

## L'abito... fa il monaco!

di Michele Lanzi

Vi ricordate più facilmente cosa diceva l'ultima ordinanza comunale sui muri della città o com'è fatta una lattina di Coca Cola? Un'attenta gestione della grafica aiuta la nostra comunicazione ad essere più efficace.

- **Cosa diceva l'ultima ordinanza che il vostro sindaco ha fatto esporre sui muri della città? Non l'avete letta?** Vi ricordate cosa c'era scritto sul cartellone pubblicitario davanti a cui vi siete fermati mentre aspettavate il verde al semaforo? Ricordate solo le immagini? Leggete il vocabolario prima di addormentarvi? Vi si stancano gli occhi, con quei caratteri così piccoli? Come è fatta una lattina di Coca Cola? Scommetto che questa la sapete tutti...



Cosa hanno in comune tutte le situazioni che ho elencato? **Una forte caratterizzazione grafica.**

Se dovessimo stilare un'ideale classifica dell'importanza del contenuto informativo degli esempi che vi ho appena proposto, nella vita di ognuno di noi, al primo posto ci sarebbe sicuramente l'ordinanza del sindaco, seguita dalle definizioni del vocabolario, penultimo il messaggio pubblicitario, fanalino di coda il logo di una bibita.

**Eppure la nostra attenzione e la nostra memoria sono state colpite esattamente nell'ordine inverso:** ricordiamo tutto della lattina e solo le immagini del cartellone, ci fanno male gli occhi davanti al vocabolario e fuggiamo davanti all'ordinanza.

### LA GRAFICA È FUNZIONALE

È facile notare come un ruolo fondamentale sia giocato dagli aspetti grafici: le fotografie del cartellone pubblicitario servono ad attirare l'occhio "quanto basta" sul messaggio scritto, mentre il "muro del pianto" di caratteri fitti dell'ordinanza, scoraggiano anche il cittadino più zelante.

Morale: **le nostre scelte grafiche influenzano moltissimo la qualità della nostra comunicazione.**

Scrivere (e in senso più ampio, comunicare) bene, significa anche avere una "calligrafia", nel senso etimologico dal greco καλός (calòs, "bello") e γραφία (graphia, "scrittura"): curare l'immagine del nostro testo.

Le caratteristiche grafiche di un testo non servono solo a rendere il testo più gradevole o "accattivante", ma **sono funzionali soprattutto a renderlo più leggibile ed accessibile:** se gli occhi del nostro lettore possono orientarsi più facilmente tra le righe, più energie saranno dedicate alla decifrazione del messaggio. È ancora più importante curare questi aspetti nel caso in cui la nostra comunicazione sia rivolta ad un pubblico indeterminato: le **patologie della visione** (come ipovisione, ambliopia non corretta, daltonismo...) o **disturbi specifici dell'apprendimento** (ad esempio la dislessia) possono rappresentare un ostacolo alla comprensione e alla lettura. Anzi, diciamo le cose come stanno: **una cattiva gestione della grafica impedisce la lettura a un'ampia fascia di popolazione.**

## CON O SENZA LE GRAZIE

Possiamo superare queste difficoltà, rendendo al tempo stesso il testo più elegante e gradevole. Per farlo **dobbiamo saper usare abilmente i caratteri**, trovare le soluzioni ideali di impaginazione e sfruttare con intelligenza gli altri particolari grafici. Ecco alcuni consigli molto pratici.

Nella scelta dei caratteri (il "lettering") dovremmo **privilegiare i caratteri "a bastone"**, perché sono più "puliti", senza ornamenti che possono rendere difficile la lettura: **Arial 1234**, **Futura 1234**, **Sans Serif 1234**. Ai caratteri "a bastone" si affiancano quelli "con le grazie" cioè con le parti terminali delle astine, più o meno accentuate, diritte o oblique, raccordate all'asta principale in modo netto oppure morbido: **Times 1234**, **Bodoni 1234**, **Garamond 1234**. Possiamo riservare i caratteri con le grazie per gli inviti formali o per le comunicazioni rivolte a destinatari che conosciamo.

## QUANTO GRANDE?

La dimensione del carattere non rappresenta un problema per la scrittura digitale, in cui il lettore può regolare a piacimento la grandezza delle lettere, ma **deve essere curata con grande attenzione sui testi stampati**. Sia che preferiamo un tipo o l'altro di carattere è importante saperci limitare: evitiamo i caratteri strani, non mischiamo caratteri diversi, non mischiamo troppe modalità di scrittura (*corsivo*, **grassetto**, sottolineato o le loro varie combinazioni) E SOPRATTUTTO LIMITIAMO L'USO DEL MAIUSCOLO, CHE HA UN FORMATO MEENO VARIABLE DEL MINUSCOLO ED È DI DIFFICILE LETTURA.

## BIANCO È BELLO

**Nell'organizzare l'impaginazione dobbiamo ricordare una regola fondamentale:** "bianco è bello!". Dobbiamo consentire al-

l'occhio (e quindi all'attenzione del lettore) di "riposare" tra una riga e l'altra, **evitando le pagine piene di parole**: ricordate l'ordinanza del sindaco? **I margini** (le distanze tra le parole e il bordo del foglio) devono essere abbastanza ampi almeno un paio di centimetri) sia in alto-basso, che sinistra-destra e utilizzati coerentemente in tutto il documento. **L'interlinea** (la distanza tra le righe) consigliata è 1,5, né troppo compressa, né troppo "diluata". **La giustezza** (la lunghezza massima della riga) non dovrebbe superare la misura del lato corto di un foglio A4, tolti i margini. Nel caso in cui dovessimo utilizzare il foglio in orizzontale, sarebbe meglio non sfruttare tutto lo spazio: meglio suddividere il testo su 2 colonne.

**Evitare il testo giustificato, privilegiando l'allineamento a destra o a sinistra**: la formattazione giustificata allarga o restringe la distanza tra le lettere di una stessa parola per "riempire" le righe, questo rende difficile (a volte impossibile) per un dislessico distinguere una parola dall'altra.

Mi sembra quasi superfluo far notare che usare **i colori** per veicolare una informazione ("chiamate il numero scritto in rosso") esclude i daltonici. Se vogliamo usare un colore, troviamo anche un canale alternativo per la stessa informazione ("chiamate il numero sottolineato e scritto in rosso")

**Ogni altro elemento grafico** (tabelle, cornici, frecce...) non è un lusso superfluo, né un ornamento casuale, ma può e deve essere funzionale alla leggibilità e comprensibilità del testo, soprattutto nella modulistica. **Ma attenti a non abusarne.**

Una volta presa dimestichezza con gli aspetti grafici del testo impareremo anche ad "infrangere le regole" per creare effetti particolari, funzionali alla nostra comunicazione e scopriremo che non saranno solo i contenuti che vogliamo comunicare ad indicarci la forma migliore per presentarli, ma **le stesse scelte grafiche influenzeranno gli aspetti redazionali, aiutandoci ad esprimere in modo più chiaro ciò che vogliamo dire.**