

Simboli grafici per comunicare ecoefficienza e responsabilità sociale in un workshop 'sostenibile'

Graphic symbols for conveying environmental efficiency and social responsibility, in a 'sustainable' workshop



2. Il logo del workshop sul tema della comunicazione sostenibile. In queste pagine i progetti grafici e le applicazioni realizzate dagli studenti.

1. The logo for the sustainable communication workshop. graphic designs and applications developed by the students

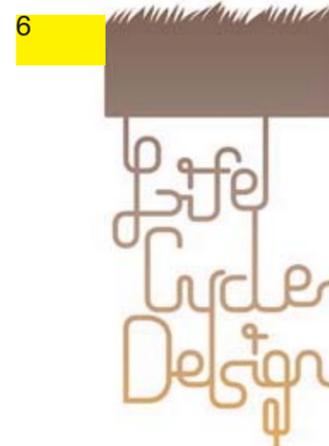
2. Gruppo/group 1: Barbolan Linda, Fortati Fabrizia, Lewin Costanza Zardini Sarah.

3. Gruppo/group 7: Xinli Li, Ilaria Mandelli, Julia Nuraeva, Francesca Pastonchi.

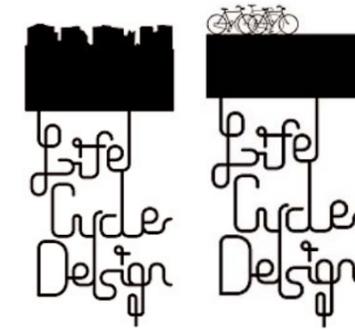
Riuscire a comunicare la sostenibilità con un solo segno. L'utilizzo del simbolo grafico come linguaggio semplice e universale è l'impegno di sintesi e creatività espresso nel workshop 'Lifecycledesign: un nuovo simbolo. Un simbolo per tutte-i' organizzato da Marisa Galbiati, docente della Facoltà del Design del Politecnico di Milano, in collaborazione con Best Up e Ottagono. Due i principi fondanti che sono stati posti alla base del laboratorio e degli interventi che lo hanno accompagnato introducendo gli studenti alle varie anime della sostenibilità (da quella più tecnologica a quella più umanistica): il primo riguarda l'eco-efficienza dei processi, dei prodotti e dei servizi che è valida solo se radicata in una società fondata sulla giustizia sociale e sul rispetto di tutti gli esseri viventi e del Pianeta. Il secondo sostiene che al centro dell'operatività si pone il progetto. I contributi hanno evidenziato come la comunicazione della sostenibilità abbia raggiunto la consapevolezza che l'innovazione eco-compatibile stia diventando per le imprese una delle opzioni strategiche per competere al meglio in un mercato globalizzato come quello attuale. E ancora, come in Italia siano in corso d'affermazione soprattutto l'informazione e la divulgazione sul tema della responsabilità sociale di impresa. Il workshop, che ha messo in contatto gli studenti con il mondo dell'imprenditorialità, dell'associazionismo e della



cultura, ha prodotto riflessioni e ipotesi originali e interessanti. Secondo il docente Andrea Manciaracina gli studenti, provenienti da diverse parti del mondo, hanno dimostrato applicazione e inventiva risolvendo nel loro 'sintetico' progetto grafico il tema della comunicazione sostenibile senza incorrere nella banalizzazione. "Sono riusciti, chi più e chi meno, nell'intento di progettare un segno maturo, compiuto e ben definito". "A ogni gruppo, composto da tre-quattro persone, è stato chiesto di produrre tre simboli diversi, di affiancare un teaser e di realizzare anche delle proposte innovative di utilizzo del segno, dall'applicazione su t-shirt, borse, vetrine, stand a etichette e packaging. Fra le immagini più efficaci: un dinamico e allegro profilo di donna; il cervello di un uomo che evoca complessità e consapevolezza; foglie e germogli, radici e terra per parlare di natura e del collegamento fra azioni umane e condizioni del Pianeta. Una esplicita allusione al simbolo del Tao rafforza l'idea di unione e complementarietà fra diversi. Ingranaggi industriali divenuti fiori alludono a una produzione sostenibile e all'interdipendenza dei processi. Compagno prodotti di design, edifici e mezzi per la mobilità come parti dello stesso problema (e della stessa possibile soluzione!). Una giuria composta da professionisti e giornalisti ha decretato come migliore simbolo il 'codice a barre' (3) con germogli, che auspica una filiera verde centrata sul Life Cycle Design. Il secondo premio al progetto (2) e il terzo al logo (10). Conveying the concept of sustainability through a single pictogram. The use of graphic symbols as a simple,



universal language, with synthesis and creativity, was the challenge explored in the workshop 'LifeCycleDesign: un nuovo simbolo. Un simbolo per tutte-i' organized by Marisa Galbiati, a professor from the Design department at Politecnico di Milano, in partnership with Best Up and Ottagono. Two key principles were at the heart of the workshop and the related talks, which introduced students to various facets of sustainability (from the technological to the humanistic). The first has to do with the environmental efficiency of processes, products, and services, which is only effective when rooted in a society based on social justice and respect for all living creatures and the planet. The second emphasizes that design is at the centre of performance. The presentations showed that sustainability-related communication is now geared to an awareness of eco-innovation's strategic role in helping businesses compete within a globalized context like today's market. And that information and publicity related to corporate social responsibility are becoming especially important in Italy. The workshop, which brought students into contact with the world of business, associations, and culture, generated intriguingly original ideas and proposals. According to instructor



4. Gruppo/group 3: Sonia Rodrigues Jesus, Erika Medolago, Miriam Antonia Milani, Enrico Ripamonti.

5. Gruppo/group 8: Marta Schiavi, Giulia Volpi, Li DanDan, Elisa Trapletti.

6. Gruppo/group 2: Guglielmo Bevlacqua, Marta Pucci, Salvatore Rizzello, Jeroen Vandemeulebroeke.

7. Gruppo/group 5: Marco Saccardo, Iris Ranzani, Mirco Scussolini, Anton Chistyakov.

8. Gruppo/group 4: Fabrizio Paparella, Marko Radeta, Wu Xuan.

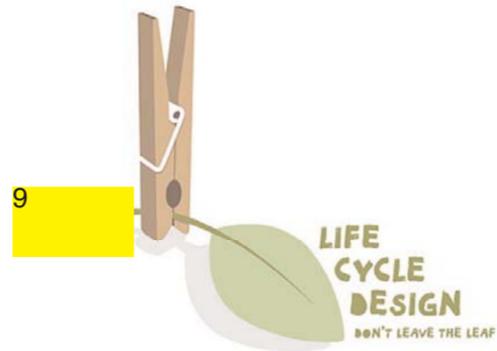


trendwatchers



9. Gruppo/group 6:
Lidia Dineva, Gaetano Perretta,
Raissa Pershina, Davide Porro.

10. Gruppo/group 9:
Pinar Cevikayak, Melissa
Gooley, Ludovica Jannello,
Anna Nebbiati.



Andrea Manciaracina, the students (who came from around the world) demonstrated enthusiasm and creativity, resolving the issue of sustainable communication with simple designs that did not slip into cliché. "They all succeeded, to a greater or lesser degree, in designing a symbol that was sophisticated, polished, and well-defined". Each group, made up of three or four people, was asked to come up with three different symbols and a teaser, as well as innovative proposals for its application, ranging from t-shirts, bags, windows, and stands to labels and packaging. Among the most effective images: a cheerful, dynamic silhouette of a woman; a man's brain, showing complexity and awareness; leaves, shoots, roots, and earth, as a way of talking about nature and the connection between human actions and the state of the planet. An explicit allusion to the Tao symbol underscores the idea of union and how differences can complement each other. Factory gears that turn into flowers allude to sustainable production and interdependent processes. Designer products, buildings, and transport are depicted as parts of the same problem (and possible solution!). As the best symbol, jury of professionals and journalists chose the 'bar code' [3] with shoots growing out of it, evoking the ideal of a green production chain focused on life cycle design. The second prize was for the design [2], and the third for the logo [10].

