

Il manifesto è ancora in bella vista - Tre casi studio per un uso politico del manifesto

Original

Il manifesto è ancora in bella vista - Tre casi studio per un uso politico del manifesto / D'Urzo, Marco. - In: GRAPHICUS.
- ISSN 0017-3436. - STAMPA. - 1078:0010(2021), pp. 30-33.

Availability:

This version is available at: 11583/2949992 since: 2022-01-14T14:41:00Z

Publisher:

GRAPHICUS

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

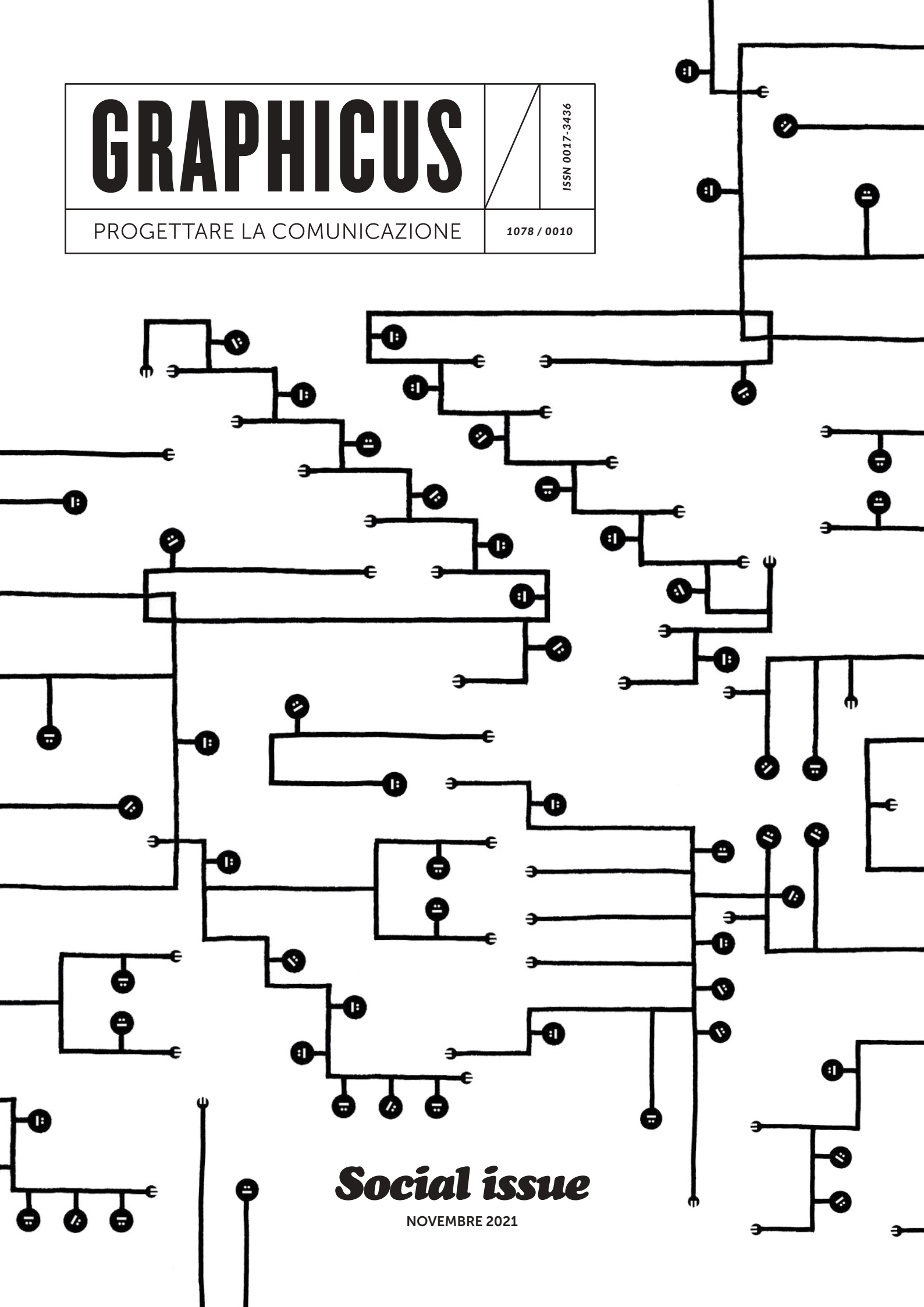
(Article begins on next page)

GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

ISSN 0017-3436

1078 / 0010



Social issue

NOVEMBRE 2021

g

GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

Contatti:

Corso Luigi Settembrini, 178

10135 - Torino (TO)

www.graphicusmag.it

info@graphicusmag.it

Politecnico di Torino

Dipartimento di Architettura
e Design

www.polito.it/design

Partner tecnici:



SOCIAL ISSUE

NOVEMBRE 2021

Direttore:

Paolo Tamborrini

Guest editor:

Cristian Campagnaro

Comitato scientifico:

Silvia Barbero

Fiorella Bulegato

Francesca Comisso

Andrea Di Salvo

Dario Russo

Comitato editoriale:

Raffaele Passaro

Marco D'Urzo

Giorgia Curtabbi

Vittoria Bosso

Barbara Stabellini

Coordinamento redazionale:

Cristina Marino

Impaginazione:

Sofia Cretaio

Stampa:

Tech:art s.r.l.

Fedrigoni Splendorgel Extra
white 340g/m

Fedrigoni Splendorgel Extra
white 115g/m

ISSN (print) 0017-3436

ISSN (online) 2282-4545

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

6

EDITORIALE

PERCHÈ UN SOCIAL ISSUE

PAOLO TAMBORRINI



10

DESIGN IS ONE

CRISTIAN CAMPAGNARO
MARCO D'URZO
RAFFAELE PASSARO



18

LA "BUONA" GRAFICA

MATTEO RIVA

24
**COMUNICARE
SIGNIFICA METTERE
IN COMUNE**

FRANCESCA PIREDDA

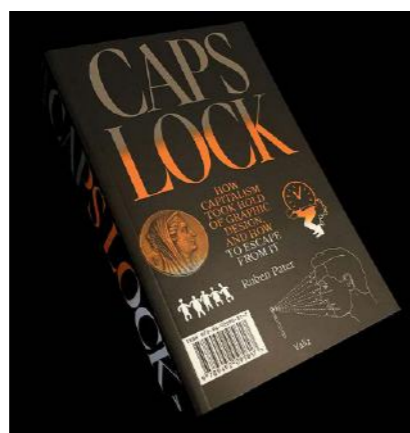


30
**IL MANIFESTO È
ANCORA IN
BELLA VISTA**

MARCO D'URZO

34
**L'INTEGRITÀ DELLA
SOSTENIBILITÀ**

IRENE BENO
MARIO CALDERINI



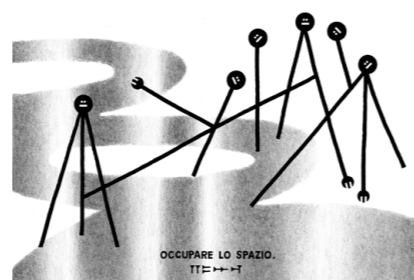
36
CAPS LOCK

VALERIA PIRAS



40
**GRAPHIC DAYS AND
DEMOCRACY**

MARCO TORTOIOLI RICCI



48
OCCUPA LO SPAZIO

GUERRILLA SPAM

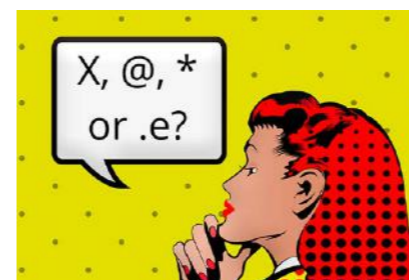


56
**IL SOCIAL DESIGN
E L'ARTE DEL
NEGOZIATO**

MARTA BENENTI

60
**DESIGN,
COMUNICAZIONE E
IMPATTO SOCIALE**

CRISTIAN CAMPAGNARO
VITTORIA BOSSO



66
DOV'È IL COLORE?

INTERVISTA A VERA GHENO
DI GIORGIA CURTABBI



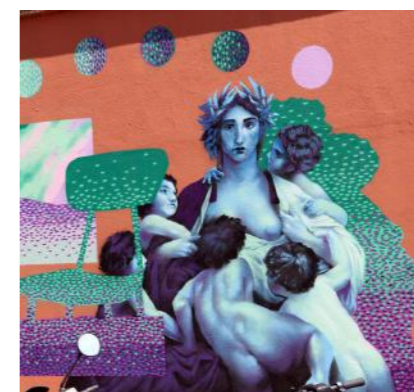
74
VIZ FOR SOCIAL GOOD

NEIL RICHARDS



80
**PRIORITÀ PER UN
MONDO FRAGILE**

RICCARDO FALCINELLI



86
PROGETTO MURARTE

MARCO CIARI
ALESSANDRO IEMULO

90
**USCIRE DAL FRAME
PER COMUNICARE IL
RIUSO**

ANTONIO CASTAGNA



94
**FANTASIA, SPERANZA
E CORAGGIO**

SERGIO DEGIACOMI



98
**DA ECCEDEXA
A ECCELLENZA**

RAFFAELE PASSARO

In copertina:
Guerrilla Spam



IL MANIFESTO È ANCORA IN BELLA VISTA

Tre casi studio per un uso politico del manifesto

MARCO D'URZO

Dottorando presso il Politecnico di Torino, conduce ricerca sui temi dell'Economia Circolare e dell'Economia Sociale e Solidale.

Quando il vento piega le antenne ammutolendo radio e televisioni; quando abbiamo già macinato tutti i *giga* del mese; quando un attacco hacker blocca i server per periodi indefiniti; quando ciò accade, con la forza del muro su cui si poggia, il manifesto mantiene fiero la sua posizione.

La digitalizzazione ha indubbiamente stravolto il nostro mondo. Ha velocizzato la produzione di informazioni, imponendo ritmi spesso insostenibili per la carta stampata. Nel mondo digitale, infatti, il progetto è già l'oggetto, senza necessità di traduzione dal mondo immateriale a quello materiale.

Eppure il manifesto rimane. Lo vediamo bene soprattutto durante il periodo elettorale: anche chi fa dei temi dell'innovazione e della digitalizzazione una bandiera non esita a ricoprire le nostre città di quella carta, che incontra muri e spazi di affissione grazie all'aiuto di secchi pieni di colla sbrodolante e vecchie scope.

Perché? Indubbiamente, la materialità è ancora oggi un fattore da non sottovalutare. Tutti i giorni, tutti noi viviamo le nostre città nella loro concretezza, per quanto il mondo digitale possa assorbirci. Senza dimenticare, inoltre, chi il mondo digitale non lo frequenta affatto.

Al di là dei suoi attributi materiali, esiste un altro elemento fondamentale del manifesto: la sua capacità e necessità di incorniciare. Un manifesto funzionante è un sistema a sé, coerente all'interno

dei suoi bordi: come una buona fotografia, costringe a definire in 4 lati quantità e qualità dei suoi elementi, perché siano in grado di comunicare con il contesto e affermare al contempo una propria identità. Del resto, il manifesto non è solo un "foglio di carta, più o meno ampio, che si affigge sui muri delle strade"¹, il manifesto è anche un "programma politico o culturale lanciato da partiti, da gruppi o da correnti"².

Proprio questo aspetto ci porta ai manifesti politici e istituzionali contemporanei che, attraverso una qualità progettuale spesso mediocre, riflettono lo smarrimento della nostra società, sintomo di una politica che ha diluito, svalutato e infine perso la capacità di proporre valori profondi e prospettive complesse e appassionante nelle quali potersi riconoscere. La grafica pubblica e di pubblica utilità come quella degli Anceschi, Dolcini e molti altri che negli anni '70 e '80 provarono a immaginare un progetto grafico in grado di affiancarsi dalla sua funzione unicamente commerciale e funzionale al profitto capitalistico, espletando piuttosto una funzione sociale, influenzata da una matrice popolare e consapevole di poter contribuire a "conferire esistenza alle strutture della società"³, sembra essersi in gran parte persa. Persa in un disamoramento per il pubblico e per il collettivo, soverchiata da una martellante retorica narcisistica e individualista. Il manifesto figlio di questi tempi quindi si rivela spesso

A destra, **Manifesto per la Call for artists 2021, a tema "post"**, cheapfestival.it



poveramente progettato, debole, fuori contesto: *brutto e subito*.

Eppure, la storia insegna che i momenti bui producono sempre *resistenze*, e partigiani. C'è chi ormai da anni compie ciò che le istituzioni hanno interrotto tempo fa, e crea opportunità per portare nelle strade spunti visivi di riflessione sui temi più avanzati che la nostra società si trova ad affrontare.

CHEAP Festival (cheapfestival.it) è un progetto di public art fondato da 6 donne a Bologna nel 2013. Ogni anno, CHEAP lancia una call aperta ad artisti di qualsiasi genere e provenienza per realizzare manifesti a partire da una suggestione, che negli anni ha spaziato da temi più definiti e conosciuti (ad esempio la sostenibilità) ad altri più aperti, suggestivi e controversi (come la call del 2021 incentrata sul concetto di post nella sua accezione temporale). I lavori selezionati vengono quindi stampati e *attacchinati* per le vie di Bologna, dando una nuova vita a muri e spazi di affissione logorati

Da sinistra, **Contro la precarietà e il concentramento della ricchezza**, Sébastien Marchal, 2021, formesdesluttes.org

Analisi sulle fondamenta concettuali ed etimologiche del capitalismo, Thierry Toth, 2019, formesdesluttes.org

La Salute è bene singolare e plurale, Lucio Passerini, 2021, art32.it

Paziente o cliente?, jekyll & hyde, 2021, art32.it



dagli ammiccamenti della propaganda commerciale o peggio(?) dell'abbandono. Una mostra a cielo aperto, viva, pungente, gratuita, pubblica.

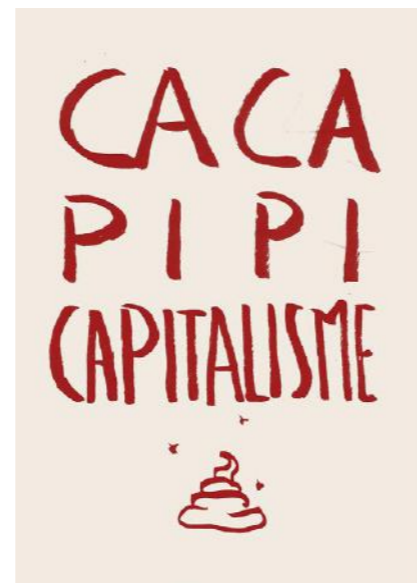
C'è chi rifiuta le retoriche neocorporative, xenofobe e benpensanti e riporta al centro il tema fondamentale della società che viviamo: la lotta tra sfruttatori e sfruttati.

Scegliendo di stare dalla parte di questi ultimi, *Formes des luttes* (formesdesluttes.org) nasce nel 2019 da alcuni designer fran-



In alto, **Manifesti per la Call for artists 2021, a tema "post"**, cheapfestival.it

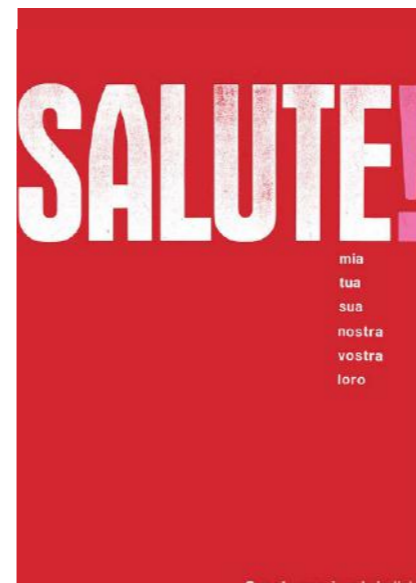
cesi che decidono di usare le loro capacità per supportare il movimento dei gilet gialli, nato come risposta alla devastante e iniqua riforma delle pensioni proposta da Macron. Il risultato è un portale popolato da manifesti prodotti da molteplici artisti, liberamente scaricabili e stampabili per essere utilizzati e diffusi durante le mobilitazioni. Nei due anni successivi il portale si è ampliato, accogliendo



do anche manifesti contro la precarietà, in supporto di una sanità pubblica e di una libertà di movimento globale.

C'è chi a quel concetto di "grafica di pubblica utilità" nato negli anni '70 non vuole rinunciare, tanto quanto non vuole rinunciare al settore pubblico in generale riconoscendo la sua importanza in tutti gli aspetti della nostra vita, a partire dalla salute.

ART32 (art32.it) è il risultato del lavoro collettivo di alcuni graphic designer che hanno deciso di andare oltre le retoriche da talk show riguardo le responsabilità della pandemia, e di puntare il dito verso il vero problema: la sanità pubblica, smontata pezzo per pezzo negli ultimi decenni da forze politiche di tutti i colori. (Ri)partendo proprio dall'art. 32 della costituzione italiana – "La Repubblica tutela la salute come fondamentale diritto dell'individuo e interesse della collettività, e garantisce cure gratuite agli indigenti [...]" – il gruppo ha prodotto 40 manifesti che ricordano come la salute sia



una questione sociale, da trattare in modo olistico e profondo.

Concludendo, nei momenti più difficili c'è sempre chi resiste e, anche nell'era del virtuale a tutti i costi, continua a trovare nel manifesto un alleato fedele. I 3 casi studio ovviamente sono una porzione limitata delle innumerevoli iniziative in questo senso, che hanno portata e diffusione più o meno ridotta, ma che insieme affermano: i manifesti, come spettri, continueranno ad aggirarsi per il nostro mondo, reale o virtuale che sia, per ancora molto tempo.



NOTE DI APPROFONDIMENTO

[1] [2] Treccani, (n.d.). *Manifesto*, in treccani.it, consultato 19 ottobre 2021, <https://www.treccani.it/enciclopedia/manifesto/>

[3] Anceschi, G., Baule, G., & Torri, G. (1989). *La Carta del progetto grafico — Tesi per un dibattito sul progetto della comunicazione*.

LETTURE CONSIGLIATE

Balestrini, N., Moroni, P., & Bianchi, S. (2019). *L'orda d'oro 1968-1977: La grande ondata rivoluzionaria e creativa, politica ed esistenziale*.

McQuiston, L., (2019). *Protest! A History of Social and Political Protest Graphics*, Princeton University Press.

Pater, R., (2016). *The Politics of Design: A (not so) Global Manual for Visual Communication*, BIS Publishers.

Risatti, H., (1984). *The Contemporary Political Poster in Italy*, *Art Journal*, 44(1), 11–15. <https://doi.org/10/gm5f4g>

Torri, G., (2019). *Lampi Di Grafica: Diario Degli Anni Ottanta: Dalla Biennale Del Manifesto Di Pubblica Utilità Alla Carta Del Progetto Grafico*, Stampa alternativa & Graffiti.



GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

Social Issue

NOVEMBRE 2021

