

PUBLICA

Linguaggi Grafici
INFORMAZIONE

a cura di

Enrico Cicalò, Valeria Menchetelli, Ilaria Trizio

PUBLICA

COMITATO SCIENTIFICO

Marcello Balbo
Dino Borri
Paolo Ceccarelli
Enrico Cicalò
Enrico Corti
Nicola Di Battista
Carolina Di Biase
Michele Di Sivo
Domenico D'Orsogna
Maria Linda Falcidieno
Francesca Fatta Paolo
Giandebiaggi Elisabetta
Gola Riccardo
Gulli Emiliano Ilardi
Francesco Indovina
Elena Ippoliti
Giuseppe Las Casas
Mario Losasso
Giovanni Maciocco
Vincenzo Melluso
Benedetto Meloni
Domenico Moccia
Giulio Mondini
Renato Morganti
Stefano Moroni
Stefano Musso
Zaida Muxi
Oriol Nel.lo
João Nunes
Gian Giacomo Ortu
Rossella Salerno
Enzo Scandurra
Silvano Tagliagambe

Linguaggi Grafici

La serie Linguaggi Grafici propone l'esplorazione dei diversi ambiti delle Scienze Grafiche e l'approfondimento di campi specifici capaci di far emergere nuove prospettive di ricerca. La serie indaga le molteplici declinazioni delle forme di rappresentazione grafica e di comunicazione visiva, proponendo una riflessione collettiva, aperta, interdisciplinare e trasversale capace di stimolare nuovi sguardi e nuovi filoni di indagine. Ciascun volume della serie è identificato da un lemma, che definisce al contempo una categoria di artefatti visivi e un campo di indagine, che si configura come chiave interpretativa per la raccolta di contributi provenienti da ambiti culturali, disciplinari e metodologici differenti, che tuttavia riconoscono nei linguaggi grafici un territorio di azione e di ricerca comune.

COMITATO EDITORIALE

Enrico Cicalò
Gianluca Ciuca
Francesco Cotana
Eleonora Dottorini
Alexandra Fusinetti
Amedeo Ganciu
Adriana Marra
Valeria Menchetelli
Federica Miconi
Francesca Savini
Andrea Sias
Dario Simula
Ilaria Trizio
Michele Valentino

Tutti i testi di PUBBLICA sono sottoposti a double peer review

PUBLICA

Linguaggi Grafici
INFORMAZIONE

a cura di

Enrico Cicalò, Valeria Menchetelli, Ilaria Trizio

Enrico Cicalò, Valeria Menchetelli, Ilaria Trizio (a cura di)

Linguaggi Grafici. INFORMAZIONE

© PUBLICA, Alghero, 2025

ISBN 978 88 995 86 33 1

Pubblicazione Luglio 2025

PUBLICA

Dipartimento di Architettura, Urbanistica e Design

Università degli Studi di Sassari

WWW.PUBLICAPRESS.IT



INDICE

- 12 **I linguaggi grafici dell'informazione:
ragioni, funzioni, evoluzioni e definizioni**
Enrico Cicalò, Valeria Menchetelli, Ilaria Trizio
- 30 **I linguaggi grafici dell'informazione:
temi, sguardi ed esperienze**
Enrico Cicalò, Valeria Menchetelli, Ilaria Trizio

COMUNICAZIONE

- 48 **BIG DUCK**
Quando è la forma-che-informa
Paolo Belardi
- 68 **Caratteri di celluloidi. Scrittura, tipografia
e comunicazione nei titoli di testa cinematografici**
Nicolò Sardo
- 108 **Codici grafici e modelli informativi
nella comunicazione del messaggio
pubblicitario per immagini della 'Vespa'**
Barbara Messina, Stefano Chiarenza

TASSONOMIE

- 140 **L'ontologia al servizio della connessione dei luoghi:
il Codice Romano Carratelli**
Sonia Mollica, Nicola La Vitola

- 164 **Modello info-icone-grafico di visualizzazione e lettura dell'archivio in evoluzione per il design del prodotto imbottito *Made in Italy*. Stato della ricerca**
Anna Christiana Maiorano

CARTOGRAFIE

- 194 **Infografiche analogiche e digitali per il *wayfinding*. Sperimentazioni e modelli spaziali**
Daniele Colistra
- 218 **Il linguaggio grafico della pianificazione urbanistica**
Chiara Vernizzi
- 248 ***Mapmaking e storytelling*: antiche cronache di viaggio tradotte in infografiche e *story maps***
Marta Zerbini
- 278 **Simboli e immagini per 'informare'. La comunicazione del territorio lucano nelle mappe d'archivio**
Giuseppe Damone
- 296 **Creatività urbana e mappe interattive: costruzione di una narrativa digitale per Borgo Sant'Angelo di Roccalvecce (VT)**
Alessandra Coppola
- 322 **Dare forma al patrimonio. Esplorare il linguaggio delle mappe di comunità per la valorizzazione del patrimonio culturale**
Francesca Gasparetto, Giada Limongi, Margherita Cicala
- 344 **Il ruolo delle geo-informazioni nel processo di mappatura dei Beni Immateriali dell'UNESCO in Italia**
Alessandro Scandiffio
- 362 **Informazioni grafiche dagli archivi giudiziari: il processo al brigante Musolino**
Lorella Pizzonia, Francesco Stilo

- 384 **Sistemi Informativi Territoriali.
Evoluzione degli strumenti per la raccolta
e la gestione delle informazioni**
Dario Simula

TECNOLOGIE

- 406 **L'uovo cosmico.
Rappresentazioni tra realtà e immaginario**
Pia Davico, Jacopo Della Rocca,
Giulio Davico
- 426 **I videogiochi come strumento
di informazione educativa.
Riflessioni sulle tecnologie ludiche
per la comunicazione del patrimonio culturale**
Gianluca Barile
- 448 **Estrazione di informazioni dalle immagini
tramite algoritmi (VPL).
Due applicazioni sulle *Carceri* di Piranesi**
Sofia Menconero
- 478 **Dai dati oggettivi alle verità soggettive**
Amedeo Ganciu
- 496 ***Visual citytelling.*
Il collage come sintesi della complessità urbana
tra descrizione e immaginazione**
Michela Rossi, Sara Conte
- 516 **Una piattaforma informativa per la conservazione
e il restauro del patrimonio mobile:
il caso di *Open Restoration***
Laura Baratin, Francesca Gasparetto,
Veronica Tronconi
- 538 **La ricerca della giusta imperfezione:
app *AskGate***
Cecilia Maria Roberta Luschi, Alessandra Vezzi

- 560 **La visualizzazione delle informazioni per la ricerca nelle *humanities*: analisi comparativa dei software e applicazione alla biblioteca personale di Giuseppe Poggi**
Francesco Cotana
- 582 **Algoritmi VPL per l'in-formazione di illustrazioni animate**
Emanuela Lanzara
- 612 **Evoluzione digitale nel settore delle costruzioni: dalle norme ISO 19650 e UNI 11337 ad approcci avanzati per una gestione efficace delle informazioni connesse a modelli BIM e HBIM**
Fabrizio Banfi, Claudio Mirarchi, Alberto Pavan
- 640 ***Digital Humanities* per il patrimonio culturale: tra costruzione, conservazione e comunicazione**
Eleonora Dottorini
- 670 ***Data Driven Design*: progettare con i dati**
Giorgio Buratti, Attilio Nebuloni

INFOGRAFICHE

- 690 **Un viaggio tra simboli e colori: la segnaletica dei divieti**
Cristiana Bartolomei, Caterina Morganti, Matilde Gardini
- 710 **La comunicazione grafica delle informazioni nella progettazione tra gli anni Trenta e Quaranta**
Manuela Piscitelli
- 732 **Dal *Data Mapping* al *Visual Storytelling*, strategie per la creazione di un'identità visuale**
Marinella Arena, Sonia Mercurio

VISIONI

- 760 **Informare l'immagine per decostruire lo stereotipo di genere**
Massimiliano Ciammaichella, Stefania Catinella

- 784 **Dall'informazione alla mappa e viceversa:
ibridazioni culturali e riciclaggi estetici nell'era dell'IA**
Giovanni Caffio, Maurizio Unali
- 806 **'Informa-Azione' e *Generative AI*.**
**Segno e significato tra *Midjourney* e *ChatGPT-4o*,
l'importanza dell'input e il ruolo della semantica**
Simone Sanna
- 844 **Leggere, interpretare e ri-configurare il convento
di Santa Maria della Sanità a Napoli**
Ornella Zerlenga, Vincenzo Cirillo, Riccardo Miele
- 872 **Al vero.**
L'immanenza informativa' nei disegni a scala reale
Edoardo Dotto

Linguaggi Grafici

INFORMAZIONE

L'etimologia latina della parola informare rimanda al 'dare forma'. Per questo la parola informazione (informatio) è anche sinonimo di raffigurazione e rappresentazione. A partire da questa relazione, il volume intende indagare le diverse modalità di rappresentazione grafica e di visualizzazione delle informazioni, rivelandone le potenzialità, i ruoli, i campi di applicazione e le prospettive di ricerca.

Dal punto di vista filosofico, l'approccio informazionale ha generato riflessioni e orientamenti culturali determinanti nella successiva definizione ed evoluzione delle scienze grafiche, a partire dagli studi sulla psicologia della percezione e dalle teorie dell'estetica informazionale. Dal punto di vista tecnologico, la nascita della cibernetica e la concezione ontologica dell'informazione hanno condotto a una visione attuale del mondo inteso come 'infosfera' ovvero come spazio delle informazioni di carattere globale; le implicazioni non soltanto tecniche, ma anche sociali ed etiche di questa visione sono protagoniste di un dibattito culturale in continuo divenire.

Oggi, nell'uso comune, il termine 'informazione' si riferisce a due ambiti semantici apparentemente distinti ma nei fatti profondamente connessi, che trovano entrambi riscontro e applicazione nel campo dei linguaggi grafici.

Da un lato, possiamo intendere l'informazione come 'processo' di attribuzione di forma a un contenuto. In questo contesto, l'informazione è il risultato di un

percorso comunicativo che comprende la progettazione, la produzione, la trasmissione e la ricezione di messaggi secondo una pluralità di linguaggi (verbale, sonoro, visuale) e che realizza la connessione tra sistemi diversi. Nell'ambito delle discipline della rappresentazione, ogni attività di 'messa in forma' di immagini finalizzata alla comunicazione si configura così come un processo di informazione.

Parallelamente, con l'accezione di dato, ovvero come unità elementare di conoscenza destinata alla trasmissione e all'elaborazione mediante strumenti tecnologici di diverso tipo, il termine rimane strettamente connesso alla sfera della comunicazione.

Nell'ambito delle discipline della rappresentazione, attengono così all'informazione le applicazioni di codifica e di interpretazione dei dati, con particolare riferimento al settore delle ICT e delle loro applicazioni alle attività umane.

Il volume si propone come spazio di riflessione sull'informazione, nella sua duplice accezione di processo e di dato, con l'obiettivo di indagarne i significati, il ruolo e le applicazioni e di esplorarne i linguaggi espressivi.

Saranno accolti contributi scientifici sia di carattere generale che riferiti a specifici ambiti di applicazione o a casi di studio, sia riferiti alla storia che riconducibili all'attualità, sia di taglio teorico-culturale che tecnico-metodologico, purché approfondiscano aspetti significativi di questo campo d'indagine.

COMUNICAZIONE

**Caratteri di celluloide.
Scrittura, tipografia e comunicazione
nei titoli di testa cinematografici**

**Celluloid Typefaces.
Writing, Typography and Communication
in Film Titles**

Nicolò Sardo

Università di Camerino
Scuola di Architettura e Design
nicolo.sardo@unicam.it




OTTO PREMINGER PRESENTS



ANATOMY
of A MURDER


©COPYRIGHT MCMLIX BY CARLYLE PRODUCTIONS, INC. ALL RIGHTS RESERVED



STARRING JAMES STEWART



EVE ARDEN



ARTHUR O'CONNELL



NED WEVER
JIMMY CONLIN
ROYAL BEAL
JOSEPH KEARNS
DON ROSS
LLOYD LE VASSEUR
JAMES WATERS



MUSIC DUKE ELLINGTON




SCREENPLAY
WENDELL MAYES



DIRECTOR OF PHOTOGRAPHY

SAM LEAVITT, A.S.C.



ASSISTANT TO THE PRODUCER
MAX SLATER

COSTUME COORDINATOR
HOPE BRYCE

PRODUCTION MANAGER
HENRY WEINBERGER

ASSISTANT DIRECTOR
DAVID SILVER

TITLES DESIGNED BY
SAUL BASS

DISTRIBUTED BY
COLUMBIA PICTURES
CORPORATION

tipografia
cinema
titoli di testa
comunicazione visiva

typography
cinema
title sequences
visual communication

Il legame tra cinema e grafica ha sempre rivestito un'importanza notevole. Ha coinvolto elementi inerenti alla comunicazione – come manifesti, locandine e altri materiali stampati – ma ha anche avuto un ruolo chiave nella definizione stessa dell'opera cinematografica, a partire dai titoli di testa fino ad influenzare il progetto visivo complessivo del film.

Questo contributo si propone di esplorare quei particolari artefatti che sono i titoli di testa, focalizzandosi sull'uso dei segni e della tipografia, e mettendo in luce come le esigenze di informazione si integrino in modo creativo in modelli di rappresentazione.

I titoli di testa fungono da primo invito, un'anteprima che introduce il pubblico allo sviluppo della narrazione. In questo contesto delimitato si ha l'opportunità di comunicare stile, tono e natura dell'opera, stabilendo anche i codici per avvicinarsi alla visione del film. Pertanto, l'impiego di segni e della tipografia si rivela essere non solo rilevante, ma anche determinante nell'immagine cinematografica. Inizialmente, la comunicazione testuale era concepita esclusivamente per soddisfare aspetti 'informativi', ma con l'evoluzione del linguaggio cinematografico e delle tecniche di ripresa, i titoli di testa hanno cercato un'importante caratterizzazione formale. Le strategie progettuali variano: alcuni autori fanno interagire elementi tipografici con le immagini, mentre altri realizzano specifici artefatti grafici in cui la tipografia – da sola o in associazione con altri elementi della grafica – diventa la protagonista nell'architettura dell'artefatto.

Un aspetto cruciale di questa comunicazione è l'uso dei caratteri tipografici: grazie alla selezione dei font, alle loro dimensioni, agli allineamenti e ai colori scelti, i titoli di testa possono trasmettere una vasta

The link between cinema and graphics has always been of considerable importance. It has involved elements inherent to communication, such as posters, playbills and other printed materials, but it has also played a key role in the very definition of the film work itself, starting with the opening credits and influencing the overall visual design of the film.

This contribution aims to explore the specific artefacts that are the opening credits, focusing on the use of signs and typography, and highlighting how information needs are creatively integrated into representational models.

The opening credits act as an initial invitation, a preview that introduces the audience to the development of the narrative. In this delimited context one has the opportunity to communicate the style, tone and nature of the work, also establishing the codes for approaching the viewing of the film. Therefore, the use of signs and typography proves to be not only relevant, but also decisive in the film image. Initially, textual communication was conceived exclusively to fulfil 'informational' aspects, but with the evolution of film language and filming techniques, headlines sought an important formal characterisation. Design strategies vary: some authors make typographic elements interact with images, while others realise specific graphic artefacts in which typography, alone or in association with other graphic elements, becomes the protagonist in the architecture of the artefact.

A crucial aspect of this communication is the use of typefaces: thanks to the selection of fonts, their size, alignments and chosen colours, headlines can convey a wide range of emotions and concepts. In this way, typography plays

gamma di emozioni e concetti. In questo modo, la tipografia gioca un ruolo fondamentale, paragonabile a quello che ha nella stampa: comunicare in modo efficace e visivamente coerente, catturare l'interesse dello spettatore e anticipare l'esperienza cinematografica che seguirà.

a fundamental role, comparable to its role in printing: to communicate in an effective and visually coherent manner, to capture the viewer's interest and to anticipate the cinematic experience that will follow.

Una porta di accesso al film

La relazione tra cinema e grafica è sempre stata particolarmente significativa. Ha interessato elementi legati alla comunicazione – come nel caso dei manifesti, locandine e altri artefatti a stampa – ma, soprattutto, ha contribuito alla caratterizzazione stessa dell’opera filmica, partendo dai titoli di testa per arrivare ad impegnarsi nella definizione dello stesso progetto visivo dell’opera cinematografica. Il contributo che si propone vuole indagare su questi speciali artefatti soffermandosi sull’uso dei segni e della tipografia, evidenziando come le esigenze di ‘informazione’ si coniugano creativamente in modelli di rappresentazione.

I titoli di testa di un film sono il primo invito, la prima traccia che introduce lo spettatore allo sviluppo successivo. In questo spazio definito si ha l’opportunità di comunicare lo stile, il tono e la natura dell’opera, arrivando a fissare talvolta i codici stessi per accostarsi alla visione del prodotto filmico (Betancourt, 2017; Moynereau, 2009; Solana & Boneu, 2008; Veronesi, 2005). Così l’uso dei segni e della tipografia si mostra come componente qualificante dell’immagine cinematografica.

Se all’origine la comunicazione testuale viene sviluppata soddisfacendo esclusivamente gli aspetti informativi, con lo sviluppo del linguaggio cinematografico e delle tecniche di ripresa i titoli di testa ricercano una fondamentale caratterizzazione formale [1]. Gli approcci progettuali sono diversi: alcuni autori operano facendo interagire le componenti tipografiche con le immagini; altri definiscono invece specifici artefatti grafici in cui la tipografia – in via esclusiva o interagendo con altri elementi interni al linguaggio grafico – è la protagonista nella struttura dell’artefatto.

Il ruolo del titolo di testa acquista diverse declinazioni in rapporto al film che anticipa: a volte in opposizione, è più spesso una porta d’accesso o un vero e proprio ‘rito di passaggio’ (Tylski, 2008, pp. 81-84).

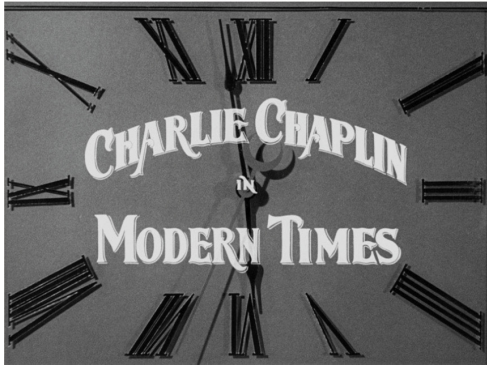
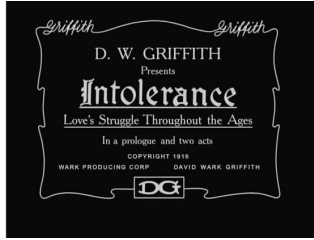
“L’inizio è anche l’ingresso in un mondo diverso” (Calvino, 2013, p. 124): così Italo Calvino definisce il “luogo letterario” in cui il lettore viene accolto nell’opera. Similmente, nel cinema i titoli di testa hanno spesso proprio questa funzione di accesso dello spettatore al racconto filmico, mostrandosi così come componenti di “transizione” e “transazione” (Re, 2006, pp. 27, 28). I titoli di testa – come incipit allegorici – ci proiettano nei territori narrativi del film stabilendo con essi vicinanze

Fig. 1
Anatomia di un omicidio (Anatomy of a Murder, USA 1959, regia di Otto Preminger). Design titoli Saul Bass.

Fig. 2
a. *Viaggio nella Luna (Le Voyage dans la Lune, Francia 1902, regia di Georges Méliès).* b. *Intolerance (USA 1916, regia di David Wark Griffith).* c. *Il navigatore (The Navigator, USA 1924, regia di Buster Keaton e Donald Crisp).*

Fig. 3
a. *Il pensionante (The Lodger, UK 1927, regia di Alfred Hitchcock).* b. *King Kong (USA 1933, regia Merian C. Cooper ed Ernest B. Schoedsack).* c. *Tempi Moderni (Modern Times, USA 1936, regia di Charlie Chaplin).* d. *Le avventure di Sherlock Holmes (The Adventures of Sherlock Holmes, USA 1939, regia di Alfred L. Werker).*

Fig. 4
a. *Il mistero del falco (The Maltese Falcon, USA 1941, regia di John Huston).* b. *Casablanca (USA 1942, regia Michael Curtiz).*



analogiche o distanze metaforiche: suggeriscono il registro interpretativo del film anche facendo uso talvolta di componenti estranee alla pellicola in sé.

Fondamentale nei titoli di testa è anche il rapporto con il substrato sonoro fatto di musica ma anche di ‘rumori’.

Pur nella loro eccezionalità, non mancano i casi di totale assenza della visualizzazione dei titoli sostituiti da una voce fuoricampo. *Fahrenheit 451* – il film di François Truffaut del 1966 [2] – inizia, spiazzando lo spettatore, proprio senza titoli di testa: questi sono sostituiti da una voce fuori campo che li declama, accompagnata da una sequenza di immagini statiche di antenne televisive. In un’opera che racconta la storia distopica di una società «senza scrittura», tale incipit trascina in maniera coerente all’interno dell’atmosfera specifica della pellicola. In realtà già nel 1963, anche Jean-Luc Godard fa iniziare la versione originale de *Il disprezzo* [3] con titoli solo parlati. Relativamente più frequente è la simultaneità di elementi scritti e voce: la possiamo trovare in *Uccellacci e uccellini* (1966) di Pier Paolo Pasolini dove i titoli di testa – oltre che visualizzati – sono recitati, anzi cantati, da Domenico Modugno [4].

Registi e titoli di testa

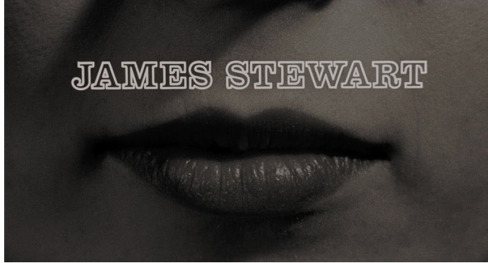
Se è indubbio che in molte produzioni la realizzazione dei titoli di testa viene demandata a specifiche società [5], nel caso di molti registi l’azione creativa inizia già nelle scelte fatte per le sequenze introduttive.

Un ruolo importante lo si può certamente assegnare a Otto Preminger per il lungo sodalizio artistico con Saul Bass che, rinnovando la progettazione dei titoli di apertura, disegnerà quelli per alcuni dei più importanti film del regista a partire da *Carmen Jones* (1954) [6] e realizzando alcuni dei titoli più riconosciuti: *L’uomo dal braccio d’oro* (1955) (fig. 21) e *Anatomia di un omicidio* (1959) (fig. 1) [7].

Anche per Alfred Hitchcock appare particolarmente significativo il rapporto con Bass che si occuperà dei titoli per tre capolavori del regista: *La donna che visse due volte* (1958) (fig. 5), *Intrigo internazionale* (1959), *Psyco* (1960) (fig. 6) [8].

Nelle opere di Stanley Kubrick è rilevante l’attenzione ai titoli di testa presenti: nei suoi film non sempre viene accreditato l’autore [9] ma in ogni caso presentano elementi di interesse che qui si vogliono

Fig. 5
La donna che visse due volte (*Vertigo*, USA 1958, regia di Alfred Hitchcock). Design titoli Saul Bass.



JAMES STEWART



KIM NOVAK



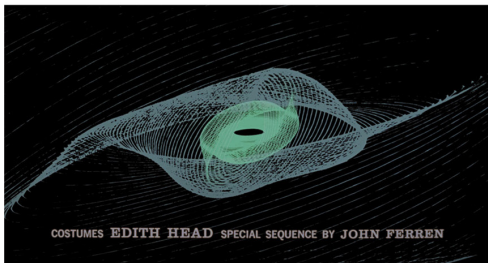
IN ALFRED HITCHCOCK'S



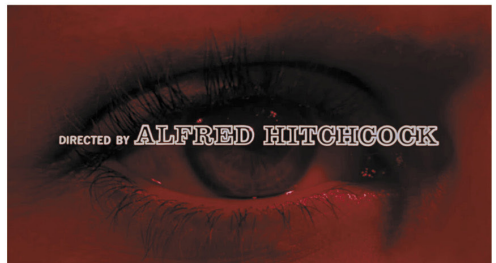
VERTIGO



ART DIRECTION HAL FERREIRA
& HENRY BUMSTEAD
SPECIAL PHOTOGRAPHIC EFFECTS
JOHN P. FULTON, A.S.C.
PROCESS PHOTOGRAPHY
FARCIOT EDOUARD, A.S.C.
& WALLACE KELLEY, A.S.C.
SET DECORATION SAM COMER
& FRANK McKELVY
TITLES DESIGNED BY SAUL BASS



COSTUMES EDITH HEAD SPECIAL SEQUENCE BY JOHN FERREN



DIRECTED BY ALFRED HITCHCOCK

sottolineare e che sono sicuramente indicativi della cura posta dal regista. I titoli di testa più riconoscibili rispetto al film sono sicuramente quelli disegnati da Saul Bass per *Spartacus* (1960) [10]: vero e proprio esempio della costruzione di un racconto che, pur se fortemente attinente ai temi del film, si configura come opera autonoma. Bass visualizza statue e scritte epigrafiche a cui si sovrappongono i testi utilizzando dissolvenze e semplici animazioni. Bass è inoltre accreditato come *design consultant* [11].

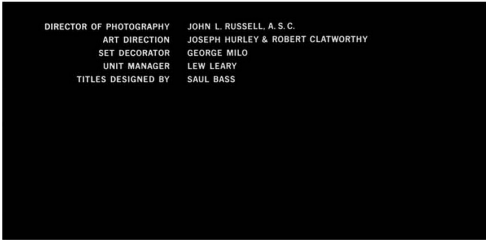
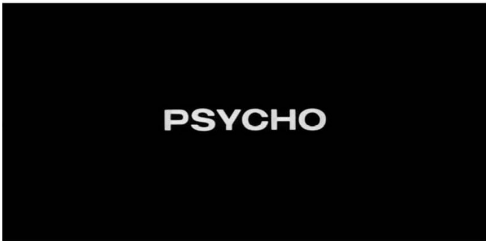
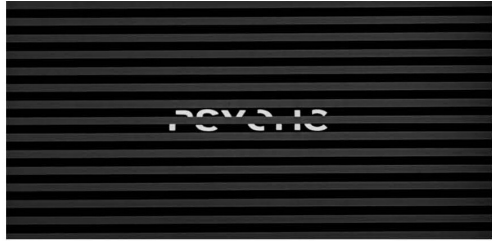
I titoli di testa di Pablo Ferro [12] per *Il dottor Stranamore* (1964) [13] hanno un'impronta del tutto speciale. Non viene utilizzato un font, ma i testi appaiono scritti 'calligraficamente' con un sottile segno bianco e contraddistinti da una particolare impaginazione che li sovrappone alle immagini delle riprese del rifornimento in volo del bombardiere (fig. 7). Il tutto con un notevole contrasto e, cosa anch'essa particolare, riempiendo tutto lo spazio del fotogramma (Heller, 1999).

Anche il cinema di Jean-Luc Godard ha dato un importante contributo allo sviluppo dei titoli di testa proponendo per questi spunti peculiari: in molti dei suoi film i titoli di testa hanno un ruolo fondamentale e, piuttosto che perseguire una riconoscibilità stilistica, sperimenta un catalogo di possibilità [14] in cui la tipografia riveste spesso un ruolo primario. In *Bande à parte* (1964) il titolo del film appare lettera per lettera; i titoli de *Les Carabiniers* (1963) si caratterizzano per l'uso della scrittura corsiva; in *Il bandito delle 11* (1965) [15] la prima «scheda» dei titoli si completa a mano a mano, aggiungendo lettere sino a fare apparire i nomi dei due protagonisti, il titolo del film e il nome del regista. In *La donna è donna* (1961) [16], *Una storia americana* (1966) (fig. 8a) [17] e *Due o tre cose che so di lei* (1967) (fig. 8b) [18] Godard mette in atto una delle caratteristiche maggiormente presente nei suoi titoli: una tipografia d'impatto con caratteri particolarmente grandi rispetto al fotogramma [19].

L'essenzialità come scelta estetica e simbolica caratterizza invece le preferenze di un regista come Pier Paolo Pasolini:

Non è certo un caso che buona parte dei titoli di testa dei film di Pasolini [...] siano composti da scritte nere su fondo bianco e non vengono preceduti da alcun prologo. Il cineasta non dimentica di essere uno scrittore e un poeta, adottando, per l'edizione della sua opera filmica, gli stessi accorgimenti dell'opera stampata. I suoi film sono come libri pubblicati da uno stesso editore, nella medesima collana, e richiedono perciò una grafica uniforme che li caratterizzi. (Di Marino, 2000, p. 81)

Fig. 6
Psyco (*Psycho*, USA
1960, regia di Alfred
Hitchcock). Design
titoli Saul Bass.



Titoli e tradizione tipografica

I titoli di testa possono strutturarsi come semplice apertura al film, come avviene nel libro con il frontespizio e le informazioni editoriali [20].

I titoli possono configurarsi come opera a sé stante, separati dal contenuto successivo; ma non sono rari i casi in cui gli elementi tipografici – in modalità diverse [21] – vengono sovrapposti alle prime scene del film, fissando così livelli diversi gerarchici tra testo e immagine.

Sostanzialmente assenti nel cinema degli albori [22], i testi con i principali crediti iniziano ad apparire nei primi decenni nel Novecento sotto forma di ‘schede’ che presentano il titolo e poche altre informazioni [23]. La scarsa considerazione data ai titoli nel cinema dei primi decenni è dimostrata anche nella mancata identificazione dei soggetti che li realizzano: un caso speciale è *Il cantante di jazz* (1927) [24] che, oltre ad essere considerato il primo film sonoro della storia del cinema, presenta l’accreditamento dei titoli [25] diversi decenni prima che ciò diventasse consuetudine.

Le cartelle con i titoli [26] venivano realizzate a mano secondo schemi derivati dalla tradizione pubblicitaria, mettendo in atto competenze calligrafiche e di lettering, accompagnate spesso da elementi decorativi come contorno. Una differenza spesso presente nei titoli di testa rispetto alla stampa è la predilezione – inizialmente nata soprattutto per esigenze tecniche e successivamente diventata una fondamentale scelta estetica – per le scritte bianche su sfondo scuro.

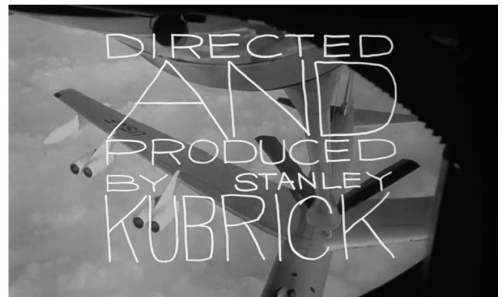
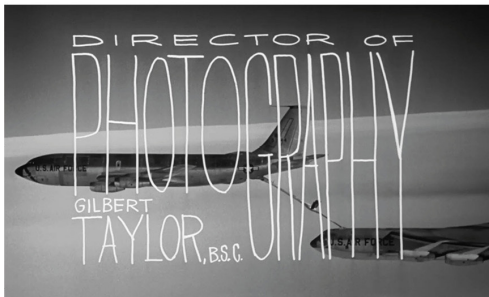
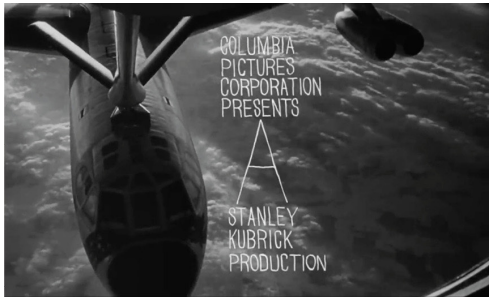
Solo a partire dagli anni Trenta, grazie anche al supporto del sonoro, si comincia a sviluppare una vera e propria arte nella configurazione dei titoli. Significativo l’esempio di *King Kong* (USA 1933) (fig. 3b) [27] dove i testi cubitali sono associati a sfondi animati. In *Le avventure di Sherlock Holmes* (USA 1939) (fig. 3d) [28] lo sfondo delle scritte è dato dalle riprese della silhouette del protagonista.

I testi iniziano a comparire sovrapposti a scene animate o vere e proprie ‘presentazioni’ del cast, come nel caso di *Via col vento* [29].

Il design dei titoli di testa si distingue per la combinazione di scelte tipografiche e l’evoluzione della sequenza, che può essere ulteriormente arricchita da effetti di animazione. Il processo di lettura – componente fondamentale della comunicazione tipografica – si arricchisce di nuove declinazioni e possibilità naturalmente

Fig. 7

Il dottor Stranamore
(*Dr. Strangelove*,
USA-UK 1964, regia
di Stanley Kubrick).
Design titoli Pablo
Ferro.



inesplorate negli artefatti a stampa: la tipografia come immagine acquista ancora più forza nello spazio dinamico. Per qualificare la tipografia come immagine, così come nella grafica tradizionale, vengono messi in gioco procedimenti basati sul contrasto delle componenti tipografiche operando sulle differenze di dimensione, orientamento, colore e peso.

Un elemento essenziale in questa comunicazione è rappresentato dall'uso dei caratteri tipografici: attraverso la selezione dei font e il loro dimensionamento, la scelta di allineamenti e colori, i titoli di testa possono trasmettere una vasta gamma di emozioni e concetti. La tipografia assume così un ruolo fondamentale, paragonabile a quello che riveste nella stampa: comunicare in modo efficace e visivamente accurato, catturare l'attenzione dello spettatore e anticipare l'esperienza cinematografica che seguirà.

Oltre alla scelta del font e del colore, la tipografia nei titoli di testa opera attraverso una varietà di tecniche: partendo da un'impostazione rigorosa e attraverso semplici transizioni del testo, perviene a complessi movimenti dei caratteri tipografici stessi. L'animazione (che talvolta si svolge come deformazione dinamica degli elementi tipografici) può anche essere utilizzata per enfatizzare determinate parole o concetti chiave nei titoli di testa, creando così un'atmosfera di tensione emotiva. Non è raro, inoltre, il caso che il titolo stesso del film venga strutturato come un vero e proprio logotipo, sottolineando così un'identità visiva che viene adoperata anche in altre parti del progetto grafico [30].

La grandezza e i rapporti geometrici (*aspect ratio*) del fotogramma sono componenti fondamentali della composizione tipografica e influenzano – insieme con la 'risoluzione' – parametri come l'allineamento e la dimensione dei caratteri [31].

Anche i principi della Gestalt sono massimamente presenti nell'organizzazione della tipografia (e degli altri segni) nella composizione dei titoli di testa: la 'legge della somiglianza' viene utilizzata spesso per identificare il 'ruolo' rispetto al 'nome' utilizzando il maiuscolo o il minuscolo, dimensioni diverse, diversi font (o una specifica caratteristica di questi) [32], differenti colori ecc. Altrettanto importante, come è facile immaginare considerando anche le specificità del 'supporto', è il rapporto tra figura e sfondo che viene utilizzato da alcuni autori anche in maniera creativa [33].

Anche nella loro conformazione più tradizionale, i titoli di testa sono spesso accompagnati da componenti grafici. Questi possono condividere lo stesso spazio come nel caso, diffuso sin nei primi

Fig. 8

a. *Una storia americana* (*Made in U.S.A.*, Francia 1966, regia di Jean-Luc Godard). b. *Due o tre cose che so di lei* (*2 ou 3 choses que je sais d'elle*, Francia 1967, regia di Jean-Luc Godard).

Fig. 9

La fonte meravigliosa (*The Fountainhead*, USA 1949, regia di King Vidor).

Fig. 10

a. *Il laureato* (*The Graduate*, USA 1967, regia di Mike Nichols). b. *Fargo* (USA-UK 1996, regia di Joel ed Ethan Coen). Design titoli Balsmeyer & Everett.

**MADE
IN
U.S.A**

**UN FILM DE JLG
JOUÉ PAR AK, LS
JPL, MF, YA, ETC.**

**PHOTOGRAPHIÉ PAR RC
MONTÉ ET SONORISÉ
PAR AG, JM, AB, RL**

2

**OU
3**

**CH OSES
QUE JESAIS
DE LLE**



decenni, di utilizzare cornici per delimitare lo spazio: un esempio tra i più significativi lo si può vedere nei titoli di *Viaggio nella Luna* [34] (1902) di Georges Méliès (fig. 2a).

A rimarcare la relazione dei titoli con la stampa tradizionale, è utilizzato frequentemente il procedimento (talvolta animato) di collocare i testi dei titoli su riproduzioni di pagine di libri o altre simulazioni di artefatti stampati. Oppure il libro appare solo come sfondo: ne *L'innocente* (1976) di Luchino Visconti dove la tipografia dei titoli si sovrappone alle immagini di una copia del romanzo di D'Annunzio che viene sfogliata. Ne *La fonte meravigliosa* (1949) [35] di King Vidor un'animazione trasforma la vista di un grattacielo in quella della copertina di un libro con il titolo del film; successivamente il libro viene sfogliato e sulle pagine vengono mostrati i testi con i crediti (fig. 9). In *Nashville* (1975) di Robert Altman nei titoli di testa appare invece una rivista dallo stesso nome del film dove nella copertina si susseguono i disegni con i volti dei protagonisti.

La scelta degli sfondi per i titoli è uno degli aspetti più importanti nel loro progetto. Non è raro l'utilizzo di testi come «texture» di base su cui sovrapporre i testi dei titoli: approccio utilizzato ad esempio da Saul Bass in *Spartacus e 9 ore per Rama* [36].

Anche lo sfondo bianco può caratterizzarsi in modi non convenzionali ed essere virtualmente realizzato con immagini: ne *Il laureato* [37] gran parte dei titoli si sovrappongono (a sinistra) al fondo bianco del rivestimento della parete dell'aeroporto insieme alle immagini del profilo del protagonista (a destra) che si sposta sul tapis roulant (fig. 10a). In *Fargo* [38], invece, a fare da sfondo ai testi è il bianco paesaggio innevato immerso nella nebbia (fig. 10b).

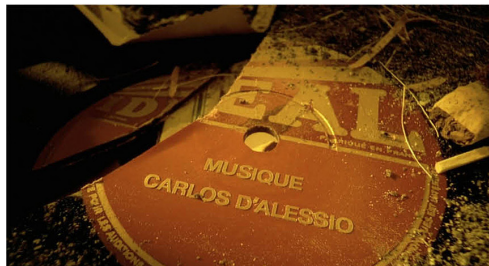
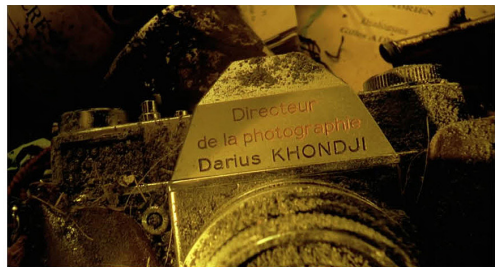
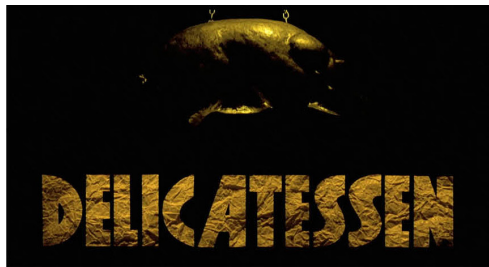
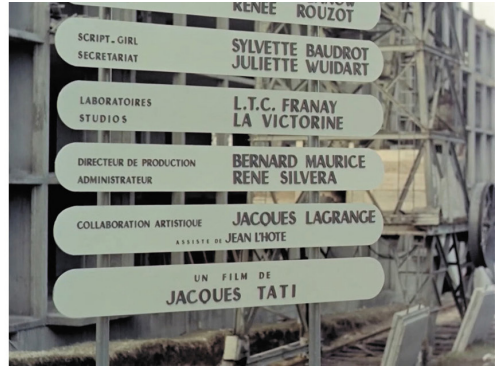
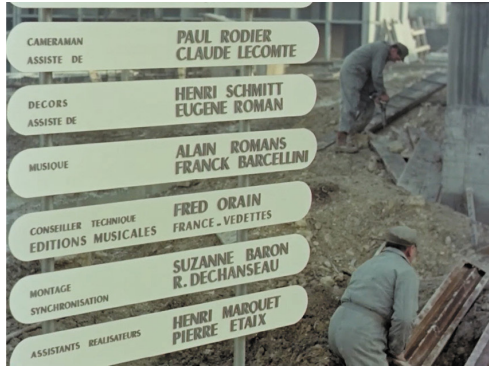
Quasi sempre le scritte dei titoli vivono in un 'ambiente' appositamente creato e accompagnato da fondi omogenei o texture (anche dinamiche); ma non mancano esempi in cui testi interagiscono con le prime scene del film come elementi 'diegetici': è particolarmente affascinante l'opzione di contestualizzare i titoli all'interno delle prime immagini del film presente spesso come espediente. Tra gli esempi più interessanti c'è il film *Mio zio* (1958) [39] di Jacques Tati, dove i titoli appaiono come cartelli nelle scene iniziali del film ambientate in un cantiere (fig. 11). Negli inquietanti titoli di *Delicatessen* (1991) (fig. 12) [40] i diversi crediti sono invece scritti – in differenti modalità – sui vari oggetti [41] ripresi all'interno di un unico piano sequenza. In *The Terminal* (2004) di Steven Spielberg i titoli vengono invece mostrati

Fig. 11

Mio zio (*Mon oncle*, Francia-Italia 1958, regia di Jacques Tati). Design titoli Pierre Étaix.

Fig. 12

Delicatessen (Francia 1991, regia di Jean-Pierre Jeunet e Marc Caro). Design titoli Marc Bruckert.



dinamicamente sui pannelli dell'orario aeroportuale. Tra questa tipologia di titoli – che è possibile considerare come diegetici – bisogna inoltre segnalare quelli per *Panic Room* (2002) [42] che rappresentano un caso significativo di integrazione tra caratteri tridimensionali [43] e suggestioni di spazialità mostrate dalle immagini di sfondo: nelle sequenze iniziali, le scritte dei crediti vengono presentate come composte da caratteri di pietra che fluttuano all'interno degli spazi urbani di New York inquadrata dall'alto (fig. 13).

Titoli e tipografia dinamica

“Visione in movimento è la presa simultanea. La presa simultanea è una performance creativa: vedere, sentire e pensare in relazione e non come una serie di fenomeni isolati. Integra e trasmette istantaneamente i singoli elementi in un insieme coerente. Questo vale sia per la visione fisica che per quella astratta.

Visione in movimento è un sinonimo di simultaneità e spazio-tempo; un mezzo per comprendere la nuova dimensione.

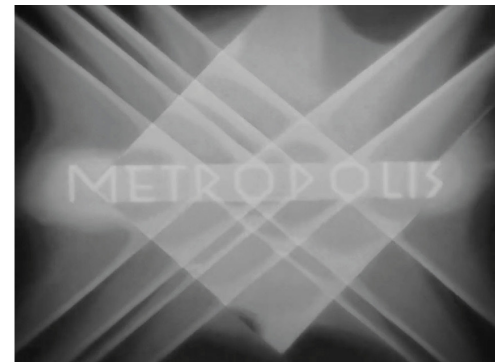
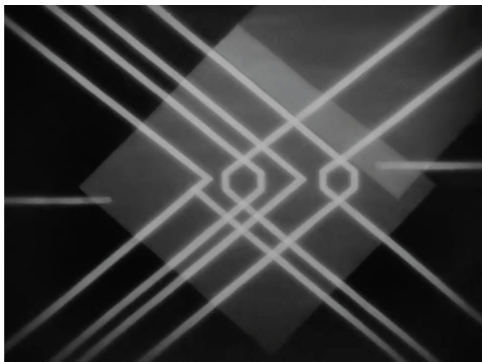
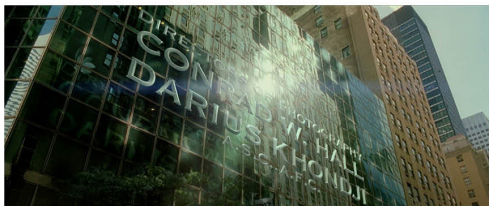
Visione in movimento significa anche pianificazione, la dinamica proiettiva delle nostre facoltà visionarie” [traduzione dell'autore]. (Moholy-Nagy, 1947, p. 153) [44].

La ‘visione in movimento’ è per László Moholy-Nagy un concetto che va oltre la semplice osservazione visiva e abbraccia una forma di comprensione attiva e creativa: visualizzare il movimento – concretamente o virtualmente – è una tensione presente nelle avanguardie artistiche del Novecento. La ripresa delle immagini in movimento permessa dal cinema ha fornito un potente strumento anche in relazione agli elementi tipografici: uno degli esiti più complessi è quello mostrato proprio da Moholy-Nagy nel suo cortometraggio *Ein lichtspiel schwarz weiss grau* (1930) [45] dove il titolo e il nome dell'autore si vedono sopra una sfera trasparente che ruota creando riflessi e ombre.

La spinta sperimentale delle avanguardie rappresenta sicuramente l'avvio di ciò che verrà sviluppato anche nella cinematografia (e di conseguenza nella creazione dei titoli di testa) [46]. La tipografia dinamica si attua attraverso il movimento e/o la

Fig. 13
Panic Room (USA
2002, regia di David
Fincher). Design titoli
The Picture Mill.

Fig. 14
Metropolis (Germania
1927, regia di Fritz
Lang).



trasformazione [47] e tali componenti si relazioneranno, con l'arrivo del sonoro, ritmicamente con il suono [48]. Altri esempi di sperimentazione su forme, luce e tipografia li possiamo trovare nelle opere di due artisti: *Ballet mécanique* (1924) di Fernand Léger e *Anémic Cinéma* (1926) di Marcel Duchamp (Brandolini, 2021). Anche ne *L'Inhumaine* (1924) di Marcel L'Herbier sono presenti dei brevi titoli animati creati a partire dalle illustrazioni di Fernand Léger [49].

Anche se in maniera molto limitata, alcuni titoli animati cominciano ad apparire, pur se in forma essenziale, già negli anni Venti. Una semplice animazione tipografica appare, ad esempio, nei brevi titoli del documentario *Berlin. Die Sinfonie der Großstadt* (1927) di Walter Ruttmann. Anche in *The Lodger* (1927) di Alfred Hitchcock si possono vedere dei titoli animati [50] realizzati da Edward McKnight Kauffer [51]. In *Metropolis* (1927) di Fritz Lang si può assistere a una breve animazione del titolo che, composto a partire da alcuni elementi grafici, compare alla fine dei titoli di testa (fig. 14).

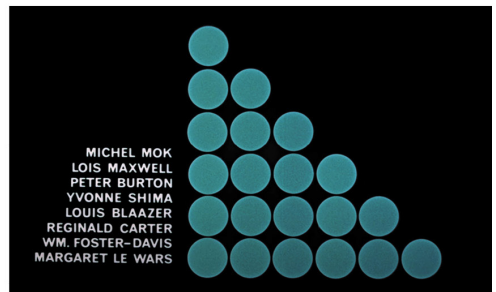
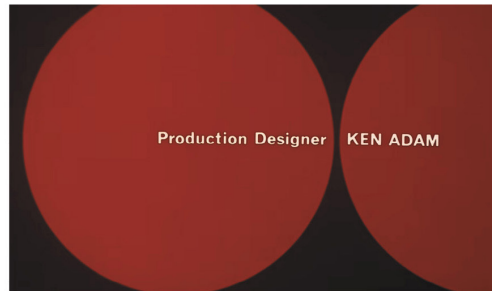
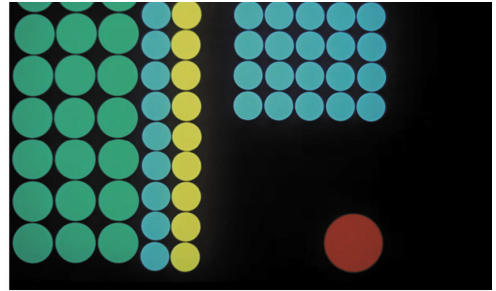
Nell'alveo di un atteggiamento sperimentale si muovono anche le elaborazioni presenti in *The Alphabet* (1968) di David Lynch dove già il titolo è rappresentativo dell'importanza delle componenti testuali nelle visioni costruite dal regista americano. Per lo sviluppo dell'animazione è stato fondamentale anche il contributo del regista Norman McLaren che ha indagato il rapporto tra ritmo sonoro e movimento, anche in relazione agli elementi testuali [52].

La tipografia dinamica comincia a svilupparsi in forma compiuta – in ambito televisivo e cinematografico – soprattutto a partire dalla fine degli anni Cinquanta utilizzando varie metodologie, sia derivate dal cinema di animazione sia utilizzando particolari dispositivi come il rotoscopio (*rotoscoping*).

Se i principi messi in atto partono dalla tradizione tipografica, la componente temporale diviene fondamentale nel definire nuovi aspetti ai testi.

A partire dagli anni Ottanta si inizia ad utilizzare il computer per la costruzione dei titoli di testa, rivoluzionandone la conformazione e innovandoli dal punto di vista estetico. È necessario però sottolineare come la ricerca di nuove forme che evocassero l'aspetto 'digitale' viene anticipata da alcune realizzazioni come nel caso dei titoli disegnati nel 1978 da Richard Greenberg per *Superman* [53] per i quali vengono utilizzate tecniche tradizionali.

Fig. 15
Agente 007 Licenza di uccidere (Dr. No, UK 1962, regia di Terence Young). Design titoli Maurice Binder.



Greenberg è anche l'autore dei titoli di *Alien* (1979) di Ridley Scott contraddistinti dall'animazione degli elementi tipografici che compongono il titolo.

Tra i grandi protagonisti già citati occupa una particolare importanza Saul Bass [54], autore che con la sua ricerca progettuale ha riassunto e fissato alcuni temi fondamentali nella definizione dei titoli di testa. Temi – ripresi anche da altri autori – che vanno dall'uso più raffinato della tipografia e di costituenti grafici dinamici che anticipano il progetto visivo del film, sino all'utilizzo di elementi calligrafici [55]. Nel lavoro di Bass si assiste – nell'ambito dell'animazione – all'interazione compiuta tra le diverse componenti:

il lavoro di Bass rivela (ed è questo probabilmente uno degli aspetti più vistosi e significativi) una profondissima attenzione per gli effetti cinetici, per la costruzione di un ritmo visivo, per la messa in movimento di forme (e tra le forme includiamo anche i caratteri tipografici) nello spazio. (Re, 2006, p. 163)

La componente testuale viene trattata, oltre che per la ovvia funzione informatica, come insieme di segni grafici:

“La tipografia doveva risaltare in modo deciso, considerati i tanti altri elementi visivi in competizione sotto l'attenzione dello spettatore. Questi stili di carattere erano anche più in linea con la complessiva estetica progettuale di Bass, che cercava di fissare l'equilibrio, l'armonia e contrasto attraverso le forme essenziali e una costruzione geometricamente precisa dello spazio dello schermo”. [traduzione dell'autore]. (Horak, 2014, p. 95) [56]

A partire dal seminale lavoro di Bass si assiste a una nuova definizione dei titoli di testa a cui partecipano altri importanti autori. Fondamentale il contributo di designer, alcuni già citati, come Maurice Binder, Stephen Frankfurt e Pablo Ferro; in anni più recenti Richard Morrison, Kyle Cooper e Manija Emran.

Tra i più importanti e influenti titoli animati realizzati da Binder si segnalano quelli per *Agente 007 Licenza di uccidere* [57] (fig. 15) e *Sciarada* [58], entrambi caratterizzati da elementi grafici bidimensionali – dal forte impatto cromatico – che interagiscono insieme alla tipografia influenzati dal ritmo della musica.

Fig. 16

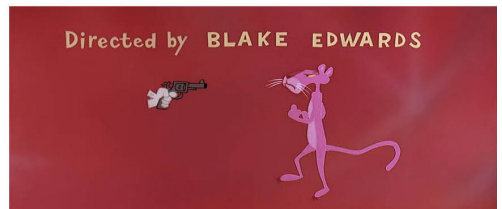
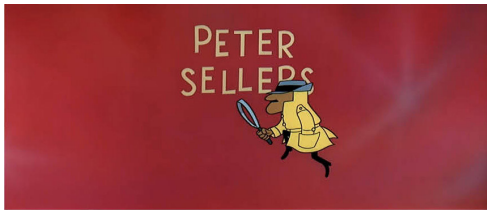
Repulsione (*Repulsion*, UK 1965, regia di Roman Polański). Design titoli Maurice Binder.

Fig. 17

Barbarella (Francia-Italia 1968, regia di Roger Vadim). Design titoli Maurice Binder.

Fig. 18

La Pantera Rosa (*The Pink Panther*, USA 1963, regia di Blake Edwards). Design titoli DePatie-Freleng Enterprises.



In *Repulsione* [59] di Roman Polański, Binder per i titoli utilizza le riprese del dettaglio di un occhio su cui appaiono e scorrono con varie inclinazioni i testi con i crediti [60] (fig. 16). Tra i titoli di Binder in cui l'animazione della tipografia è più complessa non si può non indicare *Barbarella* (Francia-Italia 1968) di Roger Vadim dove le lettere che compongono i testi si spostano, si addensano e scompongono condividendo virtualmente lo stesso spazio occupato dalla protagonista (fig. 17).

Tra le tipologie più ricorrenti di titoli di testa c'è quella in cui gli elementi tipografici agiscono all'interno di animazioni grafiche. È il caso de *La Pantera Rosa* [61] in cui si assiste all'interazione tra elementi tipografici e il protagonista dell'animazione [62] appositamente creato per i titoli (fig. 18). In Italia uno dei casi più pregevoli sono i titoli realizzati da Giulio Gianini ed Emanuele Luzzati per *L'armata Brancaleone* (1966) e *Brancaleone alle crociate* (1970) [63] (fig. 19).

Caratteri sullo schermo

La scelta del font è un processo fondamentale nel progetto dei titoli di testa. Proceede tra estetica e soddisfacimento delle esigenze di leggibilità; ma anche rispetto alle caratteristiche del film, ambientazione storica [64] o geografica [65].

Se – come avviene nel progetto di altre tipologie di artefatti grafici – i designer di titoli utilizzano principalmente alcuni font, è indubbio come si proceda con attenzione anche in sintonia con le atmosfere che si vogliono evocare prima ancora dell'inizio del film. Al contrario, l'uso di alcuni font particolarmente diffusi evidenzia invece un atteggiamento più convenzionale che tende a una sorta di 'neutralità' [66]. Così anche la tipografia partecipa nel suggerire il clima del film:

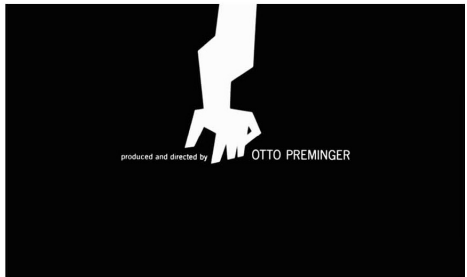
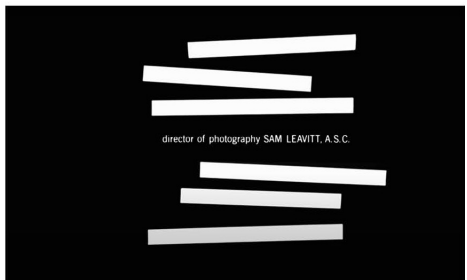
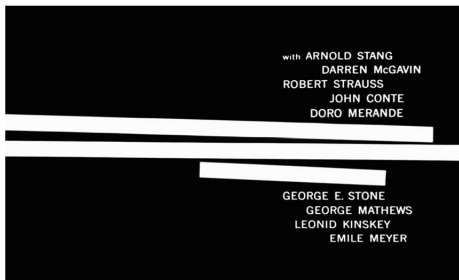
Lo stile grafico del titolo può essere collegato al contenuto dell'opera (nel caso del cinema di genere) o all'estetica del regista (se si tratta di un film d'autore). Il cinema western, l'horror o il film in costume sono gli esempi più lampanti di questa relazione: i caratteri di stampa riflettono il gusto di un'epoca o fanno riferimento a una tradizione letteraria e figurativa, anche se ridotta a icona, a elemento facilmente riconoscibile dallo spettatore. (Di Marino, 2000, pp. 79,80)

Fig. 19

L'armata Brancaleone
(Italia 1966, regia di Mario Monicelli).
Titoli di Giulio Gianini ed Emanuele Luzzati.

Fig. 20

L'uomo dal braccio d'oro (*The Man with the Golden Arm*, USA 1955, regia di Otto Preminger).
Design titoli Saul Bass.



Nelle produzioni delle origini – vista anche la necessità di realizzare le schede con i dialoghi – si assiste anche alla realizzazione di font specifici per l'uso cinematografico (Horak, 2014, p. 86): è il caso dei font *Pastel* (1892) [67], *National Old Style* (1916) [68] e *Photoplay* (1927) [69]. Altro esempio significativo sono alcuni font commissionati, tra il 1922 e il 1928, dal produttore Louis B. Meyer [70] alla Linotype (Berlow, 2007, p. 51).

Altro aspetto fondamentale è talvolta l'adesione ad una «immagine coordinata» a cui concorrono altri artefatti come i manifesti. Senza dimenticare il caso dei titoli di testa che caratterizzano i film di Woody Allen a partire da *Io e Annie* [71] (1977) dove il font utilizzato – *Windsor* nella versione *light condensed* – è un vero elemento di riconoscibilità e partecipa all'«identità visiva» delle realizzazioni cinematografiche del regista newyorkese [72].

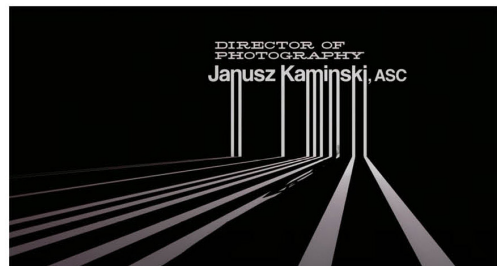
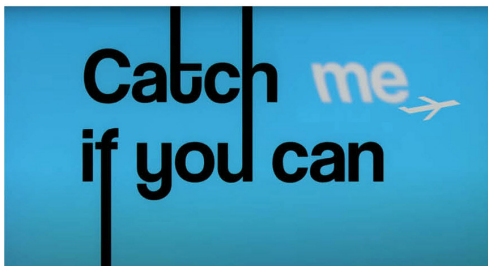
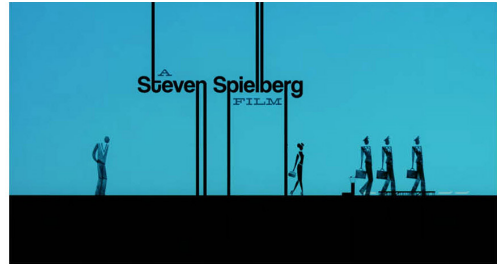
Per Saul Bass la scelta delle diverse famiglie di caratteri avviene in funzione delle loro capacità di interagire e partecipare come segni alla costruzione delle sue produzioni:

Bass sembra avere una predilezione per l'uso di forme geometriche astratte, pure, ma anche per figure riconducibili al mondo reale, quindi riconoscibili come «oggetti», che tuttavia subiscono lo stesso processo di astrazione, svincolandosi dal proprio referente (si pensi ai dettagli meccanici in *Grand Prix* o *Nove ore per Rama*); ma l'aspetto fondamentale e di radicale innovazione è che i caratteri tipografici vengono concepiti allo stesso livello, ossia, innanzi tutto, come configurazioni di linee – si vedano *L'uomo dal braccio d'oro* (fig. 20) o *Psyco* (fig. 6). In questo modo, Bass annulla quello iato tra scrittura e immagine, quel conflitto tra leggere e vedere che abbiamo visto essere costitutivo e caratteristico della sequenza dei titoli di testa. (Re, 2006, p. 163)

Un atteggiamento questo ripreso successivamente da altri autori di titoli: un caso tra i più interessanti è quello dei titoli di testa del film di Steven Spielberg *Prova a prendermi* [73], perfetto esempio di integrazione tra animazione e tipografia, anch'essa animata con alcune lettere che si deformano (solo alcuni elementi) e con citazioni stilistiche riferibili agli anni Sessanta che orientano e indirizzano lo spettatore verso la vicenda trattata nel film (fig. 21). Si può sicuramente notare la preferenza data da Bass soprattutto a font modernisti [74]: una scelta sicuramente estetica e legata anche alla formazio-

Fig. 21

Prova a prendermi
(*Catch Me If You Can*,
USA 2002, regia di
Steven Spielberg).
Design titoli Kuntzel
+ Deygas.



ne culturale del designer americano, ma anche a esigenze di leggibilità dei testi e flessibilità nell'utilizzo dei caratteri all'interno di elaborazioni dinamiche. Tra i font sicuramente identificabili nell'opera di Bass c'è *l'Helvetica* [75] che utilizza, ad esempio, in *Seconds, Grand Prix*: un font dal disegno essenziale capace di mostrarsi in contrasto con la dinamica distorsione delle immagini di sfondo del primo film e con la complessità delle immagini 'moltiplicate' del secondo. L'uso di caratteri graziati è spesso legato a film a tema storico: esemplare il caso dei titoli per *Spartacus* di Stanley Kubrick dove i caratteri scelti – il font *Clarendon* [76] – interagiscono con immagini di scritte epigrafiche. Per *L'età dell'innocenza* opta invece per un carattere corsivo calligrafico per evocare la scrittura a mano (Horak, 2014, pp. 94-101). Da evidenziare inoltre la scelta di Bass di utilizzare, a parte eventuali eccezioni per il titolo, un solo font per comporre tutta la sequenza; un caso particolare sono i titoli per *La donna che visse due volte*, dove utilizza caratteri graziati per i nomi e caratteri lineari per specificare i ruoli [77].

Si è da più parti sottolineata la preferenza accordata da Kubrick al font *Futura* [78]. A tale font è legato soprattutto *2001: Odissea nello spazio* [79], dove viene impiegato per i titoli di coda e per il materiale a stampa promozionale. Ma il *Futura* è stato utilizzato anche per il testo introduttivo a *Il dottor Stranamore* – che appare prima dei titoli di testa disegnati da Pablo Ferro – e nei titoli di testa e negli artefatti promozionali di *Eyes Wide Shut*. Nei titoli di testa di *2001: Odissea nello spazio* (fig. 22) la scelta ricade invece sul font *Gill Sans*. Salta però all'occhio la 'correzione' che viene fatta sostituendo lo zero (di forma ovale nel disegno del font) con la lettera 'O' maiuscola circolare del *Gill Sans*, il tutto finalizzato a creare una assonanza formale con le forme circolari dei corpi astrali con cui il testo del titolo condivide lo spazio dell'inquadratura [80].

L'uso del corsivo è un'altra consuetudine piuttosto ricorrente nel progetto dei titoli di testa [81]. Ciò avviene soprattutto utilizzando delle famiglie di caratteri tipografici con lo scopo di evocare la scrittura calligrafica. Tra i tantissimi casi, si segnala qui quello dei titoli di Elaine e Saul Bass per *L'Età dell'innocenza* di Martin Scorsese [82].

Anche l'uso di un vero segno calligrafico ha caratterizzato spesso il progetto dei titoli di testa: una scelta «costruttiva» esteticamente capace di evocare un particolare spirito. Oltre a Bass

Fig. 22

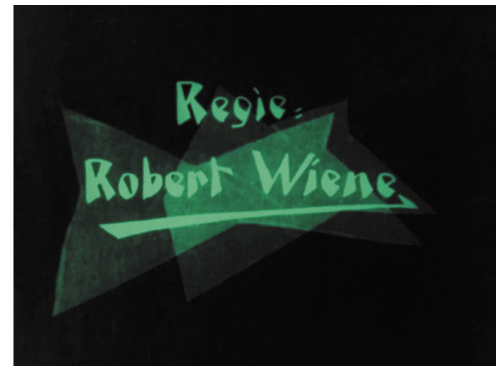
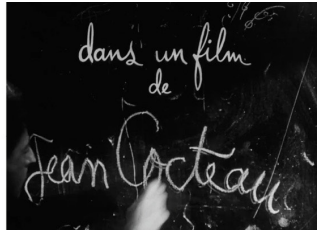
2001: Odissea nello spazio (*2001: A Space Odyssey*, USA-UK 1968, regia di Stanley Kubrick).

Fig. 23

La bella e la bestia (*La Belle et la Bête*, Francia-Lussemburgo 1946, regia di Jean Cocteau).

Fig. 24

Il gabinetto del dottor Caligari (*Das Cabinet des Dr. Caligari*, Germania 1920, regia di Robert Wiene).



[83], fondamentale è l'apporto di Pablo Ferro con i titoli per *Il Dottor Stranamore* [84] (fig. 7) di Stanley Kubrick e in anni più recenti il progetto di Kyle Cooper per *Seven* (1995) [85]. Un esempio di scrittura a mano la possiamo vedere anche nei titoli di *Caro diario* di Nanni Moretti.

La calligrafia trova la massima espressione nella visualizzazione del processo di scrittura: già nel 1904, Georges Méliès in *Le roi du maquillage* (1904) si presenta, come personaggio, disegnando e scrivendo con un gesso su una superficie nera. Nei titoli di testa de *La Bella e la Bestia* (*La Belle et la Bête*, 1946), il regista Jean Cocteau è inquadrato nei titoli di testa mentre scrive su una lavagna il suo nome e quello dei due protagonisti (fig. 23).

Deformazioni

Le deformazioni presenti nella tipografia possono riguardare i caratteri stessi che vengono modificati con interventi di lettering, oppure essere costituite da alterazioni attuate da processi dinamici. Un lettering 'deformato' è caratteristico nei film espressionisti ma anche nei film horror.

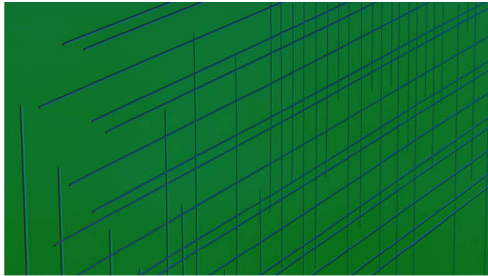
Il cinema – nelle sue declinazioni più sperimentali e legate alle avanguardie – utilizza i testi per i titoli in maniera particolarmente innovativa (Brandolini, 2021). Operazioni di lettering sono presenti ne *Il gabinetto del dottor Caligari* [86]. I titoli – sia nella caratterizzazione data al testo sia negli sfondi utilizzati – anticipano l'estetica del film. La conformazione dei titoli viene ripresa anche nelle schede dei dialoghi (fig. 24). Ma uno degli aspetti più affascinanti del film tedesco è la presenza in una scena di scritte che appaiono all'interno della scena alla fine del quinto atto [87].

Ne *Il pensionante* (*The Lodger*, UK 1944) di Alfred Hitchcock la dissolvenza che segna il passaggio da una pagina all'altra dei titoli di testa è accompagnata dalla deformazione dell'intero fotogramma (fig. 3a).

Esempi di 'tagli' e traslazioni è possibile vederli nei titoli di Bass: esemplare il caso di *Psyco*.

Le deformazioni prospettiche nascono per evidenziare il testo o per contestualizzarlo all'interno di una scena che accompagna le scritte. In *Intrigo internazionale* Bass deforma, inclinandoli, i caratteri per adeguarli alla griglia prospettica ricavata dalla facciata del palazzo dell'ONU di New York (fig. 25). In *Guerre stellari*

Fig. 25
Intrigo internazionale
(*North by Northwest*,
USA 1959, regia di
Alfred Hitchcock).
Design titoli Saul
Bass.



CARY GRANT

in ALFRED HITCHCOCK'S

NORTH BY NORTHWEST

© MCMELIX BY LODEWYCK INCORPORATED - ALL RIGHTS IN THIS MOTION PICTURE RESERVED UNDER INTERNATIONAL CONVENTIONS

CO-STARRING JESSIE ROYCE LANDIS
WITH LEO G. CARROLL
JOSEPHINE HUTCHINSON
PHILIP OBER
MARTIN LANDAU

PRODUCTION DESIGNED BY ROBERT BOYLE
ART DIRECTORS WILLIAM A. HORNUNG
& MERRILL PYE
SET DECORATIONS HENRY GRACE
& FRANK McRELVEY
SPECIAL EFFECTS & WINDHOLD GILLESPIE
& LEE LERLANG
TITLES DESIGNED BY SKULL BASS

(1977) [88] si assiste alla deformazione dell'intero blocco di testo collocato in uno spazio prospettico.

In *Seven* (1995) l'atmosfera inquietante viene evocata attraverso la fusione di movimenti imprevedibili, alterazioni di forma, trasparenze che cambiano e trasformazioni che interessano anche gli elementi tipografici (fig. 26).

La deformazione delle scritte è ottenuta in *007 Dalla Russia con amore* (1963) [89] proiettando dinamicamente i testi dei crediti sul corpo di una modella: i titoli furono ideati da Robert Brownjohn, grafico statunitense che insegnò anche nell'Institute of Design di Chicago sotto la guida di László Moholy-Nagy.

Il titolo come 'logo'

Con l'intento di rimarcare l'identità visiva del film, uno tra i procedimenti che viene messo in atto molto frequentemente nei crediti di apertura è quello di conformare il titolo dell'opera per dotarlo di una riconoscibile figurazione. Tale processo avviene quasi sempre in sintonia con un progetto integrato che interessa anche altri artefatti grafici legati alla produzione cinematografica.

Quello che si può considerare il primo esempio è *M* (1931) di Fritz Lang con la grande lettera sovrapposta al palmo della mano come una sorta di stimate (fig. 27).

Altri casi interessanti di titoli trattati come loghi sono certamente *King Kong* (1933) (fig. 3b), *Il mistero del falco* (1941) [90] (fig. 4a) e *Casablanca* (1942) (fig. 4b) [91]. Ne *Il buono, il brutto, il cattivo* (1966) [92] il titolo è caratterizzato dall'utilizzo di tipi diversi di caratteri per ognuno dei tre termini evocando simbolicamente con la tipografia il 'carattere' dei personaggi (fig. 28).

Negli anni Settanta si possono segnalare i titoli de *Il padrino* (1972) [93] dove viene utilizzato il logo – con il pittogramma che rappresenta la mano del 'burattinaio' – che era stato disegnato nel 1969 dal grafico statunitense Neil Fujita per la copertina del romanzo di Mario Puzo (fig. 29a). Anche il logo per *Guerre stellari* (1977) è sicuramente uno dei più iconici della storia del cinema: disegnato da Suzy Rice è stato utilizzato, con alcune modifiche, anche nei film successivi della saga cinematografica (fig. 29b). Interessante anche l'elaborazione per *L'ultimo imperatore* (1987) [94] dove il titolo è un lettering che utilizza il font *Antiqua Roman* [95] (fig. 29c). In anni più recenti si evidenziano i titoli/logo per i film *Pulp Fiction* (1994) [96] (fig. 28d).

Fig. 26

Seven (USA 1995, regia di David Fincher). Design titoli Kyle Cooper.

Fig. 27

M Il mostro di Düsseldorf (*M*, Germania 1931, regia di Fritz Lang).

Fig. 28

Il buono, il brutto, il cattivo (Italia 1966, regia di Sergio Leone). Design titoli Iginio Lardani.

Fig. 29

a. *Il padrino* (*The Godfather*, USA 1972, regia di Francis Ford Coppola). Design Wayne Fitzgerald (non accreditato). b. *Guerre stellari* (*Star Wars*, USA 1977, regia di George Lucas). Design titoli Dan Perri. c. *L'ultimo imperatore* (*The Last Emperor*, Cina-Italia-UK 1987, regia di Bernardo Bertolucci). Design titoli Maurice Binder. d. *Pulp Fiction* (USA 1994, regia di Quentin Tarantino). Design titoli Pacific Title & Art Studio.



SEVEN



EIN
FRITZ
LANG
FILM



IL BUONO,
IL BRUTTO,
IL CATTIVO.



STAR
WARS



PULP
FICTION

Ma ancora una volta sono alcuni dei titoli progettati da Saul Bass ad avere una qualità speciale. Soprattutto ne *L'uomo dal braccio d'oro*, *Anatomia di un omicidio* e *Psyco* si perviene, al di là della qualità della grafica dinamica dell'intera sequenza dei titoli, ad una sintesi forte nella composizione dell' 'immagine titolo' che è capace di assurgere a vero simbolo rappresentativo e mnemonico dell'opera cinematografica.

Note

[1] Bisogna sottolineare come le caratteristiche dei titoli di testa, oltre che a predilezioni estetiche, possano essere legate anche alle scelte produttive e alle disponibilità economiche.

[2] La voce che si ascolta è maschile nell'edizione originale inglese e femminile nell'edizione italiana. Il regista francese Sacha Guitry aveva utilizzato la voce come accompagnamento ai titoli scritti nei film *Il romanzo di un baro* (*Le roman d'un tricheur*, Francia 1937), *Désiré* (Francia 1937) e *Il diavolo zoppo* (*Le Diable boiteux*, Francia 1948). Altri film con titoli declamati sono da segnalare *La città nuda* (*The Naked City*, USA 1948, regia di Jules Dassin) e *Nashville* (USA 1975, regia di Robert Altman).

[3] *Le Mépris* (Francia-Italia 1963). Nell'edizione italiana, in disaccordo con il regista, furono realizzati dei tradizionali titoli scritti.

[4] Le esigenze ritmiche della base musicale portano anche a curiose alterazioni come nel caso del nome di Ninetto Davoli che viene scritto nei titoli – così come cantato, e al contrario degli altri casi – antepoendo il cognome al nome.

[5] Tra le società più importanti che si sono occupate di titoli di testa per il cinema statunitense c'è la *Pacific Title & Art* fondata da Leon Schlesinger nel 1919, un artista attivo anche nel campo dell'animazione per la Warner Bros.

[6] La lunghissima collaborazione inizierà con *Carmen Jones* (USA 1954) e interesserà, per un totale di 13 film, gran parte della carriera di Preminger sino alla sua ultima opera, *Il fattore umano* (*The Human Factor*, USA 1979).

[7] Titoli originali: *The Man with the Golden Arm* e *Anatomy of a Murder*.

[8] I titoli originali dei tre film, tutti di produzione statunitense, sono *Vertigo*, *North by Northwest* e *Psycho*.

[9] Gli autori accreditati per i titoli di testa sono i seguenti: Saul Bass per *Spartacus*; Chambers & Partners per *Lolita*, Pablo Ferro per *Il dottor Stranamore*, Chapman Beauvais (National Screen Service) per *Shining*, Chapman Beauvais per *Full Metal Jacket* e *Eyes Wide Shut*.

[10] Per il film di Kubrick Bass si servì per la prima volta della piena collaborazione di Elaine Makatura, designer entrata a far parte dello studio nel 1956 e sposata nel 1961.

[11] L'attività di Bass anche nella definizione della stessa immagine filmica non è rara: nello stesso anno viene accreditato per *Psyco* di Hitchcock, oltre che per i titoli, come *pictorial consultant*.

[12] Pablo Ferro è uno dei più importanti e innovatori disegnatori di titoli di testa per la televisione e il cinema. Nel film *Il caso Thomas Crown* (*The Thomas Crown Affair*, USA 1968), diretto da Norman Jewison nel 1968, utilizza per la prima volta l'effetto multischermo nei titoli di testa. Oltre che della progettazione di titoli di testa, Ferro si occuperà anche della cura di montaggi e della realizzazione di trailer per la promozione di film: è suo quello per *Arancia meccanica*. Cfr. anche Heller 1999.

[13] Il titolo ha anche il seguente «sottotitolo»: *Ovvero: come ho imparato a non preoccuparmi e ad amare la bomba*, tit. orig. *Dr. Strangelove or: How I Learned to Stop Worrying and Love the Bomb* (USA-UK).

[14] Sino al caso «estremo», già citato, presente in *Le Mépris* (1963) dove i titoli scritti sono completamente assenti e sostituiti da una voce che li declama.

[15] *Pierrot le Fou*.

[16] *Une femme est une femme*.

[17] *Made in U.S.A.*

[18] *2 ou 3 choses que je sais d'elle*.

[19] Lo stesso approccio lo si ritrova in *Tout va bien* (1972) dove i titoli tipografici sono introdotti dalle immagini della firma degli assegni per i costi di produzione dello stesso film. Per una panoramica sui titoli di testa del regista si veda il documentario *Les Génériques de Jean-Luc Godard* <https://www.youtube.com/watch?v=hokNWbYZj_s> (ultimo accesso il 25 luglio 2024). L'approccio alla tipografia di impatto nei titoli di testa nei film di Godard è citato da Tom Kan nel suo lavoro per *Enter the Void* (2009) di Gaspar Noé.

[20] Riguardo al parallelo con le componenti «ai margini» in campo editoriale, è interessante il parallelo con le elaborazioni fatte da Gérard Genette; cfr. Genette, 1989/1987 Nell'editoria Genette considera gli aspetti «seduttivi» della copertina che nel cinema hanno – più che i titoli di testa – i manifesti pubblicitari; cfr. Di Marino, 2000, p. 74. Sul rapporto tra tipografia e cinema cfr. anche Dutrieux, 2015.

[21] Si fa qui riferimento alle diverse possibilità, che verranno trattate più avanti, che i testi hanno di interagire con le scene filmate.

[22] Un esempio di crediti presenti nelle produzioni di fine Ottocento e negli anni successivi sono le indicazioni essenziali presenti nel breve filmato (circa 30 secondi) di Thomas Edison *Pillow Fight* (1897) dove appare all'inizio il testo «COPYRIGHT 1897 T.A. EDISON».

[23] Oltre al titolo, sono normalmente presenti la denominazione dello studio di produzione, il nome del regista e quello degli attori principali.

[24] *The Jazz Singer* (USA), regia di Alan Crosland.

- [25] L'autore è Jack Jarmuth.
- [26] La superficie di tali artefatti è opaca nel caso fosse necessario riprodurli da soli; venivano utilizzati materiali trasparenti come il vetro se era necessario sovrapporre le scritte a immagini o a scene filmate.
- [27] Regia di Merian C. Cooper ed Ernest B. Schoedsack.
- [28] *The Adventures of Sherlock Holmes*, Regia di Alfred Werker.
- [29] *Gone with the Wind* (USA 1939), regia di Victor Fleming.
- [30] Su questo tema si veda più avanti.
- [31] Rispetto al cinema del passato, in anni più recenti si è assistito a una riduzione del corpo dei caratteri utilizzati per i titoli: se questo atteggiamento funziona nella visione della pellicola nelle sale, crea spesso problemi di leggibilità nella visione domestica su un televisore.
- [32] Uso del corsivo, di diverse intensità o larghezze.
- [33] A riguardo si possono citare la costruzione del titolo di *True Lies* (USA 2004, regia di James Cameron) dove Kyle Cooper costruisce un'animazione in cui le quattro lettere tridimensionali del termine «TRUE» – ruotando e attivando visivamente proprio un meccanismo di figura/sfondo – fanno leggere «LIES».
- [34] *Le Voyage dans la Lune*.
- [35] *The Fountainhead*, USA.
- [36] *Nine Hours to Rama* (UK-USA 1963), regia di Mark Robson.
- [37] *The Graduate* (USA 1967), regia di Mike Nichols.
- [38] USA-UK 1996, regia di Joel & Ethan Coen. I titoli sono della Balsmeyer & Everett, Inc. (ora Big Film Design).
- [39] *Mon oncle* (Francia-Italia). I titoli sono stati ideati da Pierre Étaix.
- [40] Il film, prodotto in Francia, ha la regia di Jean-Pierre Jeunet e Marc Caro. L'autore dei titoli è Marc Bruckert.
- [41] Gli oggetti su cui si trovano le scritte hanno una qualche attinenza con il ruolo.
- [42] USA, regia di David Fincher. Design dei titoli: ComputerCafe e The Picture Mill.
- [43] Il font utilizzato è il *Copperplate Gothic* disegnato nel 1901 da Frederic William Goudy.
- [44] Vision in motion is simultaneous grasp. Simultaneous grasp is creative performance-seeing, feeling and thinking in relationship and not as a series of isolated phenomena. It instantaneously integrates and transmutes single elements into a coherent whole. This is valid for physical vision as well as for the abstract. Vision in motion is a synonym for simultaneity and space-time; a means to comprehend the new dimension.
- Vision in motion also signifies planning, the projective dynamics of our visionary faculties (Moholy-Nagy, 1947, p. 153)
- [45] *Un gioco di luci: nero bianco grigio*. La realizzazione di Moholy-Nagy rappresenta la concretizzazione di alcuni dei concetti espressi nel suo libro *Malerei*

Fotografie Film (Pittura Fotografia Film) pubblicato nel 1925 e ampliato nel 1927. Cfr. anche Kepes 1944/1990.

[46] Relazioni con le elaborazioni di Moholy-Nagy le possiamo trovare in alcune opere della regista e produttrice americana Mary Ellen Bute: particolarmente interessante il cortometraggio *Rhythm in Light* (1934) dove uno degli elementi caratterizzanti è anche la sincronizzazione ritmica con la base musicale.

[47] Per una disamina sugli effetti speciali utilizzati nella tipografia dinamica cfr. Yu, 2008, pp. 87-113. Cfr. anche Bellantoni & Woolman, 1999 e Hillner, 2009.

[48] Il ritmo di una sequenza si aggiunge al ritmo proprio presente nella singola immagine statica che la compone. Nel cinema tradizionale, una delle forme di dinamicità nei titoli è la visione di pagine di libri che vengono sfogliati.

[49] Fernand Léger, insieme a Robert Mallet-Stevens, parteciperà anche alla realizzazione delle scenografie.

[50] Alcune animazioni sono presenti anche nelle schede con i dialoghi.

[51] Kauffer è disegnatore di manifesti pubblicitari americano. Nei titoli l'elemento grafico ricorrente è il triangolo che rimanda sia alla forma dei biglietti che l'assassino lascia sulle vittime sia, simbolicamente, alla storia d'amore a tre.

[52] L'affascinante lavoro del regista scozzese prende le mosse a partire dalla fine degli anni Trenta utilizzando anche tecniche innovative che consistevano nel «dipingere» direttamente sulla superficie della pellicola. Fondamentale anche il contributo di Oskar Fischinger e di Mary Ellen Bute; cfr. Tylski, 2008, pp. 39,40.

[53] USA-UK, regia di Richrad Donner.

[54] Saul Bass studia al Brooklyn College e tra i suoi insegnanti c'è György Kepes, allievo di László Moholy-Nagy: ciò permette di collegare direttamente Bass anche alla grande tradizione visiva del Bauhaus e delle altre avanguardie europee. Per un approfondimento sulla figura del designer americano cfr. Bass & Kirkham, 2011 e Horak, 2014.

[55] La scrittura a mano, sotto forma di «graffiti», la troviamo nei titoli di testa di *West Side Story* (USA 1961), regia di Jerome Robbins e Robert Wise.

[56] Typography had to stand out boldly, given the many other visual elements competing for the viewer's attention. Such font styles also correlated more closely with Bass's overall design aesthetic, which sought to establish balance, harmony, and contrast through the simplest geometric forms and a geometrically precise construction of screen space. (Horak, 2014, p. 95)

[57] *Dr. No* (UK 1962) regia di Terence Young.

[58] *Charade* (USA 1963) regia di Stanley Donen.

[59] *Repulsion* (UK 1965).

[60] Nella ripresa dell'occhio appare abbastanza evidente anche il legame con i titoli disegnati da Bass per *Vertigo*.

[61] *The Pink Panther* (USA 1963) regia di Blake Edwards. I titoli sono stati ideati e realizzati dallo studio di animazione DePatie-Freleng Enterprises. Le animazioni

di alcuni dei titoli dei film successivi della serie sono state disegnate da Richard William, famoso anche per le animazioni di *Chi ha incastrato Roger Rabbit* (USA 1988), regia di Robert Zemeckis.

[62] Anche se non si tratta di una animazione, un interessante esempio di interazione tra un attore e i titoli di testa lo si può vedere in *Man on the Moon* (USA 1999) di Milos Forman.

[63] Entrambi i film furono diretti da Mario Monicelli.

[64] Utilizzare font in relazione alla collocazione cronologica delle vicende narrate nel film è piuttosto frequente. Un esempio è *Una giornata particolare* (Italia-Canada 1977) di Ettore Scola dove per i titoli di testa viene scelto un carattere che evoca un'estetica riferibile al periodo fascista.

[65] Un esempio sono i titoli in caratteri latini dal disegno che evoca i tratti degli ideogrammi cinesi: dopo *La maschera di Fu Mančiu* (*The Mask of Fu Manchu*, regia di Charles Brabin, USA 1932) diventò usuale utilizzare questa tipologia di font per i film ambientati in Oriente. Uno di questi font è il *Chop Suey* disegnato da Ross Frederick George nel 1935; cfr. Horak, 2014, p. 81.

[66] Spesso sono motivazioni funzionali a spingere i designer nella scelta di alcune tipologie di caratteri: i font «cubitali», con la loro tridimensionalità, così come nella tradizione tipografica soprattutto legata alla pubblicità, servono a dare un maggiore impatto; l'uso di varianti condensate di un carattere permette di avere un corpo maggiore a parità di giustezza dei blocchi di testo. Tra le scelte che è possibile notare nei titoli di testa c'è inoltre quella di caratteri che richiamano la stampa realizzata con una macchina da scrivere. Lo possiamo vedere, ad esempio, nei titoli di Kyle Cooper per *Mimic* (USA 1997, regia di Guillermo del Toro).

[67] Disegnato da Nicholas J. Werner e Gustav Schroeder per la fonderia Barnhart Bros. & Spindler.

[68] Disegnato da Frederic Goudy per la American Type Founders.

[69] Disegnato da Samuel Welo.

[70] Produttore e dirigente della MGM (Metro-Goldwyn-Mayer).

[71] Titolo originale *Annie Hall* (USA). Il *Windsor* è presente in tutti i film successivi sino al recente *Un colpo di fortuna* (*Coup de chance*, Francia-UK 2023). In *Manhattan* (1979), che manca dei titoli di testa, il font è utilizzato per i crediti posti alla fine del film.

[72] Il font *Windsor*, disegnato originariamente nel 1905 da Elisha Pechey, fu consigliato al regista dal progettore di caratteri statunitense Ed Benguiat.

[73] *Catch Me If You Can* (USA 2002). Il progetto dei titoli di testa è dello studio francese Kuntzel + Deygas.

[74] Su un insieme di cinquantatré titoli di testa realizzati, Bass ha utilizzato caratteri lineari in trentasette casi; cfr. Horak, 2014, pp. 95.

[75] L'*Helvetica*, denominato inizialmente *Neue Haas Grotesk*, è stato originariamente disegnato da Max Miedinger nel 1957.

[76] Il *Clarendon* è stato disegnato nel 1845 da Robert Besley. Questo font fu utilizzato da Bass, insieme al *News Gothic*, anche per i titoli de *La donna che visse due volte*.

[77] Nelle altre sue realizzazioni, Bass per differenziare queste componenti utilizzando un solo font mette in atto differenze nel corpo o nel peso dei caratteri.

[78] Cfr. Bierut, 2007 e Thomas, 2017. Si veda anche Eisele, P. (a cura di). 2016. *Futura. The typeface*. London: Laurence King, pp. 352,353. Il Futura è stato disegnato a partire dal 1927 da Paul Renner. Cfr. Bierut, 2007, Thomas, 2017 e Eisele, 2016, pp. 352, 353.

[79] *2001: A Space Odyssey* (USA-UK 1968).

[80] Il carattere *Gill Sans* è stato disegnato da Eric Gill a partire dal 1926. I due zeri che si trovano nel «2001» del titolo hanno sostanzialmente le stesse dimensioni del Sole, visibile in alto (al centro dell'inquadratura). Nel film è presente in alcune scene (su alcuni tasti e sulle schermate dei computer) anche il font *Eurostile*, disegnato da Aldo Novarese nel 1962 per la fonderia Nebiolo. L'*Eurostile* è particolarmente apprezzato come segno della modernità e presente come tale, oltre che nel film di Kubrick, in tanti altri film di fantascienza; cfr. Addey, 2018. Sul rapporto tra design grafico e immaginario legato allo spazio si veda anche Cicalò, 2017. Il font *Eurostile*, in una variante in neretto, è stato utilizzato anche per i titoli de *Il laureato*.

[81] Non è raro che il corsivo venga utilizzato insieme a caratteri lineari per differenziare nei crediti il trattamento tipografico dei ruoli rispetto a quello dei nomi.

[82] *The Age of Innocence* (USA 1993).

[83] Come già citato, in *West Side Story* una parte dei titoli appare scritta a mano sulla superficie irregolare di alcuni muri scrostati.

[84] Pablo Ferro realizzerà dei titoli non tipografici anche per *La Famiglia Addams* (*The Addams Family*, USA 1991) e *Men in Black* (USA 1997), entrambi diretti da Barry Sonnenfeld.

[85] La regia del film è di David Fincher. Nei crediti il titolo viene reso graficamente come SE7EN.

[86] *Das Cabinet des Dr. Caligari* (Germania 1920), regia di Robert Wiene.

[87] Cfr. anche Brandolini 2021. Scritte animate all'interno della scena filmica sono presenti anche in una delle scene de *L'Inhumaine* (1924) di Marcel L'Herbier.

[88] *Star Wars* (USA 1977), regia di George Lucas. La sequenza dei titoli è stata ideata da Dan Perri.

[89] *From Russia with Love* (UK), regia di Terence Young.

[90] *The Maltese Falcon*, USA, regia di John Huston.

[91] Regia di Michael Curtiz.

[92] Italia 1966, regia di Sergio Leone. I titoli di testa sono di Igino Lardani.

[93] *The Godfather* (USA) regia di Francis Ford Coppola.

[94] *The Last Emperor* (Cina-Italia-UK). I titoli di testa sono stati disegnati da Maurice Binder.

[95] Il font originale è stato disegnato da Fritz Helmuth Ehmcke nel 1907. L'*Antiqua Roman* è utilizzato solo per il titolo, gli altri testi utilizzano il font *Optima* disegnato da Hermann Zapf nel 1958.

[96] Regia di Quentin Tarantino. Il design dei titoli è della società Pacific Title & Art Studio.

Bibliografia

- Addey, D. (2018). *Typeset in the Future. Typography and Design in Science Fiction Movies*. Abrams.
- Bass, J. & Kirkham, P. (2011). *Saul Bass. A Life in Film & Design*. Laurence King.
- Bellantoni, J. & Woolman, M. (1999). *Type In Motion. Innovations in Digital Graphics*. Thames and Hudson.
- Berlow, D. (2007). *Type Specimens*. Font Bureau. Boston.
- Betancourt, M. (2017). *Semiotics and Title Sequences. Text-Image Composites in Motion Graphics*. Routledge.
- Bierut, M. (2007). Stanley Kubrick and the Future of Graphic Design. In Id., *Seventy-nine Short Essays on Design* (pp. 104-105). Princeton Architectural Press.
- Brandolini, A. (2021). Il lettering nel cinema sperimentale. *Contesto*, 2, 125-136.
- Calvino, I. (2013). Cominciare e finire (1985). In Id., *Appendice a Lezioni americane* (p. 124). Mondadori.
- Cicalò, E. (2017). Immagini "pioniere". Dalla Space Art allo Space Advertising. *XY*, 4, 66-81. <https://doi.org/10.15168/xy.v2i4.49>
- Di Marino, B. (2000). Ai margini della finzione. Per un'analisi dei titoli di testa e di coda. *Bianco & Nero*, 1-2, 74-83.
- Dutrieux, L.O. (2015). *Typographie et cinéma. Esthétique du texte à l'écran*. Atelier Perrousseaux.
- Eisele, P. (Ed.) (2016). *Futura. The typeface*. Laurence King.
- Genette, G. (1989). *Soglie. I dintorni del testo*. Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1987).
- Heller, S. (1999). Mr Rough Cut or: How a graphic designer learned to split the screen, cut the crap and tell the story (in the time it took to run the titles). *Eye*, 32, 26-33. <<https://www.eyemagazine.com/feature/article/mr-roughcut>> (ultimo accesso il 25 luglio 2024).
- Hillner, M. (2009). *Virtual Typography*. AVA.
- Horak, J.-C. (2014). *Saul Bass. Anatomy of Film Design*. The University Press of Kentucky.

- Kepes, G. (1990). *Il linguaggio della visione*. Dedalo. (Opera originale pubblicata nel 1944).
- King, E. (2004). *Taking Credit: Film title sequences, 1955-1965*. <<https://www.typotheque.com/articles/taking-credit-film-title-sequences-1955-1965-1-contents>> (ultimo accesso il 25 luglio 2024).
- Moholy-Nagy, L. (1947). *Vision in Motion*. Paul Theobald.
- Moinereau, L. (2009), *Le générique de film. De la lettre à la figure*. Presses universitaires de Rennes.
- Re, V. (2006). *Ai margini del film. Incipit e titoli di testa*. Campanotto.
- Solana, G. & Boneu, A. (2008). *Uncredited. Diseño gráfico y títulos de crédito*. Index Book. (Opera originale pubblicata nel 2007).
- Thomas, D. (2017). *Over the Moon for Futura*. In Id., *Never Use Future* (pp. 86-101). Princeton Architectural Press.
- Tylski, A. (2008). *Le générique de cinéma. Histoire et fonctions d'un fragment hybride*. Presses Universitaires du Mirail.
- Veronesi, M. (2005). *Le soglie del film. Inizio e fine nel cinema*. Kaplan.
- Yu, L. (2008). *Typography in Film Title Sequence Design*. [Master dissertation, Iowa State University]. Iowa State University digital repository. <https://doi>.

