

# il progetto pt.1



Logo istituzionale di Ascoli

Fotografia in bianco e nero

Futura Bold su bande di colore bianche e nere

La gamma principale di prodotti volti a pubblicizzare Ascoli e il suo *travertino* parlante è composta principalmente da: una serie di *posters*, una serie di *t-shirts* e una coppia di *mug*, estendibili poi ad altri segni e messaggi. Poster e t-shirts hanno anche una parte dedicata all'informazione riguardo la storia e la posizione del messaggio che contengono.



Qui sopra infografica posta sul retro della t-shirt

Etichette e dimostrazione di rendering delle mug.



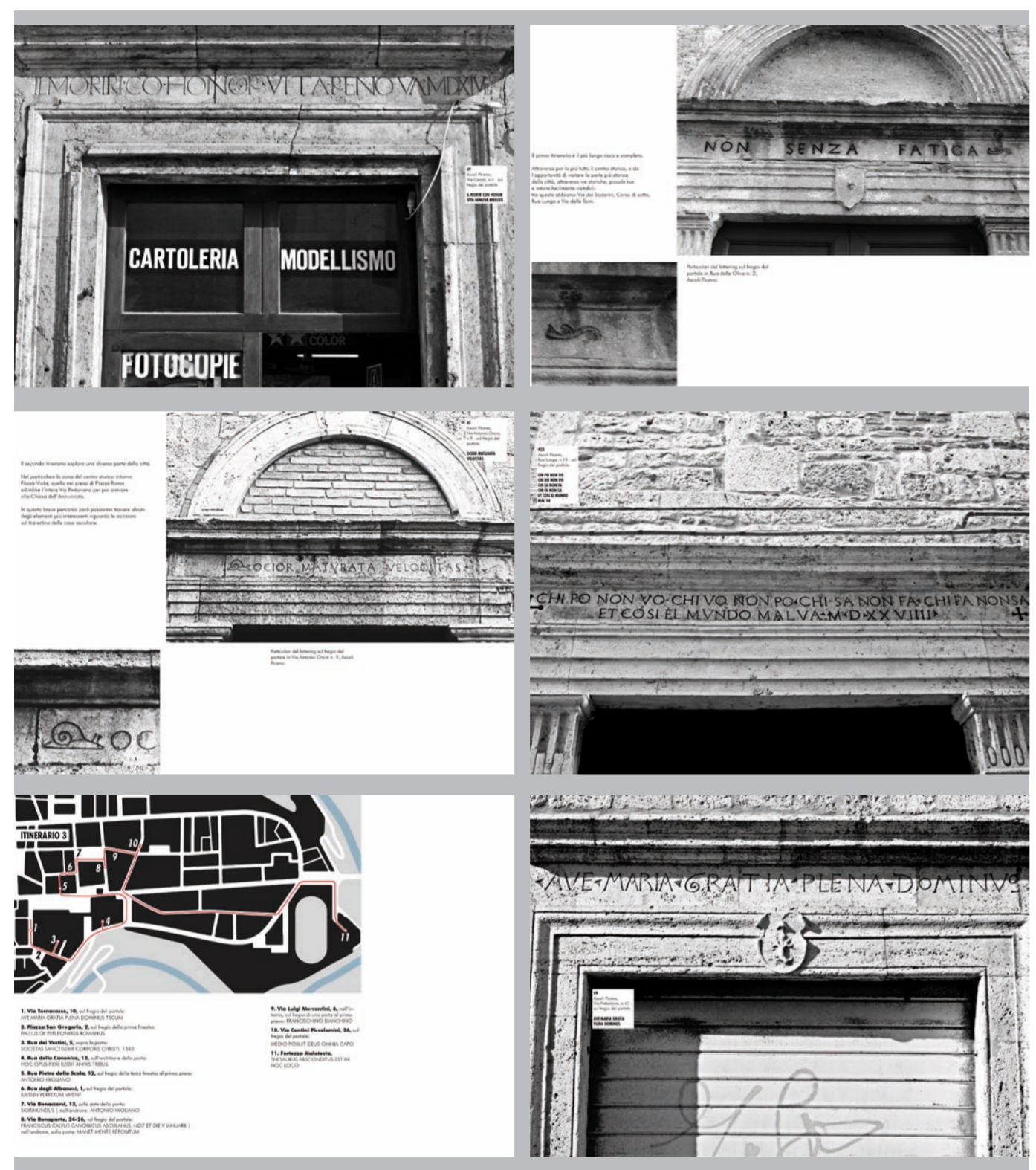
Da notare anche qui l'uso del Futura Bold su bande di colore bianche e nere

L'uso dei messaggi con espedienti tipografici differenti



Il poster in versione verticale in alto, con sotto le versioni differenti in orizzontale e i particolari sul retro.

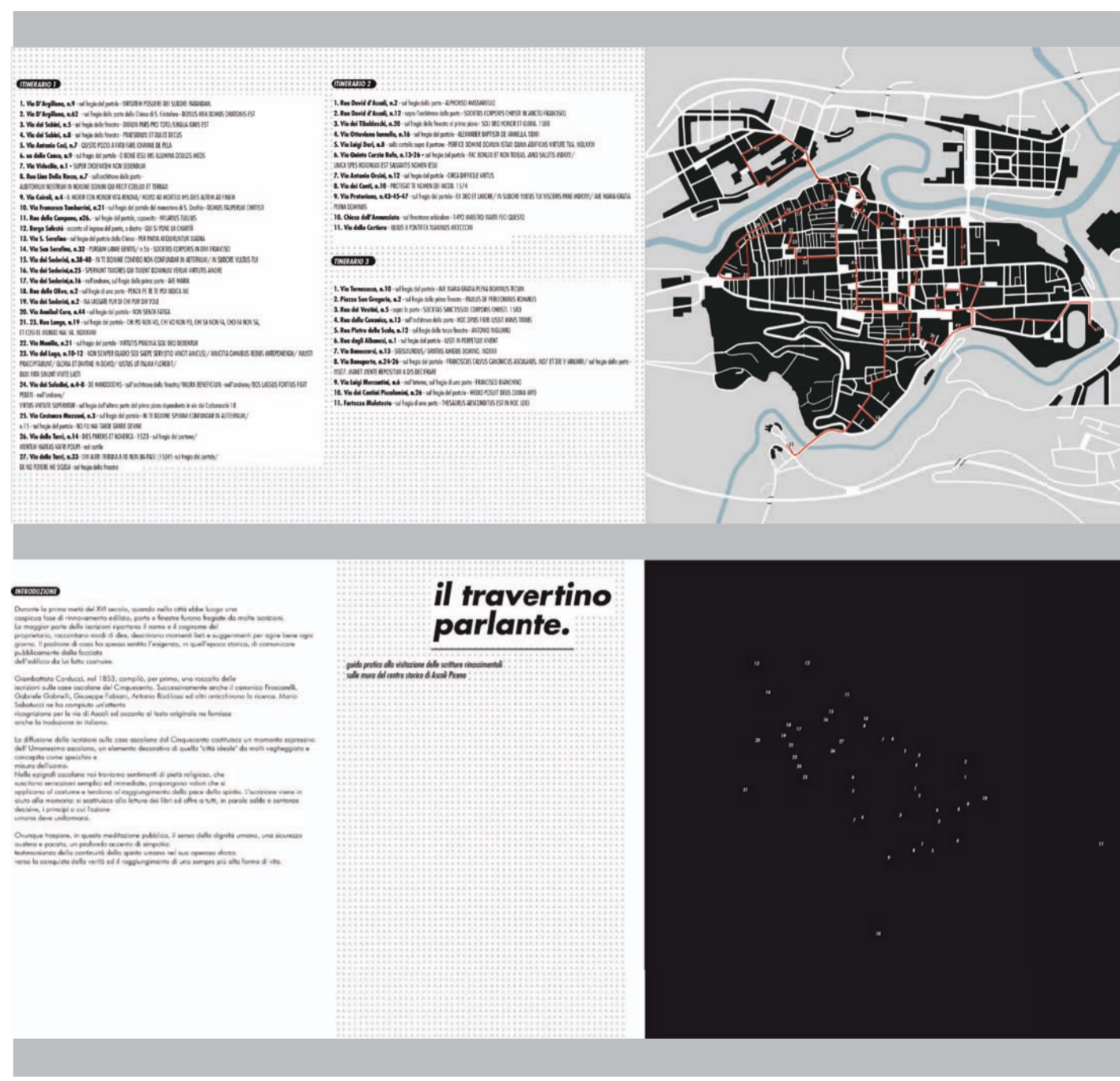
# il progetto pt.2



Alcune pagine dell'opuscolo, nel quale sono organizzati i tre itinerari che portano alla scoperta del travertino parlante, nel centro storico di Ascoli Piceno. L'opuscolo contiene foto ed elenchi delle varie iscrizioni disseminate per la città; tutte le foto sono state scattate esclusivamente per lo scopo della pubblicazione.



Ai prodotti puramente commerciali vi si affiancano delle piccole pubblicazioni, che contengono l'elenco delle iscrizioni epigrafiche: accompagnate da una mappa con itinerari (qui sopra) e anche alle foto che mostrano la varietà delle forme del lettering epigrafico e dei messaggi contenuti all'interno della città.



Allo stesso modo dell'opuscolo, con la stessa ottica, è stato realizzato il pieghevole: per la diffusione su supporto cartaceo del patrimonio artistico-culturale ascolano.



**Scuola di Architettura e Design**  
Eduardo Vittoria

**corso di laurea: Disegno industriale e Ambientale**

**laureando: Riccardo Rocchegiani**

**relatore: Carlo Vinti**

# ispirazioni



Esempi di design di t-shirt "tipografiche" prese ad ispirazione, tra cui JPRG del gruppo di grafici olandesi Experimental JetSet.



Alcuni dei manifesti più famosi di Barbara Kruger che hanno ispirato il layout grafico dei poster.



# il travertino

# parlante

*Comunicazione e merchandising per la valorizzazione di un patrimonio artistico-culturale locale.*

## **DOSSIER DI RICERCA**

A cura di: Riccardo Rocchegiani  
Relatore: Carlo Vinti

# INDICE

## **“Travertino parlante”: per una comunicazione turistica del Piceno fuori dai luoghi comuni**

Ascoli Piceno possiede una tradizione un patrimonio culturale poco noto ai più ma di fondamentale importanza: il repertorio di iscrizioni fatte realizzare da privati cittadini nel XVI secolo e ancora oggi in larga parte visibili all'ingresso o sulle facciate di edifici residenziali. Massime in latino e in volgare, spesso di ispirazione umanistica, che dai portoni o dalle finestre *“rivolgevano la parola”* ai passanti.

Per questo motivo, le iscrizioni rinascimentali ascolane – incise nella pietra tipica dell'architettura cittadina - sono state definite da tempo *“travertino parlante”*.

(E. Giovannetti, 1937).

### **Cenni storici**

Durante la prima metà del XVI secolo, quando nella città ebbe luogo una cospicua fase di rinnovamento edilizio, porte e finestre furono fregiate da molte iscrizioni.

La maggior parte delle iscrizioni riportano il nome e il cognome del proprietario, raccontano modi di dire, descrivono momenti lieti e suggerimenti per agire bene ogni giorno. Il padrone di casa ha spesso sentito l'esigenza, in quell'epoca storica, di comunicare pubblicamente dalla facciata dell'edificio da lui fatto costruire.

Giambattista Carducci, nel 1853, compilò, per primo, una raccolta delle iscrizioni sulle case ascolane del Cinquecento. Successivamente anche il canonico Frascarelli, Gabriele Gabrielli, Giuseppe Fabiani, Antonio Rodilossi ed altri arricchirono la ricerca. Mario Sabatucci ne ha compiuto un'attenta ricognizione per le vie di Ascoli ed accanto al testo originale ne fornisce anche la traduzione in italiano.

È interessante che il paleografo Armando Petrucci – nel suo saggio sulle *“scritture esposte”* in Italia dal Medioevo al '900 (La scrittura. Ideologia e rappresentazione, Einaudi 1980) - inserisca le epigrafi ascolane dentro la categoria della *“devianza”* dalla norma epigrafica del tempo. In particolare:

- dall'uso prevalente della lingua latina: molte iscrizioni sono infatti in volgare
- dalla consuetudine di rivolgere messaggi ufficiali (dall'alto verso il basso) della tradizione epigrafica
- la stessa norma grafica prevalente nel Rinascimento.

La diffusione delle iscrizioni sulle case ascolane del Cinquecento costituisce un momento espressivo dell' Umanesimo ascolano, un elemento decorativo di quella "città ideale" da molti vagheggiata e concepita come specchio e misura dell'uomo.

Nelle epigrafi ascolane noi troviamo sentimenti di pietà religiosa, che suscitano sensazioni semplici ed immediate, propongono valori che si applicano al costume e tendono al raggiungimento della pace dello spirito. L'iscrizione viene in aiuto alla memoria: si sostituisce alla lettura dei libri ed offre a tutti, in parole salde e sentenze decisive, i principi a cui l'azione umana deve uniformarsi.

Ovunque traspare, in questa meditazione pubblica, il senso della dignità umana, una sicurezza austera e pacata, un profondo accento di simpatia: testimonianza della continuità dello spirito umano nel suo operoso sforzo verso la conquista della verità ed il raggiungimento di una sempre più alta forma di vita.

Mi piace concludere con le parole di G.B. Carducci, il primo degli storici municipali, che ha valorizzato le iscrizioni cinquecentesche ascolane, quasi sempre ignorate dagli storici: *"quelle epigrafi tutte spiranti amore alla virtù che in generale e lodevolissima usanza poneva ne' tempi andati sulla fronte degli edificii, parmi doversi riguardare quale viva e perenne testimonianza delle vigorose età italiane. Erano o esser dovevano esse di necessità il programma, la divisa morale, che il possessore dell'edifizio pubblicamente quasi imponevasi; ricordi ed alti sentimenti che il popolo vedendoseli tuttodi innanzi agli occhi, era pure obbligato imprimersi e conservarsi nell'animo"*.

(Tratto dall'introduzione del libro "Iscrizioni sulle case ascolane del cinquecento di S. Castelli".)

Ora andiamo a vedere nello specifico ciò che abbiamo definito patrimonio artistico-culturale: ovvero le iscrizioni sul travertino presenti in più parti del centro storico di Ascoli Piceno.



Iscrizione presente in Rua Lunga, n.19, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Via delle Torri, n.33, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Via Antonio Orsini, n.9, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Rua delle Olive, n.2, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Via Cairolì, n.9, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Via Pretoriana, n.47, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Via Annibal Caro, n.44, Ascoli Piceno



Iscrizione presente in Rua della Campana, n.26, Ascoli Piceno

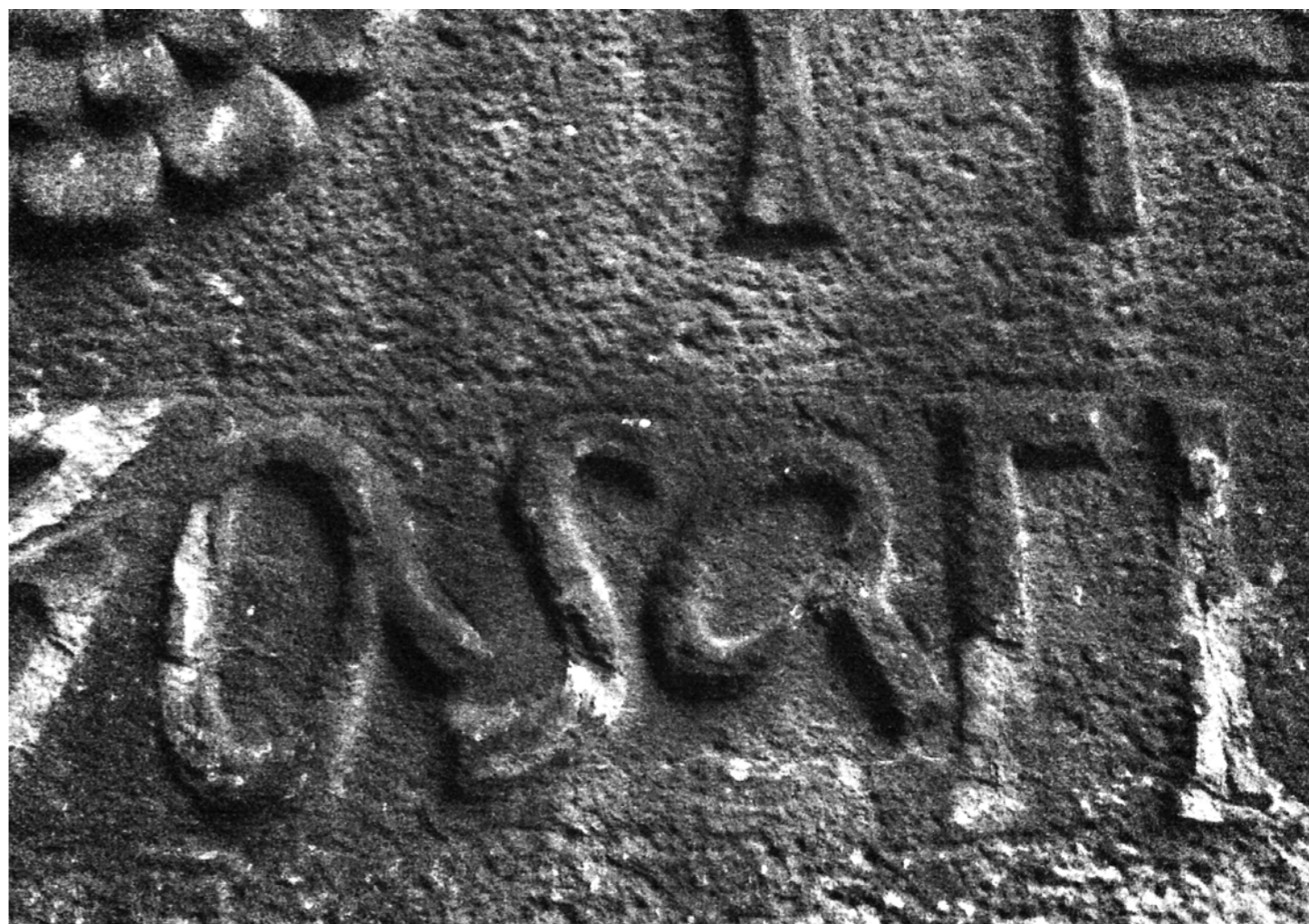
Questi sono alcuni degli esempi più importanti e celebri delle iscrizioni sulle case ascolane del Cinquecento. Le scritture sono disseminate in tutto il centro storico ascolano, e sono una particolarità esclusiva di Ascoli: infatti non esiste città in Italia che abbia un' epigrafia di questo genere; ovvero pensata e realizzata da privati cittadini, rivolta agli stessi privati cittadini.

Un esempio di scritture epigrafiche analoghe lo troviamo per esempio nei pressi di Montegallo, una località vicina. Ecco alcuni esempi di queste devianze della norma grafica rinascimentale, come A. Petrucci le definisce:



A seguire altri scatti provenienti dell'epigrafie rinvenute a Montegallo.





*"La grafica è la scrittura dei messaggi visivi. Il designer è il regista che monta il processo di comunicazione attraverso il controllo e la manipolazione del sistema notazionale per eccellenza del grafico."*

Questa affermazione di Mario Piazza, ci permette di vedere lo spazio urbano come un insieme di segni grafici, molti dei quali gestiti e generati dalla grafica. Ed è proprio in questo insieme di linguaggi grafici, che si mescolano tra di loro, che si trova inciso il retaggio culturale dell'Ascoli rinascimentale: un insieme di sentenze che sembra voler comunicare con noi che la città la viviamo.

*"A chi l'avesse percorsa con l'animo e l'attenzione del turista non frettoloso, una qualsiasi città dell'impero romano, fra I e III secolo d.C., sarebbe apparsa caratterizzata non solo e non tanto dalle statue, dai templi, dai luoghi pubblici di ritrovo, dai colori e dal traffico, quanto dalle scritte, presenti dappertutto, nelle piazze e nelle strade, sui muri e nei cortili, dipinte, graffite, incise sospese in tabelle lignee o tracciate su riquadrature bianche, diversissime fra loro non soltanto per aspetto, ma anche per contenuto, essendo ora pubblicitarie, ora politiche, ora funebri, ora celebrative, ora pubbliche, privatissime, di appunto o di insulto, o di scherzoso ricordo; e naturalmente rivolte se non proprio a tutti, a molti, e cioè ai molti alfabeti facenti parte della comunità urbana."*

Questa citazione di Armando Petrucci sembra descrivere non solo le città dell'impero romano, ma qualsiasi città di oggi.

Le iscrizioni con capitali romane di archi di trionfo, o quelle dei palazzi rinascimentali, o dell'epigrafia non solo completano il paesaggio architettonico delle nostre città, ma hanno rappresentato la trascrizione urbana della cultura tipografica e della sua affermazione come ineguagliabile motore della trasmissione del sapere.

L'idea di progetto si muove proprio in questa direzione: recuperare i messaggi e i linguaggi dispersi nel tessuto urbano, quasi ignorati ormai, per recuperare quel patrimonio culturale e, di conseguenza, metterlo a disposizione delle nuove generazioni; attraverso un progetto che si pone come obiettivi quello di rinnovare parzialmente l'immagine di Ascoli, aggiungendo un bagaglio storico-culturale importante, che fa da sempre parte del tessuto sociale della città, ma che in qualche modo era stato messo da parte.

Nasce così l'idea di allestire un merchandising turistico che abbia come protagonista i messaggi e i segni particolari dell'epigrafia rinascimentale di Ascoli Piceno.

Per creare questa rete di prodotti si è dovuto prima selezionare una serie di motti, vecchi detti di conoscenza popolare e frasi in genere che trasmettessero la cultura, la tradizione e l'identità ascolana.

C'è quindi stata una catalogazione e poi una selezione delle frasi storiche dell'epigrafia locale.

**PENZA PE TE,TE POI IUDICA ME**

**NON SENZA FATICA**

**CHI PO NON VO,CHI VO NON PO,CHI SA NON FSA,CHI FA NON SA,  
ET COSI EL MUNDO MAL VA**

**CHI ALTRI TRIBULA A XE NON DA PACE**

**MA LASSATE PUR DIR CHI PUR DIR VOLE**

**CHI MORTE TEME DE VITA NON E DEGNO**

**IL MORIR CON HONOR VITA RENOVA**

Queste sono alcune delle frasi che sono state usate negli artefatti relativi al progetto: quelle più rappresentative del modo di vivere dell'epoca, ma anche più comunicative da un certo punto di vista, in quanto scritte in volgare.

Per quanto riguarda il modello di elaborazione grafica degli elaborati, per cercare di dare massima importanza al valore intrinseco delle parole, l'ispirazione ci è stata data ,dalla prima graphic-designer e artista concettuale poi, Barbara Kruger.

#### BIOGRAFIA:

Barbara Kruger è un'artista pop/concettuale nata a Newark nel New Jersey nel 1945, che lasciò nel '64 per spostarsi a Syracuse per frequentare l'università. Dopo un anno passato a Syracuse, nel '65 inizia a frequentare la Parsons School of Design di New York City. Ha studiato con gli altri \ artisti/fotografi Diane Arbus e Marvin Israel, che hanno introdotto la Kruger ad altri fotografi e riviste di moda. Dopo un anno alla Parsons, Barbara Kruger lascia di nuovo la scuola e trova lavoro presso la Condé Nast Publications nel 1966.

Non molto tempo dopo aver iniziato a lavorare per la rivista *Mademoiselle* come designer di primo livello, po promossa capo designer un anno dopo. Più tardi ha lavorato ancora come graphic designer, art director, e editor di immagini a *"House and Garden"* e *"Aperture"*, e ha fatto layout di riviste, e foto editing freelance per altre pubblicazioni. I suoi dieci anni di background nel mondo del design sono evidenti nei lavori per la quale è ormai rinomata e riconosciuta.

Come Andy Warhol, Barbara Kruger è stata fortemente influenzata dai suoi anni lavoro come graphic designer.

#### LA SUA ARTE:

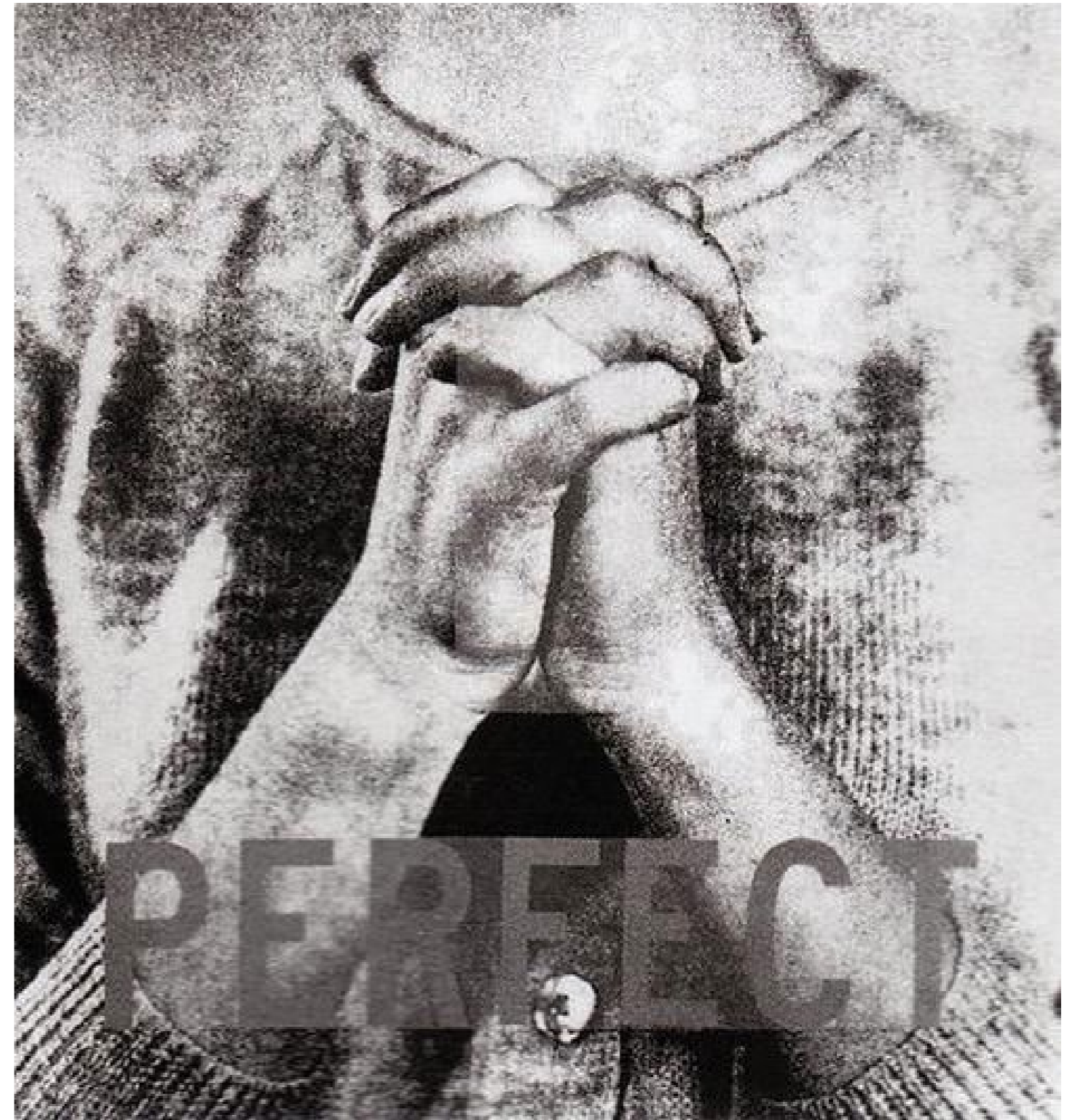
La sua prima opera risale al 1969. I grandi arazzi tessuti di filati, perline, paillettes, piume e nastri, esemplificano il recupero femminista del mestiere durante questo periodo.

Nonostante la sua inclusione nella Whitney Biennial nel 1973 e mostre personali all' Artists Space e Fischbach Gallery, entrambe a New York, i due anni successivi, le sue crescenti preoccupazioni sociali e politiche, le provocano un distacco dal suo impegno artistico. Nell'autunno del 1976, Barbara Kruger si trasferisce a Berkeley, in California, abbandonando temporaneamente la sua arte, per insegnare presso l'Università della California per quattro anni, dove si immerge negli scritti di Walter Benjamin e Roland Barthes.

Inizia a produrre fotografia nel 1977, producendo una serie di dettagli in bianco e nero di esterni architettonici in coppia con le proprie elucubrazioni testuali sulla vita di coloro che vivono al suo interno.

Pubblicato come un libro d'artista, *Picture / Readings* (1979) prefigura il vocabolario estetico Kruger sviluppato nel suo lavoro maturo.

Nel 1979 Barbara Kruger smette di usare le proprie fotografie e inizia a utilizzare immagini che si trovano nella sua arte, per lo più da fonti di stampa-media della metà del secolo americano, con le parole collage direttamente su di loro. Il suo pezzo *"1980 untitled"* comunemente noto come *"Perfect"* ritrae il busto di una donna, le mani giunte in preghiera, evocando la Vergine Maria, l'incarnazione della femminilità sottomessa; la parola *"perfect"* è posizionata lungo il bordo inferiore dell'immagine.



Questi primi collages in cui B.K. mostra delle tecniche che aveva perfezionato come graphic-designer, inaugurano le provocazioni politiche, sociali, e in particolare femministe dell'artista con commenti sulla religione, il sesso, gli stereotipi razziali e di genere, il consumismo, l'avidità aziendale, e il potere.

Durante i primi anni 80 Barbara Kruger, perfeziona il suo stile, utilizzando immagini fotografiche ritagliate, su larga scala e in bianco e nero, sovrapponendovi rauchi, concisi, e spesso ironici aforismi, stampati in *Futura Bold* sopra fasce di colore nero o bianco o rosso.

L'inclusione di pronomi personali in opere come *Untitled (Your gaze hits the side of my face) (1981)* e *Untitled (I shop therefore I am) (1987)* indica allo spettatore chi sta parlando e a chi ci si rivolge.

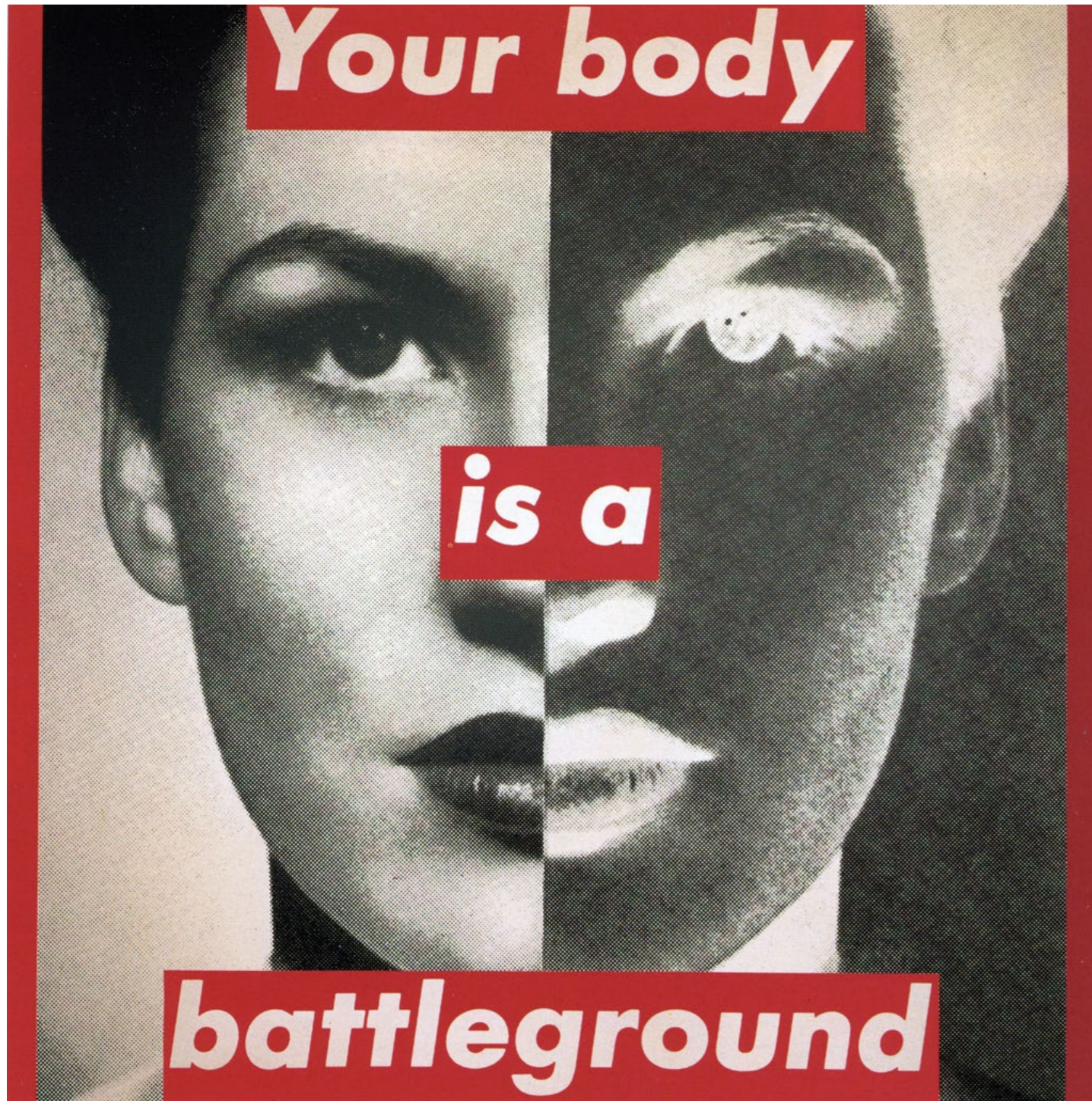
Queste opere mature, composte rigorosamente, funzionano correttamente su qualsiasi scala. La loro ampia distribuzione, sotto la supervisione dell'artista, in forma di ombrelli, borse, cartoline, tazze, t-shirt, poster, e così via, confonde i confini tra arte e commercio e richiama l'attenzione sul ruolo della pubblicità in pubblico il dibattito.



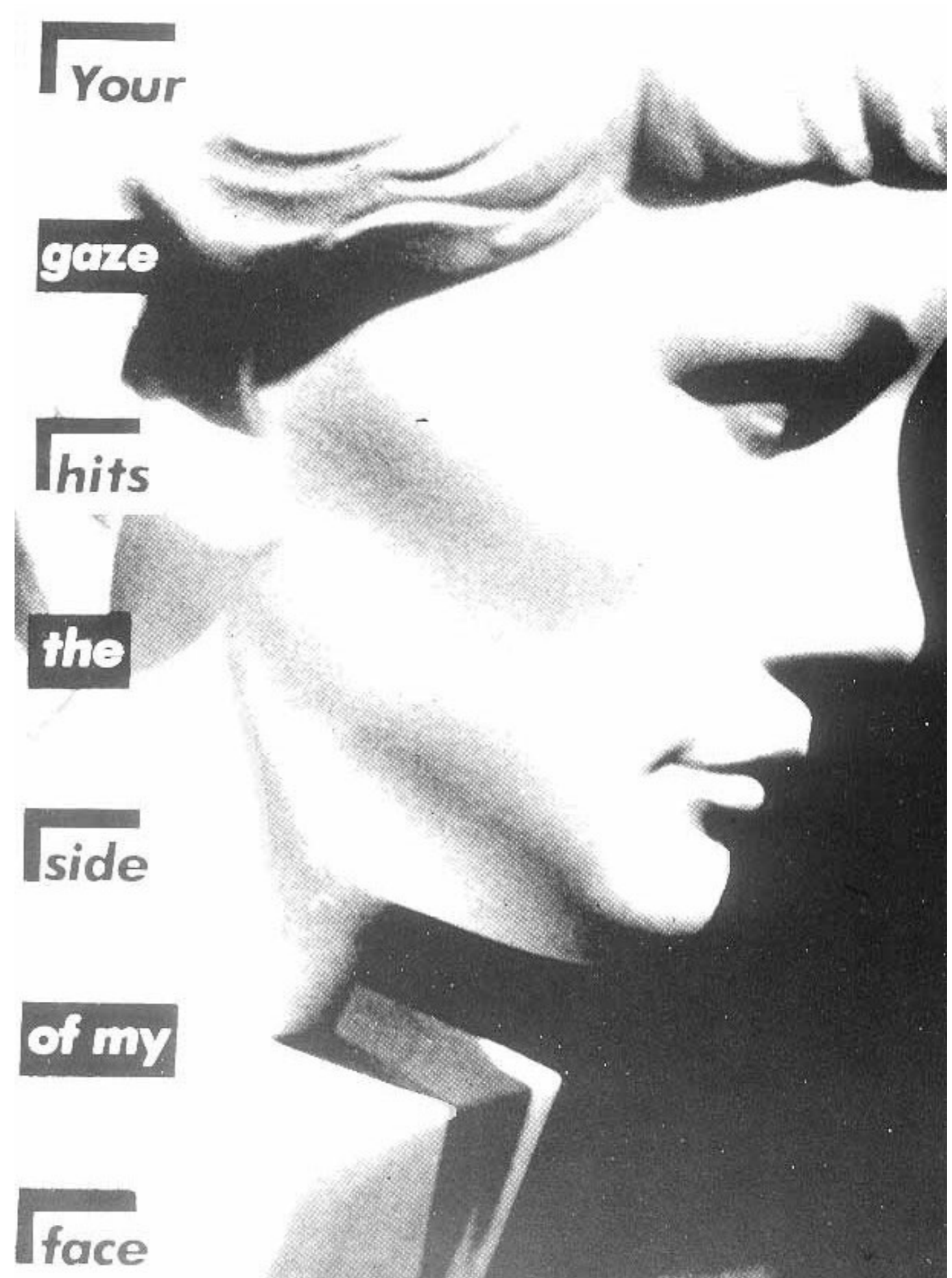
Negli ultimi anni, Barbara Kruger ha esteso il suo progetto estetico, creando installazioni pubbliche del suo lavoro in gallerie, musei, edifici comunali, stazioni ferroviarie e parchi, nonché sugli autobus e cartelloni pubblicitari di tutto il mondo. Muri, pavimenti e soffitti sono rivestiti con immagini e testi, che fagocitano e persino assalto lo spettatore.

Dalla fine del 1990, Kruger ha incorporato la scultura nella sua critica costante della cultura consumistica americana. *Justice (1997)*, realizzato in fibra di vetro dipinta di bianco, raffigura J. Edgar Hoover e Roy Cohn: due personaggi pubblici dell'ala destra che hanno nascosto la loro omosessualità. In questa parodia *kitsch* di statue commemorative, Kruger evidenzia la congiura del silenzio che hanno consentito questi due uomini di accumulare potere sociale e politico.





In alto "Your face is a Battleground", 1989.  
A destra "Your gaze hits the side of my face", 1981.



La linea estetica del progetto si muove proprio in questa direzione, cercando di mettere in massima evidenza le parole, che sono una parte fondamentale della tradizione epigrafica dell'ascolano; cercando però di dare spazio anche al lettering peculiare di queste iscrizioni.

Quest'intento, ovvero quello di dare voce ai muri della città, unito a quello di cercare di dare una forma "moderna" al "prodotto travertino parlante" hanno portato alla realizzazione di tali artefatti:



Una serie di manifesti/poster riportanti le frasi del travertino in stile Kruger: Futura Bold sopra una banda di colore, nero su bianco o bianco su nero, sovrapposte ad una foto b/w che richiama i manifesti dell'artista americana.

Combinare con il logo istituzionale di Ascoli e delle informazioni peculiari sul retro.



Questo poster è stato realizzato in due versioni: quella verticale e quella orizzontale.



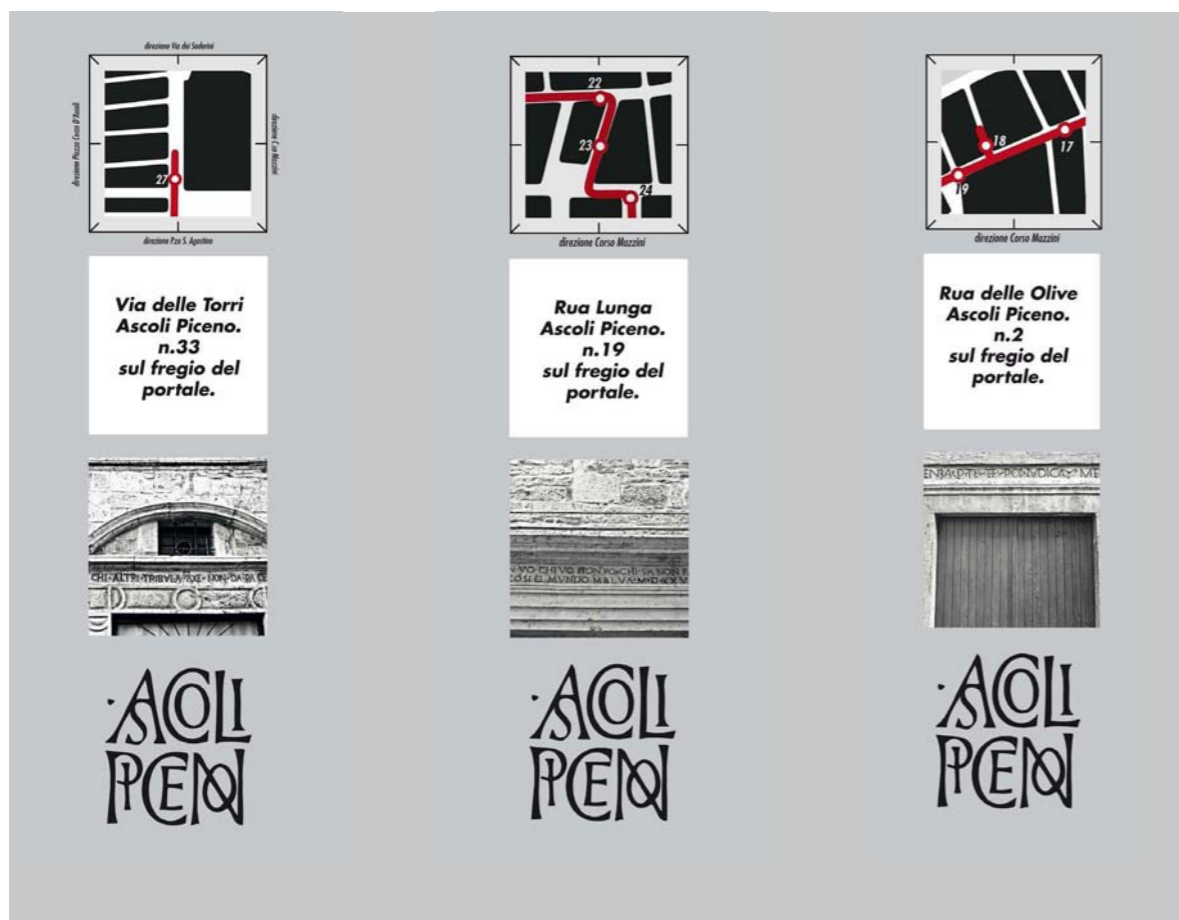




Stessa cosa è stata fatta per le *t-shirts*, ovvero una trasposizione grafica capace di trasmettere il messaggio; questa volta a disposizione ci sono vari tipi di grafica, ma sempre molto legati alla tipografia e alla *parola*.

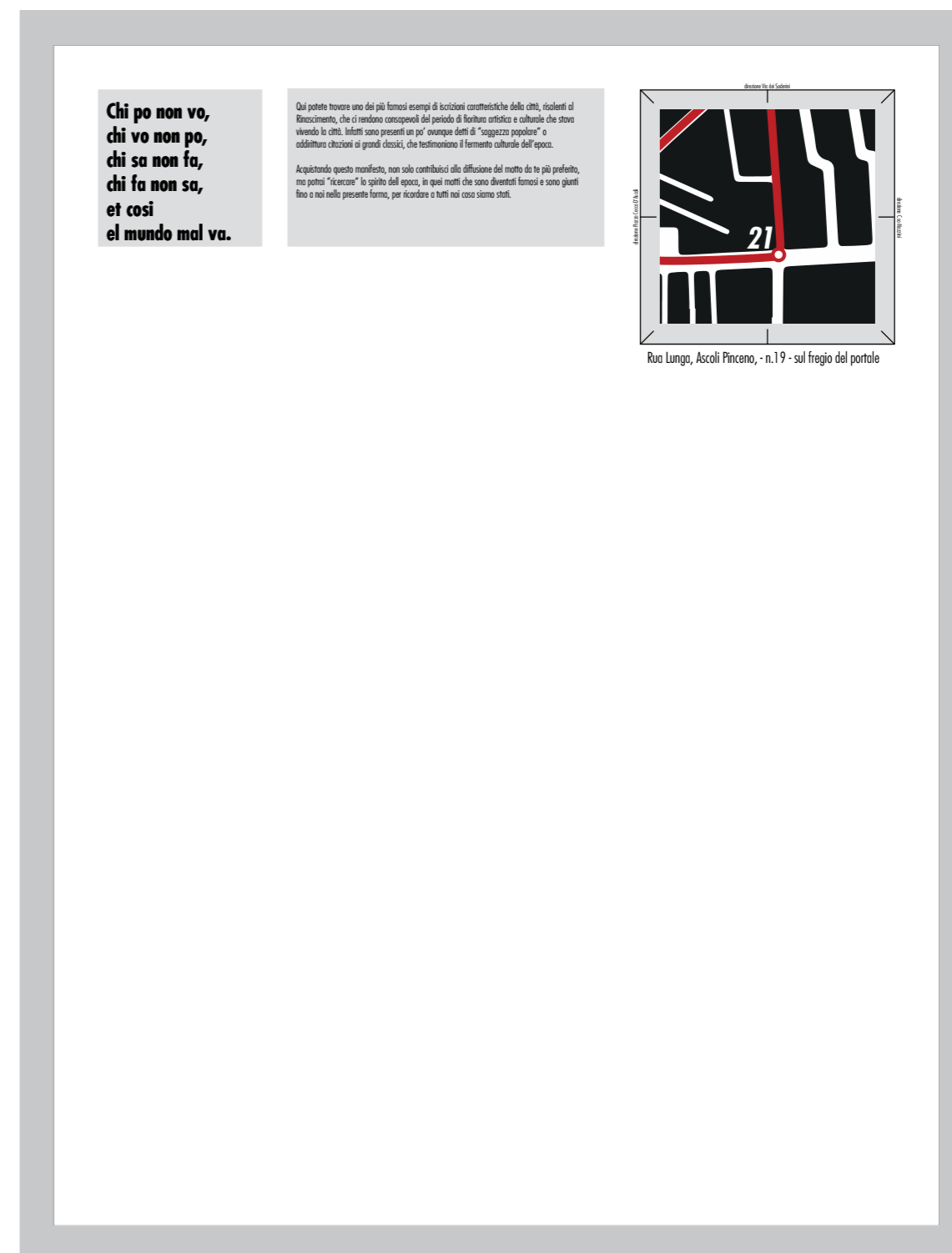
Ci sono quattro tipi di grafica diverse, estendibili ad altri motti della raccolta del travertino parlante. I primi due abstract hanno un'aria chiaramente Kruger-inspired, mentre gli ultimi due si avvicinano un po' di più allo stile delle grafiche da t-shirt puramente commerciale.

Un'altra particolarità, che accomuna tra l'altro le t-shirt ai poster è lo spazio informativo, posto sul retro, dove vi sono inserite alcune coordinate per identificare la scrittura geograficamente all'interno della città.



Informazioni poste sul retro delle t-shirts.

Layout informativo per il retro del poster, dove c'è una breve descrizione della storia del travertino parlante, il posizionamento sulla mappa, e la frase che dà il titolo all'artefatto.



Per quanto riguarda le *mug* si è cercato di dare più risalto, più importanza al segno in quanto tratto grafico, facente parte di quell'*archivio di lettering* presente sui muri cittadini. La scelta di rendere vettoriale il segno è stata fatta per rendere leggermente più uniforme che altrimenti sarebbe stato impossibile da ricreare perfettamente.

Anche qui sono rappresentati un paio di esempi della gamma, che poi potranno essere espandibili ad altri segni particolarmente evocativi.



In alto l'etichetta, qui a sinistra un'idea di come dovrebbe essere realizzata la *mug*.

In alto l'etichetta, qui a sinistra un'idea di come dovrebbe essere realizzata la *mug*.



