

Quien la hace, la paga

Reflexiones gráficas sobre la bota

Esta ya es la cuarta edición que organiza anualmente el Istituto Europeo di Design que trata de que jóvenes diseñadores reflexionen sobre el momento sociopolítico de sus respectivos países. México, Brasil y Argentina han sido interesantes protagonistas de las anteriores ediciones. El concurso se convocó en un momento especialmente interesante para la sociedad italiana, en plena crisis del proyecto Berlusconi basado en un presidencialismo televisivo, manipulador de los derechos y libertades, aliado con los restos de serie del peor de los últimos sesenta años, portavoz indiscutible del señor Bush y amigo personal del señor Aznar. Momento propicio para la introspección y la búsqueda de alternativas a un modelo en vías de extinción. Las posteriores elecciones han abierto una vía a la esperanza y al cambio.

Alessandro Manetti, director de la sede Barcelona de l'Istituto, cita a la introducción del catálogo de ciertos hechos comunes a las diferentes propuestas que podrían extrapolarse al nivel más general de todo un país. Desconfianza en el rol de la política y demanda urgente de reforma o reconstrucción de las instituciones con el fin de devolverles el valor y la credibilidad. Tendencia por parte del ciudadano italiano a ver en clave pesimista el futuro del país y consolidación de un individualismo difuso que vienen sustituyendo en concepto de interés colectivo.

Los comentarios que acompañan las imágenes provienen de las memorias que acompaña los diferentes proyectos y que han elaborado los mismos autores. Recordemos que las continuas alusiones al gobierno y a su presidente se refieren al anterior equipo encabezado por Silvio Berlusconi, que perdió las últimas elecciones.

Amalena Santercoli

La merca retorna

"Quien la hace, como mínimo la paga". Ajo, cebolla, pimiento, puerros, berenjenas. Son munas las cosas que, queriendo o no, comporten la contrapartida del desagradable retorno. Pero si hay una cosa que valida (valida, validare, validarum) automáticamente el billete de ida y vuelta es la estimada, vieja, Mierda. (...) todos nos hemos fundamentado en el viejo arte de tirar mierda contra el viento y, por provecho, todos nos hemos agachado recogiendo la tempestad. De hecho, siglos de evolucionismo no nos han enseñado nada (...) continuamos esperando en atrevido desafío, pobres ilusos, que los boomerang de mierda que lanzamos, de una vez, no nos sorprendan por la espalda (...)

Antonio Matarresse

Sudicio (unión de palabras "sur" y "sucio")

La bota nueva y bien abrigada del Norte contrasta con el Sur enfangado.

Andrea Barletta

El futuro está en tus manos. Con un solo dedo ... acontece responsable.

"Mi trabajo es un aviso sobre la responsabilidad de cada uno de nosotros (...) El gesto de los "cuernos" con el índice y el dedo pequeño levantados, es un signo supersticioso, sinónimo de "esperamos que todo vaya bien", gesto basto. Una manera de hacer poco seria de la que a menudo se abusa, también por parte de nuestro presidente del gobierno.

El gesto de los cuernos es también símbolo de traición. Cambiando continuamente de posición, con el fin de seguir la vía más favorable, (...). La dedición de cambiar las cosas con un solo dedo, está a nuestro alcance. Si, un solo dedo, el índice, sinónimo de "yo", de "presente". Asumimos la responsabilidad, tomamos decisiones, arriesguémonos, no nos escondamos más dando la culpa a los otros. Convirtámonos en actores de nuestro futuro (...)."

Giuliano Climenti

La mafia es nuestro lastre del sud de Italia

Alusión a un informe que concluye que si no fuera por el defecto económico nocivo de la actividad mafiosa, los últimos veinte años, el PIB del Sur se hubiera equiparado al del Norte.

Incola Volontè

Los primeros serán los últimos

"(...) el populismo ha contribuido a crear una masa de ciudadanos convencidos de ser protagonistas del propio país, pero en realidad reducidos a simples compartas. (...) Esto hace que Italia y los italianos aparezcan como un simple primer plato, spaghetti sin condimento, insípidos, un pueblo en crisis de identidad (...) incapaz de afirmarse más allá del estereotipo de la patria de los spaghetti."

Lisa Capezzuoli

El canto de los italianos

"El himno de Mameli, canción patriótica de los tiempos de la unificación que el 1946 se adoptó como himno de la República (...) el buen comer y en particular la pasta es uno de los otros símbolos representativos de nuestro país en el mundo. (...) he utilizado el carácter Bodoni, del conocido italiano Gianbattista Bodoni, ya que el representa otro hito para el lento caminar de la "imprensa italiana" (...). Es por ello que he querido unir la música, la cocina, la política y la cultura revisando el Canto de los Italianos de manera irónica con el fin de reforzar la nacionalidad del concepto, de los elementos y de los estilos gráficos".

Fabrizio Piumato

Bagdad

"(...) el italiano, sometido por los EE.UU. resbala sobre la lona eufórica del interés económico. La bota está gobernada por políticos incapaces de asumir posiciones internacionales fuertes. En Italia la opinión pública no cuenta para nada. No han servido de nada las manifestaciones por la paz y la retirada de las tropas italianas de Irak."

Francesco Basile

Hermanos de Italia, Italia se ha perdido (*)

"(...) en el cartel he intentado evidenciar esta situación amistosa sumisión de la cual Italia y los italianos no conseguimos salir. Nuestra bandera aparece englobada dentro de la americana de la que se alzan las tan estimadas "Frecce Tricolori" (la patrulla acrobática italiana) de las cuales ya no somos los años, desde el momento que no controlamos ni nuestras Fuerzas Armadas y afrontamos guerras que no son las nuestras (...)"

() Juego de palabras que alude al inicio del himno nacional "el italiano se ha despertado -desta-, y lo cambia por "se ha perdido" -persa-. Hay también la doble alusión de "persa" en negrita, por Persia o sea por Irak.*

Alberto Moreu

Volare. Oh! Oh!. Como llevar la democracia, cantando, aunque, finalmente, nadie no lo había pedido

"(...) Trata de la participación italiana en la guerra de Irak (...) citando una de las canciones más representativas de la imagen de Italia en el mundo. Quiere aludir al contraste, nunca del todo resuelto, entre el ánimo poético y vital de los italianos y el deseo latente de grandeza y relevancia internacional.

Gianluca Ignazzi

Italia, sonrisa de estado

"(...) tras estas sonrisas se esconde una sociedad que, todo y sentirse uno de los ocho estados más ricos y potentes del mundo, ve pisados sus derechos por que sabe que pertenece a un estado gobernado por los medios. Todos ríen y sonríen, porque la cámara de televisión está conectada, pero justo cuando se apaga, los habitantes del país volverán a vivir la triste realidad de la mentira que hoy se denomina Italia."

Debora Marziani

Art. 1 Italia, de sana y robusta constitución (*)

Pinocchio, un clásico de la narrativa italiana i icono irónico de la actual situación sociopolítica. La marioneta de madera que atravesando innumerables experiencias se convierte en niño, es el paradigma de nuestra joven república."

() Alteración del texto que encabeza la constitución "Italia es una república democrática fundada en el trabajo".*

Andrea Pecchia

Devolution

El país toma cuerpo y el cuerpo es una bandera, definida en los colores pero incompleta en el cuerpo, dividida y rasgada. Una y trina, con un blanco que da sensación de vacío (...) los órganos del cuerpo-bandera están enfermos. Se evidencia que tienen un trauma que provoca el riesgo de caer en efectos totalitarios, tanto arriba como abajo (...). Se alude a la fuga de recursos cerebrales (...) la fuga de ideas, racionalidad y cerebros produce una división limpia y un acobardamiento tangible. Italia se destempla.

Filippo Marra

Sin título

"El régimen mediático, escondido o no, de esta nueva Italia, ha conseguido hacer pasar por criminales ciertas manifestaciones de libre expresión, que deberían constituir un derecho básico de todo ser humano. A la libertad de expresión parece que se le haya añadido un post scriptum que diga que "la expresión del pensamiento no ha de contener citas explícitas de hechos incómodos que estropeen la imagen de los dirigentes políticos". (...) he querido representar una especie de círculo vicioso en el que, el máximo soporte y organizador de la censura en Italia, se encuentra a su vuelta censurado y, además, por sí mismo".

Alessio Loprete

Estilo... italiano

"(...) La sátira forma parte de nosotros mismos y como tal hemos buscado asociarla a un icono de las "artes modernas", tal como es la Vespa Piaggio. Este falso anuncio sobre el vehículo de la casa italiana, mediante un argumento fuertemente irónico, contiene un significado más profundo. Descubrimos que la escena es la del hurto de un bolso de mano a una presunta señora/chica, tal y como sucede, demasiado, en nuestro país. El estilo se transfiere del objeto "Vespa" al sujeto "ladrón", clásico ejemplo italiano".

Elena la Regina

Made in Italia

Cartel ganador del concurso.

"La inventiva dice del nacimiento, la vida, la vejez y la muerte son tan solo pretextos para inspirar nuevos nacimientos.

¿Y si al país de los santos, poetas, navegantes, futbolistas, artistas, actores, "donjuanes", estilistas, artesanos, directores de cine, automovilistas, exploradores, inventores, bailarines y cantautores les faltaran los zapateros?

Metáforas

Andrea Rauch, diseñador y miembro del jurado.

www.rauchdesign.com

La metáfora es el objeto de difícil control, a menudo escapa a refugiarse en el estereotipo y después, de repente, en una deriva fastidiosa, tiende a precipitarse hacia el tópico. Es obvio que así pierde eficacia y flojea, humedece su pólvora que ya no puede apuntar "metafóricamente" de manera adecuada. Todo y con eso, la gráfica y la comunicación no tienen otro remedio que vivir de las metáforas ya que las historias que narran han de aludir necesariamente a aquello "otro", ha de ser "símbolo de", inmediatamente nos han de "remitir a...". Metáforas, por tanto, que nos adentren en aquello profundo, que nos sorprendan ofreciéndonos soluciones al menos originales, sino inéditas de todo. Imágenes capaces de atraer la mirada y de hacer reflexionar al lector.

Escapar del tópico no es fácil. Spaghetti, pizzas, cuernos, Pinocchio, Pulcinella ... son metáforas y, al mismo tiempo, tópicos: su abuso hace del todo aconsejable la utilización. ¿Qué puede decirse de Pinocchio que ya no esté dicho?, ¿qué significado atribuirle que ya no le haya sido atribuido? ¿qué acercamiento sugerir que ya no se haya hecho? ¿Podemos avanzar? La bota es, verdaderamente, un excelente símbolo gráfico del país, pero el control de su imagen ha de ser firme y astuto con el fin de que nos incite a apartarla con gesto aburrido. Muchos de los casi cien artefactos que han participado en el concurso "Chi lo fa lo aspetti", se han referido a la bota, este mejor, aquel peor, el otro en grado de suministrarnos una sugestión eficaz y nueva (revitalizando entonces el tópico, el lugar común) y el más allá siguiendo una tarea de modesta rutina.

La suela agujereada que ha ganado claramente el concurso, nos ha parecido eficaz desde muchos puntos de vista. Nos remite inmediatamente a Italia (la bota), pero nos la muestra desde un punto de vista "metafóricamente" original. Remite también al "Made in Italy", a la tan hecha pública creatividad italiana, pero subraya las dificultades (el agujero de la suela acontece tanto más fuerte y evidente que cualquier imagen corporativa). El proyecto también se aguanta constructivamente: no se entiende en elementos redundantes, no agua la comunicación, va directo al corazón del problema. El concepto está claro y la sugestión que activa evita el tópico induciéndonos a cierta reflexión (¿pesimista? ¿optimista?) "abierta". Al lector le falta hacer un esfuerzo, adjuntar las propias experiencias y reflexiones a los valores de la imagen, con el fin de cargarlas de significado. Tiene que leer.