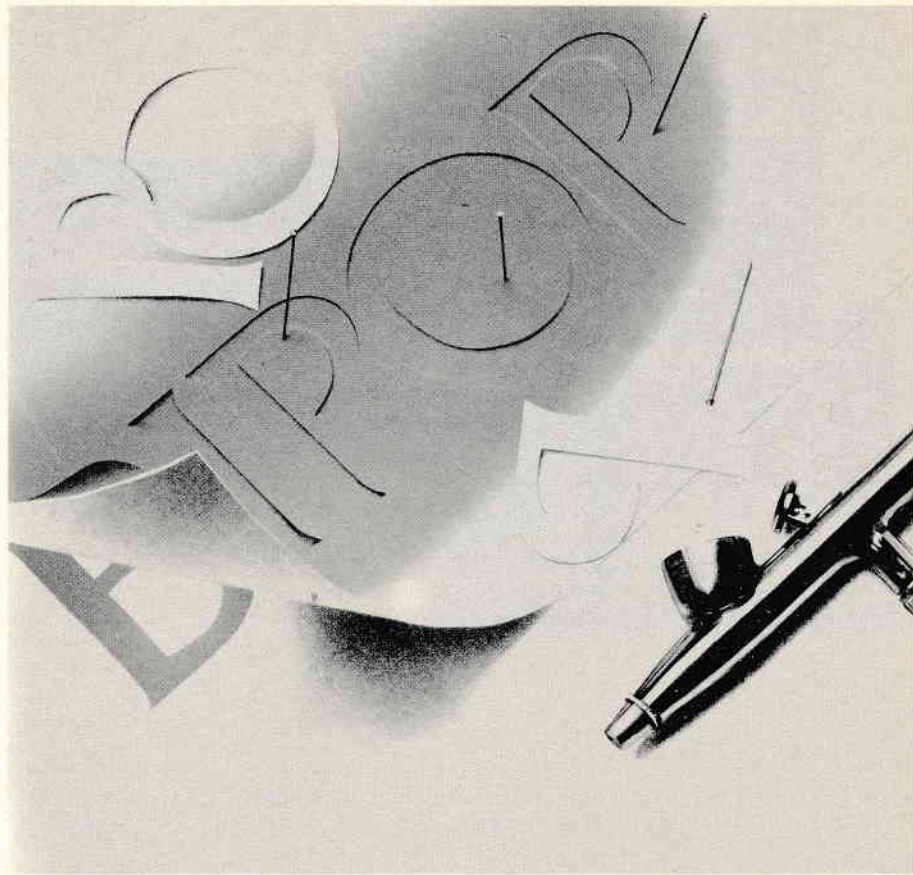
Renato Borsoni, 1980, manifesti per l'Azienda Servizi Municipalizzati di Brescia.



Renato Borsoni, 1975, manifesto per una mostra.



Renato Borsoni, 1974, manifesti per il lancio di un nuovo quotidiano.



Renato Borsoni, 1988, pagina di monografia aziendale.

un'ansia di testimonianza diretta. L'ansia di severa pulizia del grafico Borsoni si traduce in un linguaggio che brucia la distanza, diretto, spigoloso: nei fotomontaggi, anche le parole son testi montati. Il clima degli anni Settanta è il clima della protesta, della contestazione: ma l'emergere in primo piano dei volti degli amori, in bianconeri drammatici, è una scelta di nuda incombente verità della persona (già, «Un uomo è un uomo», e può arrivare un anarchico come Pietro Gori, «pericoloso e gentile»). La suazione qui non era edulcorata, il teatro sapeva qui di scuotere una routine al limite dell'abitudine confortevole.

La stessa nuda testimonianza sarà affidata alla colonna sbrecciata del manifesto dell'«arte come autocoscienza contro il fascismo di ieri e di oggi», nel primo anniversario della strage di piazza Loggia. Poi il *civis* Borsoni avrebbe fatto campagne di partito o per i diritti civili.

Qui Borsoni ben si presterebbe a una riflessione più ampia sulla pubblicità che si fa *edificante*, volendo orientare i comportamenti sociali. Quel manifesto della campagna per il *no* al referendum abrogativo del divorzio, ad esempio, è così legnoso, con l'uomo e la donna come in un Giano bifronte, che a me ricorda una vecchia pubblicità «Ferrochina Bislery», un amaro da trangugiare. Bellissimo, invece, quel manifesto per un convegno di studi storici, bilancio a vent'anni dal Sessantotto: la bandiera rossa, accantonata in un angolo, tra immacolate pareti bianche. È una splendida installazione minimalista, metafora di mille percorsi.

Il miglior Borsoni - come *comunicatore visuale* - è questo che esplora una comunicazione essenziale, o sorvegliata nella voce e nei gesti come un esercizio di buona educazione quotidiana, di non prevaricazione. Tanto più singolare, perché interviene in un paesaggio visivo ridotto a un *puzzle* violento e disordinato, qual è quello italiano e bresciano - attuale. È interessante questa lezione della semplicità e del dialogo cordiale (si veda la campagna per l'Azienda del latte, col nipotino Luca *testimonial*, o per la «Brescia pulita» dell'Asm l'uso confidenziale dei monumenti dei bresciani illustri).

Ed è pratica civica il misurarsi con i problemi della grafica e della comunicazione di pubblica utilità e di interesse sociale, troppo spesso burocratica o paternalistica. Se servizi ed enti pubblici non saranno migliorati, certo avranno almeno intravisto la possibilità di instaurare un dialogo più *normale* con gli utenti. È un problema ancora tutto aperto, a fronte dell'efficacia e visibilità della comunicazione da parte dei privati, questa della comunicazione e della segnaletica di pubblica utilità. Borsoni, ironicamente, annota di essere diventato almeno lui un esempio di civismo, «*capace di fare cento metri per infilare nel cestino verde lo scontrino fiscale del fornaio*».

Già, quella normalità, che noi magari irridiamo come un po' ottusa, che tra pulizia e file ordinate fa la civile funzionalità di tante città transalpine. Col tempo, anzi, Borsoni sembra sempre più avvicinarsi a quel modello orientale citato da un artista e designer in cerca di un'anima sempre più pura degli oggetti, qual è Munari: «*Noi occidentali siamo bravissimi a inventare elettrodomestici per pulire la casa, gli orientali non sporcano*». Le questioni le risolvono alla base. Perché certo anche Borsoni deve vivere una bella contraddizione, a parlarci di affidabilità e semplicità da quei muri così carichi di arbitrio e intimidazione, in quel sovraccarico di manifesti. Ma tutta la città è violenta, in quell'esplosione selvaggia di scritte e immagini (come di traffico, rumori, disordine urbanistico) che imporrebbe uno sfollemento, un *understatement*.

Borsoni sa ordinare gli spazi che abitano i manifesti, le copertine dei libri, sa che la lingua delle parole e delle immagini è un meccanismo combinatorio, anche ludico, ma che poi bisogna misurarsi col reale, impastarsi con le cose. Lui vuole abitare dentro gli spazi della città, con pervicacia, e portarci dentro il gusto della messa in scena (nelle piazze storiche, nei monumenti), del trovarobato (bell'esempio di arte povera, quel pacco di giornali col pezzo di cartone che svetta in albero, per la campagna del riciclaggio della carta usata), del didatticismo (per fortuna con un controcanto di ironia) degli anni sessantot-

tardi, con l'eterodossia, oggi appena appena scettica, disillusa, che fa l'inattualità permanente dell'intellettuale. Tanto più se è una mosca ronzante, anche se educata, che continua a disegnare il *superfluo* che fa la civiltà della vita cittadina: il teatro, i giornali, le riviste, la piazza, i luoghi della conversazione. Così come nel suo mestiere, oggi che con computer-graphic e fotocolor si possono ottenere *art e lettering*

senza saper disegnare, continua a difendere l'aspetto artigianale.

Con questi criteri di severa pulizia e austerità si può dire che in qualche modo sia entrato in quel convento delle sue aspirazioni a restaurare libri antichi, ma anche ad esercitarsi sui trattati delle sottilmente intriganti retoriche della persuasione.