

CONGRES INTERNATIONAL EXTRAORDINAIRE  
DES CRITIQUES D'ART

Brasilia-São Paulo-Rio de Janeiro  
17-25 Septembre 1959

LES LANGAGES VISUELS DES VILLES

Rapporteur: Otl Aicher

En abolissant le système féodal, la révolution bourgeoise a aussi aboli le langage symbolique du blason, qui représentait, d'une manière simple et facile, la structure de la société. L'art héraldique pouvait même démontrer visuellement la profession et la classe sociale des personnes. Le néo-humanisme, avec toute sa culture philologique et verbale, fut incapable de créer de nouveaux langages visuels. Nous pourrions même le considérer comme anti-visuel.

Nous assistons aujourd'hui à l'évolution de nouveaux langages visuels, spécialement dans les domaines de la circulation et de l'initiative commerciale. Les dénominations et les explications verbales de comportement prennent la forme de signes visuels. L'importance des symboles visuels est également évidente en publicité.

C'est dans la ville que ce processus d'évolution se développe. La ville n'est pas un système social fermé et complet tel que l'usine où il est préalablement délimité. Le comportement de chacun empreint la ville d'une variété, qui lui donne une caractéristique de base: la possibilité de choisir. Les diverses unités qui la composent n'ont, entre elles, que des contacts superficiels. De là, la nécessité d'un effort spécial pour communiquer.

C'est dans les villes que les journaux firent leur apparition. La majorité des signes du trafic ont rapport à la circulation dans les villes. C'est dans les villes que naquirent l'affiche, la vitrine, les annonces lumineuses, etc.

Jusqu'à présent, les artistes n'ont pas encore considéré ce nouveau langage visuel comme un tout. Ils se sont seulement intéressés à quelques uns de ses aspects et, tout particulièrement, à la publicité. Il est vrai que c'est tout récemment que les divers éléments de ce langage ont commencé à être étudiés, c'est-à-dire que des recherches sur la théorie des signes et sur leur portée psychologique et sociologique ont été faites. Jusqu'à présent, les problèmes d'information et de communication étaient du seul ressort de la science et de la technologie.

Les découvertes récentes ont permis d'élaborer une étude complète du nouveau langage visuel spécialement par rapport aux villes. Des études de ce genre s'imposent avec urgence dans d'autres domaines, comme, par exemple, celui de la circulation.

Les signes actuels de la circulation ne peuvent être considérés définitifs. Nous sommes à un stade de transition. Il est indispensable, non seulement de créer des signes, mais encore d'entreprendre une révision systématique des signes que nous employons pour l'instant. La tâche essentielle sera, probablement, de caractériser les signes de la circulation

d'une manière tellement typique qu'ils ne puissent pas être éclipsés par les annonces dans les rues. Le développement d'une grammaire des signes de la route devrait viser à réduire, dans la mesure du possible, le nombre de règles et de restrictions de la circulation, qui finissent par être ignorées et d'employer un commentaire visuel permanent, ce qui est, d'ailleurs, déjà partiellement exécuté sur les routes. Il est peu probable que l'évolution de la construction des rues et des routes en arrive, un jour, à rendre les signes de la circulation superflus. En outre, le développement intense de la circulation démontre déjà la nécessité de signaler plus visiblement les usagers privilégiés de la route, tels que les services officiels, etc.

Nous devons aussi envisager le danger croissant des accidents.

Les symboles visuels n'ont pas seulement l'avantage d'être compris sur-le-champ ils sont aussi utiles parce qu'ils traduisent, ententes visuels, la multiplicité des institutions de la ville. Le grand nombre de bureaux gouvernementaux et municipaux, d'institutions privées et semi-privées, etc. doivent, fatalement, semer une confusion, qui pourrait être évitée ou réduite par l'adoption d'un système de couleurs et de signes. Les noms propres et les autres indications pourraient également être remplacés par des mots plus courts, par de nouveaux mots, etc. En tous les cas, le langage visuel est le plus rationnel et le plus facile à comprendre rapidement.

Il est plus difficile de s'ingérer dans l'économie privée et de régenter ses annonces en plein air. Cependant, bien des villes ont déjà établi des lois pour les affiches afin de supprimer le chaos sans priver les villes modernes de leurs signes au néon, de leurs affiches, etc, qui lui sont déjà indispensables. Le but de ces réglementations n'est nullement d'empêcher l'annonce, mais de la réaliser d'une manière positive.

L'aspect de nos villes actuelles dépend, en grande partie, des annonces. C'est pourquoi il faut donner des directives systématiques au travail des agences de publicité.

Le stade actuel du développement du langage visuel dans les villes permet encore d'établir des modèles fixes et invariables.

Nous commençons seulement à entrevoir les possibilités de certains secteurs du langage visuel. Dans d'autres secteurs, nous pourrions en arriver à créer une grammaire plus riche et plus valable. Voilà la seule manière rationnelle d'organiser et de simplifier la masse actuelle d'informations qui nous submergent et de réduire le gaspillage des communications.