

DOPPIOZERO

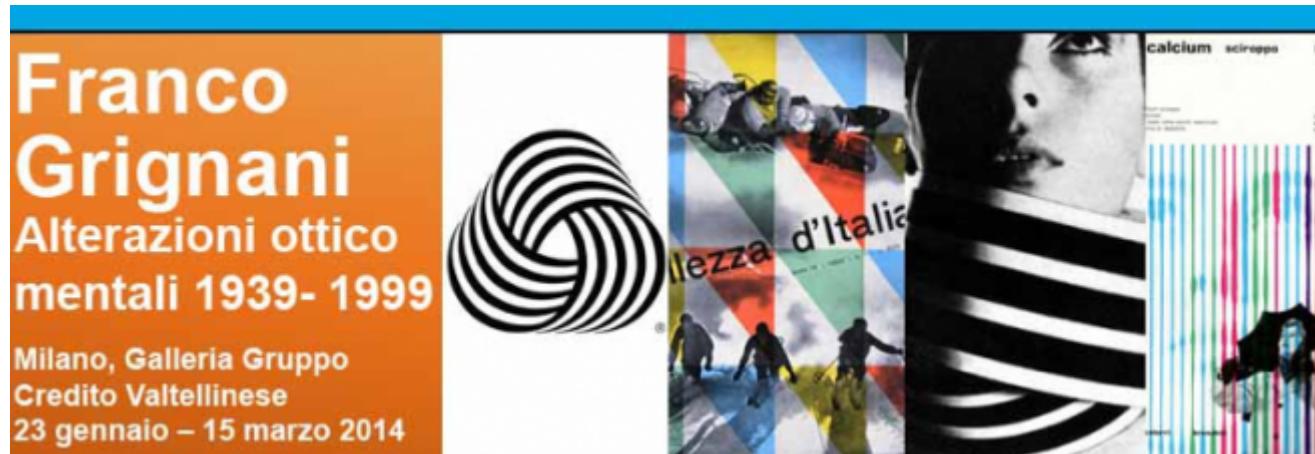
Franco Grignani. Alterazioni ottico mentali

Leonardo Sonnoli

20 Febbraio 2014

A quindici anni dalla scomparsa di Franco Grignani una mostra e un catalogo, curati dalla figlia Manuela con Cristina Quadrio Curzio e Leo Guerra, celebrano la ricerca costante e coerente di un grande disegnatore o, per meglio dire, inventore e ricercatore di segni.

Grignani, nato nel 1908 a Pieve di Porto Morone, nel Pavese, verso la fine degli anni venti agli studi matematici a Pavia affianca la pittura di ispirazione futurista. Si trasferisce poi a Torino per studiare architettura e nel capoluogo piemontese viene in contatto con Fillia e l'ambiente del secondo futurismo torinese, che lo porta nel 1933 a partecipare ufficialmente al movimento nella Mostra Nazionale d'Arte Futurista a Roma. Soprattutto dalla pittura di Boccioni, Grignani impara a cercare "linee di forza" e "dinamismi compenetrati".



Dopo la laurea è a Milano dove inizia a lavorare e frequenta varie gallerie, tra cui "la più geometrica", il Milione e passa abitualmente "davanti al caffè Craja, sbirciando dentro per vedere i pittori pitagorici". Arriva la guerra che riserva a Grignani un'inaspettata e formativa esperienza: gli viene richiesto di organizzare un corso di avvistamento aereo. Privo di esperienza e con pochi strumenti a disposizione ridisegna e appende le sagome degli aerei nemici ricalcandole dalle immagini trovate sulla rivista tedesca di propaganda *Signal*. Ricordando quei momenti affermerà: "Sono di questi anni i primi pensieri sui problemi della visione e l'interdipendenza tra occhio e mente".

Dopo la dissoluzione dell'esercito nel 1943, è a Bergamo per ricongiungersi alla moglie Jeanne e alla primogenita Daniela, appena nata, che lì erano sfollate. Grignani aiuta Jeanne – bravissima illustratrice e autrice di alcune notevoli pubblicità, per esempio, per Pirelli, Necchi, Singer – nel disegno di figurini di moda. Ma nel corpo femminile Grignani "vede" soprattutto le linee verticali e gli assi costruttivi, ottenendo risultati disastrosi, definendosi anni dopo, un Courrèges d'antan: "I miei modelli sembravano casseforti. Ma adagio, adagio, osservando i disegni di mia moglie, [...] capii che le linee dovevo ricavarle nei movimenti

fluttuanti della figura”.

È il periodo della ricostruzione e Grignani riprende l’attività di designer grafico che aveva svolto dalla fine degli anni venti in cui fu tra i primi a usare fotografie sperimentali di chiara matrice bauhausiana, realizzate da lui stesso sia con che senza macchina fotografica, integrate a illustrazioni e parti tipografiche, talvolta distorte a suggerire spazialità e movimento, creando delle micro narrazioni molto simili a tavole polimateriche prampoliniane; ne sono esempi notevoli gli annunci progettati per gli orologi Tavannes, le officine Borletti o per l’editoriale Domus.



Proseguendo in quella “metodologia della visione” (come intitolerà l’importante mostra del 1975 alla Rotonda della Besana), la ripresa dell’attività grafica ha i suoi migliori risultati nelle copertine della rivista *Bellezza d’Italia*, edita dalla Dompè farmaceutici, di cui è art director dal 1947 per tutti gli anni cinquanta, oltre a svariate pubblicità per la stessa azienda. In queste sovrapposizioni di immagini, testi e composizioni

geometriche, Grignani sperimenta in continuazione, applicando alla comunicazione di prodotto le ricerche di percezione visiva che sempre più lo coinvolgono. Sicuramente sono lavori che possiamo accostare ai grandi risultati del design grafico del tempo: ci sono echi di queste composizioni sia nei lavori di Max Huber che di Giovanni Pintori, ma a leggere le date dei progetti si capisce che quasi sempre la fonte dell'eco parte da Grignani.

A dimostrazione di questo e del suo continuo interesse per quello che succede nel mondo, anni dopo ammette che quel che succedeva in Svizzera – punto di riferimento della grafica internazionale e milanese – non gli importava molto perché il dogma elvetico aspirava a composizioni statiche. È influenzato invece dall'edizione della domenica del New York Times a cui si abbona: non sa leggere l'inglese ma sa 'vedere' le pagine. Tra tutti lo impressiona Andy Warhol, pressoché sconosciuto in Italia, per le pubblicità di scarpe Miller. Ma non è il segno tremolante che lo colpisce bensì "lo spazio bianco che si sprecava attorno, spazio traumatizzante che attirava l'occhio".



Nel 1952 i cinque fondatori dell'AGI, l'Alliance Graphique Internationale, selezionano i 60 grafici migliori al mondo per dar vita al primo storico gruppo: dall'Italia Grignani è invitato assieme a Bruno Munari, Giovanni Pintori ed Erberto Carboni. Parteciparvi significherà anche lo scambio di esperienze con i più influenti designer della storia quali Wim Crouwel e Rudolph de Harak.

Nello stesso anno viene chiamato dalla tipografia Alfieri&Lacroix per progettare delle inserzioni. L'azienda, nota per la sua alta qualità tecnologica, era uscita dalla guerra con gravi danni e con il desiderio di ripartire con quel carattere innovativo che l'aveva contraddistinta. Grignani in vent'anni di lavoro produce uno straordinario corpus di annunci, quasi uno al mese, in cui inventa testi e immagini per comunicare dinamicità e innovazione imprenditoriale. E sono vent'anni in cui le sperimentazioni si inseguono reciprocamente tra le pubblicità, le tele, i vetri industriali, la camera oscura. Proprio su Il Sole 24 Ore del 26 giugno 1984, il ricercatore di segni scrive: "L'arte per me ha avuto una grande influenza a sostegno del mio lavoro grafico ed ho cercato di non separare mai le due attività ma di farle vivere in simbiosi perché i problemi visivi appartengono alle due sfere: l'una per necessità e funzione, l'altra per vocazione".

Nelle pagine Alfieri&Lacroix, e in tutta la sua produzione grafica, è questa simbiosi tra fotografia, alfabeti – strumenti propri della comunicazione – e la sperimentazione optical che permette a Grignani di “inventare” linguaggi visivi che poi diventano *zeitgeist*. È il caso delle deformazioni fotografiche di lettere, o delle distorsioni di composizioni geometriche e di figure umane utilizzate poi per un’ottima traduzione visiva dei mondi paralleli di Philip Dick e Ray Bradbury nelle bellissime copertine della collana Science Fiction della Penguin, o ancora dei “Trial” –composizioni centripete degli anni quaranta – che plasmandosi sulle ricerche optical più tarde danno vita nel 1963 al marchio della Pura Lana Vergine. Già, proprio quello, che per molti è il marchio più bello della storia (come scritto su queste pagine il 20.11.2011), sicuramente quello conosciuto da tutti, certamente geniale e attorniato dalla giusta dose di mistero (presunto perlomeno) sulla sua paternità da farne un mito.

Ma attenzione a non liquidare Franco Grignani come quello del Woolmark. La tesi di laurea del 2010 di Karim Tomasino, intitolata “Grignani Atlas”, espone per tematiche e cronologicamente tutto il lavoro che è stato possibile reperire in due anni di ricerche: non è tanto la grande quantità e l’altissima qualità dei lavori ad impressionare quanto la coerenza e il metodo perseguiti per una intera, lunga, vita. Un continuo scambio tra ricerca artistica e comunicazione visiva, con slanci in avanti e recuperi delle esperienze passate. Navigando in quell’atlante ci si rende conto di cosa intendesse quando diceva: “Io non disegno, io trovo”.

Apparso su la Domenica de Il Sole 24 Ore del 2 febbraio 2014

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.
Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

