

Semiotica per aeroporti.

I pittogrammi di viaggio tra identità visive e aperture all'alterità

Salvatore Zingale, Daniela D'Avanzo

Abstract. The semiotic perspective on the tourism cannot forget to take into consideration the places of travel and the places of transit. Among these, the airports have a particular relevance, being one of the main access points for the touristic flows. They are often seen as small self-standing citadels, with their own identity given by being a place of intra- and intercultural exchange. Both small and big hubs see the intertwining of different cultures and the necessity to communicate efficiently for each of them. One of the inevitable communication tools in an airport is wayfinding, the orientation system that guides passengers both in functional places and in places to rest, helping travelers during all their journey, from the entrance in the airport to their final destination. To succeed in a way of communicating that has to be linguistical and cultural transversal, wayfinding systems are made of an intertwining of elements, related to each other to facilitate the comprehension beyond the national languages. One of the main elements that goes in this direction is the pictogram. The aim of this paper is to investigate the communicative efficiency of the pictogram systems in airports located in different places, with different cultures and languages, in order to observe (i) to which extent the tendency towards a universalization of the pictographic language is affirming itself, (ii) on the other side, how far the preservation and display of aspects of identity persists, (iii) if and how there may be possible developments for a more efficient translanguistical communication, between the affirmation of the cultural identities and the opening to the alterities that the tourism brings together. To this extent three case studies have been considered: the wayfinding systems and related pictographic systems of Schipol Airport, Koln-Bonn Airport and Hamad Airport.

1. Introduzione

Considerato dalla prospettiva del design della comunicazione, l'esperienza turistica presenta alcune questioni che riguardano la comunicazione sovranazionale e interlinguistica, transculturale e inclusiva, predisposta alla traduzione intersemiotica e alla comprensione tanto immediata¹ quanto univoca degli artefatti di comunicazione. Si tratta di una comunicazione che renda agevole le fasi di transito e di passaggio, in grado di affrancare la mente del viaggiatore da quello *sforzo di trattamento* delle informazioni (o *sforzo cognitivo*) di cui parlano Deirdre Wilson e Dan Sperber nella loro Relevance Theory: “Lo sforzo di trattamento è un fattore negativo: *četeris pàribus* maggiore è lo sforzo di trattamento, minore è la pertinenza” (1986, p. 189). Nel nostro caso: tanto più lavoro interpretativo viene richiesto al viaggiatore (conoscere la lingua del posto o il *basic english*, individuare dove si trovano i segnali di cui si ha necessità, averne una chiara percezione e leggibilità, comprendere il significato denotato, saper eseguire la performance richiesta ecc.), tanto meno atti e artefatti di comunicazione si pongono al servizio dell'utenza, compromettendo l'ottenimento di un *beneficio cognitivo*.

In particolare, sono i luoghi di transito e di sosta momentanea che richiedono un progetto di comunicazione non solo accurato graficamente, ma soprattutto *logicamente* e *semioticamente*

¹ L'aggettivo *immediato* va qui inteso come “Esente da ogni possibile motivo di impedimento o ritardo” (Devoto, Oli 1971), ossia senza necessità di ulteriore spiegazione o forma di traduzione.

congegnato, perché la disposizione degli artefatti segnaletici² rende il luogo un testo con anche una funzione istruzionale, una sorta di ipertesto che rende evidenti nodi e connessioni e che si interpone o sovrappone al testo architettonico propriamente percepito. Stazioni, porti e aeroporti, così come ospedali, scuole, musei, edifici a funzione pubblica: questi e altri tipi di spazi raramente hanno la capacità di comunicare la propria struttura architettonica e le diverse destinazioni funzionali. La “lingua architettonica” – di cui già pionieristicamente negli anni Sessanta teorizzava Giovanni Klaus Koenig (1964)³ – non sempre assolve al compito di comunicare la strutturazione della propria planimetria, né di permettere ai visitatori la costruzione di una adeguata mappa mentale del luogo (Golledge 1999). Al contrario, rare volte il progetto architettonico è concepito anche per favorire l’orientamento al suo interno o per mettere in evidenza il suo schema sotteso (Mijksenaar 1997). La chiara leggibilità dei percorsi e il conseguente reperimento delle mete vengono così affidati al design del sistema di orientamento, il quale si comporta come un *testo* che rende servizio a un *altro testo*.

Fra i molteplici aspetti progettuali che interessano un progetto di segnaletica, in particolare quello di un aeroporto, qui ne prendiamo in considerazione due. Il primo: il ricorso al pittogramma, da intendersi come aspirazione a un sistema di significazione visivo tendenzialmente – ossia asintoticamente – universale⁴ e indipendente dalle differenze linguistiche. Il secondo: la tensione tra modalità di espressione altamente denotative, con il ricorso a schemi standardizzati per una visualità uniformata, e la figurazione connotativa cui si ricorre sia per marcare l’identità visiva del progetto grafico sia per collocarlo nel suo contesto culturale.

Spesso questi due aspetti si intersecano e completano, specie negli aeroporti di interscambio, come se l’assolvere al compito della chiarezza denotativa dell’informazione contenuta nel pittogramma (e nel sistema grafico adottato) sia la condizione per poi offrire al viaggiatore un’immagine connotata del luogo. Si tratta, ad esempio, di una strategia comunicativa esplicitamente adottata nel design dei pittogrammi delle olimpiadi a partire da Barcellona 1992 fino alle edizioni più recenti (Fig. 1).



Fig. 1 – Il pittogramma per “Atletica leggera” in quattro olimpiadi, con chiari riferimenti alla cultura figurativa locale. Da sinistra a destra: Barcellona 1992 (con richiamo a Mirò), Sidney 2000 (con richiamo al boomerang), Atene 2004 (con richiamo alla pittura vascolare attica), Pechino 2008 (con richiamo all’ideogramma).

² Non si tratta solo dei “cartelli” propriamente detti, ma dell’insieme degli elementi che strutturano la testualità di un sistema segnaletico: l’uso dei colori, il calcolo delle distanze, la presenza di *landmark* e di *prop*, e in genere di ogni elemento visivo atto a “far notare”, a “far memorizzare”, a “far riconoscere” e a favorire il lavoro inferenziale-interpretativo (cfr. Zingale 2010, 2012 e 2015).

³ Cfr. anche Giannitrapani (2013).

⁴ L’aggettivo *universale* rinvia qui a un doppio riferimento: uno all’Universal Design (Goldsmith 2000); l’altro a un classico della filosofia, alla *Clavis universalis* (cfr. Rossi 1960).



In questo contributo, più che una analisi semiotica del pittogramma in termini di testualità plastica e figurativa, intendiamo proporre alcune considerazioni sulla sua efficienza comunicativa⁵, per poi passare a una breve rassegna di casi studio di aeroporti che presentano progetti di segnaletica particolarmente accurati. La prospettiva a cui questo articolo fa riferimento è quindi quella del Design for All, una visione progettuale che mira a permettere a tutti di accedere con pari opportunità a prodotti, ambienti e servizi in considerazione di ogni forma di diversità umana⁶.

Gli aeroporti sono infatti uno dei luoghi innegabilmente legati allo scambio interculturale, vedono l'avvicinarsi di viaggiatori tra di loro molto differenti sia per provenienza culturale sia per motivazioni al viaggio, la maggior parte delle quali legata al turismo. Se facciamo riferimento ai dati relativi al periodo precedente alla pandemia da COVID-19, vediamo come nel 2018 il 58 per cento degli spostamenti turistici internazionali siano avvenuti attraverso il trasporto aereo (ATAG 2020). Una percentuale che se fino ad allora era cresciuta negli anni, con l'avvento della pandemia ha subito un'improvvisa decrescita, così come tutto il settore del traffico aereo (Papatheodorou 2021). Ad oggi, vediamo comunque come la maggior parte degli spostamenti aerei sia legata al settore turistico⁷, mentre gli spostamenti aerei per motivi di lavoro, l'altra grande parte del traffico aereo, costituiscono solo il 12 per cento dei passeggeri aerei (Investopedia 2022). Qualsiasi sia la ragione alla base dello spostamento, l'aeroporto è innegabilmente un luogo di incontro in cui il wayfinding diventa non solo occasione per fornire un sistema di orientamento e un'identità visiva all'aeroporto, ma anche per proporre una comunicazione translinguistica in grado di aprirsi alle diverse relazioni di alterità che la natura del luogo comporta.

2. Sul pittogramma

Per quanto una semiotica della scrittura (ossia una grammatologia semiotica) non abbia ancora trovato una estesa applicazione, diversi sono gli studi che in vario modo si sono interessati a questo campo⁸. Fra gli storici della scrittura⁹ prevale spesso un'idea filogenetica, dove i vari sistemi grammatologici vengono visti come parte di un ideale percorso evolutivo in continuo perfezionamento che conduce alla forma di scrittura ritenuta migliore: l'alfabeto (cfr. Cardona 1981, p. 21 e segg.). Questa visione non tiene tuttavia in conto che ogni sistema grammatologico presenta forme proprie di significazione, non necessariamente derivanti da quelle precedenti. Inoltre, diversi sono i sistemi di scrittura elaborati *dopo* l'invenzione dell'alfabeto, fra cui i più noti e importanti sono il sistema di notazione musicale e le simbologie in logica, matematica e in altre scienze.

⁵ Il termine *efficienza*, inteso come l'accuratezza e la completezza degli obiettivi raggiunti in relazione alle risorse spese, viene qui impiegato in riferimento all'usabilità di sistemi, prodotti o servizi (cfr. www.iso.org/standard/77520.html).

⁶ Cfr. Accolla (2009); Steffan (2012); Di Bucchianico, Kercher (2018).

⁷ Per turismo si possono intendere gli spostamenti per scopi legati non solo al piacere ma anche ad altre attività, quali ad esempio visite familiari e attività mediche. Potrebbero essere inseriti in questa categoria anche i viaggi legati a motivi di lavoro (Tureac 2008), ma poiché il settore aereo tende a segmentare i viaggiatori in tre macrocategorie (Business, Leisure, e Visiting Family and Relatives), accorpando gli ultimi due da un punto di vista del marketing, li considereremo a parte (Lin, Zhang 2021).

⁸ Fra questi ricordiamo: Cardona (1981); Valle (2002); Scrivano (2007); Zaganelli (2008); Perri (2016). Oltre a ciò, va ricordato, fra gli altri, il seminario del Centro di semiotica e linguistica di Urbino nel 2005 "Immagini del testo: dalla calligrafia alla stampa. Per una semiotica dell'ideogramma", coordinato da Anne-Marie Christin e Jacques Dürrenmatt.

⁹ Fra i quali in particolare ricordiamo: Gelb (1952); Février (1984); Cardona (1981, 1986); Goody (1986); Harris (2000); Bocchi, Ceruti (2002).



Ciò ci porta a considerare il *pittogramma segnaletico*¹⁰ come una forma di espressione grammatologica che può essere considerata anche autonomamente. Lo definiamo come una *unità testuale* grafica il cui scopo è: 1. denotare in modo univoco uno specifico oggetto di significazione (un artefatto, un luogo, un'azione, un concetto ecc.); 2. avere funzione di guida nelle azioni fisiche e/o mentali di un utente (dove dirigersi, quali operazione logiche eseguire, come riconoscere i diversi ambiti di un sistema ecc.); 3. marcare l'identità di un luogo o di una istituzione (in questo senso anche un logotipo è un pittogramma complesso). In alcuni casi il pittogramma è, secondo la definizione di Ignace Gelb (1952, p. 19), tanto un *logogramma*, una unità grammatologica che corrisponde a un lessema, quanto un *fraseogramma*, quando il contenuto viene tradotto in un enunciato, specie di tipo performativo: istruzioni su che cosa è possibile, consentito o vietato fare. In entrambi i casi, ogni pittogramma, come detto, non può prescindere dal sistema testuale cui appartiene, anche qualora questo sia costituito da un unico pittogramma.

Se così possiamo affermare che il pittogramma è di fatto qualsiasi forma di rappresentazione figurativa che si comporta come scrittura, un pittogramma segnaletico è in grado di significare (e di comunicare con beneficio cognitivo dell'utente) nel caso in cui rispetti i seguenti requisiti: 1. *somiglianza*: permettere di riconoscere nella propria configurazione (*Gestalt*) un elemento o carattere pertinente dell'oggetto significato; 2. *connessione*: permettere di essere posto indicialmente in relazione logica e/o topologica con l'oggetto di ricerca dell'utente; 3. *stilizzazione*: riprodurre l'oggetto significato in modo pertinente, sintetico e memorizzabile; 4. *generalizzazione*: un pittogramma non denota mai un oggetto particolare, ma un oggetto generale e presente in quanto tipo cognitivo (Eco 1997) nell'enciclopedia di ogni viaggiatore¹¹; 5. *convenzionalità*: in quanto elemento grammatologico, un pittogramma rientra inevitabilmente in un codice già definito o che acquista la sua definizione attraverso l'uso e la consuetudine; 6. *sistematicità*: un pittogramma segnaletico non agisce mai isolatamente, ma appartiene a un circoscritto sistema di significazione grafico, sia esso relativo a un evento (come i giochi olimpici), a un luogo (una stazione, un aeroporto, un ospedale), a un sistema operativo, secondo una coerenza grafica e a una articolazione sintattica.

Stando a questi requisiti, se opportunamente sviluppata, la pittografia può utopisticamente essere vista come la prima candidata alla formazione di una *clavis universalis* (Rossi 1960; Eco 1993), un sistema di significazione in grado di mettere in dialogo, seppure per fini limitati, persone di diverse lingue e culture. I luoghi di transito vanno quindi visti come un banco di prova, anche se fino a ora prevale la necessità di ricorrere al pittogramma solo per assolvere a esigenze pratiche. Eppure, diversi sono i progetti di sistemi di orientamento (wayfinding) che vanno oltre la mera funzionalità, dove il designer sembra avventurarsi verso dimensioni di "significanza", oltre che di comunicazione e di significazione (Barthes 1982).

3. I pittogrammi e i mezzi di trasporto

L'attenzione del design grafico intorno al tema del linguaggio pittografico si è fatta più alta negli anni Sessanta del Novecento. In quel periodo il lavoro di ricerca grafica e progettuale sui pittogrammi seguiva due filoni paralleli di sviluppo: il primo è quello dei pittogrammi progettati, spesso da designer rinomati, per eventi di portata mondiale come i giochi olimpici, di cui è un primo esempio il set di pittogrammi per le Olimpiadi di Tokyo del 1964; il secondo è quello dei pittogrammi delle organizzazioni di

¹⁰ Ci sia consentito questo neologismo. Come detto, non è questa la sede per una disamina esauriente sulla "semiotica del pittogramma", anche perché solo una sua corretta definizione richiederebbe un attento esame critico.

¹¹ Secondo Eco (1997) il *tipo cognitivo* è uno schema mentale (non solamente morfologico) che consente a un individuo di riconoscere in una data occorrenza, come ad esempio la figura rappresentata in un pittogramma, un "oggetto eletto a paradigma" a partire da una precedente esperienza percettiva di quell'oggetto (Eco 1997, pp. 109-111). Riconoscere e comprendere un pittogramma, al di là della sua peculiarità figurativa, significa quindi collegare a un determinato *token* il corrispondente *type*.

trasporto, sviluppato prevalentemente negli uffici tecnici da progettisti rimasti per lo più anonimi, e che vede una prima formalizzazione a partire dal set sviluppato nel 1963 dall'*Union International des Chamin de Fer*, la principale organizzazione ferroviaria internazionale nel mondo occidentale (Bakker 2012, 2021). Questo secondo filone, sebbene meno riconosciuto, può aver esercitato un'influenza maggiore sugli attuali sistemi di pittogrammi di quanto generalmente si creda, specialmente per quanto riguarda l'immagine rappresentata. Questo perché i pittogrammi sviluppati per i giochi olimpici e le esposizioni mondiali avevano un carattere più effimero, venendo dismessi al termine degli eventi, mentre quelli per i sistemi di trasporti avevano una caratteristica di riproducibilità in contesti diversi e soprattutto di durabilità nel tempo (Bakker 2021).

Questa disparità risulta evidente se consideriamo quanto siano ben noti i pittogrammi di Otl Aicher per i giochi olimpici di Monaco del 1972, mentre pochi conoscono quelli per l'aeroporto di Francoforte sul Meno progettati dallo stesso designer nel medesimo anno. Alla fine degli anni Sessanta lo scalo di Francoforte stava già diventando uno degli hub più frequentati dell'Europa, e insieme al traffico aereo iniziava a crescere anche l'esigenza di una comunicazione aeroportuale translinguistica e sempre più inclusiva. Gli aeroporti stavano infatti diventando luogo di transito per una moltitudine di persone, un incrocio di culture, uno spazio di scambio intra- e interculturale: in questo processo la comunicazione e il wayfinding non potevano non ricoprire un ruolo fondamentale. Mai come in altri contesti, infatti, negli aeroporti i sistemi segnaletici caratterizzano tanto l'identità del luogo quanto la variegata alterità di lingue, abitudini, culture. Per tali ragioni l'innovazione di Aicher per l'aeroporto di Francoforte, rispetto ad altri sistemi di wayfinding, riguardò l'introduzione di un codice colore e dell'articolazione sistematica dei novantacinque pittogrammi con funzione primaria.

Accompagnando il viaggiatore in tutto il suo percorso, dall'ingresso fino al gate, la segnaletica aeroportuale rappresenta inevitabilmente il carattere identitario del luogo. Allo stesso tempo, avendo una funzione prevalentemente informativa, il pittogramma di un sistema segnaletico dev'essere in grado di comunicare trasversalmente, superando ogni tipo di differenza fra gli utenti. La *via semiotica* per ottenere un tale risultato consiste a nostro avviso sia nel progettare pittogrammi che richiedano un livello di alfabetizzazione il più basilare possibile, sia suggerendo essi stessi il lavoro inferenziale indispensabile per essere interpretati (la *ratio difficilis* di Eco 1975)¹².

4. La scelta dei casi studio

Nei casi studio che seguono considereremo tre diversi approcci all'uso dei pittogrammi in ambito aeroportuale, con caratteristiche fra loro differenti ma che presentano una forte chiarezza denotativa per marcare proprio attraverso la grafica del pittogramma l'identità del luogo.

Il primo caso studio è l'aeroporto Schipol di Amsterdam progettato dallo studio Mijksenaar della medesima città. Il sistema segnaletico dell'hub olandese concepisce i pittogrammi come un vero e proprio linguaggio che possa essere riconosciuto e compreso, idealmente, così come ogni altra lingua (Berger 2009). I pittogrammi vengono pertanto integrati nella segnaletica al pari degli altri elementi comunicativi con la finalità di cercare di rendere il sistema il più accessibile possibile.

Il secondo caso studio è l'aeroporto di Colonia, progettato da Integral Ruedi Baur di Parigi, che usa il sistema pittografico in maniera più espressiva. Il pittogramma diventa infatti l'elemento centrale della comunicazione in grado di vivere sia nella sua funzione primaria di simbolo denotante sia secondo una propria *significanza* indipendente, spingendo la comunicazione aeroportuale verso un livello che potremmo definire "narrativo" e sicuramente "giocosso".

¹² Si tratterebbe in questo caso di una "affordance semiotica o inferenziale" (Zingale 2009, pp. 108-110), come se un pittogramma contenesse implicitamente anche le "istruzioni per la lettura" necessarie.



Il terzo caso studio è il sistema segnaletico per una specifica area dell'aeroporto internazionale di Hamad in Qatar, progettato da Studio FM di Milano. In questo progetto i pittogrammi vengono usati in maniera convenzionale; tuttavia, la costruzione di ogni figura fa sì che siano portatori di un esplicito e marcato riferimento alla cultura del luogo.

5. L'aeroporto di Amsterdam Schipol (Mijksenaar Bureau)

La riflessione di partenza alla base del progetto segnaletico di Schipol è quella che abbiamo più volte evocato: gli aeroporti come luoghi sì funzionali al viaggio, ma che si situano all'incrocio fra culture e provenienze diverse, e quindi come luoghi di incontro fra indefiniti *altri da sé* e modi diversi di comportarsi e di comunicare (Mijksenaar 2017). Per questa ragione la segnaletica deve mirare il più possibile a un'accessibilità trasversale, a essere idealmente leggibile e comprensibile da ogni passeggero, a prescindere dalla lingua parlata, dallo stato emotivo-cognitivo, in ogni momento del proprio viaggio. Su questi concetti si basa lo studio Mijksenaar nella progettazione, nello sviluppo e nel mantenimento del sistema segnaletico dell'hub olandese.

5.1. Una panoramica storica

Paul Mijksenaar, fondatore dell'omonimo studio, venne chiamato prima come consulente, nel momento di maggiore espansione dell'aeroporto, per poi vincere, all'inizio degli anni Novanta, l'appalto per la segnaletica, in concomitanza con l'inaugurazione del nuovo terminal. Gestisce quindi da ormai oltre trent'anni il sistema di orientamento dell'aeroporto di Amsterdam Schipol.

Il primo sistema di wayfinding per Schipol fu progettato da Benno Wissing, di Total Design, progetto che non fu però seguito nel tempo dai designer grafici dello studio, lasciando agli addetti interni dell'aeroporto la possibilità di modificare, aggiungere e cambiare i segnali a seconda delle necessità, dando vita a un disordine formale e di contenuto, tradotto in una assoluta mancanza di consistenza del sistema segnaletico (Sturt 2017). Nonostante questa confusione, Mijksenaar, con il suo team, lavorò per un anno alla progettazione del nuovo sistema segnaletico partendo dall'analisi della situazione esistente per definire e mantenere gli elementi funzionanti della comunicazione, modificando invece ciò che non lo era (*ivi*). Da questo studio decise di conservare uno degli elementi ancora oggi caratteristico e identificativo del sistema segnaletico di Schipol: il contrasto cromatico tra il giallo e il nero. Dal punto di vista dell'efficienza comunicativa, Paul Mijksenaar ha introdotto inoltre una novità: l'integrazione di un sistema pittografico alle precedenti indicazioni, composte solo da elementi testuali. I pittogrammi vennero così affiancati alla comunicazione, inizialmente bilingue, per aiutare nella comprensione i passeggeri con difficoltà a leggere l'olandese o l'inglese. Nel progetto segnaletico, infatti, Mijksenaar tese a eliminare ogni differenza culturale, sia da un punto di vista linguistico, nell'uso di una terminologia che fosse espressione di una *lingua franca* aeroportuale, sia nell'uso del sistema pittografico che non necessitasse di un ulteriore sforzo di apprendimento dei segnali (Mijksenaar 2017).

Mijksenaar vede infatti la pittografia come un sistema di significazione al pari degli altri e che, come tale, se non conosciuto necessita di una fase di apprendimento. Per questa ragione, nella scelta dei pittogrammi a Schiphol Mijksenaar ha seguito la tendenza internazionale lanciata dall'*Union Internationale des Chemins de Fer*, che all'epoca appariva come segnaletica delle ferrovie olandesi e che pertanto era già diffusa e conosciuta. In questo modo riuscì anche ad allineare diversi sistemi visivi, quando a Schipol fu integrata la stazione ferroviaria, riducendo la confusione dei passeggeri dal trasporto aereo al trasporto ferroviario (Lexi 2018).



Fig. 2 – Sistema segnaletico dell’aeroporto Schipol. Dettagli: segnaletica, pittogrammi, “ricordi visivi”.

5.2. I pittogrammi e la consistenza del linguaggio

Quanto traspare da questa panoramica è che la segnaletica dell’aeroporto di Schipol si propone come una sorta di abito identitario, garantendo così la riconoscibilità degli elementi e la loro comprensione nei diversi contesti. In questo la tendenza alla chiarezza informativa gioca un ruolo fondamentale ed è ottenuta attraverso la standardizzazione di tre elementi fondamentali: i pittogrammi, il carattere tipografico e il sistema di codifica cromatica. Nella creazione di questo abito identitario è interessante vedere come i tre elementi comunicano tra di loro. Ad esempio, a ognuno dei colori di base, che identificano diverse tipologie di indicazioni, vengono associati dei pittogrammi differenti in base al loro significato, creando così una stretta corrispondenza tra sistema cromatico e sistema pittografico.

Il set di pittogrammi è, come ogni sistema di significazione, in continua evoluzione. In base alle specifiche necessità vengono infatti integrati nuove simbologie e ogni pittogramma, seppure aggiunto in un momento diverso, risulta visivamente coerente con tutti gli altri. I pittogrammi si compongono infatti di un set base su cui si integrano, di volta in volta, nuove e specifiche necessità, in accordo con il carattere tipografico utilizzato, il Frutiger (Uebele 2006). Questo permette che gli elementi possano essere integrati su scale e supporti diversi, mantenendo costante l’uniformità di linguaggio che continua, come abbiamo visto, anche al di là dei limiti dell’aeroporto.

5.3. I pittogrammi oltre Schipol

Questa trasversalità della comunicazione è resa evidente non solo dall’uso degli stessi pittogrammi in sistemi segnaletici per altri sistemi di trasporto ma anche per l’impiego dello stesso set di pittogrammi in sistemi segnaletici aeroportuali in altri luoghi del mondo. Mijksenaar Bureau, infatti, ha progettato sistemi di wayfinding per altri aeroporti oltre a Schipol, tra cui New York, Napoli, Abu Dhabi, Olbia. In ognuno di questi progetti vengono applicati i medesimi concetti comunicativi di base e un approccio grafico analogo. Il set di pittogrammi, ad esempio, resta invariato, fatta eccezione per le opportune

integrazioni, evidenziando così come in contesti culturali diversi i pittogrammi siano percepiti allo stesso modo, scavalcando la comunicazione verbale (Mollerup 2005).

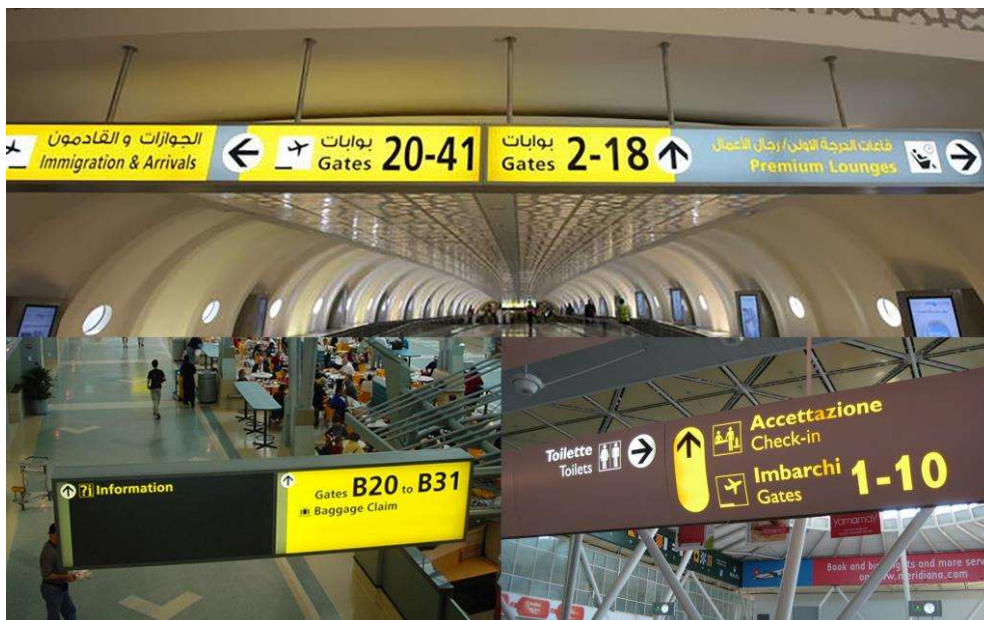


Fig. 3 – I pittogrammi nei sistemi segnaletici di altri aeroporti: Abu Dhabi, New York, Olbia.

5.4. I pittogrammi oltre i pittogrammi

All'interno del sistema di pittogrammi che, come abbiamo visto, è basato su uno stile opportunamente definito, si inseriscono elementi figurali con diversa funzione. Questi possono essere allo stesso modo considerati pittogrammi, ma è chiaramente evidente la differenza stilistica rispetto ai precedenti. Sono infatti dei pittogrammi progettati appositamente per lo spazio relativo ai parcheggi delle autovetture, per aiutare i proprietari delle automobili a ricordare l'area o il punto esatto dove hanno parcheggiato il proprio veicolo. Non dovendo quindi assolvere a una funzione di guida nelle azioni da eseguire, questo set si discosta dai pittogrammi internazionali di informazione aeroportuale, per favorire una funzione identificativa. Possono essere definiti figure con funzione di "memorizzazione visiva" (Lexi 2018), creando così un sistema visivo a sé stante seppure integrato.

6. Aeroporto Köln-Bonn (Integral Ruedi Baur, Parigi)

Il secondo caso studio prende in considerazione l'uso dei pittogrammi nel sistema di segnaletica e d'identità visiva dell'aeroporto di Colonia e Bonn, in Germania, progettato dallo studio grafico Integral Ruedi Baur di Parigi.



Fig. 4 – Sistema di segnaletica dell'aeroporto Köln-Bonn.

6.1. Una panoramica storica

L'aeroporto di Colonia-Bonn aveva l'obiettivo di distinguersi dai competitor geograficamente vicini, come i grandi scali di Francoforte e Düsseldorf. In un momento in cui i voli low cost iniziavano a prender piede, e questo aeroporto era dedicato prevalentemente alle compagnie a basso costo, lo scalo di Colonia-Bonn voleva presentarsi come un'alternativa più alla mano, giovanile e dinamica rispetto ai vicini hub. Per questa ragione anche il sistema di identità e segnaletica avrebbe dovuto distanziarsi dall'uniformità e dalla staticità della comunicazione aeroportuale.

Ruedi Baur, nel 2002, intervenne partendo dalla riflessione iniziale secondo cui lo spazio aeroportuale può essere visto, nella definizione di Marc Augé, come un non-luogo (Augé 1992). Baur decise però di discostarsi da questa visione di spazio internazionale puramente funzionale e partire da un altro punto di vista: "Un aeroporto non è anche la porta di ingresso o di uscita da un determinato territorio, un ponte tra un qui concreto e molteplici altrove possibili?" (Integral Ruedi Baur 2009, p. 84). Questa è la domanda di partenza dalla quale prende avvio il progetto, spostando il punto di vista tradizionale e meramente funzionale dello spazio aeroportuale. In quest'ottica quindi i sistemi d'identità e di segnaletica vengono progettati proprio per essere elementi di connessione tra culture e luoghi diversi, per comunicare attraverso un linguaggio pittografico capace di aprire sguardi e orizzonti più ampi, diversi "altrove possibili". La ricerca di un'identità visiva passa quindi attraverso il riferimento a molteplici alterità visive.

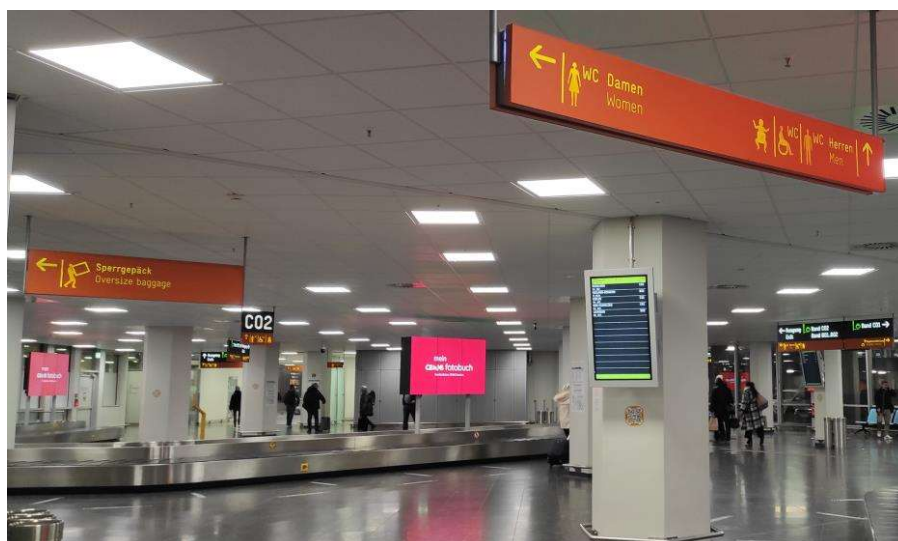


Fig. 6 – Applicazione dei pittogrammi con figure umane.

6.3. Dal pittogramma all'esperienza

In questo progetto Baur decide così di estrapolare i pittogrammi, come elementi divenuti imprescindibili nella comunicazione aeroportuale, per conferirgli un valore peculiare e integrarli così in ogni livello della comunicazione aeroportuale, a partire dal logo fino alla personalizzazione degli spazi. Baur inserisce quindi un ulteriore livello di comunicazione per i pittogrammi che in alcuni casi vengono riportati a scala reale per essere riprodotti sull'oggetto che rappresentano: il pittogramma di una scala mobile sulla scala mobile stessa, quello di un aereo sull'aereo. Per riportare così all'esperienza del luogo la simbolizzazione espressa dal pittogramma (Fig. 7) (Baur 2016).

Infatti, se da un lato i pittogrammi possono essere usati sui supporti segnaletici per fornire informazioni, da un altro diventano elementi visivi a sé stanti, con una caratterizzazione giocosa e divertente, per una declinazione del sistema di comunicazione in una dimensione sia scenografica sia narrativa.



Fig. 7 – Applicazione dei pittogrammi alla dimensione reale.

7. Hamad International Airport (Studio FM Milano)

L'ultimo caso studio che prendiamo in considerazione è il sistema segnaletico dell'area lounge dell'aeroporto internazionale di Hamad in Qatar, progettato nel 2014 dallo Studio FM di Milano. Anche in questo progetto, così come nel precedente, ci si discosta da un tipo di comunicazione uniformata e valida in ogni contesto. Il progetto prevede infatti un sistema grafico – d'identità e segnaletico insieme – che sia espressione delle peculiarità del luogo che lo ospita.

7.1. Una panoramica storica

Studio FM Milano ha lavorato sul wayfinding, sul sistema di pittogrammi e sugli elementi decorativi interni della lounge dell'aeroporto internazionale di Hamad in Qatar, in collaborazione al team di architetti Antonio Citterio Patricia Viel & Partners, che ha invece progettato gli ambienti interni. Lo spazio per cui è stato realizzato questo progetto è una parte ben definita dell'aeroporto. Non uno spazio per muoversi, uno spazio dell'andare, ma uno spazio per fermarsi, uno spazio dello stare, e perciò meno soggetto a quei criteri informativi necessari per veicolare informazioni negli ambienti aeroportuali. Per questa ragione la libertà espressiva riesce a emergere in maniera più evidente e differente rispetto ai casi studio precedenti, nonostante la forte sistematicità del progetto.

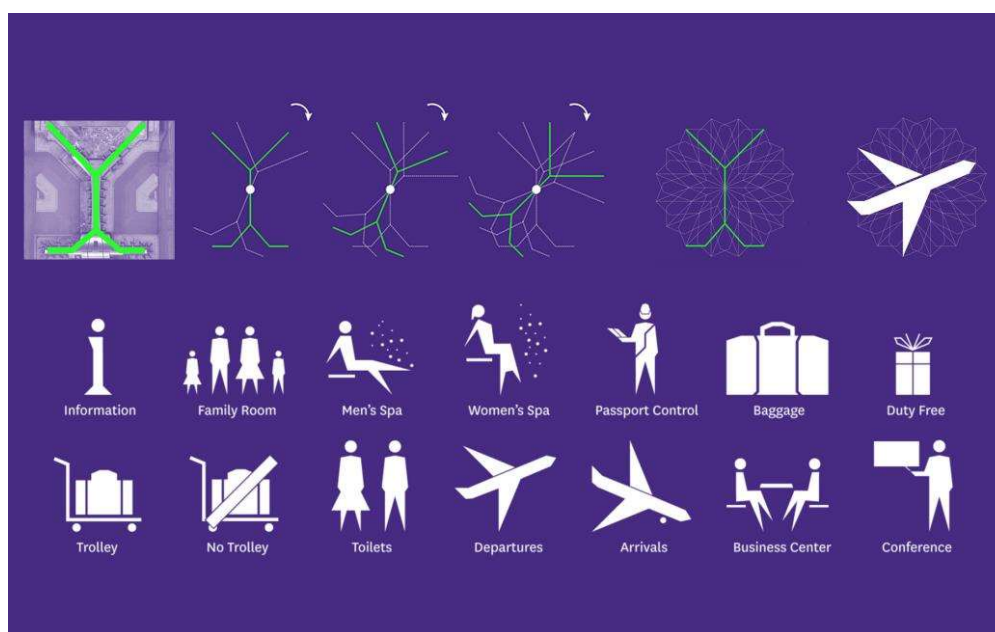


Fig. 8 – Evoluzione grafica: dalla griglia in pianta al sistema di pittogrammi.

7.2. I pittogrammi come espressione del contesto

Il punto centrale del progetto è la comunicazione del luogo geografico e del contesto culturale attraverso il sistema di identità e di wayfinding. Per questa ragione i progettisti hanno preso spunto dalla forma dell'aeroporto per dar vita a una figurazione che rimanda ai motivi delle decorazioni arabe locali. Partendo dalla stilizzazione della pianta dell'aeroporto, è stata ricavata una forma geometrica che contiene, stilizzato, lo schema strutturale dell'aeroporto. Rotando questa forma secondo diverse

variazioni di angolazione, si è data origine a una griglia di base sulla quale poi disegnare delle figure pittografiche che risultano visivamente coerenti con l'intero progetto di identità.

Ciò che risulta è un sistema pittografico che rimanda esplicitamente sia alla tradizione araba sia all'aeroporto stesso. Si dà così vita a un sistema di elementi riconoscibili come parte di una stessa famiglia, a cui appartengono i pittogrammi così come altri elementi della comunicazione aeroportuale. Su questa griglia vengono quindi costruiti tutti gli elementi necessari al sistema segnaletico per identificare i diversi spazi dell'aeroporto e le sue diverse funzioni. Il sistema di pittogrammi si innesta così nella comunicazione aeroportuale, integrandosi però visivamente con il contesto territoriale e culturale esterno. I pittogrammi veicolano così non solo il messaggio esplicito (la loro funzione referenziale) ma anche, attraverso la funzione estetica, il senso del luogo che rappresentano e l'appartenenza culturale e geografica in cui esso è localizzato. I pittogrammi, in questo caso, significano ben oltre la loro funzione di strumenti di wayfinding (Gibson 2009).

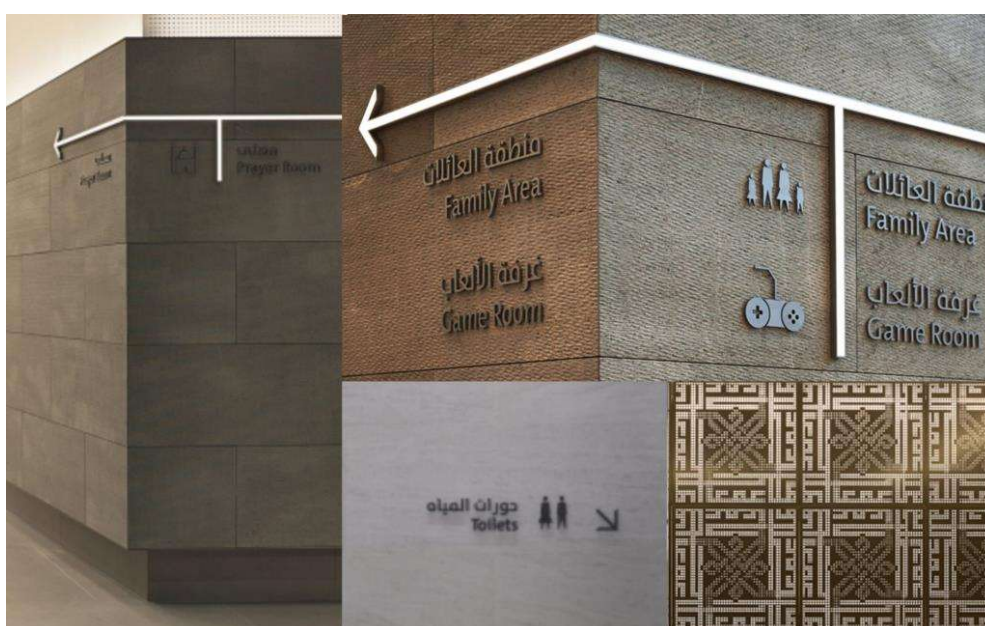


Fig. 9 – Aeroporto di Hamad: applicazione dei pittogrammi e degli elementi decorativi nel loro contesto d'uso.

8. Conclusione

Se è vero che una lingua universale, o anche solo un sistema di scrittura condiviso da ogni cultura del pianeta, rimane una utopia, è anche vero che l'esistenza di ogni utopia ha la propria origine in un desiderio di fondo. Nel nostro caso, questo desiderio si manifesta ogni volta che dobbiamo affrontare luoghi nuovi ed estranei, o anche solamente complessi o complicati da comprendere. Non solo: il desiderio diventa necessità in condizioni di ansia e di stress, di fretta o di frustrazione. Il desiderio di cui parliamo è quello di viaggiare e girare il mondo sentendosi ovunque “a casa propria” (La Pietra 2019). O almeno, di sentirsi accolti e ben serviti ovunque ci si trovi.

A questo si aggiunga la curiosità di confrontare le conoscenze e le abitudini proprie con i caratteri altrui, anche solo fermandosi a contemplare un cartello che ci indica l'uscita o il diverso modo di disegnare un aeroplano in volo (Fig. 10). E a questo proposito, è istruttivo notare come e perché, pur nel variare dell'espressione grafica (un'ala o due? con accenno di tridimensionalità o del tutto bidimensionale?) il significato più immediato, quello al servizio dell'utenza, non muta. Poiché al di là della tensione tra una modalità di espressione denotativa e una figurazione più connotativa, il rispondere dei pittogrammi qui

presentati alle sei caratteristiche evidenziate all'inizio di quest'articolo fa sì che possano essere compresi dagli utenti con il minore sforzo cognitivo.

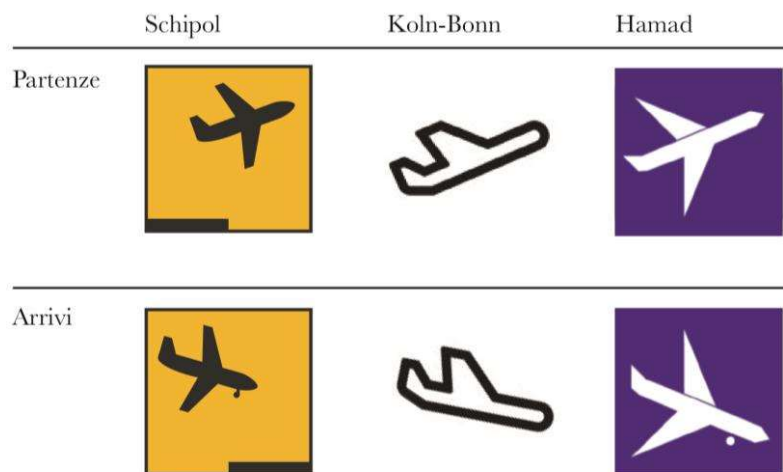


Fig. 10 – Comparazione dei pittogrammi per *Partenze* e *Arrivi* dei tre casi studio.

Il design della comunicazione, con la sua “enciclopedia tecnica” e l’esperienza delle innumerevoli sperimentazioni, insieme a una grammatologia semiotica opportunamente indagata, forse possono dare risposte via via sempre più esaurienti a quella utopia. O semplicemente alla felice sensazione di sentirsi ovunque a casa propria, di sentirsi *altro* ma non *estraneo*, pur navigando – come scriveva Omero nel primo canto dell’*Odissea* – verso genti di lingue diverse.



Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

- Accolla, A., 2009, *Design for All. Il progetto per l'individuo reale*, Milano, FrancoAngeli.
- ATAG, 2020, *Aviation benefits beyond borders*, Air Transport Action Group, Geneva, www.aviationbenefits.org/social-development/tourism-enabler, consultato il 7 dicembre 2022.
- Augé, M., 1992, *Non-Lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*, Paris, Seuil; trad. it. *Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Milano, Elèuthera 1993.
- Bakker, W., 2013, "Icograda and the Development of Pictogram Standards: 1963-1986", in *Iridescent*, vol. 2, n. 2, pp. 38-48.
- Bakker, W., 2021, "Railway Rules: Image Content Origins of Wayfinding Pictograms from the 1960s and 1970s", in *Visible Language*, 55, pp. 5-26.
- Barthes, R., 1982, *L'obvie et l'obtus. Essais critiques III*, Paris, Seuil; trad. it. *L'ovvio e l'ottuso. Saggi critici III*, Torino, Einaudi 1985.
- Baur, R., 2016, *Entre Identité et Identification. Les valeurs civiques des systèmes de représentation publics*, Université de Strasbourg.
- Berger, C.M., 2005, *Wayfinding. Designing and implementing Graphic Navigational System*, Hove, Rotovision.
- Bocchi, G., Ceruti, M., a cura, 2002, *Origine della scrittura. Genealogie di un'invenzione. la rivoluzione tipografica tra scrittura e immagine*, Milano, Bruno Mondadori.
- Calori, C., 2007, *Signage and Wayfinding Design. A Complete Guide to Creating Enviromental Graphic Design System*, Hoboken, John Wiley & Sons Ltd.
- Cardona, G.R., 1981, *Antropologia della scrittura*, Torino, Loescher; ora anche UTET 2009.
- Devoto, G., Oli, G.C., 1971, *Dizionario della lingua italiana*, Firenze, Le Monnier.
- Di Bucchianico, G., Kercher, P., a cura, 2018, *Advances in design for inclusion*, Berlin Heidelberg, Springer.
- Eco, U., 1975, *Trattato di semiotica generale*, Milano, Bompiani.
- Eco, U., 1993, *La ricerca della lingua perfetta*, Roma-Bari, Laterza.
- Eco, U., 1997, *Kant e l'ornitorinco*, Milano, Bompiani.
- Février, J.G., 1984, *Histoire de l'écriture*, Paris, Payot; trad. it. *Storia della scrittura*, Genova, ECIG 2004.
- Gelb, I.J., 1952, *A study of writing. The foundations of grammatology*, Chicago, The University of Chicago Press; trad. it. *Teoria generale e storia della scrittura. Fondamenti della grammatologia*, Milano, EGEA 1993.
- Giannitrapani, A., 2013, *Introduzione alla semiotica dello spazio*, Roma, Carocci.
- Gibson, D., 2009, *The Wayfinding Handbook: Information Design for Public Places*, Princeton Architectural Press.
- Goldsmith, S., 2000, *Universal design: A manual of practical guidance for architects*, Boston, Architectural Press.
- Golledge, R.G., 1999, "Human Cognitive Maps and Wayfinding", in Id., a cura, *Wayfinding Behaviour: Cognitive Mapping and other Spatial Processes*, Baltimore, The John Hopkins University Press, pp. 5-45.
- Goody, J., 1986, *The Logic of Writing and the Organisation of Society*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Harris, R., 2000, *Rethinking writing*, London, The Athlone Press; trad. it. *La tirannia dell'alfabeto. Ripensare la scrittura*, Viterbo, Stampa alternativa & Graffiti-Nuovi equilibri 2003.
- Integral Ruedi Baur et associates, 2010, *Ruedi Baur Intégral: anticiper, questionner, traduire, irriter, distinguer, orienter, inscrire*, Baden, LarsMüller Publishers.
- Investopedia, 2022, "How Much Airline Revenue Comes From Business Travelers?", www.investopedia.com/ask/answers/041315/how-much-revenue-airline-industry-comes-business-travelers-compared-leisure-travelers.asp, consultato il 7 dicembre 2022.
- Koenig, G.K., 1964, *Analisi del linguaggio architettonico*, Firenze, Libreria Editrice Fiorentina.
- La Pietra, U., 2019, *Abitare è essere ovunque a casa propria*, Mantova, Corraini.
- Leroi-Gourhan, A., 1964, *Le geste et la parole. I. Technique et langage*, Paris, Albin Michel; trad. it. *Il gesto e la parola. I. Tecnica e linguaggio*, Torino, Einaudi 1977.
- Leroi-Gourhan, A., 1965, *Le geste et la parole. II. La mémoire et les rythmes*, Paris, Albin Michel; trad. it. *Il gesto e la parola. II. La memoria e i ritmi*, Torino, Einaudi 1977.
- Lin, L., 2018, "'Wayfinding at Schiphol' - design considerations behind the world famous VI system and what inspires me as a UI designer", in *Medium*, www.medium.com, consultato l'8 agosto 2021.



- Lin, Y.H., Zhang, C., 2021, "Investigating air travellers' travel motivation during a pandemic crisis", in *Journal of Air Transport Management*, vol. 97.
- Mijksenaar, P., 1997, *Visual Function. An Introduction to Information Design*, Princeton, Architectural Press.
- Mijksenaar, P., 2017, "Less signs but better flows. How does wayfinding design improve the travel experience?", in *Flows. Modelling mobility*, www.flowsmag.com/2017/06/15/less-signs-but-better-flows, consultato il 7 dicembre 2022.
- Mollerup, P., 2005, *Wayshowing. A guide to environmental signage. Principles and Practices*, Baden, LarsMüller Publishers.
- Papatheodorou, A., 2021, "A review of research into air transport and tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Air Transport and Tourism", in *Annals of Tourism Research*, vol. 87.
- Perondi, L., 2012, *Sinsemie. Scritture nello spazio*, Viterbo, Stampa alternativa & Graffiti-Nuovi equilibri.
- Perri A., 2016, "Quattro tesi sulla scrittura. Dai pregiudizi della linguistica a quelli delle neuroscienze", in *Filosofi(e) Semiotiche*, vol. 3, n. 1, pp. 95-108, www.ilsileno.it/filosofiesemiotiche.
- Rossi, P., 1960, *Clavis Universalis. Arti mnemoniche e logica combinatoria da Lullo a Leibniz*, Milano-Napoli, Ricciardi; Bologna, il Mulino 1983.
- Scrivano, F., a cura, 2007, *Seminario sulle scritture*, Perugia, Morlacchi.
- Semmler, C.M., 2022, "Finding ways out of uniformity", in *Otl Aicher 100*, www.otlaicher.de/en/articles/finding-ways-out-of-uniformity, consultato il 22 settembre 2022.
- Sperber, D., Wilson, D., 1986, *Relevance: Communication and Cognition*, Kiribati, Wiley; trad. it. *La pertinenza*, Milano, Anabasi 1993.
- Steffan, I.T., a cura, 2012, *Design for all: Il progetto per tutti: metodi, strumenti, applicazioni*, Rimini, Maggioli.
- Sturt, G., 2017, "Dutch Design Heroes: Paul Mijksenaar", in *Medium*, www.medium.com/dutch-design-heroes/dutch-design-heroes-paul-mijksenaar-8305716a57e6, consultato il 7 dicembre 2022.
- Tureac, C., 2008, "Types and Forms of Tourism", in *Acta Universitatis Danubius: Oeconomica*, vol. 4, n. 1.
- Uebele, A., 2006, *Signage systems & information graphics – a professional source book*, Thames & Hudson.
- Valle, A., 2002, *La notazione musicale contemporanea. Aspetti semiotici ed estetici*, Torino, ETD.
- Zaganelli, G., 2008, *Itinerari dell'immagine. Per una semiotica della scrittura*, Milano, Lupetti.
- Zingale, S., 2009, *Gioco dialogo design*, Milano, ATi Editore,
- Zingale, S., 2010, "Wayfinding using colour: a semiotic research hypothesis", in L.-L. Chen, T. Djajadiningrat, L. Feijs, S. Kyffin, D. Steffen, B. Young, a cura, *Design and semantics of form and movement. DeSForM 2010*, Interact Verlag für Soziales und Kulturelles, Luzern.
- Zingale, S., 2012, "Orientarsi tutti. Il contributo della semiotica per un Wayfinding for All", in I.T. Steffan, a cura, *Design for All. Il progetto per tutti. Metodi, strumenti, applicazioni* (Parte prima), Santarcangelo di Romagna, Maggioli.
- Zingale, S., 2015, "Per natura e per cultura. Semiotica ecologica e wayfinding", in G. Ferraro, A. Giannitrapani, G. Marrone, S. Traini, a cura, *Dire la Natura. Ambiente e significazione*, Roma, Aracne, pp. 175-183.