

CARATTERE UNIVERSALE INNOVAZIONE SENZA STILE UNIVERSAL TYPEFACE INNOVATION WITHOUT STYLE

Dario Russo^a

ABSTRACT

Il Bauhaus (1919-1933) ha segnato la storia. Questa scuola fu animata da alcuni degli artisti-progettisti più rilevanti del Novecento, da Gropius a Kandinskij, da Itten a Moholy-Nagy, non riconducibili a un approccio univoco. Eppure, l'idea del Bauhaus, che ha innervato il dibattito e la pratica del progetto in Europa e negli USA (e non solo) per decenni, si è risolta in una sorta di International Style che, nella tipografia, corrisponde al carattere Universal di Herbert Bayer (1925). Il presente articolo mira a evidenziare come il carattere universale, che raffigura per noi oggi lo 'stile' della Modernità, fu in principio innovazione allo stato puro: una configurazione volta all'effetto, al massimo risultato col minimo sforzo, dal punto di vista sia economico e tecnico-produttivo sia funzionale ovvero leggibilità e percezione visiva; e come il dato più interessante non sia la forma in sé – riproposta, uguale a se stessa, per quasi un secolo – ma il principio progettuale che la sottende.

The Bauhaus (1919-1933) has marked history. This school was animated by some of the most significant Twentieth-century artist-designers, from Gropius to Kandinskij, from Itten to Moholy-Nagy, not related to an unambiguous approach. However, the idea of the Bauhaus, which innervated the debate and the practice of the project in Europe and in the USA (and beyond) for decades, has resulted into some kind of International Style which, in typography, corresponds to the Universal typeface of Herbert Bayer (1925). This article aims to highlight how the universal typeface, that today represents the 'style' of Modernity, was in the beginning innovation in its purest: a configuration aimed at effect, to achieve maximum result with minimum effort, both from an economic and technical-productive, and from a functional point of view, readability and visual perception; and how the most interesting aspect is not the form itself – re-proposed, equal to itself, for almost a century – but its underlying design principle.

KEYWORDS

innovazione, tipografia, grafica, storia, sperimentazione
innovation, typography, graphic design, history, experimentation

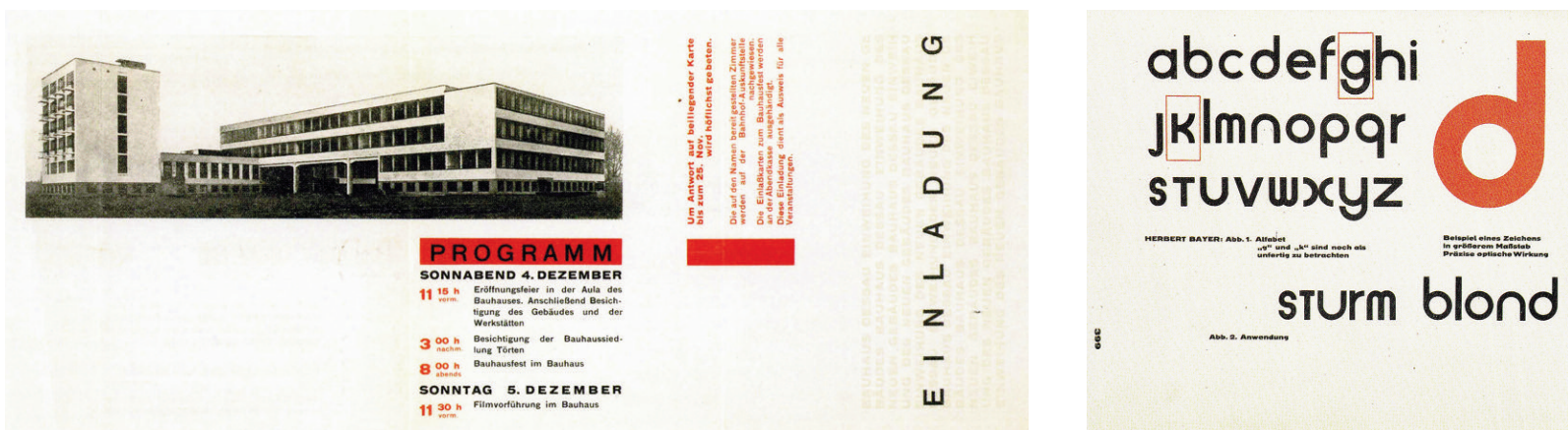
Perché mai dovremmo studiare il Bauhaus e dibattervi ancora dopo 100 anni? Certamente, già da un pezzo, il Funzionalismo ha perso ogni autorevolezza, e non sembra interessante, adesso, inseguire un'utopia abbondantemente esaurita. Allora perché il Bauhaus continua a esercitare una forte attrattiva? Indubbiamente, per la visione sinottica, un approccio al progetto multidisciplinare, caleidoscopico. Ancora oggi il Bauhaus rappresenta un polo magnetico di conoscenze e tecniche che attraversano il Novecento e stanno alla base della cultura visiva occidentale. Mentre i nostri Corsi universitari sono sempre più Corsi di Studio e sempre meno Corsi di Studi e il sapere è sistematicamente parcellizzato e specializzato (sul modello statunitense), un secolo fa il Bauhaus raggiungeva risultati innovativi e sorprendenti sperimentando coraggiosamente, senza preclusioni disciplinari, con «a practise still embracing multiple meaning» (Toth, 2018, p. 2). In questa prospettiva, il presente articolo è dedicato alla figura di Herbert Bayer, passato alla storia come il-grafico-del-Bauhaus, la cui opera è per noi, benché in parte superata, ancora attuale nei suoi principi. Ci occuperemo quindi di tipografia, in particolare del suo controverso mono-alfabeto, descrivendone il carattere innovativo, i suoi pregi e i suoi limiti, fino all'odierna declinazione digitale e al paradosso che ne consegue.

Scenario – Prima di addentrarci nel tema occorre, molto sinteticamente, tracciare alcune premesse utili a comprendere le circostanze e il contesto in cui l'impresa di Bayer raggiunse autentiche punte d'innovazione. Com'è noto, Bayer, austriaco, si formò nel Bauhaus di Weimar tra il 1921 e il 1923, con figure carismatiche quali Johannes Itten, Paul Klee e Wassily Kandinsky. Fu la fase dominata dall'approccio mistico-espressionista all'insegna del mito romantico dell'opera d'arte totale: qualcosa di molto diverso rispetto all'idea che abbiamo oggi del Bauhaus quale simbolo della Modernità, del rapporto tra le nuove tecniche e il progetto e laboratorio sperimentale di prototipi per l'industria. Nel 1923, alla svolta di tipo funzionalistico-razionalista molto contribuì l'influenza di Theo van Doesburg, l'instancabile propugnatore del De Stijl, che si trasferì a Weimar per due anni¹. Tale passaggio – nonostante i rapporti tra De Stijl e Bauhaus siano piuttosto controversi – può essere condensato nella celebre formula di Gropius: «Arte e tecni-

ca: una nuova unità! La tecnica non ha bisogno di arte, ma l'arte ha molto bisogno di una tecnica» (Gropius, 1924, p. 137).

Una delle novità più rilevanti del 1923 fu senz'altro l'affidamento del corso propedeutico (precedentemente tenuto da Itten) al costruttivista ungherese László Moholy-Nagy. Non meno decisiva fu, due anni dopo, nel Bauhaus di Dessau, l'integrazione nel corpo docente dei migliori allievi della Scuola una volta divenuti 'giovani maestri' (Jungmeister): Josef Albers affiancò Moholy-Nagy nel corso propedeutico; Marcel Breuer fu messo a capo del Laboratorio di arredamento; Joost Schmidt, di modellistica; Gunta Stözl, di tessitura; e Bayer, appunto, dell'allora molto innovativo Laboratorio di tipografia. In questo quadro generale, la formazione olistica della Scuola si rivelò quanto mai utile, inclusi gli insegnamenti 'fondamentali' di Itten, Kandinskij e Klee su forma e colore (non necessariamente finalizzati al carattere tipografico)². Bayer, infatti, era in grado di padroneggiare le più innovative tecniche di comunicazione, spaziando in ambiti disciplinari diversi, non senza approfondimenti sulla psicologia della percezione. In soli sei mesi, il suo Laboratorio divenne un punto di riferimento irrinunciabile per le aziende che finanziavano la Scuola. Qui gli studenti potevano contare su concrete opportunità sia di sperimentazione nuda e cruda sia di tipo professionale.

Il carattere universale – Tra il 1925 e il 1926, Bayer mise a segno il suo capolavoro tipografico: il carattere Universal, un mono-alfabeto tendente all'idea platonica della scrittura, l'immagine minima e rarefatta di ogni singola lettera. L'idea di Bayer certo non era quella di configurare un carattere 'bello' (calligrafico) ma visivamente efficace: «La tipografia è un'arte di servizio, non una bella arte, per quanto si tratta di una disciplina pura ed elementare. Non è espressione di sé entro un'estetica predeterminata, ma è condizionata dal messaggio che visualizza» (Bayer, 1967, p. 350). Il carattere 'universale' era una scrittura essenziale, ridotta, basata sulla geometria elementare. Ogni lettera fu costruita in modo razionale, su una griglia quadrata, con segmenti verticali e orizzontali e con archi di cerchio e larghezza uniforme. Il carattere di Bayer incorporava «the notion that a single typeface, reduced to its minimal components, could most efficiently meet the need of a universal culture» (Lupton, 2006). In altre parole, poiché le let-



Figg. 1, 2 - Invitation to the inauguration of the Bauhaus building in Dessau (Herbert Bayer, 1926); Universal typeface (Herbert Bayer, 1925).

tere erano costituite da forme semplici, geometriche e modulari – in una parola ‘lineari’ – il testo che ne scaturiva doveva essere intrinsecamente chiaro; da qui, il conseguente passaggio logico: più è semplice la forma del testo più è semplice la sua lettura, quindi la leggibilità è assicurata dalla linearità del carattere. L’ennesima dimostrazione che nel design il moderno coincide col classico.³

Quando negli anni Venti Bayer disegnò questo carattere, in Germania era in voga la scrittura gotica: «l’incarnazione visiva dell’identità nazionale tedesca fin dai tempi di Lutero» (Shaw and Bain, 1998, p. 14). Per di più, il tedesco scritto si caratterizzava – ieri come oggi – per l’iniziale maiuscola di tutti i sostantivi; un testo, dunque, fortemente articolato. Al contrario, l’idea di Bayer – tratta dal volume *Sprache und Schrift* (Lingua e Scrittura) di Walter Porstmann (1920) e dai suoi principi di economia della scrittura – fu di usare soltanto l’alfabeto minuscolo, e non il maiuscolo in quanto inutile e quindi superfluo. «In restricting ourselves to lower-case letters our type loses nothing, but becomes more easily read, more easily learned, substantially more economic. Why is the for one sound, for examples a, two signs, A and a? One sound, one sign. Why two alphabets for one word, why double the number of signs, when half achieve the same?» (Bayer cit. in Hollis, 1994, p. 54). ‘Scriviamo in minuscolo, così risparmiamo tempo’ fu il motto del Bauhaus di Dessau. Una mossa, certo, innovativa, non meno tuttavia azzardata.

Fu per questo – racconta Ute Brüning (1999) – che Marianne Brandt, allieva del Bauhaus, rischiò di essere bastonata da un gruppo di tipografi in visita al Bauhaus, i quali si sentirono personalmente offesi. Del resto, per quanto questa reazione possa sembrare smisurata, è pur vero che, nella Germania di quegli anni, il mono-alfabeto doveva suonare come un’enorme provocazione. Era una rottura verticale, basata su ragioni stringenti e oggettive, come pure incuranti di una tradizione antica, difficile, difficilissima da accettare dai tipografi tedeschi tradizionalistici. Tuttavia, come osserva Hans M. Wingler (1987, p. 563), per quanto l’Universal «in tutte minuscole» subì non poche critiche, «bisogna riconoscere che presentava vantaggi dal punto di vista estetico e che offriva notevoli possibilità al grafico tendente al raggiungere una spiccata unitarietà della composizione». L’Universal di Bayer era universale a 360 gradi. Come osserva Chiara Barbieri (2012, p. 143), «le diverse accezioni dell’aggettivo ‘universale’ rifletto-

no entrambe le principali caratteristiche di questo alfabeto: da un lato ‘universale’ può essere inteso come ‘internazionale’, riferendosi al rifiuto di Bayer di qualsiasi influenza in termini di stile, tradizione o cultura; dall’altro, ‘universale’, contrapposto a ‘particolare’ e ‘contingente’, significa ‘fondamentale’, ‘oggettivo’ e ‘senza tempo’, con riferimento alla semplificazione plastica della forma delle lettere a vantaggio della leggibilità e alla rimozione delle caratteristiche soggettive e ornamentali. Infine, l’Universal è un perfetto esempio della necessità avvertita da Bayer di un alfabeto fatto solo di lettere minuscole».

La tesi di Bayer sulla superiorità tipografica del carattere ‘universale’ e del mono-alfabetico fu sostenuta e rilanciata dal grande Jan Tschichold ne *Die Neue Typographie*, un saggio del 1928 (tradotto in inglese soltanto nel 1995 e non ancora in italiano), considerato una sorta di Bibbia della tipografia internazionale e riferimento teorico-pratico per i decenni successivi (Scuola Svizzera e Movimento moderno). Qui, in accordo con le affermazioni di Bayer, si evince che il principio della Nuova Tipografia è la chiarezza, quindi la leggibilità: «The New Typography is distinguished from the old by the fact that its first objective is to develop its visible form out of the functions of the text» (Tschichold, 1995, pp. 66, 67). Inoltre si legge: «None of the typefaces to whose basic form kind of ornament has been added (serif in roman type, lozenge shapes and curlicues in fraktur) meet our requirements for clarity. Among all the types that are available, the so-called ‘Grotesque’ (sans-serif) or ‘black letter’ (‘skeleton letters’ would be a better name) is the only one in spiritual accordance with our time» (Tschichold, 1995, p. 73). Conseguentemente, a proposito del monoalfabeto, Tschichold (1995, p. 80) afferma: «A the same time as economic advantages, the use of minuscule would give us a stylistically faultless letter, so scientific advantage would be combined with aesthetic». Non a caso, tra gli esempi virtuosi della Nuova Tipografia, raccolti nella seconda metà del libro, Tschichold riporta alcuni lavori di Bayer e a pagina 124 la carta da lettera del Bauhaus, progettata nel 1925, standardizzata e contrassegnata da norme e chiarezza, col mono-alfabeto universale.

La Scuola svizzera – L’eredità dell’Universal di Bayer, della Nuova Tipografia di Tschichold fu raccolta, negli anni Trenta del secolo scorso, dai maestri della Scuola svizzera (Stile svizzero), che

detto le coordinate in materia tipografica fino agli anni Sessanta-Settanta. Si trattava di una metodologia razionalista, sistematica, volta a un’organizzazione chiara ed efficace dell’informazione, con uso oggettivo di testo e immagini. Era uno stile fondamentalmente tipografico, che integrava le principali caratteristiche moderniste: griglia modulare (di derivazione matematica); massima semplificazione formale (tabula rasa di ogni decorazione); caratteri senza grazie (lineari, minimali); impostazione asimmetrica (composizione del testo a bandiera con allineamento a sinistra); ampi spazi bianchi (in contrasto con quelli pieni per equilibrare il campo visivo); fotografia ‘obiettiva’ (immagini realiste, quasi sempre in bianco e nero).

Sul piano della pratica progettuale, come pure su quello della teoria, la Scuola svizzera affondava le radici nel Costruttivismo russo e nel *De Stijl* (lo stile universale). Gli svizzeri Théo Ballmer e Max Bill – entrambi allievi del Bauhaus – rappresentarono il collegamento ideale tra le Avanguardie Storiche (soprattutto Costruttivismo russo e *De Stijl*) e la grafica svizzera postbellica. Ballmer, allievo di Gropius, Klee e Hannes Meyer, pose come fondamento la griglia aritmetica basata su allineamenti ortogonali (De Stil). Bill, formatosi con Gropius, Meyer, Moholy-Nagy e Albers, formulò una ‘grafica oggettiva’, organizzata su gabbie geometriche e strutturata in modo gerarchico.⁴

La scuola svizzera si sviluppò intorno a due centri nevralgici: Basilea e Zurigo. Emil Ruder, nel suo corso di tipografia all’Allegemeine Gewerbeschule di Basilea, sostenne l’efficacia dei caratteri lineari argomentando che più è semplice la forma del testo meno il lettore si distrae dal contenuto⁵. Negli anni Quaranta, sempre a Basilea, Armin Hofmann teorizzò la massima riduzione possibile attraverso una forma grafica elementare, fatta di punto, linea e superficie⁶. Nel 1959, a Zurigo, Carlo L. Vivarelli, Richard P. Lohse, Josef Müller-Brockmann e Hans Neuburg fondarono la rivista trilingue *Neue Grafik* (Nuova Grafica) con l’intento di ‘creare una base internazionale per la discussione della grafica moderna e delle arti applicate’. Ne ‘Il progettista grafico e i suoi problemi progettuali’ del 1961, Müller-Brockmann teorizzò il principio della griglia quale sistema ordinatore fondata su modulazioni tipometriche⁷. L’autorità della Scuola svizzera fu poi rafforzata dallo straordinario successo che ebbero due caratteri lineari: l’Helvetica di Edouard Hoffman e Max Miedinger (1961) e l’Univers di Adrian Frutiger (1954) – ancora una

volta la precisa intenzione di affermare un carattere universale, valido sempre e ovunque, come base oggettiva della tipografia. Negli anni Sessanta-Settanta, i postulati della Scuola svizzera furono messi in discussione.

Si legge meglio quel che leggiamo più spesso – È proprio vero che più è semplice la forma di un carattere e più è semplice la leggibilità del testo? A quanto pare, non del tutto o non fino in fondo. Intorno agli anni Sessanta, infatti, in un clima di contestazione generale e riorganizzazione incondizionata dello scibile culturale, il diktat della maggiore leggibilità dei caratteri lineari venne meno. Tra gli specialisti e i cosiddetti font designer, che precedentemente avevano sostenuto la superiorità tecno-estetica del mono-alfabeto lineare, si fece strada l'idea che un carattere contrassegnato da forme elementari non sia, in forza di ciò, più semplice da leggere di altri caratteri dalle forme più complesse. I caratteri lineari (senza grazie), certo, possono essere molto semplici da leggere – come e più di quelli romani (con grazie) – ma soltanto a determinate condizioni.

Nel 1963, la critica maggiore fu mossa dall'interno. Josef Albers (2009, pp. 19, 20) – protagonista del Bauhaus di Dessau e anche lui, negli anni Venti, progettista di caratteri tipografici elementari ('lettere stencil' Schablonenschrift, 1923, e 'lettere combinatorie' Kombinationschrift, 1926) – affermò senza mezzi termini che la convinzione per la quale 'più la forma di una lettera è semplice, più è semplice la sua lettura' «era un'ossessione del costruttivismo nascente, anzi divenne quasi un dogma che tuttora viene rispettato dai tipografi 'modernisti'. Si è dimostrata l'erroneità di questa nozione, dal momento che durante la lettura noi non leggiamo lettere ma parole, parole come unità, 'parole-immagini'. Lo si è scoperto in psicologia, in particolar modo nella psicologia della Gestalt. L'oftalmologia ha inoltre rivelato che più le lettere sono diverse le une dalle altre, più semplice è la loro lettura». In altre parole, il nostro occhio mette a fuoco non le singole lettere una dopo l'altra ma parole o gruppi di lettere, che riusciamo a leggere facilmente quando le differenze tra le lettere li rendono facilmente distinguibili. Ciò chiarirebbe come mai i testi composti soltanto con caratteri maiuscoli siano oggettivamente difficili da leggere: per via dell'eguale altezza delle lettere. Conseguentemente, secondo Albers, i caratteri lineari sono più difficili da leggere di quelli romani, perché «producono 'parole-immagini' scadenti». Ecco perché «una lettura chiara dipende dal riconoscimento del contesto».

Nel 1975, perfino Tschichold, padre della Nuova Tipografia, ribadì la posizione critica di Albers rispetto a quanto negli anni Venti teorizzato – da lui e nel Bauhaus – abbondantemente caldeggiato e applicato con precisione. Per Tschichold i caratteri lineari sono più leggibili di quelli romani. Come quella di Albers, la sua è una specie di confessione: «Cinquant'anni di sperimentazione con molti caratteri nuovi e inusuali hanno permesso di stabilire che i migliori caratteri tipografici sono quelli classici [...] oppure la reincarnazione moderna di questi caratteri o, ancora, i nuovi caratteri che non si differenziano troppo da i moduli classici. Questa è una lezione tardiva e pagata a caro prezzo, ma pur sempre valida» (Tschichold, 2003, p. 13). E non finisce qua. «La cosiddetta Nuova Tipografia appar-

ve nel 1925: predicava semplicità radicale. [...] Attribui la confusione generale del settore solamente alla moltitudine dei caratteri e pretese di aver individuato la soluzione nel carattere senza grazie, eleggendolo a carattere del nostro tempo. [...] Il carattere lineare e solo apparentemente la forma di scrittura più semplice: è una forma forzosamente semplificata per i bambini e, per gli adulti, è più difficile da leggere del carattere romano, le cui grazie non sono mai state intese come elementi ornamentali» (Tschichold, 2003, p. 15).

Negli anni Ottanta, in piena sperimentazione digitale, Zuzana Licko affermò che i caratteri tipografici non sono molto o poco leggibili di per sé, ma «you read best what you read the most» (Licko cit. in Russo, 2006, pp. 27, 120)⁸. È dunque la nostra familiarità con un certo tipo di carattere a renderlo leggibile. E siccome abbiamo letto molti testi con caratteri romani fin dalla più tenera età, abbiamo affinato una certa capacità di distinguerli sulla carta come pure su ogni supporto visivo. Già da qualche tempo, però, la lettura dei testi si svolge sempre più su schermi che altrove; e qui si trovano soprattutto caratteri lineari, da Wikipedia ai social network. Il primato della leggibilità dei caratteri romani sembra allora essere, ancora una volta, segnato. Che cosa accadrà – e sta già accadendo – quando i testi più largamente letti nell'intero globo terraqueo saranno i post su Facebook o altro genere d'interconnessione social?

Conclusioni – Un tema interessante che il mono-alfabeto porta con sé è poi quello della 'universalità', da cui il nome Universal. L'universalità del carattere di Bayer non consiste soltanto nelle forme ridotte all'osso e quindi immediatamente accessibili. L'universalità è anche – e soprattutto – la precisa intenzione di mettere a segno una forma di scrittura davvero democratica, non caratterizzata da nazionalismi e status: il contrario, negli anni Venti, del gotico – Black Letter – intimamente legato alla Germania e ai Paesi nordeuropei. Per cogliere lo

spirito del progetto di Bayer – la vera innovazione – non avrebbe oggi molto senso ricondurre su schermo, in digitale, quelle forme formalmente ridotte e geometricamente configurate; sarebbe come annullare di colpo 100 anni di storia. Più interessante è invece considerare altre esperienze, recenti, che mirano a raggiungere lo stesso risultato: l'universalità in termini di reale possibilità di espansione di utilizzo. In questo senso, ad esempio, un progetto coraggioso è il carattere Balkan (2012): un 'sistema tipografico' che collega l'universo latino a quello cirillico. Più precisamente, si tratta di un sans serif in maiuscolo, pensato per i titoli, con due versioni: una con lettere in latino e l'altra in cirillico; le lettere comuni – ecco dunque – (A, E, J, K, ecc.) e i numeri occupano l'altezza di due righe; caratteristica che spezza il ritmo frammentando la riga tipografica. Ora, benché la resa formale sia per certi versi antitetica all'Universal di Bayer – perché si usa soltanto il maiuscolo anziché soltanto il minuscolo e perché l'altezza doppia di certe lettere determina un andamento visivo simile alla compresenza di maiuscolo-minuscolo – ciò che è coerente con l'innovazione di Bayer sta nel «sistema creativo per trascendere le barriere culturali» e nelle parole dei suoi stessi progettisti Marija Juza e Nikola Djurek: «Con questo progetto siamo voluti andare oltre la storia e la politica per creare un sistema che raggruppasse tutte le differenze e le contraddizioni in un insieme di elementi familiari – un sistema tipografico che depoliticizza, demistifica e riconcilia le lettere per il bene dell'educazione, della tolleranza e, soprattutto, della comunicazione» (cit. in Olocco, 2012, p. 113).

L'anno scorso, per celebrare il Centenario del Bauhaus, è stata lanciata l'operazione Adobe Hidden Treasures: Bauhaus Dessau, volta alla progettazione digitale di cinque caratteri ispirati ai 'tesori tipografici' custoditi nella Bauhaus Dessau Foundation; un'operazione didattica indubbiamente interessante con il coinvolgimento degli studenti dell'attuale Bauhaus e la supervisione del grande maestro di font design Erik Spiekermann. I primi due sono dedicati a Joost Schmidt e a Xanti Schawinsky: Joschmi e Xants⁹. «The students at the Bauhaus were given exercises to draw letterforms, not to design typefaces – spiega Spiekermann – [...]. The tools did not exist to do so at a school in 1928. So we imagined what the students would have done had they had computers and type design software» (Quite, 2018). L'intenzione del progetto – il redesign di una centenaria eccellenza – è appunto didattica, dimostrativa, celebrativa... certamente un formidabile stimolo per gli studenti, ma non è certo oggi un'innovazione tipografica: non punta al futuro, come ha fatto Bayer, ma al passato.

A tal proposito, vale la pena di notare che anche il carattere di Bayer è stato digitalizzato, nel 1993, ma non si chiama più Universal; per gli utenti della Apple è stato ribattezzato Bauhaus 93. Ciò dimostra come il nome della Scuola sia stato strategicamente impiegato a fini promozionali e commerciali, assumendo la funzione simbolica di uno 'stile': lo Stile Bauhaus, appunto; concetto, questo, del tutto estraneo allo spirito del Bauhaus – vero – e che Gropius ha sempre negato e anche strenuamente combattuto. Un paradosso rilevato da più parti – fin dagli anni Venti e all'interno della Scuola – e ribadito recentemente da Chiara Barberi (2012, p. 152): «Negli anni Venti, la regolarità formale e la stabilità razionalizzata del linguaggio visivo



Fig. 3 - Prospectus for Die Neue Typographie (Jan Tschichold, 1928).

omogeneizzante di Bayer costituivano un simbolo di radicale cambiamento, ricco di potenzialità rivoluzionaria. Oggi, invece, i designer utilizzano lo 'stile Bauhaus' per incarnare l'autorità e affermare la stabilità dell'azienda».

La nostra tesi, dunque, è che queste operazioni di riformulazione digitale di caratteri prima del digitale sono interventi di tipo 'stilistico' o, nel migliore dei casi didattico-conoscitivo, come abbiamo visto, o ancora celebrativo, ma non hanno molto a che vedere con l'innovazione. Per quanto possa essere interessante, infatti, studiare quelle soluzioni tipografiche, senza nulla togliere alla loro indiscutibile importanza storica, l'aggiornamento per il web non ridà al carattere bayeriano l'universalità alla quale aspirava il suo progettista: l'Universal – digitale o meno – oggi non è più economico, funzionale, innovativo. È appunto un paradosso: l'Universal rifatto è il contrario del progetto di Bayer, che negli anni Venti non citava niente ed era innovazione tipografica allo stato puro. «I principi che possono essere individuati nelle opere del passato ci appartengono; non altrettanto i risultati. Significherebbe scambiare il fine con i mezzi», ci ricorda il grande Owen Jones (cit. in Pasca and Pietroni, 2001, p. 182). Ecco perché, se vogliamo es-

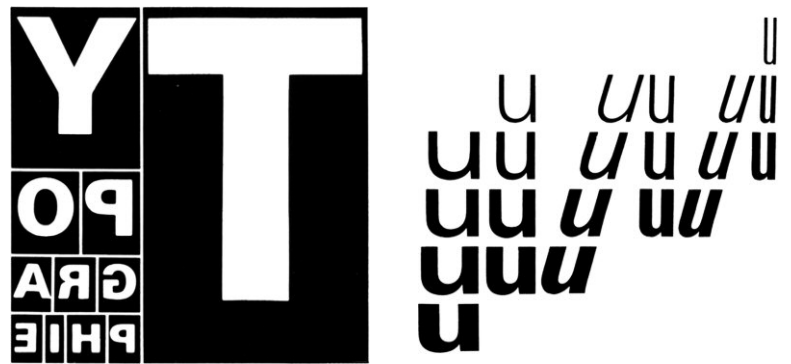
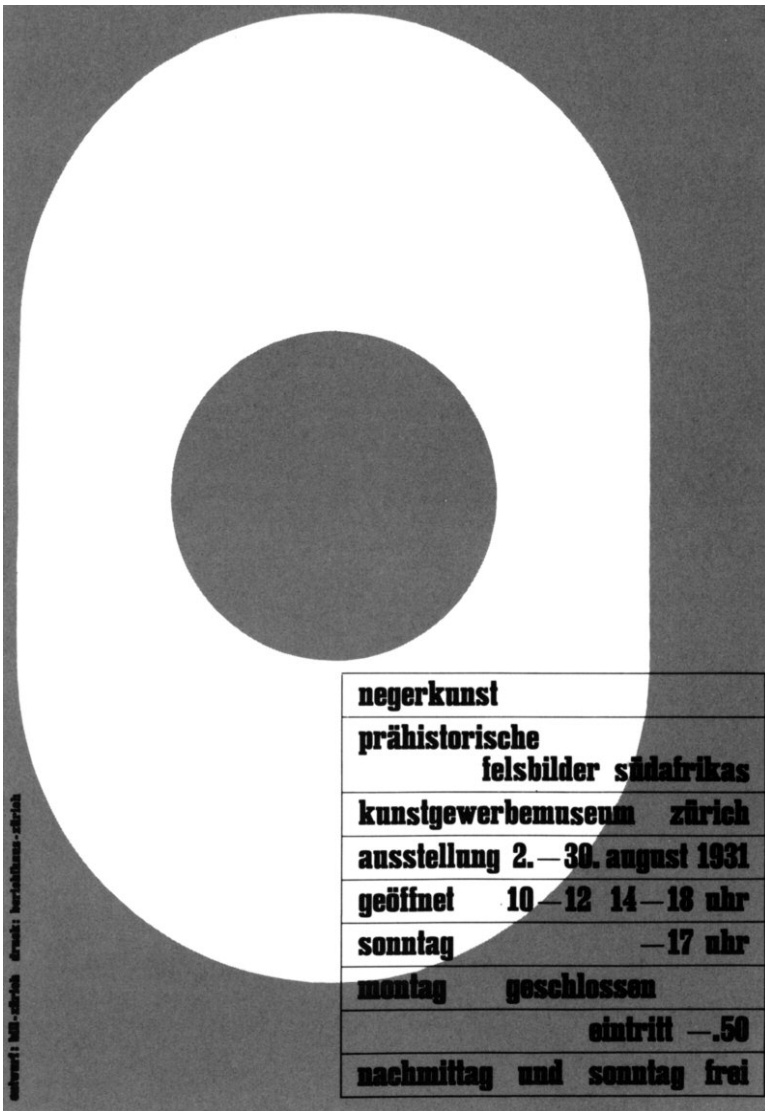
sere innovativi, non possiamo replicare il carattere universale di Bayer di 100 anni fa: perché oggi non sarebbe innovazione ma ripetizione acritica di quanto conviene invece ripensare e riconfigurare di continuo. È ancora interessante, nel Terzo Millennio, la ricerca di un carattere universale? Probabilmente no. Era interessante negli anni Venti del Novecento e nell'ambito di un movimento – moderno – alla ricerca di soluzioni 'definitive'. Oggi gli studi vertono più sulla ricerca della consapevolezza storica e sui linguaggi che, dinamicamente, si trasformano sullo schermo. Ma chiediamoci per assurdo: qual è la scrittura universale del nostro tempo? Certamente Bayer azzarderebbe il suo font, ma non sarebbe l'Universal degli anni Venti.

ENGLISH

Why should we study the Bauhaus and debate about it still 100 years after? Certainly, long before now, Functionalism has lost all authority, and it does not seem interesting, now, to pursue an utterly exhausted utopia. So why does the Bauhaus still have a strong appeal? Undoubtedly, for the synoptic view, a multidisciplinary, kaleidoscopic approach to the project. Even today the Bauhaus represents a magnetic pole of knowledge and

techniques that cross the Twentieth century and are the basis of western visual culture. While today our university Courses are more and more Courses of study and much less Courses of studies and knowledge is systematically portioned and specialized (on the American model), a century ago the Bauhaus achieved innovative and surprising results by bravely experimenting, without any form of disciplinary preclusions, with «a practice still embracing multiple meaning» (Tóth, 2018, p. 2). In this perspective, this article is dedicated to the figure of Herbert Bayer, went down in history as the-Bauhaus-graphic designer, whose work is for us, although partly outdated, still current in its principles. So we will deal with typography, particularly with his controversial mono-alphabet, describing the innovative typeface, its merits and its limits, up to contemporary digital declination and its consequent paradox.

Scenario – Before going into the subject, to understand the circumstances and the context in which Bayer's mission achieved authentic innovation tips, some useful premises must be drawn very briefly. As is known, the Austrian Bayer, trained at the Weimar Bauhaus between 1921 and 1923, with



Figg. 4-7 - Exhibition poster (Max Bill, 1931); Cover of Typographie (Emil Ruder, 1967); Univers typeface, Deberny and Peignot (Adrian Frutiger, 1955); Réclame based on grid with square module (Josef Müller-Brockmann).

charismatic figures such as Johannes Itten, Paul Klee and Wassily Kandinsky. This phase was dominated by the mystical-expressionist approach in the spirit of the romantic myth of the total work of art: something very different from the idea we have today of the Bauhaus as a symbol of Modernity, of the relationship between the new techniques and the project and experimental laboratory for industrial prototypes. In 1923, the influence of Theo van Doesburg, the indefatigable proponent of *De Stijl*, who moved to Weimar for two years¹, contributed significantly to the functionalist-rationalist shift. This passage – despite the slightly controversial relation between *De Stijl* and Bauhaus – can be condensed in the famous Gropius formula: «Art and technique: a new unity! The technique doesn't need art, but art has a great need for a technique» (Gropius, 1924, p. 137).

One of the most important innovations of 1923 was certainly the awarding of the preparatory course (previously held by Itten) to the Hungarian constructivist László Moholy-Nagy. No less decisive was, two years later, in the Bauhaus of Dessau, the integration into the teaching staff of the best students of the School once they became 'young masters' (*Jungmeister*): Josef Albers worked alongside Moholy-Nagy in the preparatory course; Marcel Breuer was put in charge of the furnishing Laboratory; Joost Schmidt, in charge of modeling; Gunta Stözl, in charge of weaving; and Bayer, in fact, was put in charge of the typography laboratory, very innovative back then. In this general framework, the holistic formation of the School proved to be very useful, including the 'fundamental' teachings of Itten, Kandinskij and Klee about form and color (not necessarily aimed at typography)². In fact, Bayer was able to master the most innovative communication techniques, ranging in different disciplinary fields, not without in-depth analysis of the psychology of perception. In just six months, his laboratory became an indispensable reference point for the companies that financed the school. Here the students could count on concrete opportunities of experimentation both raw and professional.

Universal typeface – Between 1925 and 1926, Bayer scored his typographic masterpiece: the Universal font, a mono-alphabet tending to the Platonic idea of writing, the minimal and rarefied image of every single letter. Surely the idea of Bayer was not to configure a 'beautiful' typeface (calligraphic) but visually effective: «Typography is a service art, not a fine artform, it is a pure and elementary discipline. It is not a self-expression within a predetermined aesthetic, but is conditioned by the message it displays» (Bayer, 1967, p. 350). The 'universal' typeface was an essential writing, a write reduced, based on elementary geometry. Each letter was constructed in a rational way, on a square grid, with vertical and horizontal segments and with arcs of circle and uniform width. Bayer's typeface incorporated «the notion that a single typeface, reduced to its minimal components, could most efficiently meet the need of a universal culture» (Lupton, 2006). In other words, since the letters consisted of simple, geometric and modular forms – in a word 'minimal' – the resulting text had to be intrinsically clear; from here, the consequent logical step: the more simple is the form of the text, the easier will be its reading, therefore the read-

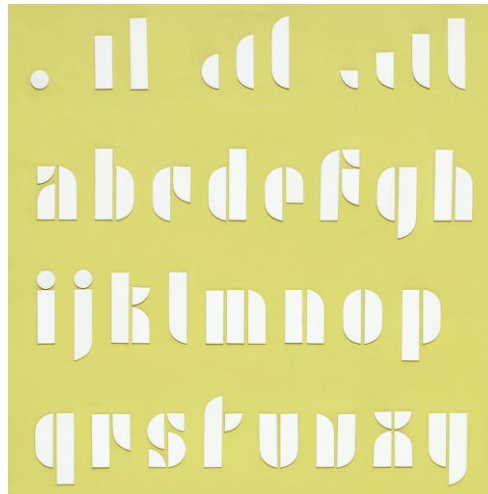


Fig. 8 - Kombinationsschrift (Josef Albers, 1926).

ability is assured by the minimalism of the typeface. The umpteenth demonstration that in design the modern coincides with the classic.³

When Bayer drew this font in the Twenties, Gothic writing was in vogue in Germany: «the visual embodiment of German national identity since the time of Luther» (Shaw and Bain, 1998, p. 14). Furthermore, written German was characterized – yesterday as today – by the capital letter of all nouns; a text, therefore, highly articulated. On the contrary, Bayer's idea – taken from the volume *Sprache und Schrift (Languages and Writing)* by Walter Porstmann (1920) and from his principles of writing economy – was to use only the lower-case alphabet, and not the upper case as useless and therefore superfluous. «In restricting ourselves to lower-case letters our type loses nothing, but becomes more easily read, more easily learned, substantially more economic. Why is the for one sound, for examples a, two signs, A and a? One sound, one sign. Why two alphabets for one word, why double the number of signs, when half achieve the same?» (Bayer cit. in Hollis, 1994, p. 54). 'We write in lower-case letters, so we save time' this was the Bauhaus's motto in Dessau. Certainly, an innovative move, however no less risky.

It was for this – says Ute Brüning (1999) – that Marianne Brandt, a student of the Bauhaus, risked being beaten by a group of printers visiting the Bauhaus, who felt personally offended. Moreover, as this reaction may seem unmeasured, it is true that, in the Germany of those years, the mono-alphabet had to be seen as a huge provocation. It was a vertical break, based on stringent and objective reasons, as well as heedless of an ancient, difficult tradition, very hard to accept by traditionalist German printers. However, as noted by Hans M. Wingler (1987, p. 563), although the Universal «in all lower-case» suffered not a few criticisms, «it should be recognized that it had advantages from the aesthetic point of view and offered considerable possibilities to the designer who aims to reach a marked unity of the composition». Bayer's Universal was universal at 360 degrees. As Chiara Barbieri (2012, p. 143) observes, «the different meanings of the adjective 'universal' reflect both the main characteristics of this alphabet: if on the one hand 'universal' can be interpreted as 'international', referring to Bayer's refusal of any influence in terms of style, tradition or culture, on the

other hand 'universal', as opposed to 'particular' and 'contingent', means 'fundamental', 'objective' and 'timeless', with reference to the plastic simplification of the shape of the letters to the advantage of readability, and to the removal of subjective and ornamental features. Finally, the Universal is a perfect example of the need perceived by Bayer of an alphabet made only of small letters».

Bayer's thesis about the typographical superiority of the 'universal' typeface and of the mono-alphabetic was supported and relaunched by the great Jan Tschichold in *Die Neue Typographie*, a 1928 essay (translated into English only in 1995 and not yet in Italian), considered a sort of Bible of the international typography and theoretical-practical reference for the following decades (Swiss School and Modern Movement). Here, in accordance with Bayer's assertions, it is evident that the principle of the New Typography is clarity, so readability: «The New Typography is distinguished from the old by the fact that its first objective is to develop its visible form out of the functions of the text» (Tschichold, 1995, pp. 66, 67). It is also reported: «None of the typefaces to whose basic form kind of ornament has been added (serif in roman type, lozenge shapes and curlicues in *fraktur*) meet our requirements for clarity. Among all the types that are available, the so-called 'Grotesque' (sans-serif) or 'black letter' ('skeleton letters' would be a better name) is the only one in spiritual accordance with our time» (Tschichold, 1995, p. 73). Consequently, regarding the mono-alphabet, Tschichold (1995, p. 80) states: «A the same time as economic advantages, the use of minuscule would give us a stylistically faultless letter, so scientific advantage would be combined with aesthetic». Not by chance, among the virtuous examples of the New Typography, collected in the second half of the book, Tschichold reports some Bayer's works and, on page 124, the letter paper of the Bauhaus, designed in 1925, standardized and marked by norms and clarity, with universal mono-alphabet.

The Swiss School – The legacy of Bayer's Universal, of Tschichold's New Typography was collected, in the Thirties of the last century, by the masters of the Swiss School (Swiss style), which dictated the coordinates in typographic matter up to the Sixties-Seventies. It was a rationalist, systematic methodology, aimed at a clear and effective organization of information, with an objective use of text and images. It was a basically typographic style, which integrated the main modernist characteristics: modular grid (of mathematical derivation); maximum formal simplification (tabula rasa of each decoration); sans-serif (minimal); asymmetric setting (composition of left text-alignment); large white spaces (as opposed to full ones, to balance the visual field); 'objective' photography (realistic images, generally in black and white).

In terms of design practice as well as theory, the Swiss School had its roots in Russian Constructivism and in *De Stijl* (the universal style). The Swiss Théo Ballmer and Max Bill – both students of the Bauhaus – represented the ideal connection between the Historical Avantgardes (especially Russian Constructivism and *De Stijl*) and the post-war Swiss graphics. Ballmer, pupil of Gropius, Klee and Hannes Meyer, set down as basis the arithmetic grid based on orthogonal alignment

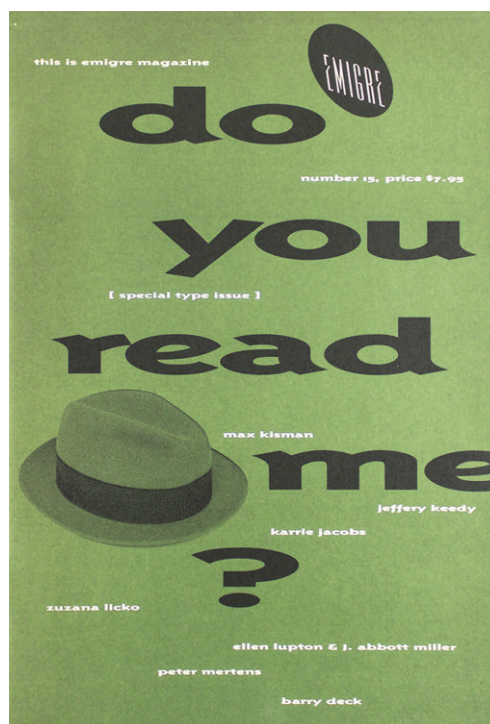
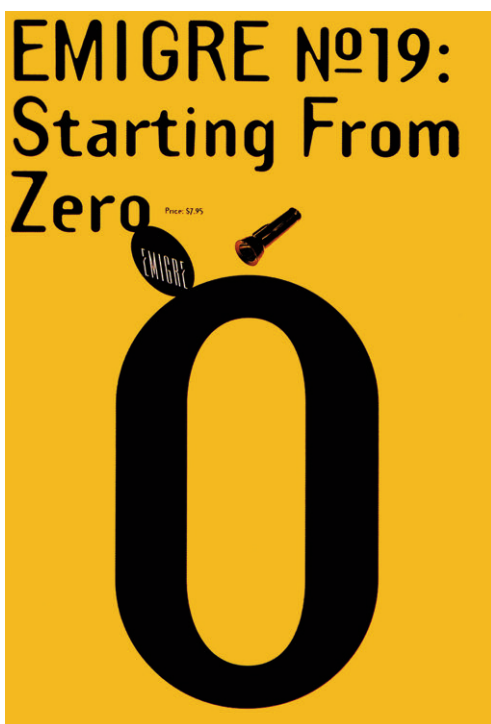


Fig. 9-11 - Totally Gothic font, Emigre Fonts (Zuzanna Licko, 1991); Template Gothic font, Emigre Fonts (Barry Deck, 1991); Cover of Emigre, 1990.

(De Stil). Bill, trained with Gropius, Meyer, Moholy-Nagy and Albers, formulated an 'objective graphic, organized on geometric grids and hierarchically structured'.⁴

The Swiss school developed around two nerve centers: Basel and Zurich. Emil Ruder, in his typography course at the Allegemeine Gewerbeschule in Basel, supported the effectiveness of sans serif by arguing that the more simple is the form of the text the less the reader gets distracted from the content⁵. In the Forties, still in Basel, Armin Hofmann theorized the maximum possible reduction through an elementary graphic form, made of point, line and surface⁶. In 1959, in Zurich, Carlo L. Vivarelli, Richard P. Lohse, Josef Müller-Brockmann and Hans Neuburg founded the trilingual magazine *Neue Grafik* (New Graphics) with the aim of 'creating an international base where to discuss about modern graphics and applied arts'. In 'The graphic Artist and his design problems' of 1961, Müller-Brockmann theo-

rized the principle of grid as an ordering system based on typometric modulations⁷. The authority of the Swiss School was then strengthened by the extraordinary success that had two sans serif font: the Helvetica by Edouard Hoffman and Max Miedinger (1961) and the Univers by Adrian Frutiger (1954) – once again the precise intention of affirming a Universal typeface valid always and everywhere, as objective basis of typography. In the Sixties-Seventies, the postulates of the Swiss School were called into question.

We read better what we read more often – Is it really true that the more simple is the shape of a typeface, the easier is the readability of the text? Apparently, not quite completely. In fact, around the Sixties, in a climate of general contestation and unconditional reorganization of cultural knowledge, the dictat of the greater legibility of sans serif disappeared. Among the specialists and the so-called font designers, who had previously supported the

techno-aesthetic superiority of the minimal mono-alphabet, arose the idea that a typeface marked by elementary forms is not, by virtue of this, easier to read than others typefaces with more complex shapes. The sans-serif, of course, can be very simple to read – like or more than the serif ones – but only under certain conditions.

In 1963, the main criticism was expressed from the inside. Josef Albers (2009, pp. 19, 20) – protagonist of the Bauhaus of Dessau, and designer of elementary typefaces in the Twenties ('stencil letters' Schablonenschrift, 1923, and 'combinatorial letters' Kombinationsschrift, 1926) – bluntly stated that the belief that 'the more the form of a letter is simple, the easier is its reading' «was an obsession of the nascent constructivism, indeed it almost became a dogma that is still respected by 'modernist' printers. The wrongness of this notion has been demonstrated, since the fact that during the reading we do not read letters but words, words as units, 'words-images'. This was discovered in psychology, especially in Gestalt psychology. The ophthalmology has also revealed that the more the letters are different from each other, the easier it is to read them». In other words, our eyes focus not on the individual letters one after the other, but on words or groups of letters, which we can easily read when the differences between the letters make them easily distinguishable. This would clarify why texts composed only with capital typefaces are objectively hard to read: due to the equal height of the letters. Consequently, according to Albers, sans serif are more difficult to read than serif ones, because «they produce poor 'words images'». This is why «a clear reading depends on the recognition of the context».

In 1975, even Tschichold, father of the New Typography, reaffirmed the critical position of Albers regarding what it was theorized in the Twenties – by him and generally in Bauhaus – strongly supported and applied with precision. For Tschichold the sans serif are more readable than the serif ones. As well as for Albers, his is a kind of confession: «Fifty years of experimentation with many new and unusual typefaces have allowed us to establish that the best typographical typefaces are the classic ones [...] or the modern reincarnation of these typefaces or, even, the new typefaces that do not differ too much from the classical modules. This is a late and barely lesson, but still valid» (Tschichold, 2003, p. 13). And it doesn't end there. «The so-called New Typography appeared in 1925: it preached radical simplicity. [...] He attributed the general confusion of the sector only to the multitude of typefaces and claimed to have identified the solution in sans-serif, electing it to typeface of our time. [...] The sans-serif is only apparently the simplest form of writing: it is a forcibly simplified form for children and, for adults, it is more difficult to read than the sans, whose serif were never intended as ornamental elements» (Tschichold, 2003, p. 15).

In the Eighties, in the middle of the digital experimentation, Zuzana Licko stated that typefaces are not more or less legible in themselves, but «you read best what you read the most» (Licko cit. in Russo, 2006, pp. 27, 120)⁸. It is therefore our familiarity with a certain type of typeface that makes it readable. And since from earliest age we have read many texts with serif, we have refined a certain ability to distinguish them on paper as well as on every visual support. For some time, however, the

reading of the texts is taking place more and more on screens than elsewhere; and here we find mainly sans serif from Wikipedia to social networks. The primacy of the readability of serif, then, once again seems then to be marked. What will happen – and it is already happening – when the most widely read texts throughout the entire globe will be posts on Facebook or other kind of social interconnection?

Conclusions – An interesting issue that the monospace brings with it is then the one of ‘universality’, hence the name Universal. The universality of Bayer’s typeface does not consist only in the (basic) forms reduced to the bone and therefore immediately accessible. Universality is also – and above all – the precise intention to achieve a truly democratic form of writing, not characterized by nationalism and status: the opposite, in the Twenties, of the Gothic – Black Letter – intimately linked to Germany and to the Northern European countries. To capture the spirit of Bayer’s project – real innovation – it would not make much sense today to bring back on screen, in digital, those formally reduced and geometrically configured forms; it would be like canceling 100 years of history. More interesting is instead to consider other experiences, recent, that aim to achieve the same result: universality in terms of real possibility of expansion of use. In this sense, for example, a courageous project is the Balkan typeface (2012): a ‘typographic system’ that links the latin universe to the cyrillic one. More precisely, it is a capital sans serif, designed for titles, with two versions: one with latin letters and one with cyrillic letters; the common letters – so here – (A, E, J, K, etc.) and the numbers occupy the height of two lines; feature that breaks the rhythm by fragmenting the typographic line. Now, although the formal rendering is in some ways antithetical to Bayer’s Universal – because only the capital letters are used instead of only the lowercase and because the double height of certain letters determines a visual pattern similar to the presence of uppercase-lowercase – what is consistent with the innovation of Bayer is in the «creative system to transcend cultural barriers», and in the words of its own designers Marija Juza and Nikola Djurek: «With this project we wanted to go beyond history and politics to create a system that grouped together all the differences and contradictions in a set of familiar elements – a typographical system that depoliticises, demystifies and reconciles letters for the sake of education, tolerance and, above all, communication» (cit. in Olocco, 2012, p 113).

Last year, to celebrate the Centenary of the Bauhaus, it was launched the operation Adobe Hidden Treasures: Bauhaus Dessau, aimed at the digital design of five fonts inspired by the ‘typographical treasures’ kept in the Bauhaus Dessau Foundation; undoubtedly an interesting didactic operation with the involvement of the students of the current Bauhaus and the supervision of the great master of design font Erik Spiekermann. The first two are dedicated to Joost Schmidt and Xanti Schawinsky: Joschmi and Xants⁹. «The students at the Bauhaus were given exercises to draw letterforms, not to design typefaces – explains Spiekermann – [...]. The tools did not exist to do so at a school in 1928. So we imagined what the students would have done had they had computers and type design software» (Quite, 2018). The intention of

the project – the redesign of a century-old excellence – is indeed didactic, demonstrative, celebratory ... certainly a formidable stimulus for the students, but certainly today is not a typographic innovation: it does not point to the future, as Bayer did, but to the past.

In this regard, it is worth noting that also Bayer’s typeface was digitized, in 1993, but is no longer called Universal; for Apple users it was renamed Bauhaus 93. This shows how the name of the School was strategically used for promotional and commercial purposes, taking on the symbolic function of a ‘style’: the Bauhaus Style, in fact; concept, this one, completely foreign to the – true – spirit of the Bauhaus and that Gropius has always denied and even strenuously fought. A paradox detected from several standpoints – since the Twenties and inside the School – and recently confirmed by Chiara Barberi (2012, p. 152): «In the Twenties, the formal regularity and the rationalized stability of Bayer’s homogenizing visual language were a symbol of radical change, full of revolutionary potential. Today, instead, designers use the ‘Bauhaus style’ to embody authority and affirm the stability of the company».

Our thesis, therefore, is that these operations of digital reformulation of typeface preceding digital are ‘stylistic’ interventions or, at best, educational-cognitive, as we have seen, or still celebratory, but they do not have much to do with innovation. In fact, however interesting to study those typographic solutions might be, without detracting from their unquestionable historical importance, the update for the web does not restore the Bayerian typeface to the universality which its designer aspired to: today the Universal – digital or not – is no longer economic, functional, innovative. It is indeed a paradox: the redone Universal is the opposite of the Bayer project, which in the Twenties didn’t quote anything and was pure typographic innovation. «The principles that can be identified in the works of the past belong to us; not the results as well. It would mean to exchange the end with the means, the great Owen Jones reminds us (cit. in Pasca and Pietroni, 2001, p. 182). That’s why, if we want to be innovative, we cannot replicate the Bayer’s 100-years-ago universal typeface: because today it would not be innovation but an uncritical repetition of what should, instead, continuously rethink and reconfigure. Is the search for a universal typeface still interesting in the Third Millennium? Probably not. It was interesting in the Twenties of the 20th century and in the context of a – modern – movement in search of ‘definitive’ solutions. Today studies focus more on the search for historical awareness and on the languages that dynamically transform on the screen. But let us ask ourselves, ad absurdum: what is the universal writing of our time? Certainly Bayer would venture his font, but it would not be the Universal of the Twenties.

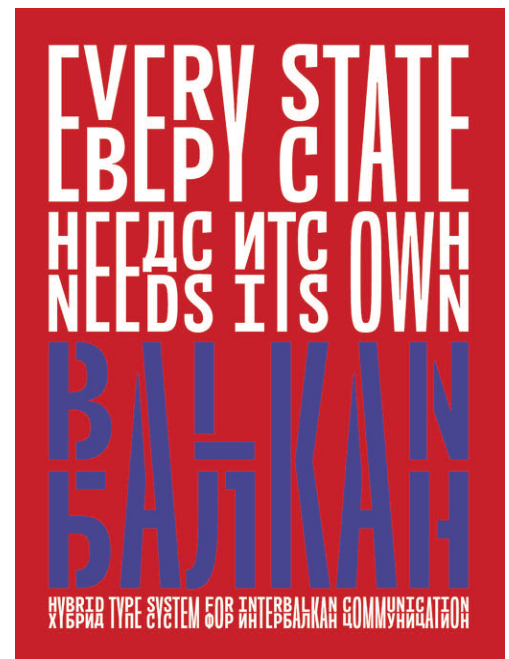
NOTES

1) On the influence of De Stijl and ‘Theo van Doesburg in the Bauhaus circuit’, cfr. Zevi, 1974, pp. 15-74. «In Weimar I literally upset everything – van Doesburg writes to Kok in 1921 – Every evening I spoke with the students instilling the poison of the new spirit» (p. 39). He is echoed by J. J. P. Oud: «The imprint of our De Stijl group is marked in an aspect of the Bauhaus. The square-

ism is here, although often plagiarized without intelligence» (p. 36).

2) The importance of the three Bauhaus masters in the field of subsequent visual communication, and in particular on color, was fundamental. Their texts, even today, are considered milestones of visual design. The most important: Itten, 2010 [orig. ed. 1961]; Kandisky, 2003 [orig. ed. 1926]; Klee, 1959 [orig. ed. 1956].

3) In the Bauhaus, as Bürdek (1992, p. 34) observes, «the objective conditions of the design and the essential lines of the developing design theory had to be defined through the methods of the search for ‘the essence’ and ‘the analysis of the function’». Bayer was convinced that it was necessary to focus on just one «‘universal typeface’ valid for printing and typing and manual writing. It was a series of signs [...] standardized in (the) lower case, with a sign as continuous as possible similar to the one of the cantilever chair by Breuer. They were born from the analysis of the roman ‘capitalis’, progenitor of all ‘antiqua’ typefaces: separating these letters from their thickness remained in fact only the geometric ‘skeleton’ of a sans-serif. A vision that stimulated the imagination, as discovered by Rudolf von Larisch and Fritz Helmut Ehmcke, who advised us to take as a model the beauty and geometry of Capitalis in the design of new typefaces. Jokingly Bayer also pointed to the opposite way when in 1930 he wrote an article for the Uhu magazine entitled Zieh dich aus – und Du bistri Grieche (Undress and you will be-



Figg. 12, 13 - Balkan font (Marija Juza and Nikola Djurek, 2012).

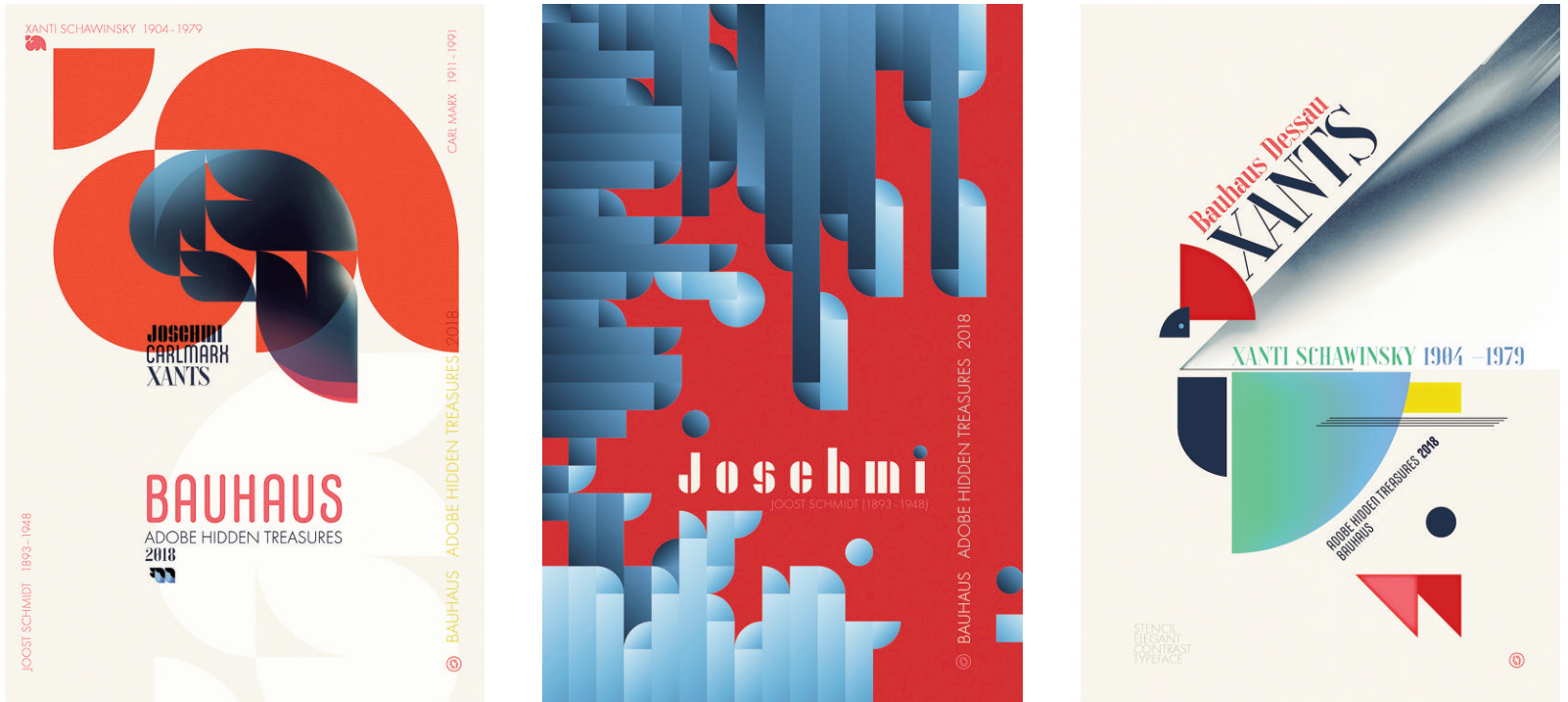


Fig. 14-16 - Adobe Hidden Treasures, fonts inspired by Bauhaus: Jooschi e Xants, 2018.

come an ancient greek)» (Brüning, 1999, p. 336). On the relationship between Beauty, Form and Function in Typography, see also Hartnett (2018).

4) Bill's essay on the mathematical approach to art (Die Mathematische Denkweise in the Kunst unserer Zeit) was published in *Werk* (n. 3, August 1949), and reported by Tomás Maldonado in his monograph about Bill: «I am convinced that it is possible to create an art form based on a mathematical approach. [...] The difference between the traditional conception of art and this one here indicated is very similar to the one between the laws of Archimedes and the postulates of Einstein and other modern physicists» (Bill, cit. in Maldonado, 1955, p. 59). This approach will characterize the Hochschule für Gestaltung of Ulm (or design high School), directed by Bill himself from 1953 to 1956.

5) Ruder's prescriptions are widely documented in his famous manual. Cfr. Ruder, E. (1967), *Typographie: ein Gestaltungslehrbuch*, Niggli, Teufen.

6) Cfr. Hofmann, 1961. The reference is obviously to the famous essay by Kandinsky of 1926 (2003).

7) «The grid divides an available surface into a series of proportioned parts, and thus it forms an optical structure for graphic research: letter, photography, design and color. Grids are ordering systems. A rational composition will always be more persuasive than an advertising image due to chance» (Müller-Brockmann, 1983, p. 80).

8) Developing this thesis, Eike König, founder of Hort (one of the most authoritative graphic design studio in the world), for a 2013 project chooses the Courier – which reminds the writing of typewriters thus preserving a retro flavor – motivating the choice in terms of universality and planetary democracy: «t's for every computer in the world, it's free: that's democracy» (cit. in Hartnett, 2018, p. 3); in the same way, the complementary font is here the Arial: «Based on the basis of anyone with a computer» (Hartnett, 2018, p. 3).

9) In this regard, it will not go unnoticed that Schawinsky, in transit through Italy in 1933 following the racial laws, collaborated with Antonio Boggeri on the Olivetti communication, designing, among other things, the second logo of the Ivrea company characterized by the initial lowercase letter ('o').

REFERENCES

Albers, J. (2009), *Interazione del colore. Esercizi per im-*

parare a vedere [orig. ed. *Interaction of Color*, 1963], il Saggiatore, Milano.

Barbieri, C. (2012), "Combinazioni di pezzi semplici. L'alfabeto universale del Bauhaus | A Combination of Simple Elements: The Universal Alphabet of the Bauhaus", in *Progetto grafico*, n. 22, pp. 140-155.

Brüning, U. (1999), "Herbert Bayer", in Fiedler, J. and Feierabend, P. (eds), *Bauhaus*, Könemann, Köln, pp. 332-339.

Bürdek, B. E. (1992), *Design. Storia, teoria e prassi del disegno industriale* [orig. ed. *Design: Geschichte, Theorie und Praxis der Produktgestaltung*, 1991], Mondadori, Milano.

Gropius, W. (1924), "Breviario per i membri del Bauhaus (abbozzo)", in Wingler, H. M. (ed.) (1987), *Il Bauhaus. Weimar Dessau Berlino 1919-1933*, [orig. ed. *Das Bauhaus*, 1962], Feltrinelli, Milano, p. 137.

Hartnett J. P. (2018), "Beauty, Form and Function in Typography". [Online] Available at: <http://www.typoday.in/2018/index.html> [Accessed 3 March 2019].

Hofmann, A. (1961), *Manuel de création graphique*, Niggli, Teufen.

Hollis, R. (1994), *Graphic Design. A Concise History*, Thames and Hudson, London.

Kandinsky, W. (2003), *Punto, linea, superfici. Contributo all'analisi degli elementi pittorici* [orig. ed. *Punkt und Linie zu Fläche*, 1926], Adelphi, Milano.

Klee, P. (1959), *Teoria della forma e della figurazione* [orig. ed. *Das bildnerische Denken*, 1956], Feltrinelli, Milano.

Itten, J. (2010), *Arte del colore. Esperienza soggettiva e conoscenza oggettiva come vie per l'arte* [orig. ed. *Kunst der Farbe*, 1961], il Saggiatore, Milano.

Lupton, E. (2006), "Univers Strikes Back". [Online] Available at: http://www.designwritingresearch.org/free_samples/aTypi_Talk.doc [Accessed 3 March 2019].

Maldonado, M. (1955), *Max Bill*, Nuova Vision, Buenos Aires.

Müller-Brockmann, J. (1961), *Gestaltungsprobleme des Grafikers*, Niggli, Teufen.

Olocco, R. (2012), "Un carattere oltre la balcanizzazione | A Typeface Beyond Balkanization", in *Progetto grafico*, n. 22, pp. 108-113.

Quito, A. (2018), "Get Ready for the Bauhaus Centennial Festivities – and it All Starts with These Fonts". [Online] Available at: <https://qz.com/quartz/1314728/adobes-hidden-treasures-bauhaus-dessau-project-offers-five-new->

bauhaus-inspired-fonts/?fbclid=IwAR0AAmZZpo3RFzpJYcMUCoYqI4jSSGA7x4MAKQ28nOXh0mENhODNF4qdsNQ [Accessed 3 March 2019].

Pasca, V. and Pietroni, L. (2001), *Christopher Dresser, Il primo industrial designer 1834-1904*, Lupetti, Milano.

Porstmann, W. (1920), *Sprache und Schrift*, Verlag des Vereins Deutscher Ingenieure, Berlin.

Ruder, E. (1967), *Typographie: ein Gestaltungslehrbuch*, Niggli, Teufen.

Russo, D. (2006), *Free Graphics. La grafica fuori delle regole nell'era digitale*, Lupetti, Milano.

Shaw, P. and Bain, P. (1998), "Introduction. Blackletter vs. Roman: Type as Ideological Surrogate", in Shaw, P. and Bain, P. (eds), *Type and National Identity*, Princeton Architectural Press, New York, pp. 10-15.

Spencer, H. (1969), *Pioneers of modern typography*, Lund Humphries, London.

Tóth, E. (2018), *Design and Visual Culture from the Bauhaus to Contemporary Art, Optical Deconstructions*, Routledge, New York-London.

Tschichold, J. (1995), *The New Typography. A Handbook for Modern Designers* [orig. ed. *Die neue Typographie. Ein Handbuch für zeitgemäss Schaffende*, 1928], University of California Press, Berkeley-Los Angeles-London.

Tschichold, J. (2003), *La forma del libro* [orig. ed. *Ausgewählte Aufsätze über Fragen der Gestalt des Buches und der Typographie*, 1975], Sylvestre Bonnard, Milano.

Wingler, H. M. (ed.) (1987), *Il Bauhaus. Weimar Dessau Berlino 1919-1933* [orig. ed. *Das Bauhaus*, 1962], Feltrinelli, Milano.

Zevi, B. (1974), *Poetica dell'architettura neoplasticista. Il linguaggio della scomposizione quadrimensionale*, Einaudi, Torino.

^a DARIO RUSSO, Architect and PhD, is Associate Professor of Industrial Design at the Department of Architecture of the University of Palermo (Italy), where he coordinates the Degree Course in Industrial Design. He has published several essays on design and visual communication, including 'Free Graphics' and 'The design of our times'. Mob. +39 392/35.11.793. E-mail: dario.russo18@unipa.it