



COMUNE DI BOLOGNA



L'identità di una città - di Matteo Bartoli e Michele Pastore

Bologna ha un insieme di caratteristiche tangibili uniche (la posizione geografica, la conformazione urbanistica, i portici, le torri, etc.), ma queste non esauriscono l'identità della città, che si costituisce attraverso una moltitudine di caratteristiche intangibili o difficilmente riassumibili (pensiamo solo alla vitalità culturale, la ricchezza storica e sociale, gli aspetti gastronomici, etc.).

In qualche modo, le ricchezze che la città emiliana offre – ben documentate nella ricerca condotta dal progetto Bologna City Branding – sono paradossalmente un limite ad un racconto univoco e sintetico della città.

Non solo. Questi aspetti "generalisti", più o meno concreti, sono solo una minima parte dell'identità percepita di Bologna, che è costruita su una moltitudine di percezioni personali, parziali, soggettive –anche contrastanti– che ne compongono la ricchezza e la vitalità stessa (basti pensare alla diversità dei punti di vista che possono avere i cittadini residenti o i visitatori e turisti).

Il problema da affrontare, nello studiare una possibile identità visiva per la città, era quindi di duplice natura: da un lato far convivere in un "brand" le infinite sfaccettature e le infinite percezioni della città –che costituiscono il che cosa "è Bologna"–, dall'altro lato, dotare il sistema della sufficiente forza e coerenza visiva per essere percepito come tale, ed essere quindi uno strumento efficace di raccordo e valorizzazione tangibile di tutte queste qualità.

Il progetto grafico proposto ha cercato un'appropriata "traduzione" visiva di questa narrazione, costruendo un sistema grafico che potesse dare alla più ampia pluralità di soggetti la capacità di contribuire –senza avere competenze specifiche– alla costruzione dell'identità visiva della città di Bologna.

Per raccontare questa pluralità di riferimenti e significati è stato progettato un sistema di scrittura che sostituisce ai grafemi dell'alfabeto latino, dei segni astratti caratterizzanti. È stato così disegnato un alfabeto di segni geometrici, riconducibili a un immaginario storico tipicamente italiano: le forme infatti riprendono liberamente alcuni archetipi figurativi della città italiana e più specificatamente di Bologna (come la cinta muraria, il mattone mosaico, il giglio e la croce del gonfalone araldico cittadino, etc.).

Con queste forme/lettere è possibile perciò "scrivere" qualsiasi concetto riferibile alla città, includendo ogni caratteristica fisica o astratta, generale o personale, che si vuole associare a Bologna.

Le forme geometriche seguono un sistema, un "codice" di scrittura: si posizionano concentricamente, sovrapponendosi in trasparenza secondo proporzioni fisse, generando così delle figure composite, dei marchi.

Il cromatismo delle figure è lasciato libero, ma viene mantenuta automaticamente una certa vicinanza tonale fra le tinte, al fine di mantenere una certa gradevolezza nell'accostamento cromatico.

Alla parola digitata viene apposta la dicitura fissa "è Bologna". In questo modo si stabilisce una narrazione con la struttura "[parola/concetto] è Bologna".

Per fare alcuni esempi: "Cultura è Bologna", "Innovazione è Bologna", "Partecipazione è Bologna"... ma anche: "Mortadella è Bologna", "Francesca è Bologna", "Morandi è Bologna", "Fortitudo è Bologna", "Virtus è Bologna", etc.

La costruzione dell'identità visiva di Bologna si proietta così in una dimensione nuova e in parte inesplorata. Non si tratta solo di un sistema d'identità adattivo e flessibile, ma –forse per la prima volta– anche partecipativo. Con gli strumenti di generazione dei loghi liberi e disponibili online, chiunque potrà farsi parte attiva del processo creando il proprio personale "frammento" di identità visiva della città.

Piace immaginare che l'accumulo nel tempo di questo insieme di segni e concetti, lasciati dai cittadini o da semplici visitatori di passaggio, coltivi un racconto collettivo e sincero della città di Bologna.