POLITECNICO DI TORINO
Repository ISTITUZIONALE

Award per le sfide sociali. Dalle piccole associazioni culturali arrivano nuovi spunti per il dibattito sui temi ambientali

Original
Award per le sfide sociali. Dalle piccole associazioni culturali arrivano nuovi spunti per il dibattito sui temi ambientali / Barbero, Silvia; AART VAN, Bezooyen; Paula, Rachè. - In: GRAPHICUS. - ISSN 0017-3436. - ELETTRONICO. - 3:(2014), pp. 44-49.

Availability:
This version is available at: 11583/2546538 since: 2020-07-30T00:07:01Z

Publisher:
Politecnico di Torino e Progetto Grafico

Published
DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

18 April 2024

GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

ISSN 2282 4545

1071 / 0003

Sustainability issue

MAGGIO 2014

1071 / 0003

GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

Sustainability issue
MAGGIO 2014

Direttore responsabile:
Mario Mercalli

Direttore editoriale:
Paolo Tamborrini

Comitato scientifico:
Fiorella Bulegato
Francesca Comisso
Silvio Saffirio
Anna Somers Cocks
Enrico Tallone
Riccardo Viale

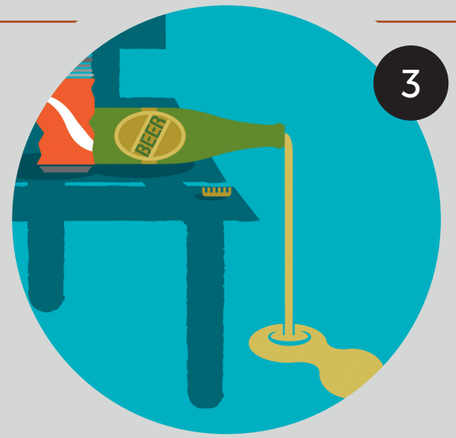
Comitato di redazione:
Pier Paolo Peruccio
Luciano Lovera
Vittorio Merlo
Pier Giuseppe Molinar

Redazione:
Miriam Bicocca
Raffaella Perinetti

Art direction:
Alessandro Di Benedetto

Impaginazione:
Fabrizio Morra
Giuliano Scornavacche
Alice Turina

ISSN 2282 4545
iscritto al Registro dei Giornali e
Periodici del Tribunale di Torino n. 655
del 20.09.1951



3

1 — *Editoriale*

UNA VISIONE SOSTENIBILE

di PAOLO TAMBORRINI

2 — *Opinione*

PIÙ INFORMAZIONE PER RISOLVERE LA CRISI AMBIENTALE

di LUCA MERCALLI

3 — *Progetti*

L'ECOLOGIA DEL MESSAGGIO: COMUNICARE SENZA ADDITIVI

di CARLO SIMONETTI

4 — *Progetti*

NUOVI VALORI PER IL CORPORATE DESIGN

di FULVIA BLEU

5 — *Impresa*

L'IMPRESA ECO RISPARMIA ENERGIA

di PAOLO CAPELLI

6 — *Tipografie*

IO STAMPO SOSTENIBILE

di MASSIMO CAPRIATI

7 — *Reportage fotografico*

INCONSCIO QUOTIDIANO

di MARCO SCHIAVONE

4

1071 / 0003

1071 — 0003

1071 / 0003

GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

Sustainability issue

MAGGIO 2014

8 — *Ricerca*

SOSTENIBILITÀ IMPLICITA VS SOSTENIBILITÀ COMUNICATA

di BEATRICE LERMA

9 — *Progetti*

AWARDS PER LE SFIDE SOCIALI

di SILVIA BARBERO, AART VAN BEZOOYEN, PAULA RACHÈ

10 — *Progetti*

STRATEGIE DI COMUNICAZIONE NELLA GESTIONE DEI RIFIUTI

di ANDREA TAVERNA

11 — *Progetti*

ESSERE SOSTENIBILI!

di ELIANA FAROTTO

12 — *Impresa*

COME TRASFORMARE I RIFIUTI DELL'ICT IN RISORSA

di ELEONORA FIORE

13 — *Moda*

PASSERELLE RESPONSABILI

di MIRIAM BICOCCA

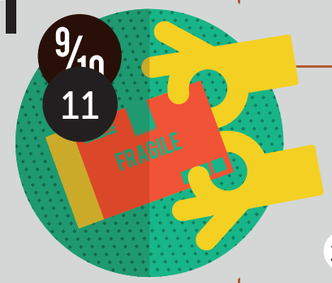
14 — *Agenzie*

STUDI DI COMUNICAZIONE SOCIALE

15

CAPITANI D'IMPRESA

di VITTORIO MERLO



ASSOCIAZIONE CULTURALE PROGRESSO GRAFICO

Presidente:
Renato Boglione

www.progressografico.it

POLITECNICO DI TORINO
DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA E DESIGN

www.polito.it/design

Contatti:
c.so Settembrini 178 ,
10135 — Torino (TO)

www.graphicusmag.it
info@graphicusmag.it

1071 / 0003

1071 — 0003

AWARDS PER LE SFIDE SOCIALI

di SILVIA BARBERO, AART VAN BEZOOYEN, PAULA RACHÈ

Dalle piccole associazioni culturali arrivano nuovi spunti per il dibattito sui temi ambientali

— SILVIA BARERO

Ricercatrice in ecodesign al Politecnico di Torino e socio fondatore dell'associazione culturale Plug.

— AART VAN BEZOOYEN

Professore di materiali e tecnologie alla Burg Giebichenstein University of Art and Design e fondatore di Material Stories.

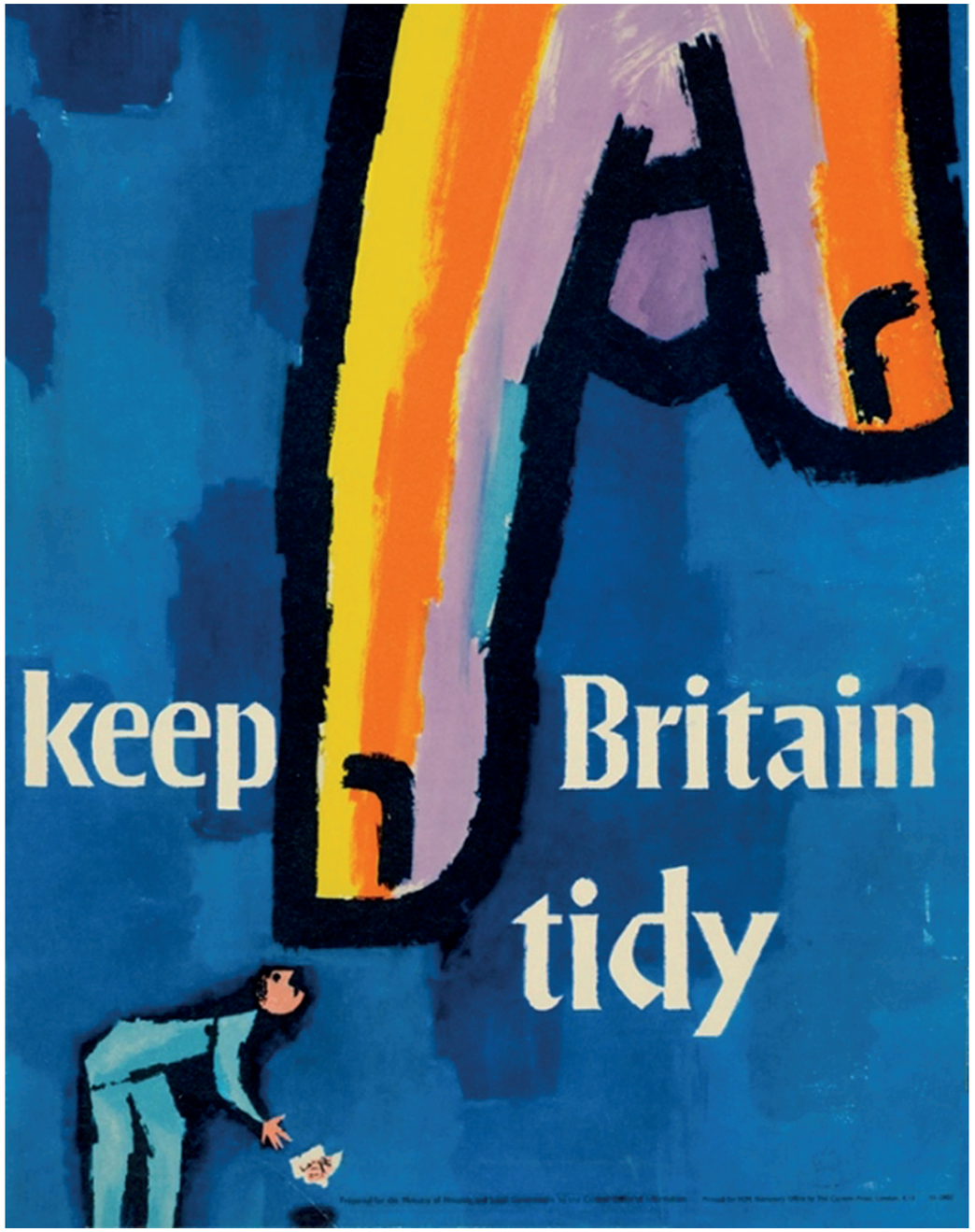
— PAULA RACHÈ

Designer e illustratrice

La comunicazione della sostenibilità ambientale e dei temi sociali, più in generale, sono stati tradizionalmente responsabilità della pubblica amministrazione, con lo scopo specifico di educare sensibilizzando i cittadini. La pubblicità è la forma di comunicazione usata più abitualmente perché capace di coinvolgere il maggior numero di persone possibile. I primi esempi risalgono alla fine degli anni Sessanta, quando in tutto il mondo iniziò la forte denuncia dei problemi ambientali. La pubblicità diffusa dai governi si caratterizzata per il forte imprinting educativo, spesso ha cercato di stimolare emozioni tramite la condanna e la minaccia.

Nel corso degli anni, pubblicità e iniziative di questo tipo sono state sostenute anche da organizzazioni no-profit, come WWF e Greenpeace, aggiungendo nuovi strumenti e linguaggi comunicativi differenti come umorismo, sarcasmo.

In questo scenario, vorremmo sottolineare il ruolo di altre organizzazioni no-profit che contribuiscono al dibattito, quelle di piccola dimensione interessate principalmente alla grafica e comunicazione, ma con una spiccata sensibilità verso le urgenze del Pianeta. Queste associazioni sono spesso piccoli gruppi di creativi che vogliono mettersi al servizio della società, e che spesso usano il format del contest per attivare un dibattito globale, attraverso l'immediatezza della progettazione grafica. Usano il web per diffondere i risultati e oltrepassare i confini nazionali, perché i temi citati sono di interesse generale e di grande attualità. La loro diffusione, che si fa sempre più massiccia, inizia a metà degli anni 2000 in America ed Europa, con differenze legate alle modalità di premiazione.



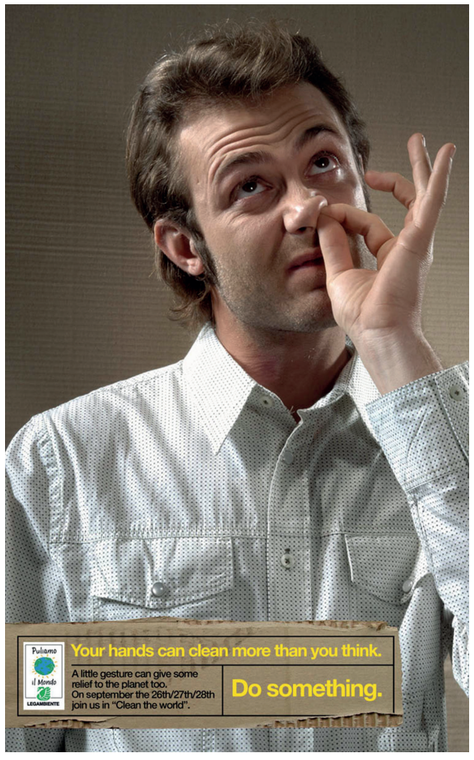
Negli Stati Uniti, gli organizzatori dei concorsi sono sostenuti da Fondazioni private o Istituzioni nazionali, come la Fondazione Adobe e l'American Institute of Graphic Arts (AIGA), e scelgono di essere più selettivi, dando solo premi in denaro. Ad esempio, il concorso Design ignites change, organizzato da AIGA, con la partnership della Fondazione Adobe e Worldstudio Projects Foundation, ha sostenuto i progetti di studenti che affrontano questioni sociali nelle comunità di tutto il mondo con più di $ 100.000 e ha premiato più di 600 studenti con $ 936.375 dal 2009 ad oggi.

In Europa la maggior parte delle piccole associazioni che organizzano questo tipo di concorsi non premiano i pochi vincitori in denaro, ma prediligono una selezione più ampia di progetti (40-100) e li pubblicizzano attraverso mostre, libri e cataloghi. Le organizzazioni europee sfruttano ampiamente i social media e hanno un approccio multi-canale per diffondere i risultati. Vogliamo riservare un'attenzione particolare a Poster for Tomorrow, che dalla Francia si sta diffondendo davvero in tutto il mondo, con un crescente numero di sostenitori di giorno in giorno (oggi la pagina Poster4Tomorrow FB conta più di 18.000 like).

Altri concorsi simili in Europa hanno un gradimento che si aggira intorno ai 5.000 like, come Good 50x70 e Posterheroes, diversamente dagli Stati Uniti, dove i numeri sono decisamente ridotti.

In questo contesto molto attivo e in rapida evoluzione, fatto di piccole associazioni e numerose attività frammentate, alcune decidono di reindirizzare i propri sforzi su altri tipi di eventi, come Good 50x70 e Cause/affect, che hanno promosso le loro ultime edizioni dei concorsi di grafica legata a temi sociali nel 2011.

Vorremmo, infine, evidenziare l'attività, inizialmente poco diffusa oltre i confini nazionali se non tra addetti ai lavori, dei Paesi dell'Est e



WORDS ARE POWER

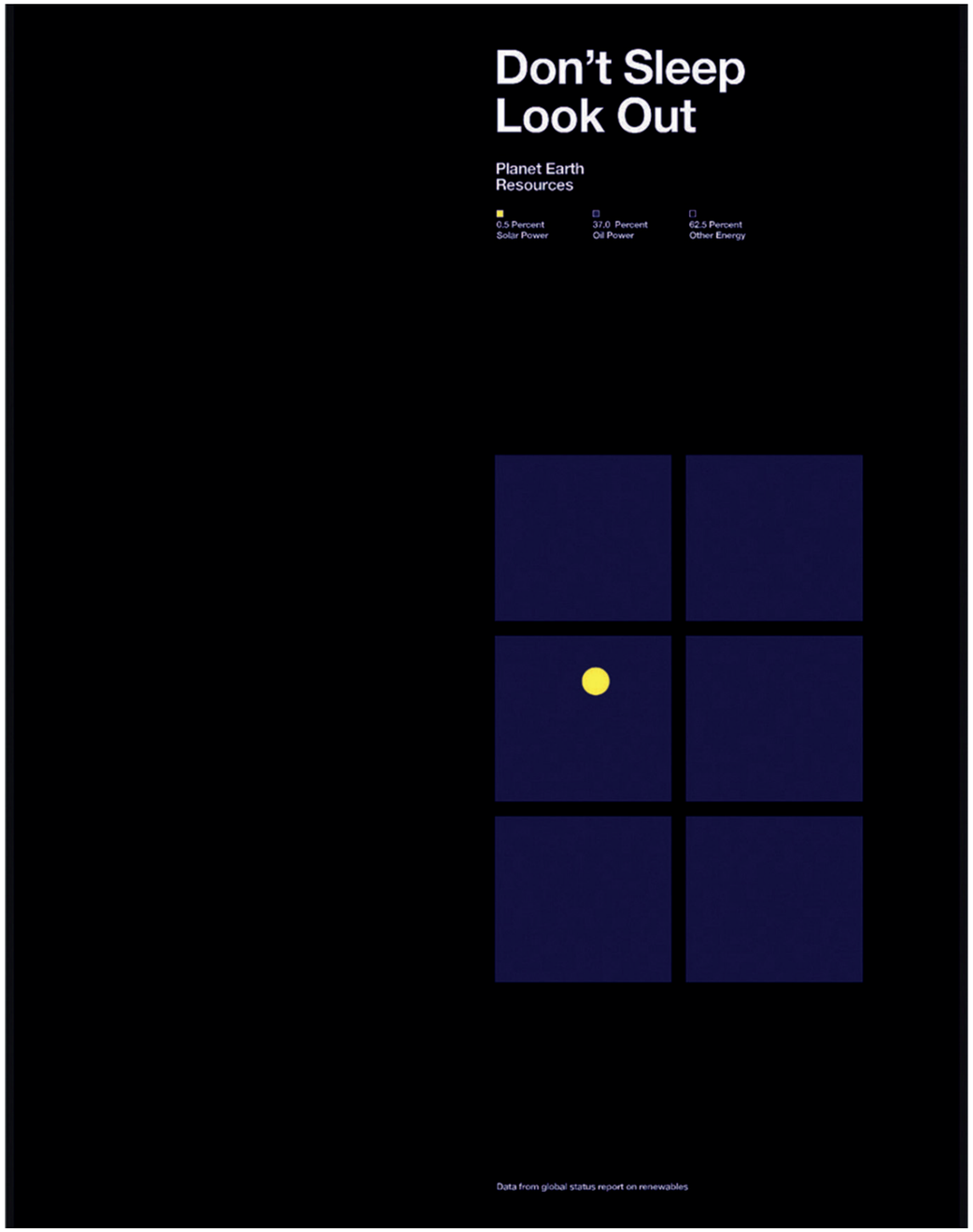
nella pagina precedente:
Keep Britan tidy, Advertising Agency: Hans Unger, campagna per Ministry of Housing and Local Government inglese, 1962

‹
Your hands can clean more than you think, Advertising Agency: Forchets, campagna Legambiente Italia, 2008

‹
Esposizione 4th Block sui Top 20, marzo 2013

‹
Words are power, Noah Scalin (Stati Uniti), selezionato per Poster for Tomorrow 2009

della Russia. Fin dagli anni Novanta particolarmente intensa è stata l'attività di ricerca su questi temi attraverso l'uso delle esposizioni internazionali, prevalentemente di manifesti. La più importante e riconosciuta è The 4th Block (International Triennal of Eco-poster), il cui nome deriva dal blocco energetico 4 della centrale atomica di Chernobyl esplosa il 26 aprile 1986. A causa di quella dura esperienza, la responsabilità morale degli artisti di fronte al pericolo di nuove catastrofi si è fatta sentire e nel 1991 hanno organizzato una mostra internazionale di poster, dedicata al quinto anniversario dalla nota tragedia. Progettisti e designer hanno risposto all'invito e hanno inviato i propri lavori da 54 Paesi nel mondo. Da quel momento, ogni tre anni, grazie all'impegno di molte persone e al supporto di aziende pubbliche e private, a Kharkiv, in Ucraina, ha luogo la triennale internazionale di eco-poster approfondendo diversi temi ambientali tra cui l'inquinamento ambientale, il surriscaldamento globale e l'ingegneria genetica.



"Don't Sleep Look Out", Undesign studio (Italia), selezionato per Posterheroes 2011