



Titolo / **Per un futuro normale**

Autore / **Tommaso Nava**

Università / **ISIA Urbino**

Corso di Laurea / **Laurea specialistica in comunicazione e design per l'editoria**

Anno Accademico / **2009/2010**

Relatore / **Prof. Marco Tortoioli Ricci**

Supervisione della parte grafica / **Prof. Marco Tortoioli Ricci**

Come rappresentare un tema complesso? Come raccontare un tema complesso come la patologia psichica in un ambito pubblico? Come riferire la storia di una realtà sociale a un pubblico eterogeneo?

Un argomento astratto e articolato può essere rappresentato in un ambito limitato, in questo caso uno spazio sociale delimitandone i contorni, accorgendosi e prendendo coscienza dei limiti della rappresentazione ponendoli come punto di partenza. Il tema viene scomposto in unità minime, che nella loro dimensione micro ostentano i loro confini. Le unità vengono descritte singolarmente, selezionate e ri-organizzate in un messaggio. Il progetto **Per un futuro normale** tiene conto dei "limiti fisici" dello spazio in cui si manifesta, ma parla anche di limiti, di confini.

Si è scelto di raccontare il tema della malattia mentale analizzando la consistenza del limite tra normale e anormale. Il progetto riflette sulla precarietà e fluidità di questo confine.

INDICE RAGIONATO

L'idea del progetto nasce dalla riflessione sulla consistenza del confine tra normalità e anormalità. Il progetto indaga questi confini e si pone il problema della comunicazione di un tema complesso come la malattia mentale in un ambito limitato quale quello sociale. Il tema viene scomposto in unità minime, più gestibili, raccontate singolarmente e contemporaneamente.

STRUTTURA DELLA RICERCA

Per un futuro normale nasce all'interno di una riflessione sulle prospettive della cooperativa sociale **Orizzonti** a quindici anni dalla sua fondazione. L'occasione per un bilancio, ma soprattutto una pausa dalla routine e dalle incombenze quotidiane per prepararsi al futuro. Una riflessione alla quale hanno partecipato soci, operatori e amici di tutte le età, dai veterani che **Orizzonti** l'hanno vista nascere, ai ragazzi che hanno incontrato la cooperativa recentemente.

Cos'è il disagio psichico? Come affrontarlo? Con quali strumenti? E ancora: come coinvolgere il mondo che ci circonda? Come aprirsi al territorio? Le

domande sono sempre le stesse. Le risposte di un tempo, però, non sono più sufficienti. C'è bisogno, per l'ennesima volta, di rimettersi in cammino. **Per un futuro normale** parte proprio da queste esigenze, in primis dal bisogno di comunicare all'esterno la realtà di **Orizzonti**. Di raccontarla. Senza dare nulla per scontato. La scelta è stata quella di parlare di questa realtà parlando innanzitutto delle persone che ne fanno parte, delle loro vite, delle loro facce.

APPROCCIO ALLA RICERCA

Il progetto affronta limiti su livelli diversi. Innanzitutto prevede "limiti fisici", spazio e tempo in cui il sistema di comunicazione si manifesta, e "limiti" nel contenuto. Il progetto cerca di rappresentare le caratteristiche di un limite all'interno di uno spazio condizionato da limiti, quale lo spazio urbano, ma forse più precisamente bisognerebbe parlare di uno spazio sociale. Riconoscendo questi confini il messaggio prende forma. Come comunicare un tema complesso come la patologia mentale, oggetto della comunicazione di **Per un futuro normale**, all'interno di un ambito pubblico con i suoi confini più o meno concreti (muri, recinzioni, porte, apatia, indifferenza, velocità)? Come dar forma e volto a quindici anni di storia di una cooperativa sociale che si occupa di inserimento lavorativo di persone con patologia psichica? Come comunicare un tema difficile a un pubblico eterogeneo con facoltà differenti e diverse esigenze? Come poter raccontare una realtà "scomoda" all'interno dell'attuale società?

RISULTATI

Concretamente è stata organizzata una campagna elettorale nella quale i candidati erano degenti e operatori della cooperativa sociale "Orizzonti" di cantù. Cooperativa sociale che introduce al lavoro persone con patologie psichiche. Abbiamo scelto di giocare alle elezioni per tre motivi. Il primo è perché crediamo che il disagio psichico sia un tema innanzitutto politico. Ovvero un problema che riguarda tutta la collettività, e al quale tutta la collettività deve dare una risposta. Quello che fa Orizzonti dovrebbe interessare, e stare a cuore, a tutta la città. In secondo luogo, con questa campagna elettorale, abbiamo voluto metterci la faccia. Perché mettendo la nostra faccia sui tazebao, sia su quelli di carta sia su quelli virtuali del web, vogliamo esprimere fino in fondo il nostro desiderio di metterci in gioco, la nostra volontà di metterci a nudo, per confrontarci con gli altri con la nostra identità, senza pudori. Infine abbiamo voluto creare un equivoco, per far vedere che il confine fra normale e anormale è molto sottile e relativo. Attraverso il linguaggio fotografico, considerato a torto o a ragione uno dei più realistici, obiettivi e veritieri, abbiamo cercato un cortocircuito. La scelta del soggetto, un politico candidato alle elezioni, va in questa direzione. Ci siamo vestiti come i politici, abbiamo sorriso come i politici, abbiamo assunto le loro espressioni e, come loro, ci siamo messi in posa. Qualunque politico, infatti, è, o comunque vuole mostrarsi, come l'icona della normalità, come colui che può rappresentare tutti. Una società di normali elegge un capo perfettamente normale. Tutti i nostri candidati sono perfettamente votabili. Dalle immagini non si distingue facilmente chi è normale da chi è considerato anormale, non ci sono certezze. Tutti si affacciano dalla medesima finestra sui muri della città. Ogni sguardo comunica la sua realtà. Ma qual'è il candidato più credibile? Chi è il più affidabile? La risposta, forse, dipende proprio dagli occhi di chi guarda.

Marco Tortoioli Ricci

Marco Tortoioli Ricci nato a Perugia nel 1964, diplomato all'ISIA di Urbino, allievo di Provinciali e Hohenneger, ha lavorato dal 1989 al 1992 come art director presso lo studio Dolcini associati di Pesaro.

Titolare e fondatore dello studio "bcpt associati" di Perugia, si occupa della creazione di sistemi di identità aziendale e brand identity. Dal 1993 è responsabile dell'immagine per il marchio Listone Giordano nel mondo. Ha firmato progetti per Mondadori, Applicando, Università degli Studi di Perugia, Apple Italia, Comune di Perugia, Teatro Stabile dell'Umbria, Regione Umbria, Sviluppumbria, Festival dei Teatri di Santarcangelo di Romagna, Fondazione Umbria Jazz, Fondazione Giordano, Parqueterie Berrichonne, Poltronova, Tagina Ceramiche, Ferrero Legno, Fiera Milano, Lafarge Roofing Italia, Merker, Torino World Design Capital 2008.

Per due mandati, dal 2000 al 2006 ha ricoperto la carica di consigliere nazionale Aiap.

Nel 2001, nel 2004 e 2005, progetti dello studio bcpt associati sono stati selezionati dall'osservatorio ADI Design Index. Nel 2006 bcpt associati ha ricevuto il primo premio ex aequo per la nuova immagine della Regione Sardegna. Lo stesso progetto nel 2007 ha ricevuto un Merit Award, nell'ambito della competizione europea "European Design Award". Nel 2002 ha dato vita alla cooperativa sociale CoMoDo, comunicare moltiplica doveri che si occupa in modo specifico di comunicazione sociale. Dal 2007 è docente di Metodologia del Progetto all'ISIA di Urbino.

Tommaso Nava

Via Belvedere, 3

22063 Cantù, CO

M 320 0604019

Email tommasonava@libero.it

Bibliografia

Georges Perec
traduzione di R. Delbono
Specie di spazi
Bollati Boringhieri, 1989

Giovanni Lussu
"Teatri di poesia semantica.
Stefan Themerson
e la giustificazione
interna verticale"
in Progetto grafico 4/5
Periodico dell'AIAP, febbraio 2005

a cura di Franco Russoli
Il cubismo
Fabbri editore, 1980

La Biennale di Venezia
XLV Esposizione
Internazionale d'Arte
Punti cardinali dell'arte
Edizioni La Biennale di Venezia,
Venezia 1993

Daniele Barbieri
Guardare e leggere
Principi di comunicazione visiva
Carocci

Raymond Queneau
traduzione di U. Eco
Esercizi di stile
Einaudi, 2001

Umberto Eco
Povero Pinocchio: giochi
linguistici di studenti
del Corso di comunicazione
Comix, 1995

Nadia Tarantini
Laboratorio di scrittura.
Come lavorare nella
comunicazione e migliorare
il proprio stile
FrancoAngeli, 2003

Alan Fletcher
Picturing and poeting
Phaidon, 2006

Giovanna Cosenza
Semiotica dei nuovi media
Editori Laterza, 2008

Paul Watzlawick,
J. H. Beavin, D. D. Jackson
traduzione di M. Ferretti
Pragmatica della comunicazione umana.
Studio dei modelli interattivi, delle patologie
e dei paradossi
Astrolabio Ubaldini, 1971

Gianfranco Giudice
Un manicomio di confine:
storia del San Martino di Como
Laterza, 2009

Ascanio Celestini
La pecora nera
Einaudi, 2008

Lorenzo Milani
a cura di Scuola di Barbiana
Lettera a una professoressa
Libreria Editrice Fiorentina, 1996

Shepard Fairey, Jennifer Gross
Art for Obama: Designing
Manifest Hope and the
Campaign for Change
Abrams Image, 2009
Liz Farrelly
Tibor Kalman:
design and undesign
Thames and Hudson, 1998

Neil Selkirk, Tibor Kalman,
Maira Kalman
foto di Neil Selkirk
1000 on 42nd street
powerHouse Books, 2000

Andrea Rauch, Gianni Sinni
Disegnare le città
Lcd Edizioni, 2009

Richard Avedon, Maria Morris Hamburg,
Mia Fineman
Richard Avedon portraits
Harry N. Abrams, 2002

Nan Goldin
a cura di D. Armstrong,
W. Keller
The other side
Scalo, 2000

Mario Giacomelli
a cura di Simona Guerra
La mia vita intera
Bruno Mondadori, 2008