

Purtroppo il manifesto è morto.

Non si sa bene, ma a un certo punto i manifesti hanno cominciato a sparire.

Quelli politici appaiono solo in tempo di elezioni e sono ...(omissis)... foto di persone accompagnate da un simbolo e, a volte, da una frase ...(omissis); il tutto condito da una grafica ...(omissis).

Quelli pubblicitari hanno perso la loro importanza a causa della tv prima e di internet poi e, essendo caduti in miseria, hanno perso anche eleganza e dignità (grafica, s'intende, altra dignità non hanno mai avuta).

Quelli "del cinema", quelli teatrali... ormai se ne stampano una o due copie che stanno all'ingresso delle sale per farti capire dove devi entrare.

Quelli dei concerti, lasciamo perdere: sembra che a suonare siano sempre lattine di birra.

Quelli per le mostre, chissà perché, hanno perso la pazienza, devono dire tutto subito: chi ha pensato che si poteva fare la mostra, chi ha messo a disposizione lo spazio, chi ha fatto il catalogo, chi ha fatto lo sconto sulla carta del catalogo, chi ha fatto lo sconto sulla stampa del catalogo, chi ha fatto lo sconto sul trasporto delle opere e dei personaggi che le hanno accompagnate, chi ha fatto lo sconto sull'albergo che ha ospitato i suddetti personaggi, chi si occupa di far sapere che c'è una mostra, chi ha dato il patrocinio, qualunque cosa si intenda con patrocinio, con il risultato che si può capire quanto i suddetti hanno litigato per apparire con maggiore evidenza e consolarsi per non riuscire a capire di che mostra si tratta, dove è e quali sono gli orari.

Non so se succeda così anche altrove, ma in Italia vedo che è così.

Parlo dei manifesti pubblici.

Poi ci sono grafici che hanno nostalgia dei manifesti che si inventano delle occasioni, tipo la nascita di un nuovo carattere tipografico, o i 150 anni dalla nascita dell'Italia, e producono dei bellissimi manifesti privati che poi mandano ai concorsi internazionali per manifesti.

Oppure pubblicano sui blog, che non costa niente e si può fare. Qualche volta riescono anche a fare una mostra di manifesti, col suo bel manifesto che viene stampato in due o tre copie e affisso all'ingresso della mostra.

Poi c'è anche un editore (donna) che ha convinto un grafico (donna) a fare un libro con i disegni di un illustratore (uomo) che bambini di tutti i tipi potessero utilizzare per progettare e realizzare manifesti, privati o addirittura segreti, visto che quelli pubblici non è il caso. Alcune pagine del libro sono esempi di manifesti già fatti, alcune sono sfondi più o meno illustrati, altre contengono disegni da ritagliare e incollare sugli sfondi, altre ancora contengono parole da aggiungere alle immagini.

Non so bene cosa avesse in testa l'editore e che cosa avesse in testa il grafico, ma io, che sono l'illustratore, posso tentare di giustificarmi.

Credo che mettere insieme immagini e parole, a parte essere molto divertente, acquisterà sempre maggiore importanza col passare del tempo, perché i mezzi che abbiamo a disposizione per comunicare stanno cambiando molto rapidamente e mi sembra tendano ad una integrazione tra parola e immagine sempre maggiore.

Un libro come quello di cui parlo non serve tanto a fare manifesti quanto a prendere confidenza con il modo di costruire la comunicazione che i manifesti presuppongono (però non ditelo ai bambini, che se no si annoiano): avere qualcosa da dire e dirlo in modo conciso senza sacrificare la complessità, comprensibile senza sacrificare l'intelligenza e attraente per tutti i livelli di "gusto", utilizzando il potere delle immagini insieme a quello delle parole.

