ETTOPE VITALE

Rinnovare

LA COMUNICAZIONE POLITICA DOPO IL REALISMO
a cura di Paola Ghione

Ettore Vitale è nato nel 1936 a Roma, dove vive e lavora. La sua produzione professionale comprende l'immagine grafica coordinata per enti e aziende – Arflex, Autovox, Tecnolyte,
Enea, Ibm, Rai, Ministero dell'Ambiente – e la progettazione di ambienti e showroom. Nell'ambito della comunicazione politica è stato tra i grafici più innovativi degli anni settanta e ottanta, componendo tutti i loghi del Pdup, le copertine dei libri dell'editore Franco
Alfani, i Quaderni del Manifesto, la linea grafica delle riviste «Pace e guerra» e «Muzak».
Ma è noto soprattutto per aver reinventato l'immagine complessiva prima del Psi e poi
della Uil, realizzando centinaia di manifesti, il simbolo col garofano e l'allestimento di numerosi congressi. Ha vinto per due volte il Compasso d'oro, il premio italiano più prestigioso nel campo del design.

Come nasce il rapporto con il Psi?

Nasce in modo molto semplice: un incontro in una mostra di grafica, ma proprio per questo è un incontro significativo perché è la professione che ci ha fatto incontrare. Nel 1971, nell'ambito della collaborazione con l'Arflex – un' azienda di Milano leader nella produzione di mobili per la casa e per l'ufficio – organizzo la mostra *Serigrafia e graphic design*, quattro grafici romani e quattro milanesi dovevano sperimentare il sistema di stampa serigrafico con due manifesti a tema libero. I miei lavori di argomento politico interessano due collaboratori del Psi, Antonio Capocasa e Emilio Colombino, e c'è l'incontro.

Cosa ha colpito i collaboratori del Psi che poi ti hanno commissionato i primi due manifesti? Esattamente non lo so. I miei manifesti avevano sicuramente un'impostazione grafica non usuale per la comunicazione politica di quegli anni. Il tema era la Nascita dell'uomo tecnologico [fig. 1], dove ipotizzavo una soluzione delle tensioni sociali in seguito all'avvento e allo sviluppo delle tecnologie, una sorta di democratizzazione della conoscenza e livellamento in alto della società. Purtroppo in parte mi sbagliavo.

il segno

Cosa ti hanno chiesto nello specifico? Ci puoi ricostruire il ragionamento che ti ha portato a quella realizzazione?

Capocasa e Colombino mi presentano alla direzione del partito in via del Corso. La sezione «stampa e propaganda» era diretta da Fabrizio Cicchitto, tra i vari collaboratori esterni c'era anche Alberto La Volpe. Il primo incarico si riferiva a due manifesti per il 25 aprile e 1º maggio, siamo nel 1973. Ancora non avevo in mente un'idea programmatica perché non ero certo che venissero approvati dalla direzione, anche se ciò che avrei fatto in seguito sarebbe stato fortemente influenzato da quella prima realizzazione. Per quanto attiene al ragionamento e

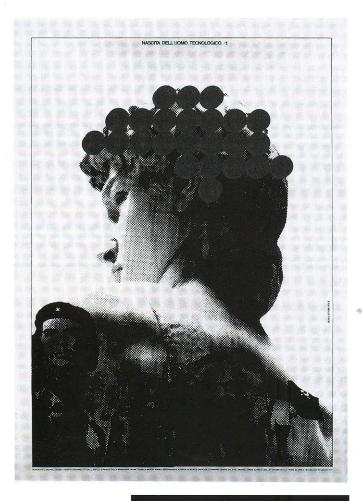


Fig 1: Nascita dell'uomo tecnologico, manifesto, 1971.





quindi al progetto, ho messo in gioco la logica con la quale progettavo e ancora oggi progetto: la ricerca sul segno e la sintesi massima. Ho posto subito grande attenzione al colore. Tutta la prima produzione di manifesti era risolta facendo uso unicamente del nero e del rosso, per scelta progettuale ma anche per ragioni economiche. Il *25 aprile* [fig. 2] è rappresentato con un foglio nero strappato su un fondo rosso, e qui la comunicazione mi sembra molto evidente, la contrapposizione dei colori è ovviamente politica e il foglio che viene strappato è il nero dietro il quale campeggia il rosso che occupa l'intera superficie del manifesto.

Per il 1° maggio [fig. 3] ho riportato all'interno della comunicazione del Partito socialista due icone storiche, il garofano, fiore della sinistra e il pugno. Questa immagine del pugno che stringe un garofano precede storicamente il pugno e la rosa dei socialisti francesi, in seguito adottata in Italia dai radicali.

A tuo avviso il Psi, scegliendoti, aveva già in mente di operare una profonda inversione rispetto ad un approccio tradizionale alla comunicazione di partito?

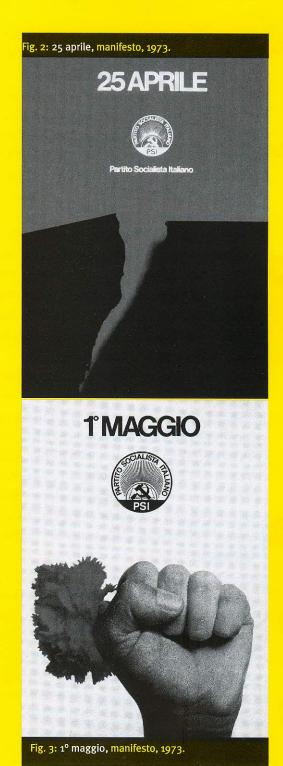
Penso che i due manifesti del 25 aprile e del 1º maggio, tra l'altro approvati senza nessuna richiesta di modifiche, abbiano indotto la direzione del partito ad iniziare un rapporto con me, che poi è durato oltre vent'anni, proprio intuendo che quel tipo di grafica avrebbe dato al Psi una riconoscibilità che in quel momento non aveva.

Si può dire che tu abbia riletto la politica secondo schemi per l'epoca estremamente innovat<mark>ivi, legati alla ricerca sulla pubblicità, creando un'"immagine di marca" capace di identificare le identità della sinistra. È stato un processo consapevole e concordato con il committente?</mark>

Questa linea nuova della comunicazione del Psi si è sviluppata naturalmente, senza accordi preventivi, perché da parte mia ho applicato in maniera molto rigorosa la logica del coordinamento d'immagine, tenendo però presente la differenza sostanziale tra comunicare un'impresa o un prodotto e comunicare un partito, in questo caso si devono comunicare delle idee e non soltanto un "posizionamento". Insomma, per disegnare l'immagine di un partito non basta applicare un codice ma bisogna inventare di volta in volta in funzione della necessità del momento, costruendo nel contempo un "racconto", con riferimenti alla storia del partito, alla sua iconografia iniziale e analizzare cosa è successo in cento anni della sua esistenza. Io ho cercato di realizzare questo racconto, in un tempo così lungo, dal 1973 al 1992, con la convinzione che era necessario intervenire in modo assolutamente innovativo. In quel periodo la grafica politica non teneva il passo con la grafica per le imprese e con la comunicazione pubblicitaria. La comunicazione politica in genere era posizionata sugli schemi del realismo ad eccezio-

ne del Partito repubblicano con l'intervento di Michele Spera. Sono entrato nell'universo della grafica politica con la convinzione che la comunicazione "segnica" sarebbe stata vincente.

E qui devo aprire una parentesi sul concetto di segno che ha guidato la mia progettazione da sempre. È da tempo che mi sto occupando di una questione che riguarda il campo della progettazione grafica: la scomparsa del segno inteso come portatore di significato e la conseguente modificazione del concetto di "forma e contenuto". Su questo argomento è stato pubblicato nel 2007 il libro Ettore Vitale, il Segno, nella collana Biblioteca di Graphicus, una storica rivista di settore. Le immagini sono tratte dalla mia progettazione ma tolte dal contesto, proprio per mettere a verifica se il segno isolato mantiene la sua forza comunicativa. Il testo è una conversazione tra me e Giovanni Anceschi. Tornando alla scomparsa del segno, penso che tutto ciò sia dovuto all'avvento e allo sviluppo delle tecnologie che in senso generale hanno via via modificato la comunicazione a tutti i livelli. Non sappiamo ancora se in senso positivo o negativo. Viviamo in una società dominata dall'elettronica, un mondo leggero fatto di bit così come il pulviscolo atmosferico, così come gli atomi che componendosi tra loro danno vita e forma a tutto ciò che ci circonda, concetti che già nel 1985 Italo Calvino esprimeva nelle famose lezioni americane. In questa situazione impalpabile, in questo continuo rapporto con la realtà virtuale anche i segni nella progettazione



risentono di questa situazione di provvisorietà, di questa società fluida, e sempre più si ricerca la forma senza contenuto. La forma comunica se stessa, forse immaginando che il contenuto si paleserà quando queste forme assumeranno un valore proprio che ancora oggi non conosciamo. Il concetto di forma-contenuto si cerca di risolverlo capovolgendo la formula in contenuto-forma cioè il segno non ha una forma che deriva dal contenuto ma il segno stesso diventa contenuto. Vedi i molti marchi attuali contraddistinti da "parentesi", "virgole", ecc., senza nessun apparente riferimento al tema della comunicazione. In una certa misura, il segno continua il suo percorso all'interno della comunicazione visiva assumendo un ruolo autonomo.

Torniamo all'idea di applicare l'immagine coordinata ad un partito di massa. È corretto dire che in questo modo si considera il partito come un'impresa?

Come ho già detto per me non è stato così. Questa è una posizione più volte ribadita dai pubblicitari che pensano di usare le stesse logiche per promuovere sia un prodotto che un partito. Ma un partito ha una sua storia, una appartenenza, un valore sociale che non si può dimenticare quando si progetta la sua immagine.

Oltre che per il Psi hai lavorato molto anche per la Uil. Quali elementi cardine ti hanno ispirato? Con la Uil ho iniziato a collaborare alla fine degli anni settanta quando Giorgio Benvenuto mi chiama a collaborare all'immagine grafica del sindacato. Anche lì la comunicazione si basava su immagini molto tradizionali. Era necessario ribaltare completamente la vecchia impostazione. I primi manifesti che ho progettato li ho risolti con strutture geometriche proprio a sottolineare la necessità di una costruzione dell'immagine che prima non c'era e comunicare un sindacato volto verso il nuovo. Poi, così come per il Psi, si è sviluppato nel tempo un racconto sistematico attraverso i canoni del coordinamento d'immagine, ma sempre con l'occhio a cosa si stava comunicando e a chi ci si rivolgeva.

Il cambio del simbolo e l'introdu<mark>zione del garofano hanno</mark> visualizzato il rinnovamento politico del Psi. Ci puoi fare la <mark>storia del nuovo simbolo?</mark>

L'incarico della progettazione del nuovo simbolo del partito mi è stato dato in occasione del 41° congresso di Torino. Il tema era l'inserimento del garofano accanto alla falce e al martello, libro e sole nascente. Le origini del "recupero" del garofano si possono ritrovare in quel manifesto del 1° maggio del quale abbiamo parlato all'inizio. Nel codice di applicazione del nuovo simbolo compare un testo introduttivo che chiarisce meglio le origini e i tempi di realizzazione del simbolo:

Nel 1973 la sezione centrale di Propaganda diffuse un manifesto per il primo maggio riproducente un pugno che stringeva un garofano rosso. L'immagine fu immediatamente recepita dalle Sezioni del Partito, che la fecero diventare una delle più diffuse della grafica socialista. Pugno e garofano, nel 1976 sono poi stati il simbolo del 40° Congresso e, nel 1978 il garofano inserito in una corona con la scritta "Partito Socialista" ha caratterizzato l'immagine del 41° congresso di Torino. Successive modifiche, hanno portato allo studio definitivo del nuovo simbolo, nel quale sono presenti gli elementi del precedente inseriti in una corona circolare con la scritta "Partito Socialista" e la sigla "PSI" e uniti al garofano rosso. Infine la variante "Partito Socialista" rispetto alla precedente "Partito Socialista Italiano" vuole accentuare il carattere internazionalista ed europeo del Partito.

Ricordo che la costruzione del nuovo simbolo è stata un'operazione molto complessa, perché i vari elementi del simbolo storico dovevano convivere con l'inserimento del garofano. Una vera alchimia progettuale che ha avuto un lungo iter.

Ci puoi raccontare il percorso creativo delle opere più significative realizzate per la committenza politica?

A proposito di sintesi, il manifesto per il Psi su Giacomo Matteotti [fig. 4] è un esempio significativo, il volto di Matteotti è trattato ad alto contrasto per sottolineare la drammaticità dell'evento, il filo rosso che attraversa orizzontalmente il manifesto allude chiaramente ad una vita che è stata spezzata e all'idea che invece continua.

Un'altra immagine-segno è quella di «*Pace e guerra*» [fig. 5] la rivista diretta da Luciana Castellina, Claudio Napoleoni e Stefano Rodotà. Si tratta di un segno di equilibrio, le due frecce contrapposte, tra l'altro con una parte in comune, indicano la pari-





tà di forza tra la pace e la guerra.

Per la Uil, uno dei manifesti significativi nella logica del segno che comunica è *La sanità è malata* [figg. 6 e 7], in questo caso è interessante anche la tecnica: la «H» di ospedale ha una gamba fasciata realmente con una garza bianca, il tutto fotografato e inserito in un quadrato nero come un segnale stradale che indica l'ospedale.

A proposito di tecniche, alcuni manifesti li ho realizzati usando l'illustrazione, come nel manifesto per il tesseramento della Federazione giovanile socialista del '77 [fig. 8] o la testa di Gramsci per un manifesto e la tessera del Pdup [fig. 9], siamo nel 1976.

L'illustrazione ha una forza espressiva che a volte non si può ottenere con la fotografia o altre tecniche, il fatto di avere nelle mie corde la possibilità di illustrare mi ha aiutato molto. Mi ricordo che in un articolo su *Linea grafica* Giovanni Brunazzi a proposito delle mie illustrazioni diceva: «Vitale inventa ogni volta le sue immagini sugli imput precisi del Vitale designer, in questo modo è possibile ottenere le migliori sinergie comunicative».

Non hai mai avuto una tessera del Psi ma si può dire che il partito ti abbia coinvolto direttamente nella formulazione della sua strategia comunicativa fin dal primo ingaggio. Come mai? Con chi ti relazionavi? I testi ti erano forniti da loro? Il messaggio e le emozioni da trasmettere venivano discusse? Ci sono stati momenti di dissenso tra te e la committenza?

Quando ho avuto il primo contatto con il Psi

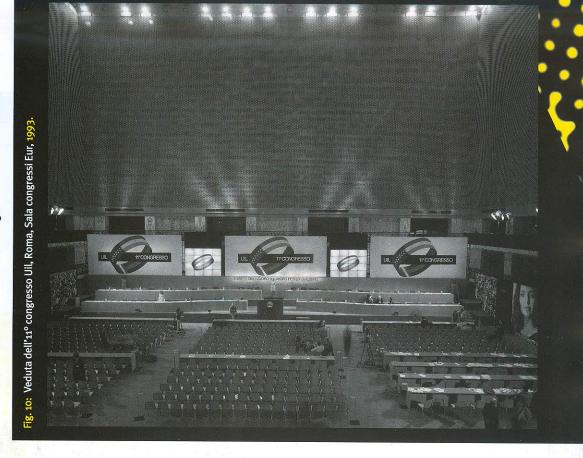
il responsabile della comunicazione del partito era Fabrizio Cicchitto, erano gli anni di Nenni, Lombardi, De Martino. In seguito i responsabili della comunicazione si sono avvicendati con le segreterie di De Martino e poi di Craxi. Dopo Cicchitto, Mauro Seppia, Francesco Tempestini, Claudio Martelli e Angelo Molajoli. Con tutti loro ho avuto un buon rapporto professionale, evidentemente si era creato un feeling che ci permetteva di lavorare con poche difficoltà. I testi mi venivano forniti da loro, la progettazione grafica era soltanto di mia competenza, non ci sono mai stati veri e propri briefing, ho sempre lavorato in autonomia e questo mi ha consentito di creare quel racconto, durato oltre venti anni, di cui dicevo prima.

Come lavoravi?

Devo dire che quando ho iniziato la collaborazione con il Psi avevo sulle spalle anni di esperienza nei settori della comunicazione per enti e aziende che mi ha molto aiutato. Lavorare per un partito pone problemi assolutamente nuovi per chi è abituato a progettare con tempi non dico lunghi ma ragionevoli. I tempi di progettazione e consegna degli esecutivi per la stampa erano ridottissimi e la sperimentazione, la ricerca, la teorizzazione, l'analisi erano condensati tutti nel momento operativo. Cercavo quindi una progettazione orientata a costruire un sistema di comunicazione riconoscibile che contemporaneamente costruisse racconto.

La piramide di otto metri per il congres-





so dell'89 e un tempio con colonne di falso granito per il congresso del '91, costruiti da Filippo Panseca, sono il primo tentativo ragionato di trasformare in evento mediatico e palcoscenico del leader un appuntamento tradizionalmente noioso e semiclandestino. Lo leggi come una inevitabile evoluzione dell'immagine coordinata? Quello è stato un periodo di dicotomia nella comunicazione del Psi. Da una parte una grafica ragionata, rigorosa ma con molta ricerca e invenzione, dall'altra un'immagine dei congressi sfarzosa e con nessun legame con l'immagine grafica nazionale del partito.

Come mai si sono rivolti a Panseca invece che a te?

Su questo argomento non vorrei dire altro, si tratta di scelte che possono essere o non essere condivise.

Però anche tu hai lavorato a molti allestimenti...

Sì, a partire da quelli per enti ed aziende, per quanto riguarda l'ambito politico ho curato l'immagine grafica e gli allestimenti per la Uil [figg. 10 e 11], dal 9° congresso di Firenze del 1985 al 12° congresso di Bologna del 1998 dove è stata presentata la nuova bandiera della Uil con il nuovo simbolo. In tutti questi casi c'è stato uno stretto legame tra la comunicazione grafica e l'allestimento dei congressi, proprio a confermare l'idea di un'unica identità.

Quanto conta l'immagine nella definizione dell'identità di un partito?

Moltissimo, ma bisogna dire «quanto contava» perchè oggi l'immagine grafica politica è riferita al solo leader e non più al partito di appartenenza.

Qual è stato il tuo rapporto con Craxi?

Il rapporto con Craxi c'è stato, ma solo attraverso il mio lavoro per il partito. Mi dicevano che spesso chiedeva: «Fatemi conoscere questo Vitale», ma poi per vari motivi non l'ho mai incontrato e ciò mi dispiace ancora oggi.

Com'è finito il rapporto con il Psi?

Il rapporto con il Partito socialista è finito quando nel 1992 si è sciolto il partito. Mi ricordo che con la direzione di via del Corso, con Angelo Molaioli, avevamo appena terminato la progettazione della pubblicazione *PSI Cento anni di storia:* 1982-1992. Eravamo alle "ciano" ma la pubblicazione non è mai andata in stampa.

Oggi lavori ancora per la committenza politica?

No, non credo che oggi si possa ripercorrere un'esperienza così esaltante.



Fig. 11: Veduta dell'11º congresso Uil, Roma, Sala congressi Eur, 1993.