

X

SICILIAINFORMA

2014-2018
Quattro anni
di design
insulare

MARZO 2018

A CURA DI
DARIO RUSSO



75.00 euro

Sicilia InForma 2014-2018 Quattro anni di design insulare*

A CURA DI DARIO RUSSO

* Questo volume raccoglie un florilegio di testi che negli ultimi quattro anni hanno sostanziato l'informazione sul design in Sicilia.

La copertina illustrata mira a condensare alcuni dei principali temi affrontati nel periodico. Essa riporta concettualmente una vista del progetto di restauro di Carpa Scarpa al Complesso Monumentale dello Steri di Palermo, sede del Rettorato, ammiccando al modus operandi del progettista: l'attenzione al progetto basato sulla riflessione visuale e quindi sul disegno, l'interesse per la progettazione sistemica e la vocazione per l'ibridazione di contesti.

Da qui, si svolge un'antologia esemplificativa di alcuni degli interessi del disegno industriale italiano: la comunicazione visiva esplicita tramite la progettazione grafica e l'illustrazione; la stampa 3D indagata nei suoi futuribili impieghi nell'ambito del design di prodotto in direzione medicale, dei sistemi e degli ambienti; l'aggiornamento materiale e immateriale di alcuni pregevoli arredi dell'architetto Ernesto Basile rilanciato come (proto)designer e art director aziendale.

ISBN 978-88-31919-08-1 (stampa)

ISBN 978-88-31919-11-1 (online)

Marzo 2018

Copyright © Associazione culturale 110eLAB

Copyright © New Digital Frontiers srl

Sicilia InForma | 2014-2018 Quattro anni di design insulare

a cura di Dario Russo

Redazione

Alberto Caruso

Luisa Misseri

Salvo Vecchio

Peer Review

I testi sono sottoposti a referaggio in doppio cieco

Progetto grafico

Atelier790 | Palermo

Impaginazione

SV | 110eLAB

Editore

Palermo University Press

Viale delle Scienze | Building 16 (ARCA) | 90128 Palermo

www.unipapress.it

Copertina

LM | 110eLAB, Percorsi allo Steri, 2018

Indice

7	SICILIA InFORMA 1 ottobre 2014
23	SICILIA InFORMA 2 gennaio 2015
39	SICILIA InFORMA 3 ottobre 2015
81	SICILIA InFORMA 4 maggio 2016
103	SICILIA InFORMA 5 ottobre 2016
153	SICILIA InFORMA 6 marzo 2017
209	SICILIA InFORMA 7 autunno 2017
270	Segnalazioni

UNIPA

L'Università che comunica

Dario Russo

Unitamente ai brief aziendali, nel Laboratorio di disegno industriale di chi scrive, ogni anno si lavora a un tema "non aziendale", puramente sperimentale, con chiari obiettivi a una precisa strategia operativa. Quest'anno tale sperimentazione ha riguardato l'immagine dell'Università di Palermo, ovvero il layout delle locandine delle conferenze universitarie. Si è trattato dunque di un progetto grafico, una sfida tutt'altro che semplice, per i miei allievi architetti, ancor più in una fase in cui la Città Universitaria assume sempre maggiore rilievo e la Città di Palermo viene insignita dei titoli di Capitale dei Giovani 2017 e Capitale della Cultura 2018.

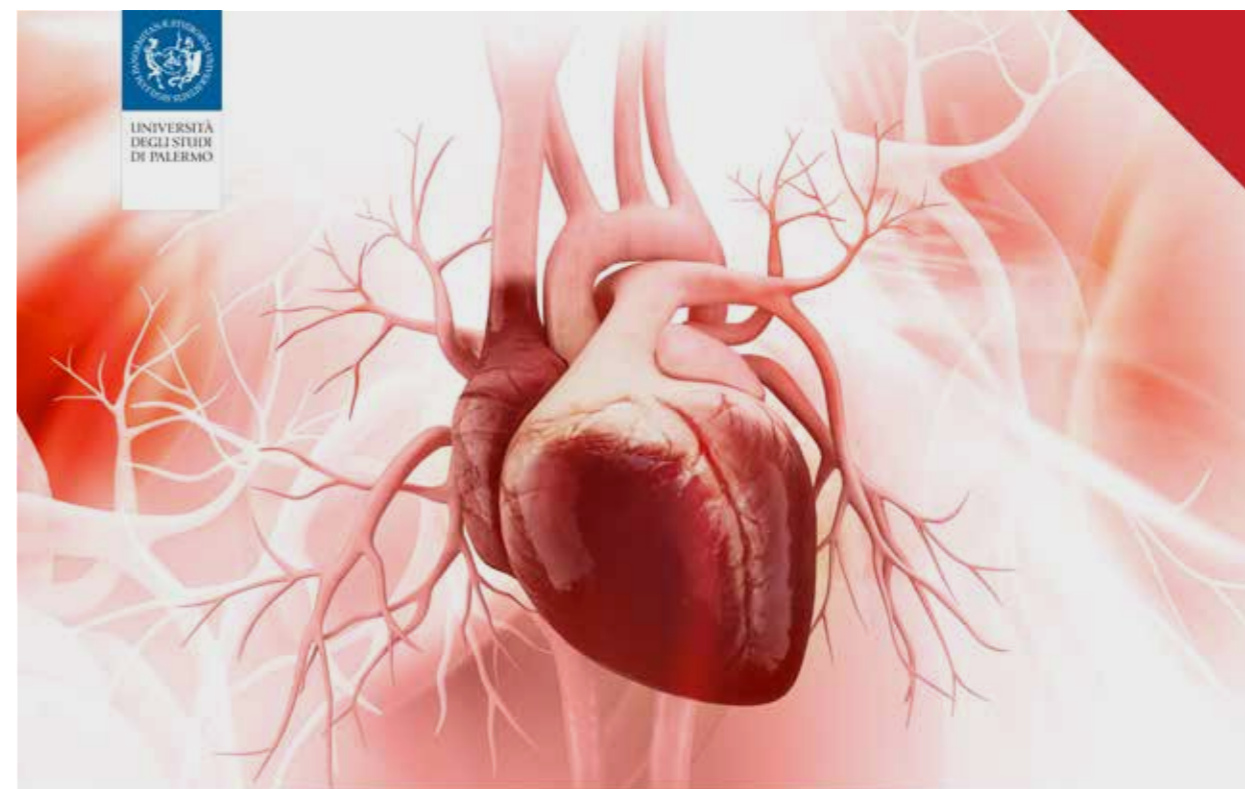
La progettazione dell'immagine di un Ateneo, grande o piccolo che sia, è assimilabile, per certi versi, a quella di una *corporation* ovvero un'azienda. L'importanza di una *corporate image* efficace, in ambito aziendale, dato di fatto già nel primo Novecento (si pensi all'attività dell'architetto Peter Behrens per la grande aziende tedesca dell'elettricità AEG dal 1907 al 1914), assume un ruolo sempre più cruciale nel corso del secolo fino ai nostri giorni, quando qualunque azienda (familiare o multinazionale) deve

progettare una *image* che possa ben rappresentarla (identità), assicurandone il successo in termini di comunicazione e quindi commerciali¹.

Da qualche tempo, prima all'estero e più di recente anche in Italia, le università e gli enti culturali in generale hanno cominciato a curare la propria immagine secondo una metodologia e tecniche di comunicazione utilizzate in ambito aziendale. Le università, del resto, tendono oggi a diventare "aziende della cultura"². In Italia, un esempio per tutti è senz'altro lo IUAV di Venezia, prima acronimo e poi nome, il cui marchio è stato ridisegnato nel 2002 da Philippe Apeloig, il quale ha rimpiazzato lo storico stemma con leone alato con l'ormai noto logotipo contrassegnato da lettere disposte verticalmente³. Nel 2010 anche l'Università di Palermo si è dotata di un nuovo marchio, mantenendo però le figure mitiche dello stemma precedente: Ermes e Atena con la Trinacria al centro; da qui, la (ri)progettazione di tutta una *corporate image* enucleata in un denso manuale di applicazione⁴.

Gli allievi architetti del mio Laboratorio, tuttavia, non si sono impegnati nella progettazione di una grafica integrata a partire dal redesign del marchio. (E come avrebbero potuto da marzo a giugno?) Piuttosto hanno concentrato gli sforzi progettuali in una parte affascinante del processo: il layout delle locandine delle conferenze UniPa. In altre parole, hanno messo a frutto la loro inventiva, facendo appello a tutte le loro conoscenze tecniche, con un nuovo bagaglio di composizione grafica e tipografica, per la realizzazione di un format.

La storia del manifesto moderno, a partire dalle innovazioni pitto-grafiche di Jules Cheret nella Parigi di *fin de siècle*, è costellata dalla genialità di progettisti-artisti come Henri de Toulouse Lautrec, Lucian Bernhard, Leonetto Cappiello, Cassandre, Raymond Savignac, Henryk Tomaszewski, solo per citare alcuni protagonisti assoluti del proprio tempo, fino ad arrivare, negli anni Novanta, alla "grafica pirotecnica" di David Carson, i cui progetti sembrano negare - dichiaratamente - qualunque tipo di regola e format grafico⁵. Agli allievi architetti, però, non è stato chiesto di trattare il progetto in modo artigianale o artistico, cioè con guizzo creativo per sua stessa natura non replicabile, come potrebbe fare un talentuoso illustratore. Ben diversamente, il brief UniPa richiede un format da applicare a tutte le possibili locandine dell'Ateneo, qualcosa che un operatore tecnico possa facilmente interpretare, all'interno di un flusso continuo, senza il cosiddetto tocco dell'artista. Non



LA NUOVA MEDICINA GENERALE E LA RIGENERAZIONE DEL CUORE

IL RUOLO UNICO AL CENTRO DEL SISTEMA

INTERVENGONO:

ANDREA IACOMINI
Portavoce UNICEF Italia

SUSAN DABBOUS
Giornalista italo-siriana

ROSITA DI PERI
Docente presso l'Università degli Studi di Torino

LIDIA RAVERA
Assessore della regione Lazio

ANDREJA RESTEK
Fotoreporter

ANTONIO CHELLA
Ordinario di Robotica Università degli Studi di Palermo

29 Sett
Viale delle Scienze
Palermo
Edificio 19
Ore 15.00



33. Chiara Angarella, Layout locandina, UniPa 2017.
 34. Miriam Balsano, Layout locandina, UniPa 2017.
 35. Maria Soraya Sancilles, Layout locandina, UniPa 2017.



34.



35.



36.



37.

36. Elisa Maura Vuono, Layout locandina, UniPa 2017.
 37. Marco Zanca, Layout locandina, UniPa 2017.

è possibile infatti trattare individualmente ogni singolo progetto di locandina o almeno non sarebbe sostenibile; bisogna invece progettare un modello – un format appunto – declinabile di volta in volta in modo diverso ed efficace. Da qui la difficoltà di dare senso ed espressione a ogni locandina UniPa, in accordo con la comunicazione delle cinque Scuole dell'Ateneo di Palermo contrassegnata ciascuna da un colore, ma anche fare in modo che ogni esemplare-locandina sia parte della stessa serie progettata a monte, a mo' di prodotto industriale. In breve, bisogna mettere in forma una produzione differenziata all'interno di una serie continua. In questa prospettiva, gli studenti hanno condotto un'attenta analisi del format attualmente in uso delle locandine UniPa, per adottare un linguaggio comune ramificato in sottolinguaggi adattati alle specificità di ogni Scuola. Allo stesso modo, tutt'e cinque i progetti puntano a evidenziare la Scuola di pertinenza attraverso l'uso del colore corrispondente. Entrando *en passant* nel merito dei progetti, Chiara Angarella utilizza un layout a tre colonne, i cui margini sono determinati dal marchio UniPa, in alto a sinistra, con un unico carattere tipografico in tre corpi diversi. Un'illustrazione scontornata spicca nella parte superiore, in asse verticale, mentre le

informazioni testuali sono organizzate in basso: nella prima colonna, eventuali sponsor; nella seconda, l'elenco dei relatori; nella terza, data e luogo. Il quid di ogni locandina, come già accennato, è il colore, ovviamente della Scuola, che contrassegna il titolo e la data nonché un grande triangolo posto in alto a destra per bilanciare il marchio UniPa. Anche il format di Miriam Balsano, si divide in due parti, questa volta intercambiabili: una è dedicata all'immagine e l'altra al testo. La peculiarità del progetto è un cerchio dinamico la cui posizione cambia di volta in volta illuminando la parte focale dell'immagine. Questa è oscurata da un filtro colorato, dinamico anch'esso, in quanto corrispondente alla Scuola che organizza la conferenza promossa dalla locandina. Titolo e testo variano in funzione del cerchio, ma conservano alcune caratteristiche generali, ovvero un font impattante, che spicca in bianco sul fondo colorato, seguito da un sottotitolo e da tre blocchetti di testo dedicati uno alla descrizione dell'argomento e due ai relatori. Quel che rimane stabile sono data e luogo, in basso a destra, e la posizione di eventuali marchi nella parte inferiore della locandina. Il progetto di Maria Soraya Sancilles si propone graficamente come una lettera estratta da una busta

d'invito. La parte superiore è dedicata all'immagine, predominante nell'equilibrio complessivo; in basso è disposto il testo, su tre colonne, in bianco su fondo blu (il blu del marchio UniPa); mentre a destra spicca un triangolo del colore della Scuola di appartenenza. Il progetto di Elisa Maura Vuono rivoluziona il format precedente più di ogni altro. Anzitutto, viene meno la divisione in due metà, immagine e testo. Adesso l'attore principale della scena è l'immagine focalizzata in un cerchio con una sorta di manico a mo' di lente d'ingrandimento, del colore della Scuola di riferimento. Questo, insieme al titolo in *Decatype* Black, carattere tipografico piuttosto deciso, permette all'osservatore di focalizzare istantaneamente il tema della locandina. Il cerchio, oltre al manico, proietta verso sinistra quattro raggi, che sfumano in scala di grigio, conferendo dinamicità, e rappresentano le altre quattro Scuole: un'apertura verso tutti gli studenti indipendentemente dall'indirizzo di studi di ciascuno. Ulteriori informazioni (relatori, data, luogo) sono raccolte in basso a destra, mentre eventuali logo chiudono inferiormente la locandina. Il progetto di Marco Zanca segue la diagonale della locandina che attrae naturalmente la nostra percezione. Le informazioni principali si susseguono

quindi dall'alto a sinistra al basso a destra: il titolo, l'immagine contornata da un grande cerchio e, infine, data e luogo. Questi testi si caratterizzano per il colore della Scuola, come pure un piccolo cerchio parzialmente sovrapposto all'immagine quale filtro trasparente. In alto a sinistra, a fianco del titolo, si staglia il marchio UniPa, mentre gli altri, ben più piccoli, segnano il limite inferiore della locandina. Al di là degli esiti progettuali, per quanto uno di questi cinque progetti di format possa essere felicemente adottato oppure no, il tema UniPa all'interno del Laboratorio ha prodotto almeno due risultati apprezzabili. Anzitutto, ha portato cinque allievi architetti a confrontarsi con una dimensione progettuale ben diversa da quella tradizionalmente architettonica nella quale si trovano immersi; è vero che la composizione grafica, la gabbia e il layout possono trovare parallelismi con la composizione architettonica, ma qui si è fatto fronte a problemi di percezione visiva, *Gestalt* e micro-tipografia. In secondo luogo, non meno importante, il brief UniPa ha risvegliato negli studenti un senso di appartenenza, la voglia di migliorare l'immagine della propria Università, che nel 2017 viene loro specificamente dedicata (UniPa | Università dei Giovani): una comunicazione dunque "da studente a studente".

Note

¹ Sulla definizione e sulla storia dell'immagine aziendale, cfr. Vanni Pasca e Dario Russo, *Corporate Image. Un secolo di immagine coordinata dall'AEG alla Nike*, Lupetti, Milano 2005.

² Cfr. Veronica Dal Buono, *Comunicare l'Università. Tra ricerca e didattica*, Media MD, Bologna 2016.

³ Philippe Apeloig, cit. in Giovanni Aneschi, *Newlogo IUAV*, "Progetto grafico", 3, ottobre 2004, p. 64.

⁴ Cfr. Dario Mangano, *Logo Unipa | Tra strategie comunicative e tratti grafici*, "Sicilia InForma | Notizie sul design insulare", 4, maggio 2016, pp. 18-19.

⁵ Sulla storia del manifesto moderno, cfr. Dario Russo, *Il manifesto moderno | The modern poster*, "Linea grafica", 36, marzo-aprile 2007, pp. 44-51. Pregnante, nel rapporto arte e pubblicità, il catalogo della grande mostra parigina "Art & Pub" (31 ottobre 1990-25 febbraio 1991): Aa. Vv., *Art & Pub* (catalogo della mostra), Editions du Centre Pompidou, Paris 1991. Su David Carson, mi permetto di rimandare a Dario Russo, *Free Graphics. La grafica fuori delle regole nell'era digitale*, Lupetti, Milano 2006, segnatamente il capitolo su "David Carson", pp. 46-61 e 136-145. L'opera di Carson è raccolta in uno stravagante – e pirotecnico – volume, a cura di Lewis Blackwell, significativamente intitolato *The End of Print: The Graphic Design of David Carson*, Laurence King, London 2000.

⁶ Le Scuole dell'Università di Palermo sono: Scuola delle Scienze di Base e Applicate (verde); Scuola delle Scienze Giuridiche ed Economico-Sociali (azzurro); Scuola delle Scienze Umane e del Patrimonio Culturale (arancione); Scuola di Medicina e Chirurgia (rosso); Scuola Politecnica (viola).