

ETTORE VITALE **SEGNO** MEMORIA FUTURO



AIAP EDIZIONI

ETTORE VITALE **SEGNO** MEMORIA FUTURO



DIPARTIMENTO DI PIANIFICAZIONE, DESIGN
TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



AIAP

associazione italiana design
della comunicazione visiva

Con il Patrocinio di



ADI ASSOCIAZIONE
PER IL DISEGNO
INDUSTRIALE

English translation - page 305



AIAP EDIZIONI

Comitato Scientifico

Davide Fornari

Professore di Design presso ECAL Ecole cantonale d'art de Lausanne

Damir Modric

Professore presso la Facoltà di arti grafiche dell'Università di Zagabria

Daniela Piscitelli

Professore di Design presso UniCampania – Vice-presidente Italia della Ico_D

Marieke Stolk, Erwin Brinkers e Danny van den Dungen

Experimental Jetset, Amsterdam

Lita Talarico

Direttore MFA - School of Visual Arts | SVA, New York

Paolo Tamborrini

Professore di Design presso Università di Parma

Davide Turrini

Professore di Design presso l'Università di Ferrara



*a tutti i giovani
a tutti i giovani nel pensiero
a Patrizia*

TUTTO HA PRESO FORMA E CONTENUTO DAI PRIMISSIMI ANNI SETTANTA

Sono nato a Roma dove vivo e dove svolgo la mia attività nel visual design a partire dagli anni sessanta del secolo scorso, con uno sviluppo significativo negli anni settanta. La mia produzione progettuale si è indirizzata verso l'immagine coordinata per enti e aziende, la progettazione di ambienti, showroom, allestimenti per eventi, la grafica politica e l'immagine in movimento per la televisione.

Sono socio Adi - Beda - Aiap. Ho ricevuto riconoscimenti per il mio lavoro come il Merit Award Neocon Chicago nel 1983, primo e secondo Compasso d'Oro Adi nel 1984, Menzione d'Onore "Bio di Lubiana" nel 1984, Menzione d'Onore "Aiap - Pubblicità in Italia" nel 1985, segnalazione per il Compasso d'Oro Adi nel 1987 e terzo Compasso d'Oro Adi nel 1991.

Ho insegnato a Roma al "Corso Superiore di Disegno Industriale e Comunicazione Visiva" Istituto Statale d'Arte, all'Istituto Europeo di Design e alla Facoltà di Architettura Valle Giulia - Università "Sapienza". Ho tenuto vari seminari e incontri sulla grafica.

Le riviste di grafica e design nazionali e internazionali che hanno pubblicato i miei lavori e tutti coloro che hanno scritto sulla mia attività di visual designer sono presenti in questo libro.



7	Lasciare il Segno <i>Carlo Martino</i>
26	Segno e innovazione <i>Marco Tortoioli Ricci</i>
28	Impegno civile come linguaggio <i>Luciano Galimberti</i>
30	La massa critica di Vitale <i>Steven Heller</i>
33	Un libro nel libro di un libro <i>Mario Piazza</i>
36	About Ettore. L'unicità del segno <i>Sara Palumbo</i>

43	QUESTO LIBRO
45	PRIME EMOZIONI
47	SEGNO E SOCIETÀ
48	L'AVVENTO DEL COMPUTER
50	IL CAMPO DELLA GRAFICA
51	PROGETTO E INNOVAZIONE
53	ECLISSI DEL SEGNO
	PROGETTI
57	AUTOVOX
58	ARFLEX
69	PARTITO SOCIALISTA ITALIANO
88	ENTE FIUGGI
92	SNIA
96	TECNOLYTE
98	COMFORTO
104	UIL-UNIONE ITALIANA DEL LAVORO
122	MUZAK
126	ALFANI EDITORE
128	PDUP
129	IL MANIFESTO
130	PACE E GUERRA
134	ITALIAN RE EVOLUTION
137	ACCADEMIA NAZIONALE DI SANTA CECILIA
140	RAI-RADIOTELEVISIONE ITALIANA <i>Sigle televisive, Raidue, Rai Nuova Eri, Rai Sacis, Rai Cinemafiction, Raifiction, Raicinema, Rai Istituzionale</i>
202	CERAMICHE DELLA ROBBIA
206	ENEA
214	IBM ITALIA
224	MINISTERO DELL'AMBIENTE
230	INDIFESI - <i>Racconti animalisti</i>
232	LAGO MAGGIORE SPONDA LOMBARDA
234	FONDAZIONE MARISA BELLISARIO
242	ETTORE VITALE VISUAL DESIGNER <i>Arturo Carlo Quintavalle</i>
244	AUDITORIUM PARCO DELLA MUSICA
257	ACCADEMIA DI BELLE ARTI PIETRO VANNUCCI
260	ETTORE VITALE IL SEGNO <i>Conversazione con Giovanni Anceschi</i>
274	ITAL UIL
280	UIL SCUOLA
304	CONCLUSIONI
305	ENGLISH TRANSLATION
359	ANTOLOGIA CRITICA
435	BIBLIOGRAFIA
436	NOMI
438	LAVORI PUBBLICATI - HANNO SCRITTO

© 2021 AIAP Edizioni - Milano
ISBN 9788899718305
www.aiap.it aiap@aiap.it

Finito di stampare
nel mese di gennaio 2022
presso PressUP - Nepi (VT)

Progetto grafico dell'autore
impaginazione Studio Vitale

Lasciare il Segno

Carlo Martino

“Lasciare il segno: rimanere impresso nella memoria, avere conseguenze ed effetti duraturi”.

Vocabolario dell'enciclopedia Treccani

Ricostruire e tracciare in modo chiaro quello che è stato un percorso culturale e professionale durato più di cinquant'anni per poterlo sedimentare nella memoria dei diversi pubblici interessati, nell'auspicio che questo abbia anche un effetto duraturo nelle loro menti, sono gli obiettivi su cui si struttura il presente lavoro.

L'idea di questo volume nasce, infatti, da un'occasione specifica; una *lecture* che Ettore Vitale ha tenuto alcuni anni fa, destinata agli studenti del Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale dell'Università Sapienza di Roma. Un momento intenso, anche se breve, di trasferimento di conoscenze; la testimonianza puntuale di un lungo lavoro raccontato con grande passione. In quel contesto Vitale ha avvertito la grande curiosità che pervadeva l'aula, l'interesse palpabile dei giovani nel voler conoscere il senso di alcuni progetti iconici della grafica italiana del secondo Novecento e nel voler comprendere a fondo logiche, contesti e tecniche che li hanno generati.

Da qui l'idea di raccogliere in un volume una sintesi del suo lungo percorso professionale; un racconto ragionato in grado di far conoscere con chiarezza le scelte progettuali, culturali, politiche, segniche e simboliche effettuate.

Da quel giorno è passato un tempo abbastanza lungo, resosi necessario per definire meglio i contorni del progetto, dal momento che Ettore, come detto, i contenuti li aveva già molto chiari fin dall'inizio. Tanti gli incontri che sono seguiti a quella lezione, sia con chi scrive, sia con tutti gli altri personaggi che hanno popolato questa lunga gestazione, con l'obiettivo comune di definire sempre meglio caratteristiche e perimetri del racconto.

Steven Heller, Marco Tortoioli Ricci, Luciano Galimberti, Mario Piazza, Sara Palumbo e tanti altri, hanno consentito di dare un più ampio respiro all'opera e, soprattutto, di costruire una storia articolata e approfondita in ogni suo passaggio.

Questo libro, pubblicato a distanza di quindici anni dall'ultimo racconto di Ettore sul valore del segno, (*Ettore Vitale Il segno 2006*), rappresenta un atto di grande generosità, un regalo alle giovani generazioni, come esplicitamente dichiarato dal progettista: *“Cari giovani (...) vorrei che questo libro possa contribuire (...) a illuminare il vostro futuro percorso professionale e a orientarvi sulla necessità di ricercare e individuare un ‘filo rosso’ da seguire come linea guida della vostra individualità progettuale”* (p.304)

Ettore Vitale ha avuto in passato esperienze didattiche dal 1969 al 2000, sia al Corso Superiore di Comunicazione Visiva e Design di Roma, sia all'Istituto Europeo di Design di Roma,

e al Corso di Laurea in Grafica e Progettazione Multimediale della facoltà di Architettura di Valle Giulia alla Sapienza di Roma ma, in tutte queste occasioni, non aveva pensato ad un progetto editoriale per i giovani.

Prima di lui altri professionisti romani, attivi nell'ambito della grafica, come Ferro Piludu, Giovanni Lussu e Michele Spera, a supporto dell'attività didattica svolta presso scuole e accademie, hanno avvertito il bisogno di trasferire ai giovani quanto appreso e compreso attraverso la propria esperienza. Per citare qualche esempio: nel 1981 Ferro Piludu pubblica con Elèuthera Edizioni il volume "Segno libero" (ripubblicato nel 2016), che raccoglie le lezioni tenute in diverse scuole di grafica e design di Roma; nel 1999 Giovanni Lussu nella sua "Lettera che uccide", pubblicato da Stampa & Alternativa, raccoglie alcuni dei lavori sviluppati nei corsi al Politecnico di Milano e al Dudi di Roma; nel 2001 Michele Spera pubblica per Gangemi il suo "Manuale di Grafica", sentito quasi come libro di testo del corso tenuto al Dudi - Diploma di Laurea in Disegno Industriale della Sapienza.

Il presente volume "Ettore Vitale. Segno Memoria Futuro", a differenza degli altri progetti editoriali, non si pone però come un manuale, né tanto meno come raccolta di esperienze didattiche. È un "libro manifesto", come lo definisce Mario Piazza, un "libro archivio" o un "libro lezione", come lo definisce lo stesso Vitale, che racconta in modo approfondito e a più voci, raccogliendo meticolosamente disegni, riproduzioni, estratti di articoli e scritti di altri autori pubblicati sui singoli progetti, oltre cinquant'anni di lavoro del progettista romano in diversi ambiti da lui frequentati: dalla grafica per l'industria, alla comunicazione politica, alla grafica animata per la televisione.

L'opera di Ettore Vitale, iniziata negli anni Sessanta e sviluppatasi nei primi anni Settanta del secolo scorso, è stata già ampiamente descritta in volumi e monografie precedenti ed è quindi passata per numerosi filtri culturali, con autorevoli legittimazioni teorico-critiche di importanti esponenti della cultura italiana ed internazionale del progetto. In questo libro alle riflessioni di Arturo Carlo Quintavalle, curatore del volume "Ettore Vitale Visual Designer" del 2001, e Giovanni Anceschi, la cui conversazione è raccolta nel volume "Ettore Vitale. Il segno" del 2006, si aggiungono quelle di Steven Heller, per 23 anni direttore artistico del New York Times e oggi direttore di un master alla School of Visual Art di New York, Marco Tortoioli Ricci, oggi presidente dell'Aiap, l'Associazione Italiana per la comunicazione visiva, Luciano Galimberti, presidente dell'ADI, l'Associazione Italiana per il Disegno Industriale che ha conferito a Vitale ben tre Compassi d'Oro e una segnalazione, Mario Piazza, grande professionista e studioso della grafica e, per finire, della giovane ricercatrice Sara Palumbo. Ognuno degli autori ha messo in evidenza aspetti differenti dell'opera di Ettore Vitale che convergono però nell'unanime riconoscimento di un indiscusso ruolo di riformatore del progetto, di interprete indipendente del proprio tempo e allo stesso tempo di una figura profondamente impegnata nella società civile.

Il contesto: la Roma degli anni '70, '80 e '90...

*“C'erano una volta i muri: passeggiare per le vie di Roma
(...) negli anni della 'fase pionieristica'
era un po' come visitare una mostra di grafica.”*

Alberto Lecaldano, 2006

Il grafico e fondatore della rivista “Progetto Grafico”, nel suo articolo “Inventario di grafica romana” del 2006, nel tracciare uno scenario storico di quella che lui stesso non definirà una vera e propria “scuola romana”, ne individua, tuttavia, una fase pionieristica nel periodo a cavallo tra gli anni Sessanta e Settanta del novecento, in cui assumeva un ruolo centrale la “grafica politica”. Continua, infatti, sostenendo che: *“Grazie alla comunicazione dei partiti, in particolare in occasione delle grandi celebrazioni nazionali (25 aprile, il 1 maggio – ndr – e il 2 giugno) le opere più importanti di Ettore Vitale (Partito Socialista Italiano), Michele Spera (Partito Repubblicano Italiano) e Bruno Magno (Partito Comunista Italiano) scorrevano sui muri, curiosamente condensate vicino alle sedi dei rispettivi partiti”* (ibidem: 66).

L'immagine che ci restituisce Lecaldano è molto potente ed evocativa di un contesto storico e locale in cui Roma rappresentava, anche per il naturale ruolo di capitale istituzionale del paese e pertanto sede dei principali partiti italiani, il fulcro nevralgico della comunicazione politica italiana. A conferma del fermento progettuale del periodo, Giovanni Lussu, qualche anno prima, sosteneva che: *“Dopo il 1968 c'è un proliferare, in tutto il territorio, di iniziative politiche, sociali e culturali (rese possibili anche dal decentramento amministrativo – agli enti locali ndr - in atto), per le quali le immagini assumono un'importanza sempre maggiore”* (Lussu, 1999:161).

Dagli anni Settanta in poi, infatti, il decentramento amministrativo alle regioni e agli enti locali aveva creato nuovi “soggetti” istituzionali che esprimevano un forte fabbisogno di comunicazione. Nascevano in quel periodo nuove testate giornalistiche – una tra tutte “La Repubblica” nel 1976, su progetto grafico di Sergio Ruffolo – o venivano ridisegnate quelle già attive – Il Messaggero e il Manifesto affidano a Piergiorgio Maoloni il loro restyling – e si creava una forte domanda di progetto nell'ambito sia della grafica editoriale che della *visual identity*. Il polo progettuale della grafica e della comunicazione politica iniziava a spostarsi, significativamente, dal nord dell'Italia a Roma.

Al nord si era concentrata storicamente l'attività partigiana e di contrasto al regime fascista – si veda la vicenda della grafica clandestina (Vendetti, 2020) – e qui erano stati fondati alcuni dei partiti più popolari e disegnati i relativi simboli, come per esempio era avvenuto per il Psi a Genova nel 1892; sempre al nord, fino ad allora, erano stati progettati molti degli strumenti di divulgazione del Pci, dai manifesti elettorali alle tessere del partito, al progetto dell'Unità, tutti ad opera di Lica e Albe Steiner.

A partire, però, dal contributo dato da artisti, quali, per esempio, Renato Guttuso che nel 1953 ri-disegna il logo del Partito Comunista Italiano, o dalle prime collaborazioni di Miche-

le Spera con il Partito Repubblicano Italiano (1962), l'attività di progettazione della grafica politica trova nella città eterna un contesto fertile che trae nuova linfa dalle inclinazioni culturali e artistiche di alcuni progettisti romani. Ancora Lussu scrive: *“Si sviluppano linguaggi nuovi (spesso esplicitamente contrapposti a quelli di matrice razionalista prevalenti a Milano), caratterizzati, più che da stili ben definiti, dall'ecllettismo più libero. Si guarda al manifesto polacco, al Push Pin, al 'maggio francese', ai fumetti, al cinema”* (Lussu, 1999:161). Questo ecllettismo si basava di fatto su una contaminazione culturale che non guardava solo alla grafica svizzero-germanica, come accadeva a Milano, ma anche alle espressioni artistiche e alle diverse manifestazioni culturali italiane ed internazionali che vedevano la Roma degli anni Sessanta e Settanta protagonista attiva.

Si pensi agli artisti della “Scuola di Piazza del Popolo”, promotori della Pop Art italiana, come Mario Schifano, Giosetta Fioroni, Tano Festa e Franco Angeli, che tra il 1958 ed il 1968 avevano eletto il Caffè Rosati di Piazza del Popolo come luogo di incontro e di scambio, o al ruolo di impollinatore e di circolo culturale svolto dalla libreria “Ferro di cavallo” di via di Ripetta, a cui facevano capolino Alfredo De Santis, Gastone Novelli, Alberto Burri, Achille Perilli, Leonardo Sinigalli, e molti altri artisti ed intellettuali.

Erano gli anni dell'onda lunga del '68, carichi di tensione politica e culturale, e diventeranno anche gli anni bui del terrorismo. La politica era nella quotidianità della scuola, dell'università, del lavoro e dell'intrattenimento. Così come oggi i social sono partecipi delle nostre comunicazioni quotidiane, la politica negli anni Settanta, e a Roma più che mai, rappresentava una condizione esistenziale, di appartenenza e di militanza.

Secondo Elio Carmi gli anni '70 sono stati il periodo di maggiore popolarità della simbologia politico/partitica dei grandi movimenti nati nel secondo dopoguerra, con simboli come il sole che sorge, lo scudo crociato e la falce e il martello, talmente presenti nell'immaginario collettivo da “esondare” anche al di fuori dei contesti politici propriamente detti (Carmi, 2017). La professione del grafico si prestava più di altre ad interpretare lo spirito del periodo, era, per così dire, la più esposta anche politicamente ed aveva più che mai una forte missione sociale e culturale. Era una professione che non aveva un percorso formativo specifico, una scuola dedicata (escludendo le Isia e pochi altri percorsi nelle Accademie di Belle Arti), se non, spesso, quella dell'apprendistato o del self-made. Si poteva arrivare al mestiere compiendo studi artistici come per esempio aveva fatto Alfredo De Santis, passando per l'Accademia di Belle Arti o da studi di Architettura, come quelli seguiti da Michele Spera e da Sergio Salaroli, o da scuole professionalizzanti. Ma si poteva diventare grafici anche provenendo da studi di Giurisprudenza, come era accaduto per Sergio Ruffolo, o persino da esperienze lavorative che nulla avevano a che fare con il mestiere di grafico, come era accaduto, per esempio, per Ferro Piludu il quale, prima di intraprendere la carriera di grafico, era consulente di impianti petroliferi. Vitale nel suo percorso formativo segue una scuola di grafica a Roma e poi passa ad un apprendistato nello studio dell'architetto Fran-

co Minissi, specializzato in allestimenti museali, e subito dopo ad un primo e unico impiego in un ufficio pubblicitario, quello della Bpd - Bombrini Parodi-Delfino - per attività di grafica pubblicitaria e allestimenti.

Gli anni Ottanta furono invece caratterizzati da una percezione di benessere e di sviluppo del paese, con una versione tutta nostrana dell'edonismo Regaliano, che ha visto in Italia l'ascesa del Partito Socialista e i governi sostenuti dalla coalizione del Pentapartito.

Roma era meta internazionale per l'arredamento e per il lusso e, dopo la Biennale di Venezia a cura di Paolo Portoghesi e l'apertura della sua galleria Apollodoro, era diventata la culla italiana del "Postmoderno". Tra le poche opere architettoniche realizzate a Roma si annovera, infatti, la Moschea a firma dello stesso Portoghesi. Marchi quali Wama e Vivai del Sud, (con cui Vitale ha collaborato per alcuni anni all'immagine grafica) attivi nell'arredamento indoor e outdoor, offrivano prodotti e visioni di spazi arredati di gusto arabeggiante, così come si registrava l'ascesa delle griffe romane dell'alta oreficeria, una tra tutte Bulgari, e della moda: Roberto Capucci, Valentino, Renato Balestra, Fendi, ecc.

La grafica romana vive un periodo di maturità e di espansione. Magno, Vitale e Spera, per quanto attiene alla grafica politica, seguono i rispettivi partiti di riferimento, mentre si affacciano nuovi protagonisti come Antonio Romano che nel 1984 disegna il famoso Quadrato Rosso della Cgil (adottato ufficialmente nel 1986).

Gli anni Ottanta "(...) inaugurano la fenomenica di un nuovo apparato del potere che fa dell'immagine (...) il suo motore centrifugo" (Chicci, 2013:33).

Gli anni Novanta a Roma furono caratterizzati dagli echi della caduta del muro di Berlino e da crisi economiche, politiche e culturali, tra cui la vicenda Tangentopoli. Il sistema dei partiti nazionali fu da questa totalmente stravolto e al loro posto nacquero nuovi movimenti e soggetti politici, mentre altri si trasformarono, esprimendo nuovi fabbisogni di progetto (Andrea Rauch di Firenze, nel 1995, disegna il simbolo dell'Ulivo).

Al contrario di quanto si possa pensare, Roma si trasformò in un grande laboratorio per la cultura del progetto declinata in diverse scale. Le amministrazioni Rutelli e Veltroni portarono a compimento opere pubbliche rilevanti, per esempio l'Auditorium "Parco della Musica" a firma di Renzo Piano, a cui è legato il progetto d'identità dello stesso Vitale, poi i concorsi per il Maxxi per il Macro, le Cento Piazze e tutte le iniziative in vista del Giubileo.

L'architettura, l'arte, il design e la grafica ebbero un grande momento di espansione così come tutte le industrie creative. Sulla scena professionale della grafica si affacciarono molti giovani formati oltre che in specifiche scuole, negli studi dei pionieri, da Riccardo Falcinelli, passato per lo studio di Ferro Piludu, e Silvana Amato, maturata all'insegna di Giovanni Lussu, ai Vertigo Design di Mario Fois e Mario Rullo i quali sperimentano tra i primi la connessione tra le agenzie pubblicitarie e gli studi di design. La grafica politica perdeva di pregnanza a favore dell'editoria e del digitale.

La Poliedricità

Quelli appena descritti sono tre decenni molto significativi per l'affermazione e la maturazione del profilo professionale di Ettore Vitale, dai quali emerge la figura di un progettista multiforme, vuoi per i diversi registri estetici utilizzati, vuoi per i numerosi media che hanno veicolato e supportato la sua grafica ed i suoi progetti – la carta, il video, lo spazio ecc. – vuoi, infine, per la grande curiosità che lo ha sempre spinto ad esplorare nuovi campi di applicazione.

C'è infatti un Vitale illustratore e un Vitale disegnatore di caratteri tipografici; un Vitale progettista di marchi e uno di allestimenti; un Vitale geometrico ed uno organico; un Vitale ambientalista ed un altro sofisticato conoscitore della musica classica; un Vitale che dialoga con la politica e che allo stesso tempo è capace di interloquire con l'industria.

Si potrebbe definire un progettista eclettico, per riprendere la definizione data da Lussu alla grafica romana degli anni Settanta, e da Steven Heller nel suo medaglione. Questo termine, tuttavia, in molti contesti sembra essere una *diminutio* rispetto a percorsi professionali a cui viene invece riconosciuta un'assoluta coerenza linguistica nonché una chiara riconoscibilità. L'eclettismo è oggi una cifra distintiva della modernità e forse in questo Vitale è stato un anticipatore.

Di fatto, mettere a confronto le pubblicità dell'Autovox con i manifesti del 25 aprile e del 1° maggio per il Partito Socialista Italiano, o ancora le sigle per la Tv con il logo dell'Auditorium "Parco della Musica" non restituisce il senso di un registro estetico unitario. Scavando però tra le storie custodite in ognuno di questi progetti, come il volume tenta di fare, il ruolo e la potenza del "segno" e il suo essere "metodo dialogico", ricompongono la coerenza del percorso professionale di Ettore Vitale, coerenza che la storiografia è solita utilizzare come strumento di lettura dell'opera di un artista/autore.

La Comunicazione per le Imprese

L'attività professionale di Ettore Vitale, contrariamente a quanto ci si aspetta da una piazza come Roma, muove i primi passi nell'ambito della grafica pubblicitaria e di brand, nonché nell'exhibit design per l'industria manifatturiera. Infatti, prima di iniziare l'attività di freelance, Vitale lavora per qualche anno, negli anni Sessanta, nell'ufficio pubblicità della Bpd (Bombrini Parodi-Delfino), un'azienda attiva in vari settori tra cui la chimica e il tessile – oltre che produttrice della polvere da sparo e sperimentatrice dei primi razzi italiani, la Bpd era anche l'industria del famoso insetticida Ddt o del detersivo per bucato Tot – assorbita poi dalla Snia. Per la Bpd, Vitale sviluppa progetti di packaging, come per la linea Air-Fresh, loghi, pagine pubblicitarie e allestimenti.

La Roma degli anni Settanta, infatti, non era solo la capitale della politica italiana o la sede

di giornali e della televisione di Stato – futuri clienti di Vitale – ma anche la città di alcune importanti industrie manifatturiere sia di stampo bellico e parastatale, sia design-oriented. Tra queste ultime si ricordano l'Autovox o la Voxon, con all'attivo collaborazioni di Joe Colombo o Rodolfo Bonetto, così come aziende di arredamento quali Stildomus e Mim (Vitale ha collaborato a campagne promozionali), e per le quali disegnavano, per esempio, Bruno Munari, Giorgio De Ferrari, Afra e Tobia Scarpa e Pino Tovaglia, nonché aziende di illuminazione come la NewLamp, con progetti di Gianfranco Fini. (AA.VV, 2007). Roma era anche la città che ospitava importanti showroom di aziende emblematiche del design italiano - Arflex, Cassina, B&B, Simon Gavina, ecc. – molto attivi nella promozione di iniziative culturali e di una certa disseminazione della cultura del progetto.

Tra i primi progetti che inaugurano il lungo racconto di Ettore Vitale, troviamo le pagine pubblicitarie sviluppate per l'azienda Autovox (1971) per comunicare l'arrivo in Italia della Tv a colori, in cui emerge con chiarezza la linea originale, sperimentatrice e controcorrente del progettista. Un percorso che prosegue con i primi allestimenti delle vetrine e poi dello showroom di Arflex in via del Babuino a Roma, progetti che lo porteranno alla direzione artistica dell'azienda lombarda fino al 1988. In quest'attività Vitale avrà anche l'opportunità di sconfinare dall'Italia, andando a gestire l'identità e l'immagine coordinata dell'azienda tedesca di arredi per ufficio Comforto (1974-92). Altre collaborazioni da ricordare in ambito di grafica industriale sono state con la Snia (1968-81), in continuità con il lavoro per Bpd, e con l'azienda di illuminazione Tecnolyte (1971-80).

La Comunicazione Politica

“Nel tumultuoso panorama della Prima Repubblica, il Partito Socialista Italiano (Psi) si distinse (...) per una grande attenzione alla propria immagine e per l'uso, contemporaneamente spregiudicato e moderno, di simboli e figure che, decontestualizzate e caricate di significati, contribuirono a forgiare una vera e propria politica visiva destinata a rimanere impressa nell'opinione pubblica”.

Manuel Barrese, 2014

Ettore Vitale, in qualità di progettista ed intellettuale poliedrico, non ama vedere il suo nome associato esclusivamente al lavoro svolto per più di vent'anni per il Partito Socialista Italiano. Una ritrosia comprensibile, considerata l'ampiezza della sua opera e la diversità dei contesti e dei committenti in cui si è sviluppata. Non vi è dubbio però che, come dichiarato da Barrese, con il suo lavoro, Vitale abbia inaugurato una modalità nuova di fare grafica politica contribuendo attivamente a definire la “politica visiva” del Psi. Agli innovatori come lui va quindi riconosciuto un ruolo rilevante nella storia della grafica italiana ed internazionale ed è, di conseguenza, doveroso raccontare questa vicenda proprio per il valore culturale e sociale di “buona pratica” progettuale.

Come già ricordato, Vitale muove i primi passi professionali nell'ambito della grafica pubblicitaria e per l'industria – Bpd, Snia, Arflex, ecc. – arrivando alla grafica politica non per appartenenza al partito, ma per sintonia contenutistica ed estetica con quanto stava per accadere nel Partito Socialista Italiano. Notato da due giornalisti vicini al Psi, in visita alla mostra “Serigrafia e Graphic Design”, da lui curata nel 1971 nello showroom Arflex di Roma, Vitale viene chiamato a proporre il progetto di due manifesti per il Psi: uno per celebrare il 25 aprile e l'altro per il 1° maggio del 1973. Vitale aveva 37 anni, era quindi già un professionista maturo.

Nel progetto dei due manifesti Vitale sperimenta simboli e linguaggi che lo porteranno ad essere il protagonista di un cambiamento epocale nella comunicazione del Psi.

Come detto a proposito del contesto politico e culturale degli anni Settanta, la vita sociale e lavorativa a Roma in quegli anni era impregnata dalla politica. Anche se non si era militanti attivi, comunque, per stile di vita e per scelte culturali, era necessario definire almeno una macro appartenenza agli schieramenti elementari di destra o di sinistra.

A tal proposito Vitale ha dichiarato: *“per quanto riguarda la grafica politica ho sempre sostenuto che non è possibile fare un buon lavoro di comunicazione politica per un partito lontano dalle proprie idee (...)”*¹

Può apparire singolare che sia Ettore Vitale che Michele Spera, nonostante siano stati i professionisti più prolifici della grafica politica italiana tra gli anni Settanta e gli anni Novanta, a differenza, per esempio, di Bruno Magno, grafico del Partito Comunista e dipendente dello stesso, non erano professionisti interni ai loro Partiti/Committenti e, nel caso di Vitale, non possedevano nemmeno la tessera del partito.

Pur non avendo quindi esperienze nella grafica politica Vitale, attraverso i due manifesti, esprime la sua visione libera e personale di quello che, per lui, era un nuovo campo di sperimentazione. Una visione che segna una profonda discontinuità dalla comunicazione realistica perpetuata dai partiti fino ad allora, preferendo alla banale fotografia, messaggi visuali più freschi e netti. Come riconoscerà più tardi Giovanni Anceschi, lo strappo nel campo nero su fondo rosso che caratterizza il manifesto di Vitale del 25 aprile lo colloca in una logica compositiva controcorrente: *“un controcorrente con una posizione etica forte, molto forte”* (2006: 9) che ne definirà il valore iconografico. Nel manifesto del 1° maggio, Vitale compie, invece, un'operazione di recupero filologico della simbologia della lotta dei lavoratori, riprendendo i simboli del pugno – emblema della lotta operaia – ed il garofano, utilizzato dal Psi agli albori della sua esistenza.

La riscoperta di questa simbologia arcaica nella comunicazione del Partito Socialista Italiano verrà colta al balzo dalla nuova dirigenza del partito che, in concomitanza con l'ascesa di Bettino Craxi, la farà sua per attuare *“(...) un rimescolamento dei propri codici figurativi”* (Barrese, 2014), nella logica di un modello propagandistico di stampo americano basato *“sul coordinamento capillare delle immagini e del materiale grafico”* (Eletti, 1983).

¹ Quintavalle, A. Carlo (2001), *Ettore Vitale. Visual designer. Milano, Electa*, p. 20.

Fu così che Vitale divenne colui che, reintroducendo il simbolo del garofano, definendone anche il codice di applicazione, si fece portavoce di quel processo di *“risemantizzazione di quei simboli già presenti nella tradizione socialista”*² fornendo di fatto gli strumenti per una traduzione visuale degli ideali Craxiani.

Il recupero del garofano (1973) nell'iconografia del Psi, poi entrato nel simbolo del partito nel 1984, ha dato il via ad una collaborazione proseguita per più di vent'anni, fino alla fine del partito decretata da Tangentopoli. In questo lungo periodo Vitale è riuscito a rinnovare profondamente la grafica politica – non solo italiana – e a delineare una integrazione così forte tra immagine, testi e contenuti da portare alla definizione di *“socialismo come linguaggio”* (Experimental Jetset, p.72).

Il progetto Psi di Vitale era fondato su scelte molto nette: palette cromatica limitata (rosso e nero), impiego di immagini trattate e mai troppo realistiche e uso quasi esclusivo della font Helvetica in maiuscolo (sentita come carattere tipografico moderno); insomma un nuovo codice visivo, apparentemente semplice, chiaro e forse per questo molto potente.

Per contenuti all'avanguardia e per rigore, il lavoro di coordinamento dell'immagine del Partito Socialista Italiano sviluppato da Vitale è stato premiato nel 1984 con il Compasso d'Oro, il più ambito premio del Design attribuito dall'ADI, l'Associazione Italiana per il Disegno Industriale.

Parallelamente alla collaborazione con il Psi, Vitale, a partire dal 1979, avrà modo di sviluppare un altro importante progetto di immagine coordinata in ambito politico per la Uil – Unione Italiana del Lavoro, il sindacato diretto da Giorgio Benvenuto.

La Uil è stato il committente con cui Vitale è riuscito a sviluppare il lavoro più articolato e completo, come lui stesso ammetterà (nel Psi, la parte di progettazione relativa agli allestimenti dei congressi era attribuita a Filippo Panseca). Progetta, infatti, loghi, manifesti, prodotti editoriali, allestimenti di congressi e la grafica per molte delle categorie del sindacato tra cui la Uil Scuola.

In questo caso Vitale fa evolvere il progetto di grafica politica ricorrendo all'aggregazione di volumi geometrici solidi per veicolare il messaggio centrale, il concetto di *“unione”* alla base dell'idea di sindacato. Volumi e figure assonometriche che attingono, però, a una più ampia palette cromatica rispetto al Psi ricorrendo all'uso di tinte meno nette e pastello, a contrasto con il rosso vivo del logo originario. Il ricorso alle geometrie cubitali allinea Vitale a sperimentazioni che in quegli anni stavano compiendo anche altri grafici impegnati nella comunicazione politica, come, per esempio, Michele Spera per il Partito Repubblicano.

Nel 1998, in occasione del 12° congresso di Bologna, viene adottato dal sindacato il nuovo logo, già emerso come simbolo cinque anni prima nella grafica di Ettore Vitale dell'11° congresso. Un *“nastro ovale”* assonometrico, su cui vengono contemporaneamente riportati: il tricolore, la bandiera europea e i colori della *“pace”*.

² Barrese, Manuel, *Ibidem*.

La grafica dinamica per le sigle televisive

Un'altra lunga esperienza professionale che connota il percorso "multimediale" di Ettore Vitale è legata alla collaborazione con la Rai e soprattutto alla realizzazione di numerose sigle Tv – più di 100 – per programmi musicali o rassegne cinematografiche, compresa la progettazione dell'identità dinamica di rete per Raidue.

La Tv di stato italiana per più di un trentennio, dagli anni Ottanta ai primi anni del nuovo secolo, ha rappresentato un tipo di committenza audace, aperta a contributi professionali di altissimo livello, tutti esterni all'azienda. Così come accadeva per la grafica politica negli anni Settanta, la grafica televisiva della Rai di questo trentennio poteva annoverare collaborazioni con i più grandi grafici romani e italiani. Pietro Pintus, che, fin dagli anni Sessanta curava le rassegne cinematografiche, era stato in grado di coinvolgere, tra il 1978 e il 1983, Alfredo De Santis per il progetto delle sigle TV sulle rassegne cinematografiche di Hitchcock, Buñuel, Kazan e Brooks, così come Sergio Ruffolo per le sigle del programma Mixer del 1981, 82 e 83 e, prima, per le sigle delle rassegne "L'altro Simenon" e "Il filo e il labirinto" del 1979, e ancora Ferro Piludu per la famosissima sigla "Lunedifilm" su musica di Lucio Dalla, andata in onda dal 1983 al 2002, per finire con il dirimpente contributo di Mario Convertino che, rientrato dall'estero carico di suggestioni, tra il 1981 e 1984 realizza la grafica e la sigla "postmoderna" di Mr. Fantasy. La collaborazione di Vitale con Pietro Pintus inizia nel 1980 e continuerà fino al 1989.

Nonostante il fermento e la vivacità artistica che emerge da questo breve elenco, l'ambito della grafica per la Tv negli anni Ottanta, in cui le tecnologie elettroniche erano agli albori, aveva definito degli standard per cui molti prodotti risultavano omologati, seguendo un trend caratterizzato soprattutto da un'estetica fredda basata sugli effetti speciali.

Vitale a tal proposito afferma che: *"Anche in questa occasione ho cercato di contrappormi al trend di quegli anni. (...) Per le mie sigle ho fatto una scelta diametralmente opposta: le illustrazioni, i segni, le foto (...) con la ferma intenzione di fare della sigla un racconto di ciò che la sigla stessa anticipava"* (p.140).

L'animo indipendente e sovversivo spinge quindi Ettore Vitale a recuperare per le sue sigle le tecniche tradizionali di illustrazione e l'uso di immagini fotografiche animate da semplici dissolvenze incrociate o da transizioni per fotogrammi a stacco o per trascinamento, privilegiando all'effetto "wow" la coerenza tra sigla e contenuto della trasmissione.

Secondo Valerio Eletti: *"Per quanto riguarda i mezzi espressivi usati da Vitale (...) non è difficile riconoscere tre filoni ben distinti: una serie di sigle eseguite con l'apporto del disegno di tipo illustrativo; una serie eseguita con fotografie di repertorio trattate ed infine una serie di sigle che fanno ricorso alla grafica geometrica di "Scuola Svizzera"(Zoom 18-1982)".*

Sicuramente sono riconducibili al primo filone indicato da Eletti le sigle: "Il breve volo della giovinezza" del 1980 per introdurre il ciclo di 6 film di Renato Castellani, "La lanterna ma-

gica di Ingmar Bergman” e “Gente comune superstar, i nuovi divi del cinema americano”, entrambe del 1981 e “Storie di donne” del 1982. Al secondo filone, tra le numerose, si citano le sigle “Il cinema dei fratelli Taviani” del 1978, “Il cinema di Wajda, cenere e diamanti nel fiume della storia” del 1980 e “Una vetrina per sette registi” del 1981. Meno riconoscibile risulta essere il terzo filone, a cui è forse possibile associare la sigla del programma “Micromega” del 1980, e la sovrapposizione di segni da “grafica Svizzera” in molte delle sigle appartenenti alle due precedenti categorie, attraverso linee (tema caro a Vitale) in sovraimpressione o testi trattati cromaticamente a contrasto o in policromia.

L’ambito delle sigle Tv è forse quello in cui Vitale ha maggiormente sperimentato le tecniche di illustrazione, con esiti estetici anche molto diversi da quelli adottati per alcuni dei suoi progetti più emblematici della grafica politica e industriale. Secondo Giovanni Brunazzi: *“Vitale illustratore inventa ogni volta le sue immagini sugli input precisi del Vitale designer. In questo modo è possibile ottenere le migliori sinergie comunicative”* (Linea Grafica 1984), a significare che lì dove il progetto non trovava immagini adeguate subentrava la capacità del progettista di realizzarle autonomamente.

Tra i progetti più complessi realizzati per il committente Rai, c’è quello della “Immagine di rete” di Raidue dei primi anni Novanta. Anche qui, è sempre il segno a guidare le scelte progettuali, lontano com’è Vitale da un “Integralismo Tecnologico” che in quegli anni imperava (Campana, 1981). Dopo un attento studio su analoghi progetti sviluppati in contesti anche internazionali, Vitale approda ad una soluzione che si riassume in una texture a fasce, animata e di colore grigio, tono su tono, per il fondo, su cui muovere liberamente volumi – tra cui il famoso cubo – e scritte in rosso, colore codice della rete. Come sostiene ancora Quintavalle *“(…) Anche in questo caso il grafico ha usato gli strumenti che ben conosce (...) per costruire un nuovo discorso sul mondo e sulle figure”* (Quintavalle, 2001:14).

Le scelte tipografiche e l’attività di Type Designer

Ettore Vitale non nasce come progettista di caratteri tipografici ma, frequentando assiduamente il progetto grafico nelle sue diverse articolazioni, tra cui la progettazione di marchi con la relativa manipolazione di lettere e sigle, in un paio di occasioni si è cimentato anche nella progettazione di font. Nella sua lunga carriera, iniziata negli anni Sessanta, le fascinazioni derivanti dalla Scuola Svizzera fanno prediligere a lui e a molti altri grafici italiani coevi l’uso della font Helvetica, nelle versioni alternate light e bold, soprattutto in maiuscolo. Dalla comunicazione pubblicitaria per l’industria alla comunicazione politica, per finire alle sigle, l’Helvetica è stata la font “senza grazie” più utilizzata da Vitale poiché in grado di conferire stabilità alle composizioni, lasciando ai “segni”, spesso più gestuali ed organici, lo spazio per emergere e distinguersi.

Molto più raro, invece, il ricorso a lettere graziate. Da citare in tal senso, la serie di manifesti – 8 marzo, 25 aprile e 1° maggio – per il Partito Socialista del 1989 in cui i tre slogan “Uguaglianza”, “Libertà” e “Fraternità” diventano in modo sequenziale grandi scritte maiuscole, in Times Condensed, allineate a sinistra e sillabate su tre righe; così come il progetto dell’identità della mostra “Riscoprire Pompei” del 1993, in cui la gigantesca “O”, maiuscola e ruotata in carattere Bodoni, diventa cornice dell’immagine iconica della mostra ed, infine, il logo dell’Auditorium “Parco della Musica” in cui le tre linee, stilizzazione dei gusci dell’opera architettonica a firma di Renzo Piano, racchiudono la scritta “Auditorium Parco della Musica” in carattere bodoniano.

Nel 1994, nel più ampio progetto grafico per il Cnen, divenuto poi Enea, Vitale disegna il carattere tipografico per la comunicazione corporate: il Type Enea. Si tratta di un carattere senza grazie, maiuscolo nelle versioni Light, Medium e Bold, caratterizzato dal disegno geometrico dell’outline, che nasce dalla riduzione in 2D di “nastri” tridimensionali. Un tema, quest’ultimo, ricorrente nella grafica di Vitale. Le singole lettere vengono così suddivise in campi che si prestano ad essere colorati in nuance differenti o tono su tono.

Vitale ritorna a progettare un carattere tipografico nel 2017 per il suo cliente storico: la Uil, e per la precisione la Uil Scuola, in occasione del 14° Congresso Nazionale di Pescara. Alla soluzione già sperimentata nel carattere “Enea” e cioè quella delle lettere maiuscole bastoni suddivise in campi, con linee di bordo più o meno marcate, a partire dalla lettera “Z” del nuovo alfabeto, introduce delle sinuosità che conferiscono tridimensionalità e dinamismo alle stesse. L’uso del colore è qui più marcato, lavorando con colori primari, compreso il nero. L’uso della nuova font in maiuscolo, proiettata con scritte alternate sul grande led wall, ha di fatto dato identità e “carattere” all’intera manifestazione.

Il Segno

“Segno Libero”, “Il sogno dei segni”, “Il percorso di un segno”, “La vita è segno”...

Sono solo alcuni dei titoli attribuiti a volumi, cataloghi di mostre e monografie pubblicati tra il 1981 e il 2004 ad opera di grafici romani coevi o leggermente antecedenti Ettore Vitale. In essi è più che evidente il ricorso al “segno” come parola chiave, tema centrale di un dibattito sul progetto, elemento fondativo e distintivo quindi della professione di grafico. Immaginando di contestualizzare storicamente il dibattito intorno al “segno”, oltre che motivato dai percorsi artistici compiuti parallelamente da molti dei protagonisti in cui il segno è l’equivalente del Tag dei graffitisti contemporanei, certamente esso scaturisce nell’ambito più speculativo della semiologia e della semiotica a seguito della pubblicazione di testi, divenuti pietre miliari della disciplina, quali per esempio “Elementi di semiologia” del francese Roland Barthes del 1964 (1° edizione italiana del 1966) o “Appunti per una semiologia delle comunicazioni visive” del 1967 e “Trattato di Semiotica generale” del 1975, entrambi

di Umberto Eco. Il “segno” è l’unità centrale della comunicazione visiva, esso, secondo de Saussure, raffigura l’unione tra “significante” e “significato”. Il primo rappresenta il “piano dell’espressione” e il secondo il “piano del contenuto” (Barthes, 1964).

Vitale ha sempre creduto nell’unità di questi due piani, che risultano indissolubili nella grafica politica, pena l’inefficacia dei simboli stessi. Come Elio Carmi ricorda, la perdita di forza delle ideologie partitiche dell’ultimo scorcio di secolo, aveva prodotto dei loghi che avevano più il valore di “segnali” che di “simboli”, proprio per la dissociazione tra significato e significante (Carmi, 2009/2017). Il “segno” può essere sentito allo stesso tempo come “simbolo”, come “segnale”, come “traccia” e anche come “scelta”. La grafica politica ha certamente fatto ampio uso di quest’ultima accezione.

Proprio nelle prime pagine di questo volume, Vitale afferma che: *“Il segno grafico è portatore di significato quando è il risultato di un’analisi e di un processo mentale. Una combinazione il cui risultato è racchiuso nella forma derivante dal contenuto”* (p.47).

Il segno “grafico” non è quindi casuale o fine a sé stesso, ma è di per sé un progetto, l’esito appunto di un processo mentale, una sintesi di un percorso di analisi, di una successiva fase di conoscenza, seguita dall’individuazione delle problematiche e dalle possibili soluzioni – Design Thinking – e ammette, anche nel suo comporsi, la casualità.

Spesso il segno/progetto secondo Vitale è così potente da non avere la necessità di essere accompagnato da una parola o da un testo.

Proprio per evidenziare questo valore iconico del “segno”, Vitale nel volume realizzato nel 2006, con una conversazione tra lui e Giovanni Anceschi, fa un esperimento: isola i segni dei suoi progetti più emblematici eliminando la parte testuale. L’obiettivo è rispondere alla domanda se “i segni possono avere una propria autonomia” una volta slegati dalla parola. Anceschi riconosce la validità dell’esperimento di Vitale e lo definisce come l’equivalente di un “Atto Teorico”.

Vitale, senza essere nostalgico, si sofferma spesso a riflettere sul processo di genesi del segno ai tempi del mondo analogico, riconoscendo al segno eseguito come “gesto” manuale, uno spazio problematico e un ruolo interattivo.

La centralità del segno, secondo il racconto di Vitale, differenzia l’attività del grafico tradizionale da quella della stessa professione associata al digitale. Il segno, tracciato manualmente, in una logica che Anceschi definisce del “sotto” e cioè collocato ancora in una fase di pre-specializzazione tra arte, architettura o grafica, è interattivo. Una volta tracciato sul foglio bianco suggerisce delle soluzioni possibili anche non predeterminate, è attivo.

Il processo del manu-fare il segno, valido per artisti, architetti e designer, e la casualità legata all’accidentale associazione tra l’idea del segno e l’esito che ne deriva, legata anche alla capacità manuale di chi lo traccia o agli strumenti utilizzati, crea dei processi di sedimentazione e di rielaborazione che suggeriscono soluzioni inattese. Anceschi la definisce la fase della “varietà”, di una progettualità di ascolto e aperta a delle variabili indeterminate. Mario Piazza sostiene che Vitale *“(…) crede nel segno come fonte per un continuo flusso*

narrativo e nella possibilità di accogliere molteplici letture del segno-immagine” (p.34), crede, cioè, in una dimensione continua, dinamica e polisemica del segno.

Per Vitale anche l’immagine è segno. Lo strappo nel manifesto per il 25 aprile proposto al Psi nel 1973 è sentito come “segno” dell’essere controcorrente (Anceschi: 9), così come il logo dell’Auditorium Parco della Musica rappresenta una straordinaria aderenza tra forme presenti nell’immaginario collettivo e sintesi segnica. Ed ancora nel manifesto “Tv colore” per Autovox 1971, l’occhio che guarda, in alternativa allo schermo che solitamente viene guardato, è un segno/metafora, una sorta di grande fratello che però, grazie all’introduzione del colore e alla rivisitazione del tema delle fasce cromatiche dello schermo, nonché al rimando alla solarità/mediterraneità delle persiane alla veneziana, risulta nel complesso un messaggio caldo e non inquietante. Tanti altri sono gli esempi nell’opera di Ettore Vitale che rimandano ad un uso “segnico” dell’immagine, sia essa pura geometria, traccia, fotografia o illustrazione.

La Palette Cromatica

In Vitale il colore ha un ruolo determinante, come d’altronde è scontato che sia nella grafica, ma nel suo caso è tema ampio e denso di variazioni. Nei primi lavori sia per la grafica industriale, sia per quella politica, le scelte cromatiche sono state molto limitate: il nero e il rosso per il Partito Socialista Italiano, e per molti dei lavori della Uil; la prevalenza del nero o del bianco nei progetti per Autovox, ancora rosso e nero per la rivista “Pace e Guerra” e per le copertine dei libri di Alfani Editore. A partire dai lavori per il Psi degli anni Ottanta e dalle sigle Tv per la Rai, introducendo l’illustrazione, Vitale amplia la “palette” cromatica, passando dalle tinte nette e primarie, legate forse anche alla disponibilità dei sistemi di stampa, a colori “acquosi”, ricchi di sfumature e con densità variabili, spesso realizzati con le famose ecoline. Da quegli anni in poi i progetti di Ettore Vitale si fanno più colorati, fino a far diventare il “colore”, attraverso un uso equilibrato e mai superfluo, una cifra distintiva della sua grafica. Tra il 2001 ed il 2005 Vitale sviluppa il progetto d’identità dell’Auditorium Parco della Musica e lo declina su molti dei materiali funzionali all’attività dell’ente: flyer, manifesti, grafiche per allestimento, ecc.

In questo progetto il logo, già definito iconico per l’immediata associazione alle morfologie del complesso architettonico, viene spesso utilizzato in bianco, su fondo fotografico o su campo colorato. Un inedito positivo/negativo, una forma di neutralità cromatica molto elegante ed efficace.

Infine la “luce”, immaginata in retroproiezione per le grafiche televisive o cinematografiche rappresenta un tratto innovativo della grafica di Vitale nei lavori per la Rai e per Rai Cinema. Anche in questo caso i fasci di luce, i riflessi o i bagliori, trattati con tenue sfumature cromatiche, sono sentiti dal progettista come segni narrativi.

Ispirazioni Artistiche

Alla mia domanda su quanto realmente ci sia un'influenza cosciente delle diverse correnti artistiche italiane ed internazionali sul suo lavoro di grafico, come restituito in molte delle interviste e dagli articoli sui suoi progetti, Ettore Vitale ha risposto dichiarando che c'era e c'è stato sicuramente, da parte sua, un comune sentire delle tendenze artistiche e un costante aggiornamento perpetuato attraverso la visita di mostre e l'acquisto di riviste di cultura visuale, anche internazionali, ma certamente non in una logica lineare di causa-effetto.

L'attività di "professionista grafico" riportata da Vitale, anche se svolta in una grande città come Roma in questi 50 anni, di fatto è stata portata avanti da solista, con una elegante riservatezza, cifra caratteriale del progettista, senza una reale adesione a gruppi o a movimenti culturali. Nonostante ciò, molti critici hanno voluto evidenziare, utilizzando i classici strumenti di interpretazione storiografica dei profili professionali, nessi ed influenze di numerose correnti artistiche sull'opera di Ettore Vitale: Anceschi nel 2001 vede nell'illustrazione per l'Ente Fiuggi influenze dell'Opitcal Art; Quintavalle parla di geometrizzazione dell'identità del logo della Uil con riferimenti alla Minimal Art statunitense, ma vi riconosce anche suggestioni del De Stijl della Bauhaus di Max Bill e della scuola Ulmiana. Sempre Quintavalle intravede nel progetto per la sigla di rete di Raidue del 1992 di nuovo Max Bill e la scuola di Ulm, echi dell'illustrazione americana alla Steinberg ampliando questa volta il campo visivo fino ad arrivare a Folon.

Sono tutte associazioni a posteriori che tentano legittimazioni alte a soluzioni che forse sono solo riconducibili ad una particolare cifra estetica o a una sensibilità del progettista o a semplici convergenze di gusti in più ambiti della cultura del progetto, figlie del proprio tempo.

La Manipolazione Scalare

Già qualche anno fa sostenevo che: *"Uno dei più potenti espedienti di progettazione che il design contemporaneo ha largamente utilizzato in questi ultimi anni è quello della manipolazione scalare dei prodotti (e delle immagini) nella loro interezza o dei loro dettagli"* (Martino, C. 2015). La grafica, nella sua lunga storia, ha utilizzato a piene mani l'Off-Scale, sia per accentuare la valenza del "segno" utilizzato, si pensi alla funzione del Capollettera nelle riproduzioni dei miniatori copisti, sia nella grafica propagandistica dei regimi della prima metà del Novecento, in cui testi e immagini definivano gerarchie e scale che andavano a comporre la simbologia politica. Ettore Vitale ha usato spesso l'Off-Scale del lettering per tradurre il carattere e/o la parola in simbolo o in segnale. Iniziando dal *visual merchandising* delle vetrine del prodotto "Sintra" della Arflex nello Showroom di via del Babuino a Roma nel 1971, in cui proprio l'archigrafia delle lettere della parola "Sintra" in maiuscolo, scomposta e ingigantita, diventava la quinta su cui si stagliava la poltrona omonima. La

stessa strategia che ha poi trovato un riverbero nella comunicazione pubblicitaria e istituzionale dell'Azienda. Emblematica l'innovazione apportata nel 1978 da Vitale nella grafica pubblicitaria attraverso la scomposizione del logo Off-Scale "Arflex" su tre diverse pagine. A seguire negli anni: i segni gestuali ingigantiti sulle copertine della rivista mensile "Pace e Guerra" dei primi anni Ottanta; l'esuberante "No" in maiuscolo, rosso sangue su fondo bianco, del manifesto contro l'abrogazione della legge sull'aborto per il Psi del 1981; la straordinaria "H" bendata, chiaramente bianca, stagliata su un fondo nero, per il manifesto sulla "sanità malata" della Uil nel 1985 e, sempre per lo stesso sindacato, il gigantesco logo Uil che campeggiava nel 1989 sul leone di Piazza San Marco a Venezia per il 10° congresso; fino ad arrivare all'Off-Scale dei caratteri tipografici sul maxischermo, quinta unica del 19° congresso della Uil Scuola nel 2017. Come già sottolineato a commento di molti dei suoi lavori, anche l'uso costante del maiuscolo nel copy può essere ricondotto ad una logica Off-Scale. Anche nell'attività di exhibit designer a servizio dei congressi, Vitale ha fatto ampio uso della manipolazione scalare: emblematico, in tal senso, l'allestimento con le immagini ingigantite di vita comune dell'11° congresso Uil a Roma. Vitale dimostra, attraverso i suoi lavori, di comprendere a pieno gli strumenti compositivi a disposizione del progettista grafico, dalla manipolazione scalare all'iterazione del segno, all'uso strumentale del colore, e di saperli utilizzare in modo magistrale.

L'iterazione del Segno, del Testo e dell'Immagine.

Tra quelli che Anceschi ha definito "trucchi", utilizzati da Ettore Vitale nel suo mestiere di grafico, c'è sicuramente l'iterazione del segno, sia esso lettera, parola o immagine.

Nel 2013 sostenevo che nel Design Contemporaneo fosse riconoscibile un fenomeno che trasformava la "molteplicità", di Calviniana memoria, in una categoria estetica attraverso *"Immagini (...) in cui l'unità o la centralità dell'oggetto, (...) viene sostituita dalla molteplicità e dalla frammentazione. Non più un singolo e isolato soggetto, ma gruppi o serie di soggetti. Non più un centro di attenzione ma una costellazione di centri. Uno spazio visuale ricco, articolato e complesso"* (Martino, 2013:48). Si può affermare con certezza che nel lavoro di Ettore Vitale la molteplicità, come categoria estetica del contemporaneo, perseguita attraverso l'iterazione del segno e dell'immagine, sia stata ampiamente anticipata. La molteplicità è oggi legata sia a contesti tecnologici – la rete, i bit, la grande serie, ecc. – sia a contesti culturali emergenti. In Cina e in India il concetto di "Massa" è endemico (Salviati, 2006). Nei progetti di Ettore Vitale, l'iterazione dei segni oscilla tra il valore di una sottolineatura ("repetita iuvant"), un ritmo visuale da scandire, e quello di una texture. Per cui già nel flyer del 1970 per l'Ente Fiuggi, Vitale utilizza "l'affollamento" dei cerchi concentrici rossi per decorare il corpo umano; e poi nel manifesto per il concerto sinfonico di Severino Gazzelloni dell'anno successivo, l'iterazione del flauto diventa segno ritmico e ambiguo,

rimandando indirettamente alle geometrie dello spartito musicale. Tracce di iterazioni si ritrovano in tantissimi progetti successivi: dalle scritte sui mezzi di trasporto dell'azienda Comforto del 1974, alle grafiche per lo stand a Mosca della Snia del 1977, fino ad arrivare alla straordinaria immagine composta reiterando la donna con bambino, estrapolata dal dipinto "Il Quarto Stato", nel 1981 per il manifesto del Psi a difesa della condizione femminile. Un'immagine potente che rimanda all'idea di movimento – politico, culturale e sociale – e che attraverso il viraggio cromatico sulle tonalità fluo del verde, anticipa una modernità multimediale.

A partire dagli anni Ottanta, per Vitale, l'iterazione dell'immagine diventerà una prassi reale associata anche al progetto delle sigle Tv, sviluppate per la Rai.

Riconducibili al filone dell'iterazione sono inoltre tutti quei progetti grafici – statici e dinamici – che fanno ampio uso di linee orizzontali, pentagrammi e fasce. Dai progetti per la Rai, ai manifesti per Santa Cecilia, per la Uil, per la Fondazione Bellisario, fino al Logo per il Lago Maggiore ecc. I loghi della Snia (1971) e quello della Comforto (1974) sono costruiti sul tema dell'offset di linee parallele che seguono figure geometriche regolari: la "S" composta con la giustapposizione di "quarti di cerchio" per il logo Snia del 1971 ed il semicerchio della "C" di Comforto nel 1974. Echi della composizione per offset di linee utilizzata da Vitale per Snia e Comforto si ritroveranno qualche anno più tardi nel progetto per la copertina del volume "Tifo per il Barcellona" della Uil scuola del 2013. In questo progetto la "S" in realtà si frammenta, si colora ed assume una lieve volumetria.

La Tridimensionalità

Nei manifesti del Partito Socialista Italiano dei primi anni Ottanta emerge una nuova linea grafica che tende ad utilizzare una tridimensionalizzazione delle lettere e delle illustrazioni. La tendenza all'uso di lettere "cubitali" ed "assonometriche" si ritrova anche nei lavori di Michele Spera e di altri grafici coevi, a significare una trasposizione architettonica e "monumentale" dei caratteri tipografici. Sono gli anni in cui a Roma e in Italia si afferma l'architettura disegnata, con numerose mostre e pubblicazioni. Un'architettura fatta di viste assonometriche di stampo costruttivista e disegni netti a china su fondo nero. Tra i maestri Franco Purini, Costantino Dardi, Aldo Rossi, ecc.

Vitale nell'ampio progetto di identità per la Uil, come detto, decide di fare riferimento a volumetrie assonometriche componibili, a sottolineare il concetto di unione, ma la sua idea di tridimensionalità non si limita a questo. Tra le soluzioni progettuali da lui adottate in numerosi lavori, Ettore Vitale concepisce lo spazio pagina proprio come uno spazio tridimensionale. Introduce, infatti, una sequenza di piani che dall'alto verso il basso tende ad arretrarsi, quasi a formare una profondità scenica. Usa l'ombra che proietta il piano superiore su quello inferiore, e così via. Emblematici in tal senso i manifesti: "No" 8 marzo per il

Psi del 1981, in cui la grande “N” maiuscola proietta ombra sulla “O” sottostante, “Il lavoro dell’Italia che cambia”, pensato per la conferenza nazionale del Psi del 1989, in cui un pattern tricolore cambia scala rimpicciolendosi gradualmente sovrapponendosi su tre piani diversi che proiettano ombra l’uno sull’altro, e gli straordinari manifesti per l’Accademia di Santa Cecilia: “Roma Primavera Musica” del 1979 in cui una chiave di violino in colori sfumati dal giallo al verde si staglia su cinque piani sfalsati a ricordare il pentagramma, “Bach Opere per Organo” del 1983, in cui il progettista riprende l’escamotage dei piani sfalsati e in ombra, sottolineando la tridimensionalità con una doppia fila di tasti d’organo su cui è riprodotto il volto del famoso musicista.

Conclusioni

Tracciare sinteticamente il profilo di un professionista che ha frequentato il progetto nelle sue applicazioni e sfaccettature più eterogenee per oltre 50 anni, cavalcando con rigore e coerenza un periodo storico ricco di rivoluzioni processuali – l’avvento del digitale – culturali ed estetiche, è un’impresa impossibile da esaurire nella sua integrità. Venendo da una disciplina che si alimenta di prassi, di teoria e di teoria della prassi, ho cercato di indagare gli scenari, i contesti, le manifestazioni e gli espedienti progettuali, facendo tesoro delle imprescindibili componenti interpretative fornite da Vitale e da chi, fino ad oggi, si è fatto portatore di un’analisi trasversale del suo lavoro. Come ricordato nel testo, aspetti formali ed estetici, influssi, motivazioni, collocazione culturale e categorizzazioni sono riconducibili a percorsi coerenti ma eterogenei, sono manifestazioni di un *fil-rouge* che travalica il concetto di forma e di canone e che affonda le sue radici nel rigore, nel ragionamento, nella qualità del progetto e nel “Segno”. Pur fondamentali per valutare, classificare e dissezionare il suo lavoro, gli strumenti utilizzati da Vitale per definire apparati segnici, morfologici e cromatici sono satelliti di un nucleo progettuale molto più importante che prescinde gli approcci e le azioni, e si alimenta di ricerca, capacità analitiche, sperimentazione, rispetto di regole compositive coese e riconoscibili ma non limitanti e ripetitive.

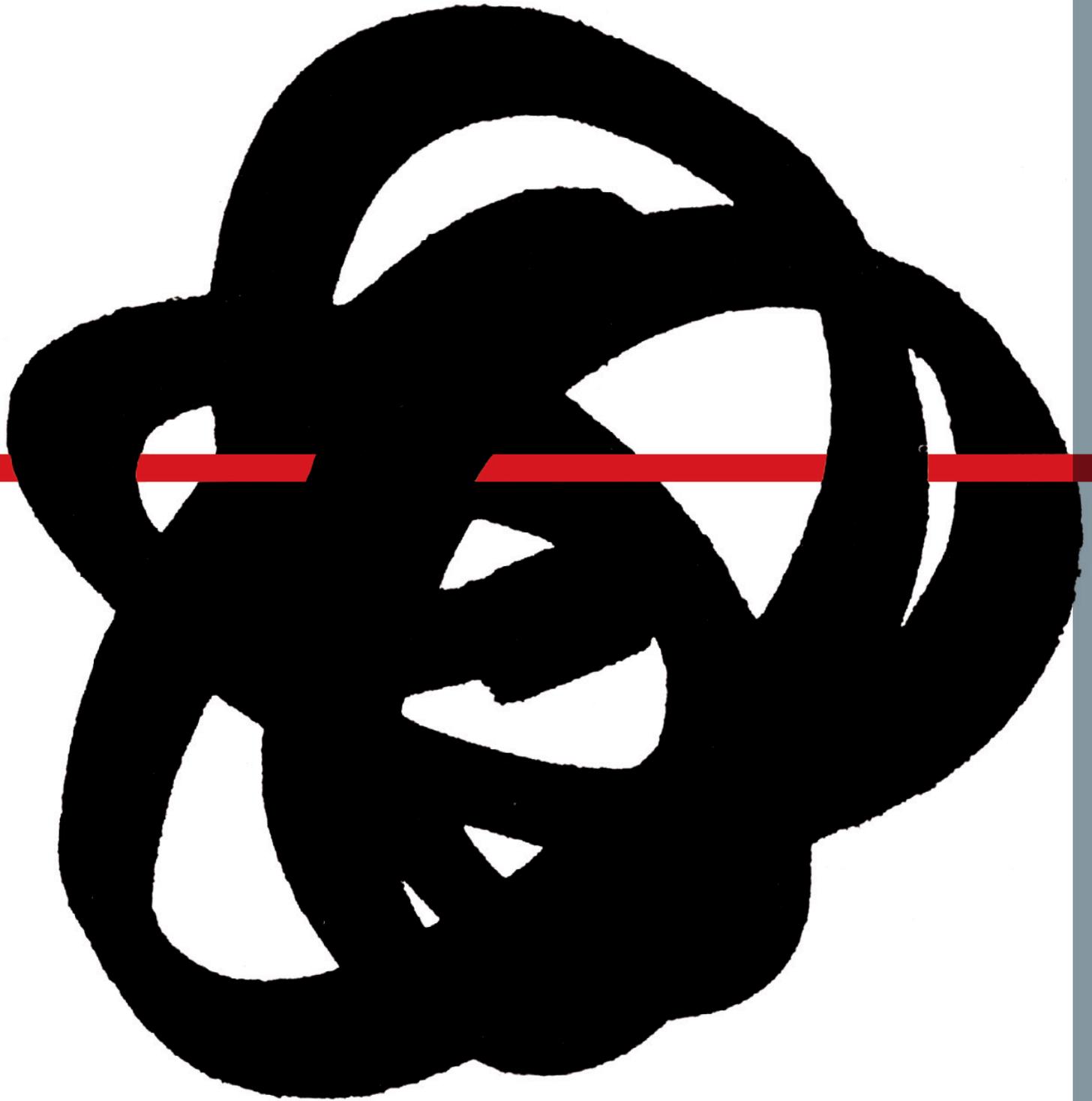
Il lavoro di Vitale è piena manifestazione di un contesto culturale e storico non solo perché si è insinuato in contesti politici, partitici e commerciali, ma perché esprime la piena consapevolezza di uno scenario che vive di estetiche, di pensieri dinamici, di fatti e di personaggi. Vorrei chiudere, perciò, ribadendo il valore formativo del lavoro di Ettore, il quale, lontano dalla pretesa di insegnare o dimostrare gli esiti della manipolazione morfologica, dell’iterazione segnica e dalla simulazione dimensionale degli elementi compositivi, racconta esperienze, incontri, suggestioni, scoperte ed esperimenti con la pazienza di un maestro, la grazia di un artigiano e l’emozione di un’entusiasta. Ettore Vitale non “lascia il segno” solo per quello che fa e ha fatto ma anche, anzi soprattutto, per quello che ha detto e dimostrato con il suo lavoro.

Carlo Martino

Professore di Design - Università Sapienza di Roma

Bibliografia

- AA.VV (1981/2016)*
Segno Libero. Ferro Piludu e il gruppo artigiano ricerche visive. Elèuthera editrice, Milano.
- AA.VV (2007)*
Design for Made in Italy from Roma to Lazio, RDesignpress, Roma.
- Barrese, Manuel (2014)*
"Tra il garofano e Il Quarto Stato. L'identità visiva del Partito Socialista Italiano nell'era craxiana",
in *Ingram ma*, n.115, aprile. http://www.egramma.it/eOS/index.php?id_articolo=1533
- Carmi, Elio (2009/17)*
Branding: D.O. Progettare la marca. Una visione Design Oriented. Con il contributo di Wegher Elena Israela. Fausto Lupetti Editore, Bologna.
- Chicci, Federico (2013)*
"Si può negare un'immagine? Regime dell'immaginario e godimento del discorso capitalista",
in *Alafabeta2*, n.33 novembre-dicembre;
- De Angelis, Alfredo (1986)*
Grafica e Pittura. Vianello Libri edizioni, Ponzano (TV).
- De Seta, Cesare (2004)*
La vita è segno. Lo studio Spera & Spera; a cura di; Electa Napoli, Napoli.
- Falcinelli, Riccardo (2016)*
"Ferro Piludu e il Gruppo Artigiano Ricerche Visive. La grafica, libera", in *Segno Libero. Ferro Piludu e il Gruppo Artigiano Ricerche Visive*, Milano, Euleuthera Editrice, pp. 4-15..
- Lecaldano, Alberto (2006)*
"Inventario di grafica romana | An Inventory of Roman Graphic"; in *DIID Disegno Industriale/Industrial Design* n.21/22, Roma Mancosu Editore, pp. 66-73 ISSN 1594-8528
- Lussu, Giovanni (1999)*
La lettera che uccide. Storie di Grafica; Stampa Alternativa & Graffiti, Viterbo. ISBN 887226488
- Martino, Carlo (2015).*
Design: scenari morfologici della Contemporaneità. Op.Cit., selezione della critica contemporanea,
n. 154, 35-50. Napoli: Ed. Grafica Elettronica. ISSN: 00303305. Rivista in Classe A. Lingua: Italiano.
- Martino, Carlo (2013).*
Design e Molteplicità. L'esuberanza numerica nel design contemporaneo. In *Baiani, S., Cristallo, V. & Santangelo, S. (Ed.) LECTURES _ design, pianificazione, tecnologia dell'architettura* (pp.40-57). Roma: Ed. Rdesignpress. ISBN: 9788889819357. Lingua: Italiano
- Martino, Carlo (2008).*
Da Off Scale in Scale Design | L'Off-Scale be comes the In Scale. *DIID Disegno Industriale Industrial Design*, innovazione e ricerca, n. 31, 10-5. Roma: Ed. RDesignpress. ISSN: 15948528 Rivista in Classe A. Lingua: Italiano e Inglese.
- Martino, Carlo et Al (2007)*
"Design for Made in Italy, from Roma to Lazio". Roma: Ed. Rdesignpress. ISBN 8889819111.
Lingua: Italiano e Inglese.
- Martino, Carlo (2002)*
Grafica. Supplemento Piccola Treccani. Roma: Ed. Enciclopedia Italiana di Giovanni Treccani. Voce generale.
- Masi, Alessandro (1997)*
Sergio Ruffolo. Il Segno dei segni. Fratelli Palombi Editori, Roma.
- Quintavalle, A. Carlo (2001)*
Ettore Vitale. Visual designer. Milano, Electa.
- Salviati, F (2006)*
"Radici storiche e correnti di pensiero," in *Jones, D., & Salviati, F. (a cura di), Arte Contemporanea Cinese*, Mondadori Electa, Milano.
- Sinni, Gianni (2007)*
"Dal Segno al Disegno" in *Socialdesign*, maggio 2007, <http://sdz.aiap.it/notizie/8150>
- Sinni, Gianni (2018)*
Una, nessuna, centomila. L'identità pubblica da logo a piattaforma. Quodlibet Srl, Macerata.
- Vendetti, Andrea (2020)*
Caratteri clandestini. La tipografia nella Resistenza italiana. Edizioni ETS, Pisa
- Vitale, Ettore (2006)*
"Ettore Vitale il Segno" conversazione con Giovanni Anceschi. Edizioni Progresso Grafico Milano.



ETTORE VITALE **SIGN** MEMORY FUTURE

The portion in English is the translation of the introductory part of the book,
plus some of the passages that I hold to be the most important in the design section.



Leave the “sign”

p. 7

Carlo Martino

“Leave a sign: remain imprinted in memory, have lasting consequences and effects”.
Vocabulary of the Enciclopedia Treccani

This work aims at reconstructing and clearly tracing a cultural and professional path that lasted more than fifty years, in order to deposit it in the memory of various interested publics, hoping that this will also have a long-lasting effect in their minds. The idea of this volume stems from a specific occasion: a lecture that Ettore Vitale held a few years ago in Rome, addressed to students of the Master’s Degree Program in Design, Visual Communication and Multimedia of the Sapienza University of Rome. This was an intense, although short, moment of knowledge transfer, as well as a punctual witness of a long work communicated with great passion. In that context, Vitale felt the great curiosity that pervaded the classroom, the palpable interest of young students to know the meaning of some iconic projects of Italian graphics of the second half of the twentieth century, and to fully understand reasons, contexts and techniques that led them generated.

Hence the idea to collect in a volume a summary of his long professional career, and to formulate a systematic story that can clearly explain the design, cultural, political, signal and symbolic choices made.

Quite enough time has passed since that day, and it has been necessary to better outline the project, since Ettore, as mentioned, had very clear the contents from the beginning. Many meetings followed that lecture, both with the writer and with all other people who populated this long incubation, all together with the common goal of better defining the story’s characteristics and perimeters. Steven Heller, Marco Tortoioli Ricci, Luciano Galimberti, Mario Piazza, Sara Palumbo and many others have made it possible to give the work a wider breath and, above all, to build an articulated and in-depth story in every step.

This book is published 14 years after Ettore’s last writing on the value of the sign (Ettore Vitale “Il Segno” 2006), and represents an act of great generosity, a gift to the younger generations, as explicitly stated by the designer:

“Dear young people (...) I would like this book to help (...) to illuminate your future career and to guide you on the need to research and identify a ‘red thread’ to follow as a guideline for your individual design path.” (p.284)

Ettore Vitale has had didactic experiences in the past, from 1969 to 2000, at the Advanced Course of Visual Communication and Design in Rome, at the European Institute of Design in Rome, and at the Degree Course in Graphics and Multimedia Design of the Faculty of Architecture of Valle Giulia at Sapienza University in Rome, but during all these occasions he had never thought at producing an editorial project for students.

In the past other Roman professionals in the field of graphics, such as Ferro Piludu, Gio-

vanni Lussu and Michele Spera, felt the need to transfer to young people what they understood and learned through their experience to support teaching activities carried out at schools and academies. To cite a few examples: in 1981 Ferro Piludu published with Elèuthera Edizioni the volume “Segno Libero” (republished in 2016), which collects lectures held in various graphic and design schools in Rome; in 1999 Giovanni Lussu in his “Lettera che uccide,” published by Stampa & Alternativa, collects some of the works developed in the courses at the Polytechnic of Milan and at the Dudi of Rome; in 2001 Michele Spera published his “Manuale di Grafica” for Gangemi, used as a textbook in the course held at the Dudi - Degree in Industrial Design of Sapienza.

This volume “Ettore Vitale. Segno Memoria Futuro”, unlike other publishing projects does not stand neither as a manual, nor as a collection of educational experiences. It is a “libro manifesto”, as Mario Piazza defines it, a “libro archivio” or a “libro lezione”, as Vitale himself defines it, which narrates in depth and with multiple voices - meticulously collecting drawings, reproductions, extracts of articles and writings by other authors published on specific projects - over fifty years of work of the Roman designer in various areas: from graphics for industry, to political communication, to motion graphics for television.

Ettore Vitale’s work, which began in the sixties and developed in the early seventies of the last century, has already been widely described in previous volumes and monographs and has gone through numerous cultural filters, with reliable theoretical and critical legitimations of important exponents of the Italian and international design culture. This book, more specifically, contains conversations and testimonials from Arturo Carlo Quintavalle, author of the volume “Ettore Vitale Visual Designer” of 2001; Giovanni Anceschi, whose conversation is collected in the volume “Ettore Vitale. Il segno” of 2006, and must be added the thoughts of Steven Heller, artistic director of the New York Times for 23 years and today director of a master’s degree at the School of Visual Art in New York; Marco Tortoioli Ricci, today president of Aiap, the Italian Association for visual communication; Luciano Galimberti, president of ADI, the Italian Association for Industrial Design which awarded three gold compasses and a signal to Vitale; Mario Piazza, great professional and graphic designer; and, finally, the young researcher Sara Palumbo.

Each of the authors highlighted different aspects of Ettore Vitale’s work, but all converge in the unanimous recognition of an undeniable role of reformer of the project, of independent interpreter of his time and of a figure deeply committed to civil society.

The context: Rome in the 70s, 80s and 90s

*“Once upon a time there were walls: walking through the streets of Rome
(..) in the years of the ‘pioneering phase’ was a bit like visiting a graphic exhibition.”*

Alberto Lecaldano, 2006

The graphic designer and founder of the magazine “Progetto Grafico”, in his article “Inventario di Grafica Romana” of 2006, by tracing a historical scenario of what he doesn’t call a real “Roman school”, identifies, however, a pioneering phase between the sixties and seventies of the twentieth century, during which “political graphics” took a central

role. He continues, in fact, arguing that: *“Thanks to the communication of the parties, in particular on the occasion of the great national celebrations (April 25, May 1 - ndr - and June 2) the most important works of Ettore Vitale (Italian Socialist Party), Michele Spera (Italian Republican Party) and Bruno Magno (Italian Communist Party) flowed on the walls, curiously condensed near the headquarters of the respective parties.”*(ibidem: 66)

The image that Lecaldano provides is very powerful and evocative of a historical and local context in which Rome represented, also for the natural role of institutional capital of the country and seat of the main Italian parties, the nerve center of Italian political communication.

By witnessing the design ferment of that period, Giovanni Lussu, a few years earlier, argued that: *“After 1968 political, social and cultural initiatives (made possible also by the administrative decentralization - to the local authorities ndr- on going) increased throughout the territory, and images became increasingly important.”*(Lussu, 1999: 161)

From the seventies onwards, in fact, the administrative decentralization to the regions and local authorities had created new institutional subjects that expressed a strong need for communication. At that time new newspapers were born (one of all “La Repubblica” in 1976, based on a graphic project by Sergio Ruffolo), those already active were redesigned (Il Messaggero and the Manifesto entrusted Piergiorgio Maoloni their restyling), and the request for both editorial graphics and visual identity projects increased.

The design pole of graphics and political communication moved significantly from northern Italy to Rome. Historically the partisan activity and the fight against the fascist regime was concentrated in northern Italy - see the story of the clandestine graphics (Vendetti, 2020) - and here some of the most popular parties of the post-war period were founded, and the related symbols were drawn, such as for the PSI in Genoa in 1892. Still in the north, until then, many of the PCI's dissemination tools had been designed, from the election posters to the party cards, to the project Unità, all by Lica and Albe Steiner.

Starting from the contribution given by artists such as, for example, Renato Guttuso who in 1953 re-designed the logo of the Italian Communist Party, and from the first collaborations of Michele Spera with the Italian Republican Party (1962), the activity of designing political graphics found in the eternal city a fertile context that drew new life from the cultural and artistic inclinations of some Roman designers. Again Lussu writes: *“New languages developed (often explicitly opposed to rationalist ones prevalent in Milan), characterized, rather than by well-defined styles, by freer eclecticism. Such as the Polish manifesto, the Push Pin, the ‘French May’, comics, cinema”* (Lussu, 1999: 161). This eclecticism was based on a cultural contamination that looked not only at Swiss-Germanic graphics, as happened in Milan, but also at the Italian artistic expressions and the various national and international cultural events that had Rome particularly active in the sixties and seventies.

A few emblematic examples are the artists of the “School of Piazza del Popolo,” promoters of Italian Pop Art, such as Mario Schifano, Giosetta Fioroni, Tano Festa and Franco Angeli, who between 1958 and 1968 had elected the Caffè Rosati in Piazza del Popolo as a meeting place, or the role of pollinator and cultural club played by the “Ferro di cavallo” bookshop in via di Ripetta, with artists and intellectuals such as Alfredo De Santis, Gastone Novelli, Alberto Burri, Achille Perilli, Leonardo Sinigalli, and many others.

Those were the years of the long wave of 1968, full of political and cultural tension, and

they also became the dark years of terrorism. Politics was in the everyday life of school, university, work and entertainment. Just as today social media are involved in our daily communications, politics in the seventies, and in Rome more than ever, represented an existential condition of belonging and militancy.

According to Elio Carmi the 70s were the period of greatest popularity of the political/party symbolism of the great movements born in the Second Post-war period, with symbols such as the rising sun, the crusader shield and the hammer and sickle, so present in the collective imagination to “overflow” even outside the boundaries of politics (Carmi, 2017). The profession of graphic designer lent itself more than others to interpreting the spirit of the period, it was, we can say, the most politically exposed and had more than ever a strong social and cultural mission. It was a profession that did not have a specific training path, a dedicated school (excluding ISIA and a few other courses in the academies of fine arts), if not that of apprenticeship or self-made. You could get to the profession by doing artistic studies, such as for example Alfredo de Santis had done, passing through the Academy of Fine Arts, by studying architecture, such as Michele Spera and Sergio Salaroli, or by professional schools. But you could also become a graphic designer coming from law studies, such as had happened for Sergio Ruffolo, or even from work experience that had nothing to do with the profession of graphic designer, as had happened, for example, for Ferro Piludu who, before to pursue a career as a graphic designer, was a consultant for oil plants.

During his training, Vitale followed a graphics school in Rome and then made an apprenticeship in the studio of the architect Franco Minissi, specialized in museum installations, and immediately afterwards he started his first and only job in an advertising office, that of the BPD - Bombrini Parodi Delfino - for advertising graphics and set-ups.

The eighties were instead characterized by a perception of well-being and development of the Country, with an entirely homemade version of Reganian hedonism, which saw the Socialist Party in Italy and the governments supported by the Pentapartite coalition rise.

Rome was an international destination for furniture and luxury and, after the Venice Biennale by Paolo Portoghesi and the opening of his Appollodoro Gallery, it had become the Italian cradle of “Postmodern.” Not by chance the Mosque signed by Portoghesi himself is among the few architectural works carried out in Rome.

Brands active in indoor and outdoor furniture, such as Wama and Vivai del Sud (Vitale worked a few years for designing the visual identity of the brand), offered products and visions of spaces furnished in arabesque taste, and many Roman haute couture and fashion brands arose, such as Bulgari, Roberto Capucci, Valentino, Renato Balestra, Fendi, etc.

Roman graphics experienced a period of maturity and expansion. Magno, Vitale and Spera, in the field of political graphics, followed their respective parties of reference, while new protagonists appear such as Antonio Romano who in 1984 designed the famous Red Square of the CGIL (officially adopted in 1986). The eighties “(...) inaugurated the phenomenology of a new apparatus of power that makes the image (...) its centrifugal motor.” (Chicci, 2013: 33)

The nineties in Rome were characterized by the echoes of the fall of the Berlin wall and by economic, political and cultural crises, including the Tangentopoli affair. In this situation, the system of national parties was completely twisted and new movements and political subjects arose in their place, while others changed, expressing new needs (Andrea

Rauch of Florence, in 1995, draws the symbol of the Olive Tree).

Contrary to what one might think, Rome turned into a large laboratory for design culture declined in different scales. The Rutelli and Veltroni administrations completed significant public works, for example the Auditorium “Parco della Musica” signed by Renzo Piano, to which the identity project of Vitale himself is linked, then the contests for the MAXXI, for the Macro, the Cento Piazze and all initiatives in view of the Jubilee. Architecture, art, design and graphics had a great moment of expansion as did all the creative industries. Many young people trained in specific schools, but also in pioneers’ studios appeared on the professional scene, such as Riccardo Falcinelli trained in the studio of Ferro Piludu, Silvana Amato, matured under Giovanni Lussu, at Mario Fois and Mario Rullo of Vertigo Design, who are among the first to experiment the connection between advertising agencies and design studios. Political graphics lose significance in favor of publishing and advancing digital technology.

Multifaceted approach

Those just described are three very significant decades for the affirmation and maturation of the professional profile of Ettore Vitale, and the figure of a multifaceted designer emerges, for the different aesthetic registers he has used, or for the numerous media that have distributed his graphics and projects – paper, video, space etc. – or, finally, for the great curiosity that has always pushed him to explore new fields of application.

There is in fact a Vitale illustrator and a Vitale typeface designer; a Vitale brand and one set-ups designer; a geometric and an organic style one; an environmentalist Vitale and another sophisticated expert of classical music, a Vitale who dialogues with politics and at the same time who is able to interact with industry.

He has been defined as an eclectic designer by Lussu in his thoughts about the Roman graphics of the seventies, and by Steven Heller in his medallion, but this term seems to be a *diminutio* compared to a professional path that has an absolute linguistic coherence as well as a clear recognition. Eclecticism is today a distinctive feature of modernity and perhaps in this Vitale has been an anticipator.

In fact, by examining the adv of Autovox with the posters of April 25 and May 1 for the Italian Socialist Party or even the TV spot with the logo of the Auditorium “Parco della Musica,” a sense of unitary aesthetic register does not return. However, digging through the stories kept in each of these projects, as the volume tries to do, the role and power of the “sign” and its being “dialogical method” recompose the coherence of Ettore Vitale’s professional career, coherence that historiography usually uses as a reading tool for the work of an artist/author.

Communication for industries

Contrary to what is expected from a square like Rome, Ettore Vitale’s professional activity takes its first steps in the field of advertising and brand graphics, as well as in exhibit design for the manufacturing industry. In fact, before starting the freelance business, in the 60s Vitale worked for a few years in the advertising office of the Bpd (Bombrini Parodi

Delfino), a company active in various areas including chemistry and textiles – the BPD was also producer of gunpowder, experimenter of the first Italian missiles, and the industry of the famous insecticide DDT and the laundry detergent Tot – , then absorbed by Snia. For Bpd, Vitale developed packaging projects, such as for the Air-Fresh line, logos, advertising pages and set-ups.

Rome in the seventies, in fact, was not only the capital of Italian politics or the seat of newspapers and state television - later clients of Vitale - but also the city of some important manufacturing and design-oriented industries. Among the latter are Autovox or Voxon, with the collaboration of Joe Colombo and Rodolfo Bonetto, as well as furniture companies such as Stildomus and Mim (Vitale collaborated with Mim for promotional campaigns), for which Bruno Munari, Giorgio De Ferrari, Afra and Tobia Scarpa and Pino Tovaglia designed, and lighting companies such as NewLamp, with projects by Gianfranco Fini (AA.VV, 2007). Rome was also the city that hosted important showrooms of emblematic Italian design companies - Arflex, Cassina, B&B, Simon Gavina, etc. - very active in promoting cultural initiatives and disseminate design culture.

Among the first projects that inaugurate the long story by Ettore Vitale, we find the advertising pages designed for Autovox company (1971) to communicate the arrival in Italy of color TV, and in this project the original, experimenting and countercurrent approach of the designer already emerges. A path that continued with first set-ups of the shop windows, and then with the set-up of Arflex showroom in via del Babuino in Rome, these projects led him to the artistic direction of the Lombard company until 1988.

In this activity, Vitale had also the opportunity to leave Italy, designing the corporate identity of the German office furniture company Comforto (1974-92).

Other collaborations to remember in the field of industrial graphics were with Snia (1968-81), in continuity with the work for Bpd, and with the lighting company Tecnolyte (1971-80).

Political Communication

“In the tumultuous panorama of the First Republic, the Italian Socialist Party (PSI) distinguished itself (...) for its great attention to its image and for the use, at the same time unscrupulous and modern, of symbols and figures which, decontextualized and loaded with meanings, helped to forge a visual policy meant to remain impressed in public opinion.” Manuel Barrese, 2014

A multifaceted designer and intellectual such as Ettore Vitale does not like to see his name associated exclusively with the work he did for more than twenty years for the Italian Socialist Party. An understandable reluctance, given the breadth of his work and the different clients and contexts in which it matured. There is no doubt, however, that, as stated by Barrese, by actively contributing to defining the “visual politics” of the PSI Vitale has inaugurated a new way of making political graphics. Innovators like him must therefore be recognized as having a relevant role in the history of Italian and international graphics and, consequently, their stories need to be narrated to understand the cultural and social value of design’s “good practice.”

As already mentioned, Vitale took its first professional steps in the field of advertising graphics and for industry – Bpd, Snia, Arflex, etc. – and reached political graphics not for

belonging to a party, but for sharing values and aesthetics with what was happening in the Italian Socialist Party. Noticed by two journalists close to the PSI visiting the “Serigrafia e Graphic Design” exhibition, which he curated in 1971 in the Arflex showroom in Rome, Vitale was asked to design two posters for the PSI: one to celebrate April 25 and the other for May 1, 1973. Vitale was 37 years old, so he was already a mature professional. By designing the two posters, Vitale experimented with symbols and languages that made him the protagonist of an epochal change in PSI communication.

As said about political and cultural context of the seventies, social and working life in Rome in those years was imbued with politics. Even those who were not active militants, indeed, with their lifestyle and cultural choices, had to define at least their belonging to the right or left side.

In this regard, Vitale said: *“as far as political graphics is concerned, I have always sustained that it is not possible to do a good job of political communication for a party far from its own ideas (...).”*

It may seem strange that both Ettore Vitale and Michele Spera, among the most prolific professionals of Italian political graphics between the seventies and the nineties, were not internal professionals to the parties they worked for, unlike, for example, Bruno Magno, graphic designer of the Communist Party and employee of the same, and Vitale did not even possess the party card.

Even though he had no experience in political graphics, Vitale, through the two posters, expressed his free and personal vision of what, for him, was a new field of experimentation. A vision that marks a profound discontinuity from the realistic communication perpetuated by the parties until then, preferring visual messages fresher and clearer than photography. As Giovanni Anceschi recognized, the black field ripped on a red background that characterizes Vitale’s manifesto of April 25 places him in a countercurrent compositional logic: *“a countercurrent with a strong, very strong ethical position,”* (2006: 9) which defines its iconographic value. In the manifesto of May 1, instead, Vitale performs a philological recovery of the symbolism of the workers’ struggle, using the symbols of the fist, and the carnation used by the PSI at the beginning of its existence.

The use of this archaic symbolism in the communication of the Italian Socialist Party was grasped by the new leadership of the party which, in conjunction with the rise of Bettino Craxi, took advantage of it to *“(...) shuffle its own figurative codes”* (Barrese, 2014), by following the example of the American-style propaganda model based *“on the capillary coordination of images and graphic material.”* (Eletti, 1983)

Therefore, by reintroducing the carnation symbol, and defining its application code, Vitale became the vehicle for a process of “re-memorizing those symbols already present in the socialist tradition” and provided the tools for a visual translation of Craxi ideals.

The revival of carnation (1973) in the iconography of the PSI, which became the symbol of the party in 1984, created the condition for a collaboration that continued for more than twenty years, until the end of the party decreed by Tangentopoli. In this long period Vitale managed to profoundly renew the political graphics - not only the Italian one - and to mark a strong integration between image, texts and content that led to the definition of “socialism as language.” (Experimental Jetset, p.52)

Vitale’s PSI project was based on very clear choices: limited color palette (red and black), use of treated and never too realistic images, and almost exclusive use of the Helvetica capitalized font (felt as a modern typeface); in short, a new visual code, apparently sim-

ple, clear and therefore very powerful. For cutting-edge content and for rigor, the work of corporate identity of the Italian Socialist Party developed by Vitale was awarded in 1984 with the Compasso d'Oro, the most coveted Design Award attributed by ADI, the Italian Association for Industrial Design.

Parallel to the collaboration with the PSI, in 1979 Vitale started another important corporate identity project in the political field for the *UIL - Italian Labor Union*, directed by Giorgio Benvenuto. As he recognized, for Uil he designed a most complex and complete work, (in the PSI, the part of the planning relating to congress set-ups was carried out by Filippo Panseca) including: logo, posters, editorial products, set-ups and graphics for many of the Union categories, including the Uil School. In this case the graphics project was based on the aggregation of geometric volumes to convey the central message of “union” at the basis of the union concept. However, volumes and axonometric figures were associated with a color palette wider than PSI, using more colors and pastel shades, in contrast with the bright red of the original logo. The use of geometries aligns Vitale to experiments that other graphic designers engaged in political communication were making in those years, such as Michele Spera for the Republican party.

In 1998, on the occasion of the 12th congress in Bologna, the Union adopted the new logo, which had already emerged as a symbol five years earlier in the poster designed by Ettore Vitale for the 11th congress: an axonometric “oval ribbon,” on which are simultaneously reported: the Italian tricolor, the European flag and the colors of peace.

Motion graphics for television

Ettore Vitale’s “multimedia” path is linked to the collaboration with Rai and above all to the creation of numerous motion graphics TV artefacts – more than 100 – for music shows or film festivals, including the design of the animated network ID for Raidue.

Italian state television for more than thirty years, from 1980s to the early years of the new century, had represented an audacious client, open to professional contributions of high level, all external to the company. Just as it happened for political graphics in the seventies, Rai television graphics of this thirty years includes collaborations with the greatest Roman and Italian graphic designers. Pietro Pintus, who was in charge of film festival since the 60s, was able to involve Alfredo De Santis between 1978 and 1983 for the design of TV opener for the film festivals of Hitchcock, Buñuel, Kazan and Brooks, as well as Sergio Ruffolo for the opener of the show Mixer broadcasted in 1981, 82 and 83 and, for the opener of the festivals “L’altro Simenon” and “Il filo e il labirinto” of 1979, Ferro Piludu for the famous opener of the show “Lunedifilm” with the music by Lucio Dalla, broadcasted from 1983 to 2002, and even Mario Convertino who, returning from the USA, loaded with the California Wave suggestion, between 1981 and 1984 created the graphics and the “postmodern” opener of the show Mr . Fantasy. Vitale’s collaboration with Pietro Pintus began in 1980 and continued until 1989.

Despite the excitement and the liveliness that emerges from this short list, the field of graphics for TV in the eighties, when electronic technologies were in their beginning, defined standards that made many products were conventional, following a trend characterized especially by a cold aesthetic based on special effects.

In this regard, Vitale says: *"In this occasion too, I tried to contrast the trend of those years. (...) For my openers I made a diametrically opposite choices: illustrations, signs, photos (...) with firm intention of making the openers tell the story of what they were anticipating."* (p.120).

The independent and subversive spirit pushes Ettore Vitale to use for its openers traditional illustration techniques and the photographic images animated by simple cross fades or by transitions of stop frame or translation, preferring the consistency between opener and content of the show rather than the "wow effect".

According to Valerio Eletti: "As for the means of expression used by Vitale (...) it is not difficult to recognize three distinct tracks: a series of artefacts designed with illustrations and drawings; a series made with treated photographs, and finally a series of motion artefacts that use the geometric graphics of the "Swiss School" (Zoom 18, 1982) ".

The first includes openers such as: "il breve volo della giovinezza" of 1980 for the cycle of six films by Renato Castellani, "La lanterna magica di Ingmar Bergman" and "Gente comune superstar, i nuovi divi del cinema americano", both from 1981 and "Storie di donne" from 1982. The second track counts, among the numerous, the openers "Il cinema dei fratelli Taviani" from 1978, "Il cinema di Wajda, cenere e diamanti nel fiume della storia" from 1980, and "Una vetrina per sette registi" from 1981. The third track is less recognizable, it is perhaps possible to associate the opener of the show "Micromega" of 1980, and the overlapping of geometric signs in Swiss style in many of the openers belonging to the two previous categories, such as superimposed lines – frequent element in Vitale's works – or texts treated chromatically in contrast or in polychrome.

The field of the TV show openers is perhaps the one in which Vitale has mostly experimented with illustration techniques, obtaining aesthetic results very different from those reached in some of his most emblematic projects in political and industrial graphics. According to Giovanni Brunazzi: *"Vitale illustrator creates his images every time according to precise inputs provided by the Vitale designer. In this way it is possible to obtain the best communication synergies"* (Linea Grafica 1984), meaning that where the project did not find adequate images, the designer's ability to create them independently took over.

Among the articulated motion artefacts created for the Rai, there is Raidue's animated Network ID of the early nineties. Also in this case the sign led design choices far from the "Technological Integralism" that prevailed in those years (Campana, 1981). After a careful study of similar projects developed in international contexts, Vitale arrived at a solution with a banded texture, animated and gray, tone on tone, for the background, on which volumes (including the famous cube) and the red text (color code of the network) freely move. As Quintavalle argues: *"(...) Also in this case the graphic designer used tools he knows well (...) to construct a new discourse on the world and on figures."* (Quintavalle, 2001: 14)

Typographic choices and Type Designer activity

Ettore Vitale was not born as type designer but, embracing the graphic design in its various articulations, including the design of logos and brand identities and the related manipulation of letters and animated artefacts, he also tried to design fonts. In his long career, which began in the sixties, the appreciation for the Swiss School has made him and

many other Italian graphic designers prefer the use of the Helvetica font, alternating light and bold versions, especially in capital letters. From advertising for industry to political communication, and to the motion artefacts, Helvetica has been the sans serif font most used by Vitale as it gives stability to the compositions, leaving signs, both gestural and organic, the space to emerge and stand out.

The use of serif letters was rarer, but a few examples are worthy to be mentioned: the series of posters - March 8, April 25 and May 1 - for the 1989 Socialist Party, on which the words “Equality”, “Freedom” and “Fraternity” were written with large capital letters in Times Condensed, aligned on the left and spelled out on three lines, as well as the identity project of the 1993 “Riscoprire Pompei” exhibition, in which the gigantic “O”, in Bodoni font capitalized and rotated, became the frame of the iconic image of the exhibition; and, finally, the logo of the Auditorium “Parco della Musica” in which the three lines, stylization of the architectural work signed by Renzo Piano, enclosed the words “Auditorium Parco della Musica” in Bodoni font.

In 1994, in the big graphic project for Cnen, which later became Enea, Vitale designed the font for corporate communication: the Enea Font. It is a sans serif font, capitalized, in Light, Medium and Bold versions, characterized by a geometric outline, stemming from the 2D reduction of three-dimensional “ribbons.” This theme is recurring in Vitale’s graphics. The individual letters are thus divided into fields colored in different shades or tone on tone.

Vitale returned to design a typeface in 2017 for its historical client: the Uil, to be precise for the Uil School, on the occasion of the 14th National Congress of Pescara. To the solution already experimented in the Enea font (that is, the capital sans serif letters divided into fields, with quite marked border lines), he added sinuosities that confer three-dimensionality and dynamism to letters. The use of color is more pronounced, working with primary colors, including black.

By using the new capital font, projected with alternating writings on a large led wall, Vitale managed to give identity and “personality” to the entire event.

The sign

“Segno Libero”, “Il sogno dei segni”, “Il percorso di un segno”, “La vita è segno”...

These are just a few titles of volumes, exhibition catalogs and monographs published between 1981 and 2004 by Roman graphic designers contemporary or slightly earlier than Ettore Vitale. In these titles, “sign” is a keyword, is the central theme of a debate on design, and the founding and distinctive element of the graphic design profession.

By imagining to historically contextualize the debate around the “sign,” beside finding it in the path of many artists for whom the sign is the equivalent of the Tag of contemporary street artists, it certainly arises in the more speculative context of semiology and semiotics, and it exists in texts considered milestones of the discipline, such as “Elementi di semiologia” by the French Roland Barthes of 1964 (1st Italian edition of 1966) or “Appunti per una semiologia delle comunicazioni visive” (1967) and “Trattato di Semiotica generale” (1975), both by Umberto Eco.

The “sign” is the central unit of visual communication as, according to de Saussure, it represents the union between “signifier” and “significance.” The first represents the “level of expression” and the second the “level of content” (Barthes, 1964).

Vitale has always believed in the unity of these two levels, which are indissoluble in Political Graphics, under penalty of ineffectiveness of the symbols themselves. As Elio Carmi reminds, the loss of strength of the party ideologies of the last part of the century produced logos that had more the value of “signals” than of “symbols,” precisely because of the dissociation between significance and signifier (Carmi, 2009 / 2017).

The “sign” can be felt at the same time as a “symbol,” a “signal,” a “trace” and also as a “choice.” Political graphics have certainly made extensive use of this former meaning. In the initial pages of this volume Vitale states that: *“The graphic sign is the bearer of meaning when it is the result of an analysis and of a mental process. A combination resulting in the shape deriving from the content.”* (p. 27)

The graphic sign is not random or an end in itself, but is a project, the outcome of a mental process, a synthesis of a path of analysis, of a subsequent phase of knowledge, followed by the identification of issues and possible solutions – Design Thinking – and it also admits randomness in its configuration. According to Vitale, the sign/project can be so powerful that it does not always need to be accompanied by words or text.

To emphasize the iconic value of the “sign,” in the book published in 2006, Vitale made an experiment during a conversation with Giovanni Anceschi: he isolated the signs of his most emblematic projects by eliminating the textual part. The goal was to answer the question of whether “signs can have their own autonomy” once disconnected from the word. Anceschi recognized the validity of Vitale’s experiment and defined it as the equivalent of a “Theoretical Act.”

Vitale, without nostalgia, often pauses to reflect on the genesis of the sign in the analog world, and recognizes the sign performed as a manual “gesture” to be a critic moment and to have an interactive role.

The centrality of the sign, according to Vitale’s story, differentiates the work of the traditional graphic designer from that of the digital one. The sign, drawn manually, in a logic that Anceschi defines as “below” and that is placed between art, architecture or graphics, is interactive. Once traced on the white sheet it suggests possible solutions, even if not predetermined, it is active.

The process of hand-making the sign, common for artists, architects and designers, and the randomness linked to the accidental association between the idea of the sign and the result that derives from it, also linked to the manual ability of those who trace it and to used tools, create sedimentation and revising processes and generate unexpected solutions. Anceschi defines it the “variety” of a project open to indeterminate variables.

Mario Piazza argues that Vitale *“(...) believes in the sign as a source for a continuous narrative flow and in the possibility of welcoming multiple readings of the sign-image,”* (p.14) i.e. he believes in a continuous, dynamic and polysemic dimension of the sign.

For Vitale, image is also sign. The tear in the PSI manifesto for April 25 in 1973 is considered as “sign” of being against the current (Anceschi: 9), as well as the logo of the Auditorium Parco della Musica represents an extraordinary adherence between collectively imagined shapes and sign synthesis. In the “Tv color” poster for Autovox 1971, the looking eye, as an alternative to the screen that is usually looked at, is a sign/metaphor, a sort of big brother. Nevertheless by introducing color and reinterpreting the theme of the chromatic bands of the screen as well as by referencing the radiance/Mediterraneanness

of the Venetian blinds, a warm and not disturbing message results. There are many other examples in Ettore Vitale's work that refer to images – pure geometry, trace, photography or illustration – used as “signs”.

The Color Palette

In Vitale color plays a decisive role, as it should be given for granted in graphic design, but in his case color is a broad and dense theme of variations. In the early works for both industrial and political graphics, the color choices were very limited: black and red for the Italian Socialist Party, and for many works for the Uil; the prevalence of black or white in the projects for Autovox, still red and black for the magazine “Pace e Guerra” and for the book front covers of Alfani Editore. In the eighties, with the works for the PSI of and the openers for Rai, by introducing the illustration Vitale extended the chromatic palette, passing from the primary colors, perhaps also due to the availability of the color printing systems, to “watery” colors, rich in nuances and with varying densities, often made with the famous ecoline. From those years on, Ettore Vitale's projects became more colorful, and “color” became a distinctive feature of his graphics through a balanced and never superfluous use.

Between 2001 and 2005 Vitale worked on the Identity project of the “Auditorium Parco della Musica” and declined it on different materials useful to the institution's activity: flyer, posters, graphics for setting up, etc. In this project, the logo, already defined iconic for its immediate association with the architecture morphology, is often placed in white, on a photographic background or on a colored field. A new positive/negative, and an elegant and effective form of chromatic neutrality emerged.

Finally, the “light,” imagined in rear-projection for television or cinema graphics, represents an innovative feature of Vitale's graphics especially in works for Rai and Rai Cinema. Beams of light, reflections and flashes, treated with soft chromatic nuances, are felt by the designer as narrative signs.

Artistic inspirations

when I asked how much conscious has been the influence of different Italian and international artistic movements on his work as a graphic designer, as claimed in many interviews and articles about his projects, Ettore Vitale replied that he always had and still have a feeling towards artistic trends and he has kept constantly updated through the visit of exhibitions and the purchase of visual culture magazines, including international ones, although not in a linear logic of cause and effect.

The activity of “graphic professional” reported by Vitale, even if carried out in a big city like Rome in 50 years, was indeed led as a soloist, with an elegant confidentiality typical of his personality, without a real membership to cultural movements. Despite this, many critics, by using the classic historiographic interpretation tools, wanted to highlight links and influences of numerous artistic movements on the work of Ettore Vitale: Anceschi in 2001 saw in the illustration for the Ente Fiuggi the influences of the Optical Art; Quintavalle talked about geometrization of the identity of the Uil logo by referencing American Mini-

mal Art, and also recognizing elements of De Stijl from Max Bill's Bauhaus and the school of Ulm. Quintavalle also saw in the project for Raidue's animated network ID (1992) again Max Bill and the school of Ulm, echoes of Steinberg American illustration up to Folon. These associations *a posteriori* acknowledge high legitimation to design solutions that are perhaps only due to a particular aesthetic, to a sensitivity of the designer or to convergence of tastes in various areas of design culture typical of that time.

Scalar Manipulation

A few years ago I argued that: *"the scalar manipulation of products (and images) in their entirety or in their details is one of the most powerful expedients that contemporary design has widely used in recent year."* (Martino, C. 2015)

In its long history, graphics have used the off-scale a lot, both to accentuate the value of the used "sign", such as the initial letter in copyists' reproductions, and in the propaganda graphics of the regimes in the first half of the twentieth century, in which texts and images defined hierarchies and made up political symbolism.

Ettore Vitale has often used Off-Scale lettering to translate letters and/or words into symbols. It started with the setting up of the windows in the Showroom in via del Babuino (Rome) for the chair "Sintra" of Arflex in 1971. In this project, the capitalized, decomposed and magnified archigraphy of the letters of the word "Sintra" became the stage on which the chair of the same name stood out. The same strategy was a success in the company's advertising and institutional communication. The innovation made by Vitale in 1978 through the breakdown of the Arflex off-scale logo on three different pages was equally emblematic. Scalar manipulation is also found in other successful projects: the gestural signs amplified on the front covers of the monthly magazine "Pace e Guerra" in the early eighties; the exuberant "No" in capital, red on a white background of the manifesto against the abolition of abortion law, designed for the PSI in 1981; the extraordinary blindfolded "H", white on a black background, on the Uil poster for the "sick healthcare" event in 1985; again for Uil, the gigantic logo that stood out in 1989 on the lion of St. Mark's Square in Venice for the 10th congress; and even the off-scale letters on the giant screen during the 19th congress of the Uil School in 2017. As stressed in analyses conducted on many of his works, the constant use of letters in capital can also be traced back to an off-scale logic. In the activity of exhibit designer, Vitale made extensive use of scalar manipulation: the setting up with enlarged images of common life for the 11th Uil congress in Rome is an important example. Vitale has demonstrated that he fully understands the tools available for graphic designers, from scalar manipulation to iteration of the sign, to instrumental use of color, and he has accomplished to manage them in a masterly way.

Iteration of Sign, Text and Images

Among the "tricks" used by Ettore Vitale in his career as a graphic designer, according to Anceschi, there is certainly the iteration of sign whether it is letter, word or image.

In 2013 I argued that in Contemporary Design the Calvino "multiplicity" has been transformed into an aesthetic category through *"Images (...) in which the unity or centrality*

of the object (...) is replaced by multiplicity and fragmentation. No longer a single and isolated subject, but groups or series of subjects. No longer a center of attention but a constellation of centers. A rich, articulated and complex visual space.” (Martino, 2013: 48)

We can say that in Ettore Vitale’s work multiplicity, pursued through the iteration of signs and images, has been widely anticipated as an aesthetic category of the contemporary. Multiplicity is today linked both to technological concepts – network, bits, big series, etc. – and in emerging cultural contexts. In China and India the concept of “mass” is endemic (Salviati, 2006). In Ettore Vitale’s projects, the iteration of signs can be associated to the attempt to emphasize (*repetita iuvant*), to a visual rhythm that needs to be framed, and a texture. Already in the 1970 flyer for the Ente Fiuggi, Vitale used a “crowding” of red concentric circles to decorate the human body; the following year, in the manifesto for the symphonic concert by Severino Gazzelloni, the iteration of the flute became a rhythmic and ambiguous sign, indirectly referring to the geometries of the musical score. Examples of iterations can be found in many subsequent projects: from the writings on the Comforto company’s means of transport of 1974, to the graphics for the Moscow stand for the Snia of 1977, up to the extraordinary image composed by reiterating the woman with the child, from the painting “Quarto Stato”, for the PSI manifesto in defense of the female condition in 1981. This powerful image referred to the idea of movement - political, cultural and social - and anticipated a multimedia modernity by changing the color in the fluorescent shades of green.

Starting from the eighties, for Vitale, the iteration of images became a fundamental feature associated with the design of TV title sequences, produced for Rai.

Graphic artefacts – static and dynamic – made large use of horizontal lines, staves and bands and other iterated elements: from projects for Rai, to posters for Santa Cecilia, for Uil, and for Bellisario Foundation, up to the Logo for Lago Maggiore etc. The Snia (1971) and the Comforto (1974) logos, for instance, were built with offset of parallel lines that follow regular geometric figures: the “S” of the 1971 Snia logo was composed by juxtaposing quarter of circles, and the “C” of Comforto in 1974 was made of semicircle. A few years later, by designing the front cover of the book “Tifo per il Barcelona” published by Uil school in 2013, he created a composition for offset of lines similar to those designed for Snia and Comforto. In this project the “S” actually fragments, gets colored and takes on a slight volume.

Three-dimensionality

In the posters for the Italian Socialist Party in early eighties a new graphic trend emerged and it simulated three-dimensional letters and illustrations.

The use of volumetric and axonometric letters can be also found in Michele Spera and other contemporary graphic designers’ works, indicating an architectural and “monumental” transposition of typographic elements. In those years numerous exhibitions and publications in Rome and Italy demonstrated a new interest in architectural drawings. These architectures were made up of axonometric constructivist views and sharp ink drawings on a black background. Among the main exponent of this trend: Franco Purini, Costantino Dardi, Aldo Rossi, etc.

As mentioned, Vitale, in the articulated graphic identity project for Uil, decided to use

modular axonometric volumes to underline the concept of union, but his idea of three-dimensionality does not stop there. He adopted many design solutions and conceived the page as a three-dimensional space. He introduced a sequence of planes that withdraw from top to bottom, and form a scenic depth. He used shadows projected by upper plane onto the lower one. Some posters are emblematic in this sense: “No” March 8 for the PSI in 1981, in which the large capital “N” casts a shadow on the underlying “O”, “Il lavoro dell’Italia che cambia”, designed for the national conference of the PSI in 1989, in which a tricolor pattern changes scale gradually shrinking and overlapping on three different planes that cast shadow on each other, and the extraordinary posters for the Accademia di Santa Cecilia: “Roma Primavera Musica” of 1979, in which a colored violin key shades from yellow to green, and overlaps five staggered planes that remind the pentagram; the poster “Bach Opere per Organo” of 1983, in which the designer used again the trick of staggered and shaded planes, simulating three-dimensionality with a double line of organ keys on which the face of the famous musician is reproduced.

Conclusions

To synthetically trace the profile of a professional who has designed different artifacts enhancing heterogeneous elements for over 50 years, and who faced with a period full of technological, cultural and aesthetic revolutions with rigor and consistency, is an impossible mission to fully exhaust. By coming from a discipline that feeds on praxis, theory and theory of praxis, I tried to investigate scenarios, contexts, manifestations and design expedients, taking advantage of the interpretative keys provided by Vitale and by who, up to today, have conducted a cross-sectional analysis of his work. As mentioned in the text, formal and aesthetic aspects, influences, motivations, cultural positioning and categorizations mark a coherent but heterogeneous paths: they follow a fil-rouge that goes beyond the concept of shape and canon and that has its roots in rigor, reasoning, in quality of projects and of “Signs.” Tools used by Vitale to define signs, morphologies and colors are fundamental for evaluating, classifying and dissecting his work, but are also satellites of a design nucleus more important and deeper than approaches and actions, and made of research, analytical skills, experimentation, respect for cohesive and recognizable but not limiting and repetitive design rules.

Vitale’s work is a full manifestation of a cultural and historical context not only because it attended political, party and commercial contexts, but because it expresses full awareness of a scenario that thrives on aesthetics, dynamic thoughts, facts and people. I would like to conclude by emphasizing the pedagogic value of Ettore’s work, who, far from the pretension to teach or demonstrate results of graphic elements’ morphological manipulation, signal iteration and three-dimensional simulation, describes experiences, encounters, discoveries and experiments with the patience of a master, the grace of a craftsman and the emotion of an enthusiast. Ettore Vitale does not “leave his sign” only for what he does and has done but also, above all, for what he has said and shown with his work.

Carlo Martino

Professor of Design - Sapienza University of Roma

Sign and Innovation

p.26

by **Marco Tortoioli Ricci**

It was one of the first telephone calls I received after my election as president. 'Hi, I'm Ettore'. Direct, to the point, without adding much else, as if we had known each other for years. Following an initial moment of confusion, as I attempted to make out the tone, the voice, the mild Roman accent, my doubts cleared up in an instant, allowing me to respond practically in kind with: 'Hi Ettore'. Because I had indeed been acquainted with Ettore Vitale for years, though we had never actually met. Still, his name had always been part of the constellation of noble masters who had written the history of Italian graphic design.

In the early 80's, we students of the Isia Institute of Design were familiar with those figures who worked in the field of graphic design, in projects involving public and social issues, heirs to a radical outlook passed on from the previous decade, an approach that appeared to have reached a sharp-sighted, cognizant maturity of vision and language. Ettore Vitale and the graphics works produced for the PSI, the Italian Socialist Party: an automatic pairing, a reflexive response, a label. The problem being that labels are created not to enlarge an outlook but to arrive at a specialised awareness, and so our awareness of Ettore Vitale was specialised over the years to take in just his political work, which seemed to bring with it an ideological stance as well. But few assumptions could be further off the mark, as shown by the evidence of the sum total of his work collected at our Documentation Centre (CDPG-Aiap). One look reveals that his political passions were far broader, and far more difficult to pin down, as demonstrated by the striking covers he did for the publications 'Pace e Guerra' ('War and Peace'), 'Transizione' ('Transition') or 'Unità Proletaria' ('Proletarian Unity'), together with his unconventional, and far from predictable, vision of what was not yet called the 'brand', still being, at that time, the corporate 'image', unmistakable examples of which are the projects he did for the Arflex company. But even more important is the evidence of how Ettore strove to arrive at an authentic mediation of content through visual treatments and signs. In other words, his graphic design never relied on the content, but always found a way to redefine it.

We decided to meet in my studio. 'I have a place in Todi,' he said. 'I'll come see you'. And so I was given the opportunity, as the two of us sat in my workroom, to look back at certain revelations I remembered discovering in the interview that Ettore had given to Arturo Carlo Quintavalle, in the course of the painstaking preparation of the weighty volume that today proves hard to find: Ettore Vitale, visual designer, Electa, 2001. For example, there was the fact that, as I was surprised to learn, Ettore Vitale, the graphic designer of Italian Socialist Party, had never actually joined the party. And so it is in the light of an unfailingly independent outlook that his work should be viewed again today, for as Ettore himself points out, he has always devoted his poetic capabilities to the force of the sign and the challenge of the new, and he continues to do so today, approaching his projects with an unflinching strength of interpretation that, over the years, has given them an undeniable

stature as works in their own right. We need merely think back to the impact, above and beyond the merely symbolic significance, of the fist he photographed holding a carnation for a May Day celebration, a carnation which became the new symbol of the Italian Socialist Party. Rather than simply lending a message visual force, his work made the effort, as if the assignment had been received from the grassroots level, to condense a complex, ever-changing political message into signs that turned out to be more effective than any program, phrase, promise or rhetorical strategy. He told me that, on account of his talent for immediate graphic transpositions, he was asked to come up with solutions for every sort of problem tied to the visual treatment of content regarding major political and social issues, highlighting a new consideration to be brought to the current debate on the nature of the profession, one of particular importance to young designers, and namely the authority that should be placed in the figure of the graphic designer: no longer a mere supplier of services or a repository of manual skills, but a full-fledged interpreter of his or her times, capable of both developing a personal style and, even more importantly, responding to the community's need to speak with a collective voice, to cultivate an elevated vision of the world and to take a stance.

Ettore told me of this book, which today, at the time of its birth, is already an invaluable public resource, and he told me during the magnificent, unexpected gift that was his visit, a spur-of-the-moment, private presentation that was also attended by the staff of my studio in the course of an afternoon in which work was suspended, so that they could absorb an outlook, and a sense of responsibility regarding their profession, that left them all in a state of unqualified admiration. It is to them that Ettore has dedicated his book, and naturally not only to my staff, but to all designers struggling to resist the ambivalent approach currently taken to the profession, as well as the problems that plague those who exercise it, people to whom Ettore's text provides real, tangible proof of the fact that there will always be a need for them, on the condition that they willingly accept, as Ettore has always done, the challenge of making themselves both sign and innovation.

Marco Tortoioli Ricci
President AIAP - Italian Association of Visual Communication Design