

Today we have the idea that the iconic language is that of the computer age, based on a symbol of decipherable meaning with a global immediacy, part of a virtual world that has definitively ferried humanity on the banks of that long-awaited Esperanto wanted by Ludwik Lejzer Zamenhof, with very beneficial effects, but that in young people even of the same language makes the spoken word almost obsolete, being this a collateral unwanted effect. These iconic/informatic dowels in our computers, tablets, mobile phones, etc. are perceived today in a completely different way from the symbols used until the 70s and beyond. They are enzymes or amino-acids, agents that perform various functions for us. Each of them is a small robot, a good friend who keeps us company and that, when necessary, helps us to find information, a rented car, to make a reservation, a little fun, etc. What is interesting here on these powerful proactive dowels is on the one hand their historical/evolutionary connection symbol-meaning, which is why it is necessary to call Esperanto and the graphic archetypes in the field, on the other to understand if and how the real city as a whole can find an advantage from them, out from the short-sighted dimension of small-large-xlarge monitors. In this sense it is useful to make an ontological leap towards the biophilic hypothesis of Stephen Kellert, that could open possible scenarios of interaction between proactive symbols and territories not only urban/environmental *tout court*, but also psychological-behavioral-perceptive, which stimulate a fluid-dynamic use of the city and its spaces. Analyzing graphic archetypes – according to an XYZ vision – and using some of them under this key within *biophilia*, can be useful to humanize the city, transforming it psychologically, with the help of green, art and architecture, into a friendly organism, in whose tissues rendered alive and not irritating, the human fluid feels protected, wrapped and participant.

Keywords: *biophilia*, graphic dowels, humanization.

The iconic language, which from the 70s onwards has generated that multiplicity of symbols immediately decipherable and/or memorizable, giving impetus to the spread of the computer era, has definitively won its battle by imposing itself as analogical tessellation for a, by now mature, grammar of Esperanto. The explosive phenomenon generated by this new language must be studied with great attention to its global scope – especially for the newest generations – in order to understand how it is used only to speed up some human activities and how much is rooting in the complex synapses of the horizontal social exchange, expanding the sharing of intentions, but at the same time reducing the cultural verticalization. In 1967 Herbert McLuhan and the graphic designer Quentin Fiore gave rise to the idea that ‘the *medium* is the message’, a concept that was already present in the ideas developed between 1872 and 1887 by the Polish ophthalmologist Ludwik Lejzer Zamenhof – the creator of the Esperanto, whose pseudonym was just Doktoro Esperanto – not by chance therefore an expert in the visual apparatus. The purpose of Esperanto was and is to make people dialogue through an expressive language understandable

by all humanity, which avoids the misunderstandings that are often the origin of the quarrels: Homaranism therefore, which in Esperanto means Humanitarianism, is above all a philosophy of sharing and free circulation of ideas. From this background comes the Paderborn method (named after the University of Paderborn in Germany), used for teaching foreign languages to children, that provides for the preliminary learning of a simple language, Esperanto, then the study of a more complex foreign language. This language, which was so successfully affirmed from Zamenhof forward, gave rise to the development of a graphic art in which the research focused on the iconic synthesis – or on a direct iconic-linguistic relationship – which now tends to reduce the margins of communication uncertainty between the symbol and the message to zero. All this is very evident today with computers and mobile phones, in which they have established themselves – following an evolutionary process that recalls that of natural selection – those icons that are more tenacious because more comprehensible to the community in a global sense. But without wanting to go further into this theme¹, let’s see what impact this

Oggi è diffusa l’idea che il linguaggio iconico sia quello dell’era informatica, basato su un simbolo dal significato decifrabile con immediatezza a livello globale, tassello di un mondo virtuale che ha definitivamente traghettato l’umanità sulle rive di quel tanto atteso Esperanto voluto da Ludwik Lejzer Zamenhof, dagli effetti altamente benefici ma che nei giovani anche di medesimo idioma rende la parola parlata ormai quasi obsoleta, effetto collaterale questo ovviamente indesiderato. Tali tasselli iconico/informatici presenti nei nostri computer, tablet, cellulari ecc. vengono oggi percepiti in modo del tutto diverso da come lo erano i simboli fino agli anni ’70 e oltre. Sono degli enzimi o amminoacidi, degli agenti che svolgono svariate funzioni per noi. Ognuno di essi è un piccolo robot, un buon amico che ci tiene compagnia e che, all’occorrenza, ci viene in aiuto per trovare un’informazione, un’automobile in affitto, per effettuare una prenotazione, un piccolo divertimento, ecc. Ciò che qui interessa di questi potenti tasselli pro-attivi è, da un lato, il loro rapporto storico/evolutivo significativo-significato, cosa per la quale è necessario chiamare in campo l’Esperanto e gli archetipi grafici; dall’altro, capire se e come la città reale nel suo insieme possa trovarne giovamento, oltre quindi alla dimensione miope dei monitor *small*, *large* e *x-large*. In tal senso è utile operare un salto ontologico in direzione dell’ipotesi biofilica di Stephen Kellert, che possa aprire a possibili scenari di interazione tra simboli pro-attivi e territori non solo urbano/ambientali *tout court*, ma anche psicologico-comportamentali-percettivi, che stimolino a un uso fluido-dinamico della città e dei suoi spazi. Analizzare gli archetipi grafici – secondo una visione XYZ – ed usarne alcuni in tale chiave all’interno della biofilia, può rivelarsi utile a umanizzare la città trasformandola psicologicamente, con l’aiuto del verde, dell’arte e dell’architettura, in un organismo amico, nei cui tessuti resi vivi e non irritanti il fluido umano si senta protetto, avvolto e partecipe.

Parole chiave: fluido-dinamico, tassello grafico, umanizzazione.

Il linguaggio iconico, che dagli anni ’70 in avanti ha generato quella molteplicità di simboli immediatamente decifrabili e/o memorizzabili dando impulso alla diffusione dell’era informatica, ha definitivamente vinto la sua battaglia imponendosi come tassellatura analogica per una ormai matura grammatica dell’Esperanto. Il dilagante fenomeno generato da questo nuovo linguaggio va studiato con grande attenzione per la sua portata globale – in particolare per le nuovissime generazioni – al fine di comprendere quanto sia utilizzato al solo scopo di velocizzare alcune attività umane e quanto invece si stia radican-do nelle articolate sinapsi dello scambio sociale orizzontale, ampliando la condivisione degli intendimenti ma allo stesso tempo riducendo la verticalizzazione culturale. Nel 1967 Herbert McLuhan e il disegnatore grafico Quentin Fiore hanno dato luogo all’idea che “il *medium* è il messaggio”, concetto di fatto già presente nelle idee sviluppate tra il 1872 e il 1887 dall’oftalmologo polacco Ludwik Lejzer Zamenhof – il creatore dell’Esperanto, il cui pseudonimo era appunto Doktoro Esperanto – non a caso quindi un esperto dell’apparato visivo. Scopo dell’Esperanto era ed è far dialogare i popoli

per mezzo di una lingua espressiva comprensibile da tutta l’umanità, che evitasse gli equivoci e le malcomprensioni che sono spesso all’origine delle liti: l’Homaranismo, che in Esperanto significa Umanitarismo, è innanzi tutto una filosofia della condivisione e della libera circolazione delle idee. Da questi antefatti deriva il metodo Paderborn (dal nome dell’Università di Paderborn in Germania), utilizzato per l’insegnamento delle lingue straniere ai bambini, che prevede il preliminare apprendimento di una lingua semplice, l’Esperanto, e in seguito lo studio di una lingua straniera più complessa. Questo linguaggio, che da Zamenhof in avanti si è così efficacemente affermato, nella contemporaneità ha dato luogo allo sviluppo di un’arte grafica nella quale la ricerca si è incentrata sulla sintesi iconica – ovvero su un rapporto iconico-linguistico diretto – che ormai tende a ridurre a zero i margini di incertezza comunicativa tra il simbolo e il messaggio. Tutto ciò è oggi molto evidente con i computer e i telefonini, all’interno dei quali si sono affermate – a seguito di un processo evolutivo che ricorda quello della selezione naturale – quelle icone più tenaci perché maggiormente comprensibili dal-

has had on some of the major icons in our cities. Think, as an example, of the six-legged dog of the AGIP of 1952 by Luigi Broggin and Giuseppe Guzzi who conveys the idea of energy and speed through the proliferation of the number of legs, of the red flame (turned backwards with the head by Enrico Mattei because considered too aggressive) and the bristly hair also strongly energetic. One thinks also of Franco Grignani's *Pure Wool* brand of 1964 when the International Wool Secretariat (IWS) – founded in 1937 by sheep farmers in Australia, New Zealand, South Africa and Uruguay, who hold 80% world wool production – entrusted him with the task of designing the famous *Woolmark* brand. In the months before 1964 Grignani was influenced by the advertising of *Miller* shoes, by Andy Warhol, in which he perceived the presence of a white space that in his same words “wasted around” the advertised object: a white that traumatizes the eye and, in so doing, attracts it. It is undoubted that Andy Warhol from the 60s onwards will play a fundamental role in the incorporation in the graphics, art and society, of the principles of a meaningful–meaning relationship as immediate as possible, therefore completely in line with Esperanto's objectives, contributing decisively to the conception of the aforementioned sentence by Herbert McLuhan, that today could be called “at km 0”. The famous Grignani brand has also inspired the sculpture *Furor Mathematicus* realized by the writer of this essay in 2017–18.

Consider also the abstract hominids, other animals and objects by Keith Haring (1957–90),



1

designed to describe, also in a ‘global’ language, human activity and conflicts. Simple and immediate messages that interpret with a playful spirit and simple trait a plurality of themes of our era, including friendship, love, happiness, but also social injustice, capitalism, nuclear rearmament, drugs. Also in the drawings of Haring it is the white that, insinuating itself between the graphic lines of the figures, separates them and, in doing so, makes them sharp and defined, playing a fundamental role in generating in the mind of the visitor the idea of tessellation of the surface. It is worth mentioning that Keith Haring, mindful of Escher's drawings and influenced by the work of Warhol, Grignani, Broggin–Guzzi, and the studies of Roger Penrose, embodies the ideas of Esperanto–Homarism and the global village through a continuous graphic sign that is always similar to itself, surpassing the ‘E’ of Capogrossi and generating a myriad of symbols that can sometimes be read as abstract depictions of plants in the city of Piranesi, with buildings, alleys and humanized historic centers. It is a pervasive, fractal, stylized, abstract human tissue that takes hold of the XY two-dimensional surface describing with a universal and onomatopoeic graphic language the places and thoughts nestled in the labyrinth of life. Already in 1830 the Japanese master Katsushika Hokusai (1760–1849) investigated early on the themes of fractal geometry, by him only intuited: a multi-scale recursive ‘pattern’ similar to itself that dynamically pervades the surface, an idea magnificently represented in his very modern opera *The great wave of Kanagawa* (1830–31).



2

1. Of which other scholars deal with, including Carlo Bernardelli.

Figure 1
Franco Grignani, *Woolmark* brand, 1964; ink on cardboard, Milan. Available at: <https://www.ilpost.it/2017/06/05/franco-grignani-mostra-londra/>.

Figure 2
Ruggero Lenci, sculpture *Furor mathematicus*, 2017–2018; bronze, 0,70x0,70x0,20 cm, Rome. © The author.

Figure 3
Andy Warhol, advertisement for *Miller* shoes, 1958; New York. Available at: <http://www.thehistorialist.com/2012/02/1955-1960-andy-warhol-for-i-miller.html>.

1. Del quale altri studiosi si occupano, tra cui Carlo Bernardelli.

la collettività in senso globale. Ma senza voler entrare ulteriormente in questo tema¹, vediamo invece che impatto ha avuto tutto ciò su alcune delle principali icone presenti nelle nostre città. Si pensi al cane a sei zampe dell'AGIP del 1952, ad esempio, di Luigi Broggin e Giuseppe Guzzi che veicola l'idea di energia e di velocità attraverso la proliferazione del numero delle gambe, della fiamma rossa (fatta girare all'indietro insieme alla testa da Enrico Mattei perché considerata troppo aggressiva) e del pelo irto anch'esso fortemente energetico. Si pensi inoltre al marchio della *Pura Lana Vergine* del 1964 di Franco Grignani allorché l'International Wool Secretariat (IWS) – fondato nel 1937 dagli allevatori di pecore dell'Australia, della Nuova Zelanda, del Sudafrica e dell'Uruguay, che detengono l'80% della produzione mondiale di lana – gli affidò l'incarico di disegnare il celeberrimo marchio della *Woolmark*. Nei mesi precedenti il 1964 Grignani rimase influenzato dalla pubblicità delle scarpe *Miller* di Andy Warhol, nella quale percepì la presenza di uno spazio bianco che nelle sue stesse parole si “sprecava” attorno all'oggetto pubblicizzato: un bianco che traumatizza l'occhio e, così facendo, lo attira. È indubbio che Andy Warhol dagli anni '60 in avanti svolgerà un ruolo fondamentale verso l'incorporazione nella grafica, nell'arte e nella società dei principi di un rapporto significativo–significato il più possibile immediato, quindi perfettamente in linea con gli obiettivi dell'Esperanto, contribuendo in modo decisivo al concepimento della su citata frase di Herbert McLuhan che oggi si potrebbe dire a km 0. Il famoso marchio di Grignani ha inoltre ispirato la scultura *Furor Mathematicus* realizzata da chi scrive nel 2017–18.

Figure 1
Franco Grignani, marchio della *Pura Lana Vergine*, 1964; inchiostro su cartoncino, Milano. Disponibile da: <https://www.ilpost.it/2017/06/05/franco-grignani-mostra-londra/>.

Figure 2
Ruggero Lenci, scultura *Furor mathematicus*, 2017–2018; bronzo, 0,70x0,70x0,20 cm, Roma. © L'autore.

Figure 3
Andy Warhol, pubblicità delle scarpe *Miller*, 1958; New York. Disponibile da: <http://www.thehistorialist.com/2012/02/1955-1960-andy-warhol-for-i-miller.html>.

Si pensi inoltre agli ominidi astratti, altri animali e oggetti di Keith Haring (1957–90), ideati per descrivere, anch'essi con un linguaggio “globale”, l'operosità e i conflitti umani. Messaggi semplici e immediati che interpretano con animo giocoso e tratto semplice una pluralità di temi della nostra epoca, tra cui l'amicizia, l'amore, la felicità, ma anche l'ingiustizia sociale, il capitalismo, il riarmo nucleare, la droga. Anche nei disegni di Haring è il bianco che, insinuandosi tra le linee grafiche delle figure, le separa

e, così facendo, le rende nitide e definite, contribuendo a generare nella mente dell'astante l'idea di tassellatura della superficie. È il caso di dire che Keith Haring, memore dei disegni di Escher e influenzato dall'opera di Warhol, Grignani, Broggin–Guzzi, nonché dagli studi di Roger Penrose, incarna le idee dell'esperanto–homarismo e del villaggio globale attraverso un segno grafico continuo che si rende sempre simile a se stesso, superando le “E” di Capogrossi e generando una miriade di simboli che talvolta possono essere letti come raffigurazioni astratte di piante di città piranesiane, con edifici, vicoli e centri storici umanizzati. Si tratta di un tessuto umano pervasivo, frattale, stilizzato, astratto, che si impossessa della superficie bidimensionale XY descrivendo con un linguaggio grafico universale e onomatopoeico i luoghi e i pensieri annidati nel labirinto della vita. Già nel 1830 il maestro nipponico Katsushika Hokusai (1760–1849) indagava precocemente i temi della da lui solo intuita geometria dei frattali, ovvero di un pattern ricorsivo multiscalaro simile a se stesso che pervade dinamicamente la superficie, idea magnificamente rappresentata nella sua modernissima opera *La grande onda di Kanagawa* (1830–31).

Passando all'attualità, Stefan Sagmeister e Jessica Walsh, partner a New York di uno dei più importanti studi contemporanei di *graphic design* e installazioni, ripercorrono tutte le tappe appena accennate secondo un'ontogenesi che ricapitola la filogenesi, quindi secondo il «lungo percorso compiuto nel tempo dagli archetipi grafici, all'evoluzione del loro aspetto geo-



3



2. From the text of presentation of this issue of the journal. Available at: <http://www.xydigitale.it/la-rivista-xy-dimensioni-del-disegno/la-nuova-serie-dal-2016/numero/53-.html>.
3. *Ibidem*.

Figure 4
On the left (detail): Keith Haring, *We the youth*, 1987; mural painting, Philadelphia. © Keith Haring Foundation. On the right (detail): Keith Haring, *Without title*, 1983; acrylic on canvas, 590x290 cm, Caserta. The dog on a background that refers to the plan of a city. © Lucio Amelio Foundation. Available at: http://www.culturaitalia.it/opencms/viewItem.jsp?language=it&id=oai%3Aculturaitalia.t%3Amu seiditalia-work_36102.

Figure 5
Stefan Sagmeister and Jessica Walsh, *Aizone campaign*, 2009–14; New York. A flow of organic lines comes to life in the body of the model Anastasia Durasova. © Sagmeister&Walsh agency. Available at: <https://sagmeisterwalsh.com/work/all/aizone-09-14/>.

Figure 6
Ruggero Lenci, *Human fluidity*, 2018; acrylic on cardboard, 20x30 cm, Rome. Stylized faces and hair outlined with the continuous signs of a magmatic *humus* that remixes and evolves. An abstract representation, dancing to the eye, is made with a soft stroke, unifying the faces that flow seamlessly. © The author.

Turning to current events, Stefan Sagmeister and Jessica Walsh, principals in New York of one of the most important contemporary studios of graphic designs and installations, retrace all the steps just mentioned according to an ontogeny that recapitulates the phylogeny, then according to the “long journey made over time by graphic archetypes, to the evolution of their geometric, morphological, chromatic and semantic appearance, as well as their invasion of the field in every kind of figurative expression”². Their designs for *Aizone* (a brand belonging to *Aishti*, a Lebanese brand of luxury goods stores) made together with the body painter Anastasia Durasova, represent a flow of organic lines that come to life in the model’s body. Here too, as in the graphics of Franco Grignani, are created tessellations of optical labyrinths in which the eye and the mind are trapped, generating that sense of estrangement that leads to hypnosis: real technical challenges for retina photoreceptors and for translation systems in bioelectric signals that the optic nerve transmits to the brain (modulation and subsequent demodulation). The creations of the Sagmeister&Walsh agency combine impeccable graphic-artistic quality with the almost scientific research of the mechanisms of perception. In the search for Ol-

impia Zagnoli in Milan, the tessellation of the surface relies instead on flat colors made with often primary colors that depict pieces of joyful humanity or representations of acrobatic embraces referable, as a conceptual origin, to some works by Joan Mirò, then to other thematic registries. It is also true that the proliferation of the new graphic-symbolic registers or of the revised ones that have become an integral part of the daily lexicon “is not accompanied by an adequate enrichment of the urban landscape”³. Think of one of the most significant icons of the great European metropolises, that of the subway stations. Well, if in London, in Paris, etc., these icons resist over time for their expressive clarity and graphic quality, in Italy this does not happen because, first of all, there is not the name of the station in question, and also because the ‘M’ white on red field with the two divergent legs refers to an inverted ‘W’, which means ‘down’, symbol-idea that should not have necessitated a Feng shui to be rejected. Compared to the communication systems adopted in other European cities and beyond, in Italy there is therefore a lack of communication and a poor graphic quality, with the result that tourists are struggling to find orientation. All this because of a wrong logo, completely obscure to the cul-

2. Dal testo di presentazione di questo numero della rivista. Disponibile da: <http://www.xydigitale.it/la-rivista-xy-dimensioni-del-disegno/la-nuova-serie-dal-2016/numero/53-.html>.

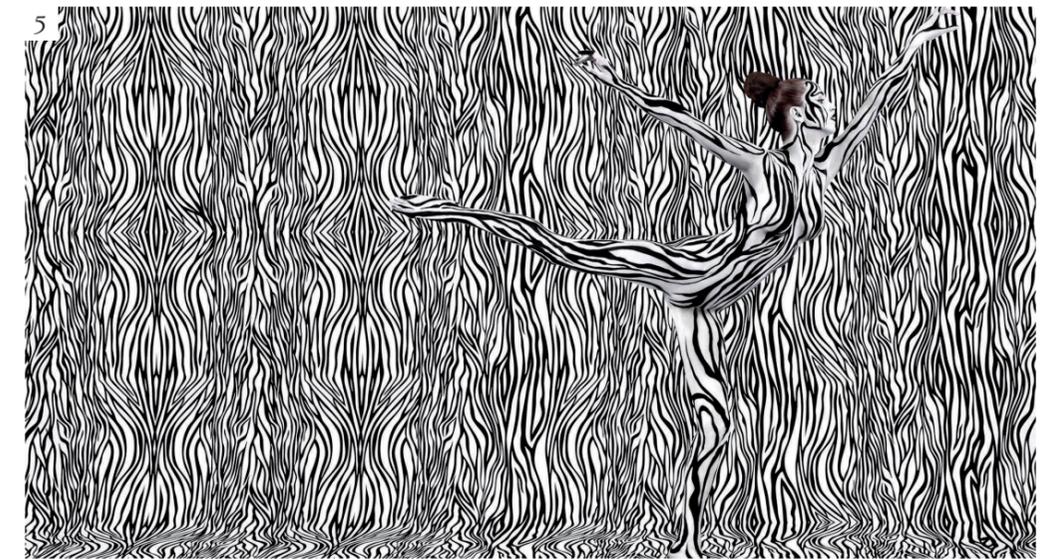
Figure 4
A sinistra (dettaglio): Keith Haring, *We the youth*, 1987; dipinto murale, Philadelphia. © Keith Haring Foundation. A destra (dettaglio): Keith Haring, *Senza titolo*, 1983; acrilico su tela, 590x290 cm, Caserta. Il cane su uno sfondo che rimanda alla pianta di una città. © Fondazione Lucio Amelio. Disponibile da: http://www.culturaitalia.it/opencms/viewItem.jsp?language=it&id=oai%3Aculturaitalia.t%3Amu seiditalia-work_36102.

Figure 5
Stefan Sagmeister e Jessica Walsh, *Aizone campaign*, 2009–14; New York. Un fluire di linee organiche prende vita nel corpo della modella Anastasia Durasova. © Sagmeister&Walsh agency. Disponibile da: <https://sagmeisterwalsh.com/work/all/aizone-09-14/>.

Figure 6
Ruggero Lenci, *Fluidità umana*, 2018; acrilico su cartoncino, 20x30 cm, Roma. Volti stilizzati e capelli delineati con i segni continui di un *humus* magmatico che si rimescola ed evolve. Una figuratività astratta, danzante all’occhio, è resa con un tratto morbido, unificante i volti che fluiscono senza soluzione di continuità. © L’autore.

metrico, morfologico, cromatico e semantico, nonché all’invasione di campo in ogni genere di espressione figurativa»². I loro disegni per la *Aizone* (logo appartenente ad Aishti, un marchio libanese di negozi di beni di lusso) realizzati insieme alla *body painter* Anastasia Durasova, rappresentano un fluire di linee organiche che prendono vita nel corpo della modella. Anche

qui, come nelle opere grafiche di Franco Grignani, si creano tassellature di labirinti ottici nei quali l’occhio e la mente vengono intrappolati generando quel senso di straniamento che conduce all’ipnosi: vere e proprie sfide tecniche per i fotorecettori della retina e per i sistemi di traduzione in segnali bioelettrici che il nervo ottico trasmette al cervello (modulazione e susseguen-



ture of Esperanto. Other examples can be found in the graphics of road signs, not always impeccable as in the case of the directions of airports: the shape of the plane, which looks like an arrow, should always be oriented upwards, or with the tip to the detour for the airport, and never in the opposite direction as instead often happens. Moreover, a phenomenon as complex as a city and/or a rich urban landscape, can hardly draw satisfactory synthesis in a graphic symbol that instead is born as reduction–abstraction of meanings that can be perceived instantly. If on the one hand it is to be hoped that the symbols do not impose themselves on the urban, periurban or naturalistic landscape that ought to represent – thing, however, as just mentioned impossible in its totality and wealth – on the other hand city and landscape can continue to be and become more and more source of inspiration for representations based on the reduction–abstraction of the graphic–pictorial–informatics sign. The above widens the scope of the research, including an urban representation that uses methods related to Esperanto–Homaranism, to the global Village, to the concept that the *medium* is the message, to an evolving graphic pattern, all realities that create challenges for the eye and for the optic nerve, that represent enigmas for the brain and that move the heart.

To better understand the possible links between graphic archetypes and the city it is useful to

make a leap of about 250 years to the *Campo Marzio* by Giovanni Battista Piranesi in which a hyper urban fabric is generated by a copious series of diachronic architectures of invention. An analysis of these imagined urban fabrics reveals an extraordinary variety of spatial situations typical of the domain of architecture and of graphic signs. The Piranesian relationship between the black lines of the buildings' plants and the white that surrounds everything is definitely a graphic archetype that, as seen, has been taken up by both Grignani and by Sagmeister&Walsh and by Haring in the aforementioned works, and by others as well. And it is precisely starting from the genius of Piranesi, *optimus princeps* of the graphic sign, which derives the painting titled *Plantae ecclesiarum*, in which a possible variation of *Campo Marzio* is proposed on the theme of the admirable work of the great engraver. In this thematic variation the planimetric signs of the buildings are enveloped by a fluid that is generated by a dense network of human beings with long hair, a continuous humus that represents the green element, nature, with which the city should be more and more in a blurring dialogue. Through the graphic sign, then retracing the architectural archetypes, the urban fabrics open up to the biophilic idea, that is fundamental for the future of our anthropic habitat.

The idea of a biophilic architecture arises from the need to recover in the project the centrality of the human being, making man co–protagonist

Figure 7
Olimpia Zagnoli, *The art of rivalry*, Milan; an illustration for 'La Repubblica' on the theme of friendship, betrayal and innovation. © Olimpia Zagnoli. Available at: <https://www.olimpiazagnoli.com/work/repubblica-5/>.

Figure 8
Katsushika Hokusai, *The great wave of Kanagawa*, 1830–31 ca.; xylography, 25,7x37,8 cm, Hakone (Japan). A multiscalar recursive pattern similar to itself generates dynamism. Available at: https://it.wikipedia.org/wiki/Katsushika_Hokusai.

Figure 9
Ruggero Lenci, *Ascot*, 2012; mixed technique on canvas, 60x85 cm, Rome. Tiling of human figures. © The author.

Figure 10
The "Roundel", the famous brand of the London underground, by Frank Pick, Albert Stanley, Edward Johnston, 1908–19. © The author.



3. *Ibidem*.

Figure 7
Olimpia Zagnoli, *Le aree della rivalità*, Milano; un'illustrazione per "La Repubblica" sul tema dell'amicizia, del tradimento e dell'innovazione. © Olimpia Zagnoli. Disponibile da: <https://www.olimpiazagnoli.com/work/repubblica-5/>.

Figure 8
Katsushika Hokusai, *La grande onda di Kanagawa*, 1830–31 ca.; xilografia, 25,7x37,8 cm, Hakone (Giappone). Un pattern ricorsivo multiscalarare simile a se stesso genera dinamismo. Disponibile da: https://it.wikipedia.org/wiki/Katsushika_Hokusai.

Figure 9
Ruggero Lenci, *Ascot*, 2012; tecnica mista su tela, 60x85 cm, Roma. Tassellatura di figure umane. © L'autore.

Figure 10
Il "Roundel", il celeberrimo marchio della metropolitana di Londra, di Frank Pick, Albert Stanley, Edward Johnston, 1908–19. © L'autore.

te demodulazione). Le realizzazioni dello studio Sagmeister&Walsh uniscono un'impeccabile qualità grafico–artistica alla ricerca quasi scientifica dei meccanismi della percezione. Nella ricerca di Olimpia Zagnoli a Milano, la tassellatura della superficie si affida invece a tinte piatte realizzate con colori spesso primari che raffigurano brani di gioiosa umanità oppure figurazioni di acrobatici abbracci riferibili, in quanto a scaturigine concettuale, ad alcune opere di Joan Mirò, quindi ad altri registri.

È vero, peraltro, che alla proliferazione dei nuovi registri grafico–simbolici o di quelli revisionati che sono entrati a far parte integrante del lessico quotidiano «non è corrisposto un adeguato arricchimento del paesaggio urbano»³. Si pensi a una delle icone più significative delle grandi metropoli europee, quella delle stazioni della metropolitana. Ebbene, se a Londra, a Parigi, ecc., tali loghi resistono nel tempo per la loro chiarezza espressiva e qualità grafica, in Italia ciò non avviene in quanto in primo luogo non è presente il nome della stazione di cui trattasi, e inoltre perché la "M" bianca su campo rosso con le due gambe divergenti rimanda a una "W" rovesciata, che significa "abbasso", simbolo–idea che non avrebbe dovuto necessitare di un Feng shui per essere cassata. Rispetto ai sistemi comunicativi adottati in altre città europee e non solo, in Italia si registra pertanto una carenza comunicativa e una scarsa qualità grafica, con il risultato che i turisti fanno

fatica a orientarsi. Tutto ciò a causa di un logo sbagliato, del tutto estraneo alla cultura dell'esperanto. Altri esempi si possono trovare nella grafica delle segnalazioni stradali non sempre chiare, come nel caso delle indicazioni degli aeroporti: la sagoma dell'aereo, che somiglia a una freccia, dovrebbe essere sempre orientata verso l'alto, oppure con la punta verso la deviazione per l'aeroporto, e mai in senso opposto come invece spesso accade.

Inoltre, un fenomeno così complesso come una città e/o un ricco paesaggio urbano, difficilmente può trarre soddisfacente sintesi in un simbolo grafico che invece nasce come riduzione–astrazione di significati in grado di essere percepiti all'istante. Se da un lato vi è da augurarsi che i simboli non si impongano sul paesaggio urbano, periurbano o naturalistico che dovrebbero rappresentare – cosa peraltro come appena accennato impossibile nella sua totalità e ricchezza – dall'altro invece città e paesaggio possono continuare a essere e divenire sempre più fonte di ispirazione per rappresentazioni imperniate sulla riduzione/astrazione del segno grafico–pittorico–informatico. Quanto sopra amplia gli ambiti della ricerca includendo in essa una rappresentazione urbana che faccia uso di modalità legate all'Esperanto–Homaranismo, al Villaggio globale, al concetto che il *medium* è il messaggio, a un pattern grafico in evoluzione, tutte realtà che creano sfide per l'occhio e per il nervo ottico, che rappresentano enigmi per il cervello e che commuovono il cuore.

Per meglio comprendere i possibili legami tra archetipi grafici e città è utile compiere un salto



of spaces designed even more than any construction material, spatial morphology or affirmation of the designer's ego of time in charge. To explore architecture in a biophilic key is necessary to extend the project's field of interest to issues that involve a wider feeling than the pursuit of visual beauty alone, extending the project's objectives to the multiple social, psychological, functional and behavioral needs of the human being, all issues that should not be neglected at the time of its implementation. It is also necessary to imagine the architecture or a part of the city always full of a swarming and dynamic humanity, constantly recalling to the mind of the designers and of the sociologists/psychologists the multiple activities and interactions that will take place in the spaces in progress of design. It would also be useful to analyze the project and all its urban surroundings according to the principles of fluid dynamics engineering, submitting the architecture in evolution to an examination of the human flows that 'will flow in its vessels' and that will flow into the interior and exterior spaces of the building. The complex interactions between people in places must then be unveiled, evaluating the quality of the particular spatial situations co-responsible for triggering dynamics that are destined to assume more or less positive values⁴. It follows that, through a conscious and coherent planning of the spaces of architecture, the development of careful and participatory behaviors according to the Behavioral Architecture principles is stimulated. To this end it becomes essential to consider the theme of interactivity between people from the initial stages of the project, so as to set up a new architecture as a theater in which to establish participatory relationships and promote a fruitful exchange of experiences and knowledge between generations. The term *biophilia* has been used for the first time by some doctors in the early 1900s, then was later taken up by Erich Fromm in 1964 to describe the psychological tendency to be attracted by all what is alive, being then proposed again in 1984 by Edward O. Wilson, who detects in the human being the innate tendency to concentrate his own interests on the vital processes. *Biophilia*, that means love for life, in architecture does not start according to Stephan R. Kellert from the need to decorate buildings and cities, but to support nature as an essential source of our life. It is therefore a

matter of relating with the natural world around us, which is at the basis of all our activities. The biophilic hypothesis⁵ is based on the theoretical ideas of Darwin and evolutionists and on empirical research conducted in the second half of the twentieth century, including those of Roger Ulrich in Sweden. The hypothesis holds that the human being is genetically connected and bound to all that is vital, in a biological, emotional and cultural sense. The conclusion is that since humanity is genetically linked to nature and

4. An interesting contribution in this sense was given by DE RUBERTIS 2013.

5. See KELLERT, WILSON 1993.

Figure 11
Ruggero Lenci, *Plantae ecclesiarum*, 2017; acrylic on canvas, 200x300 cm, Rome. Variation on the theme of the work *Campo Marzio* by Giovanni Battista Piranesi. © The author.



4. Un interessante contributo in questo senso si trova in DE RUBERTIS 2013.

Figura 11
Ruggero Lenci, *Plantae ecclesiarum*, 2017; acrilico su tela, 200x300 cm, Roma. Variazione sul tema dell'opera *Campo Marzio* di Giovanni Battista Piranesi. © L'autore.

indietro di circa 250 anni fino al *Campo Marzio* di Giovanni Battista Piranesi nel quale un ipertessuto urbano è generato da una copiosissima serie di architetture diacroniche d'invenzione. Dall'analisi di questi tessuti urbani immaginati, emerge una straordinaria varietà di situazioni spaziali proprie del dominio dell'architettura e dei segni grafici. Il rapporto piranesiano tra le linee nere delle piante degli edifici e il bianco che avvolge tutto è sicuramente un archetipo grafico che, come visto, è stato ripreso tanto da

Grignani quanto da Sagmeister&Walsh e da Haring nelle su citate opere, e da altri ancora. Ed è proprio ripartendo dal genio di Piranesi, *optimus princeps* del segno grafico, che deriva il quadro dal titolo *Plantae ecclesiarum* nel quale viene proposta una possibile variazione sul tema della mirabile opera del grande incisore. In tale variazione tematica i segni planimetrici degli edifici vengono avvolti da un fluido generato da una fitta rete di esseri umani dai lunghi capelli, un humus continuo che rappresenta l'elemento verde, la natura, con la quale la città dovrebbe essere sempre più in dialogo. Attraverso il segno grafico, quindi ripercorrendone gli archetipi architettonici, i tessuti urbani introducono l'idea di biofilia, essenziale per il futuro degli habitat antropizzati.

L'idea di un'architettura biofilica nasce dall'esigenza di recuperare nel progetto la centralità dell'essere umano rendendolo co-protagonista degli spazi progettati ancor più di qualsiasi materiale costruttivo, morfologia spaziale o affermazione dell'ego del progettista di volta in volta incaricato. Per esplorare l'architettura in chiave biofilica è necessario estendere il campo d'interesse del progetto a questioni che coinvolgono un sentire più ampio rispetto al perseguimento della sola bellezza visiva, ampliando gli obiettivi del progetto alle molteplici esigenze sociali, psicologiche, funzionali, comportamentali dell'essere umano, tutte questioni che non vanno trascurate nel momento del suo attuarsi. È altresì necessario immaginare l'architettura o una parte di città sempre piena di un'umanità brulicante e dinamica, richiamando costantemente alla mente dei progettisti e dei consulenti sociologi/psicologi le plurime attività e le molteplici interazioni che avverranno negli spazi in corso di ideazione. Sarebbe inoltre utile analizzare il progetto e tutto il suo intorno urbano secondo i principi dell'ingegneria fluidodinamica, sottoponendo l'architettura *in fieri* a un esame dei flussi umani che "scorreranno nei suoi vasi" e che fluiranno negli spazi interni ed esterni all'edificio. Vanno quindi disvelate le complesse interattività tra le persone nei luoghi, valutando la qualità delle particolari situazioni spaziali co-responsabili di innescare dinamiche destinate ad assumere valenze più o meno positive⁴. Ne consegue che, attraverso una pro-

bringing us many advantages, the human being has all the interest and the duty to preserve it. However, some negative aspects remain open given that personal interests, exploitation of resources, experimentation and curiosity do not guarantee the preservation of life and a sustainable development. In the field of environmental psychology, the biophilic hypothesis finds a specific research space in the theme of the design of the artificial environment according to a system of rules whose objective is to obtain positive effects on the wellbeing of users. This hypothesis is based on that innate ability of the human being to draw regenerative energies from nature. On the themes of integration between nature and built environment, especially in the spaces recovered as part of densely built-up areas, Kellert proposes solutions making use of architectural elements that reproduce, recall or emphasize nature itself. Even a simple waiting room in a hospital, if open to the landscape or furnished with photographs of hills, sea or trees, can generate behaviors and moods more serene and tolerant. According to these principles, Kellert gave rise to the paradigm of biophilic architecture, explained in the *Table of elements and attributes of biophilic design* that contains a list of components classified into two dimensions, six elements and seventy-one attributes. The criteria adopted for the two dimensions referring to architecture are ‘organic–naturalistic’ and ‘local–vernacular’. The first refers to shapes and forms in the built environment that

reflect the human affinity for nature in a direct, indirect or symbolic way, the second to the *genius loci*, or to buildings and/or landscapes that link a certain place to one’s own culture and ecology.

In conclusion, in various countries among which Italy it is necessary to encourage those research attempts on how the human being is influenced by the quality of the spaces, the signs, the graphic archetypes and by the presence of nature and, at the same time, discourage those architectures of non–behavior that produce projects without a multidisciplinary analysis responsible for the creation of scarcely investigated spaces that generate a real behavioral regression on the part of the individuals who live them. It is in fact undeniable that a good project adds quality to the lives of its users and it is therefore essential that the spaces and graphic signs of the architecture are conformed to the needs of those who will make a real use of it, and not only on those of the mind of the inventor. These concepts do not intend to direct people’s behaviors according to rigid taxonomies of preconceived schemes, but rather to contribute not to lose sight of the centrality of man at all stages of the project – from graphics, to design, to architecture, to urban design – centrality today made at risk by the recurrence of inattentive and hasty computer operations that, ironically, are possible thanks to those symbols and graphic archetypes that, however, in most cases contribute to enhance it and illuminate it.

References / Bibliografia

- AA.VV., 2011. *Vittorio Somenzi, Antologia e Testimonianze, 1918–2003*. Mantova: Publi Paolini, pp. 439.
- BARONI, M.R., 1998. *La psicologia ambientale*. Bologna: Il Mulino, pp. 184.
- BONAIUTO, M., BILOTTA, E., FORNARA, F., 2004. *Che cos’è la psicologia architettonica*. Roma: Carocci, pp. 126.
- CANTER, D., 1977. *The psychology of place*. London: Architectural Press, pp. 198.
- DE RUBERTIS, R., 2013. *I ventiquattro luoghi dell’architettura*. Napoli: Edizioni Scientifiche Artistiche, pp. 72.
- KELLERT, S.R., WILSON, E.O., 1993. *The biophilia hypothesis*. Chicago: Shearwater Books, pp. 496.
- KELLERT, S.R., HEERWAGEN, J., MADOR, M., 2008. *Biophilic design: the theory, science and practice of bringing buildings to life*. NJ: Wiley Hoboken, pp. 432.
- KELLERT, S.R., CALABRESE, E.F., 2015. *The practice of Biophilic Design*. Available at: www.biophilic-design.com.
- LYNCH, K., 1960. *The image of the city*. MIT Press, pp. 208.
- MUNARI, B., 1996. *Prima del disegno*. Mantova: Corraini, pp. 80.
- VON DER SCHULENBURG, S., 2017, *Lo specchio della città. Architettura, ambiente e psicologia*. Saonara (PD): Il Prato, pp. 192.
- WILLIAMS, F., 2017. *The nature fix: why nature makes us happier, healthier and more creative*. New York/London: W.W. Norton&Company, pp. 304.

5. Si veda KELLERT, WILSON 1993.

gettazione consapevole e coerente degli spazi dell’architettura, viene stimolato lo sviluppo di comportamenti attenti e partecipativi secondo i principi della *Behavioral Architecture*. A tal fine diventa indispensabile considerare sin dalle fasi iniziali del progetto il tema dell’interattività tra le persone, così da configurare una nuova architettura come teatro nel quale intessere rapporti partecipativi e promuovere un proficuo scambio di esperienze e di saperi tra le generazioni. Il termine biofilia fu usato per la prima volta da alcuni medici ai primi del Novecento, quindi venne ripreso da Erich Fromm nel 1964 per descrivere la tendenza psicologica ad essere attratti da tutto ciò che è vivo, venendo poi riproposto nel 1984 da Edward O. Wilson che rileva nell’essere umano la tendenza innata a concentrare i propri interessi sui processi vitali. La biofilia, che significa amore per la vita, in architettura non nasce secondo Stephan R. Kellert dall’esigenza di decorare edifici e città, bensì da una necessità di sostenere la natura come fonte essenziale della nostra stessa esistenza. Si tratta quindi di relazionarsi con il mondo naturale che ci circonda, che è alla base di tutte le attività. L’ipotesi biofilica⁵ si fonda sulle idee teoriche di Darwin e degli evolucionisti e sulle ricerche empiriche condotte nella seconda metà del XX secolo tra cui quelle di Roger Ulrich in Svezia. L’ipotesi sostiene che l’essere umano è geneticamente connesso e vincolato a tutto ciò che è vitale, tanto in senso biologico, quanto emotivo e culturale. La conclusione è che essendo l’umanità geneticamente legata alla natura e portandoci questa numerosi vantaggi, l’essere umano abbia tutto l’interesse e il dovere di preservarla. Restano però aperti alcuni aspetti negativi dato che interessi personali, sfruttamento delle risorse, sperimentazione e curiosità non garantiscono la salvaguardia della vita e dello sviluppo sostenibile. Nel campo della psicologia ambientale l’ipotesi biofilica trova uno specifico spazio di ricerca nel tema del design dell’ambiente artificiale secondo un sistema di regole che ha come obiettivo l’ottenimento di effetti positivi sul benessere dei fruitori. Tale ipotesi si basa su quell’innata capacità dell’essere umano di trarre energie rigenerative dalla natura. Sui temi dell’integrazione tra natura e ambiente costruito, soprattutto negli spazi recuperati ricadenti

in zone densamente edificate, Kellert propone soluzioni facenti uso di elementi architettonici che riproducono, richiamano o enfatizzano la natura stessa. Anche una semplice sala d’attesa di un ospedale, se aperta verso il paesaggio o arredata con fotografie di colline, mare o alberature, può generare comportamenti e stati d’animo più sereni e tolleranti. Secondo questi principi, Kellert ha dato luogo al paradigma dell’architettura biofilica, esplicitato nella *Tavola di elementi e attributi del design biofilico* che contiene un elenco di componenti classificati in due dimensioni, sei elementi e settantuno attributi. I criteri adottati per le due dimensioni riferite all’architettura sono “organico–naturalistico” e “locale–vernacolare”. La prima si riferisce a sagome e forme nell’ambiente costruito che riflettono l’affinità umana per la natura in maniera diretta, indiretta o simbolica, la seconda al *genius loci*, ovvero a costruzioni e/o paesaggi che collegano un certo luogo alla propria cultura ed ecologia.

In conclusione, in vari Paesi tra cui l’Italia è necessario incoraggiare quelle ricerche su come l’essere umano sia influenzato dalla qualità degli spazi, dai segni, dagli archetipi grafici e dalla presenza della natura e, al contempo, scoraggiare quelle architetture del non–comportamento che producono progetti privi di analisi pluridisciplinari responsabili della realizzazione di spazi e simboli poco indagati, che generano una vera e propria regressione comportamentale da parte degli individui che li vivono. È infatti innegabile che un buon progetto aggiunge qualità alla vita dei suoi fruitori ed è pertanto essenziale che gli spazi e i segni grafici dell’architettura siano conformati sulle esigenze di chi ne farà un uso reale, e non solo su quelle della mente dell’ideatore. Tali concetti non intendono orientare i comportamenti delle persone secondo rigide tassonomie di schemi precostituiti, bensì contribuire a non perdere di vista la centralità dell’uomo a tutte le scale del progetto – dalla grafica, al design, all’architettura, al disegno urbano – centralità oggi resa a rischio dalla reiterazione di disattenti quanto frettolose operazioni informatiche che, per ironia della sorte, sono possibili grazie proprio a quei simboli e archetipi grafici che, però, nella maggioranza dei casi contribuiscono a esaltarla e illuminarla.