

Politica

07 Luglio 2022

Marchio grafico "Ravenna città del mosaico", Ancisi chiede i documenti sull'assegnazione del progetto

Il capogruppo di Lista per Ravenna in consiglio comunale ricostruisce il curriculum e i rapporti dello studio che lo ha elaborato. «Al di là della qualità dell'opera, che ha scatenato commenti ferocemente contrari, non è stata indetta una gara»



07 Luglio 2022 Il marchio grafico che segna l'identità di "Ravenna città del mosaico" continua a fare discutere. Il

progetto di comunicazione è stato realizzato da "eee studio" dei graphic designer Emilio Macchia e Erica Preli, al costo di circa 10mila euro.

«Non spetta a un consigliere comunale esprimere valutazioni sulla qualità dell'opera», dice Alvaro Ancisi (capogruppo di Lista per Ravenna - Polo popolare civico). «Compito di Lista per Ravenna è dare però risposta ai numerosi interrogativi, ricevuti da molte parti, sul metodo e sul percorso praticati dalla Giunta de Pascale per imporre alla comunità ravennate un progetto di tale valenza all'insaputa di tutti: consiglio comunale e sua commissione Cultura; informazione pubblica; istituzioni, associazioni e personalità di grande spessore attive a Ravenna nel campo del mosaico; professionisti interessati a presentare proprie proposte.

In proposito, l'assessore alla Cultura ha dichiarato che non è stata indetta una gara, ma una disinvoltata indagine di mercato, con successive richieste di preventivi a tre soggetti e scelta di quello ritenuto migliore, di cui tuttavia non si sa niente altro.

Molti ci hanno chiesto di conoscere quanto costa l'intera campagna. Altri ci hanno fatto notare esplicitamente alcune inopportunità, le quali, volendo escludere per principio quelle connesse a legami familiari, consistono nel fatto che il titolare dello studio vincente e l'attuale assessore alla Cultura, deus ex machina in questione, erano associati, negli anni addietro al 2017, nell'organizzazione di Fahrenheit 39?, manifestazione privata sul design e l'editoria che ha goduto dei contributi finanziari del Comune. Il primo ha lavorato alle due campagne elettorali 2016 e 2021 del candidato sindaco de Pascale, mentre il secondo ne è stato addirittura il coordinatore nel 2021».

Per Ancisi la questione è oggetto di discussione politica, ma ha sentito la necessità di chiarire «tutto quanto nessuno sa sul piano amministrativo, ma che i cittadini chiedono di conoscere, rivolgendo a norma di legge al dirigente comunale del servizio Cultura la richiesta di ottenere copia dei documenti e

atti amministrativi che hanno avviato, costituito e concluso l'indagine di mercato e la successiva trattativa privata con cui si è proceduto all'affidamento del servizio in causa; quelli relativi alla rassegna Fahrenheit-39 del 2021 (non appena cessata l'assessoria al ramo Elsa Signorino) e degli anni antecedenti al 2017 (quando Signorino era entrata in carica), con particolare riferimento ai costi a carico del Comune e ai rendiconti presentati dall'organizzazione; e quelli utili a conoscere contenuti, modalità e costi della campagna di affissioni e di promozione sul web e sulla carta stampata della suddetta nuova identità grafica di Ravenna come città del mosaico.

Dopodiché se ne discuterà in consiglio comunale, aperto al pubblico, con piena cognizione di causa».

Il nuovo progetto grafico sarà lanciato con una campagna di affissioni (preventivamente diffuse in città) e di promozione sul web e sulla carta stampata. «Ogni iniziativa della città legata al mondo del mosaico – sottolinea Ancisi – dovrà soggiacere a questo marchio, basato su una griglia geometrica di quadrati inclinati a 45 gradi per formare una lettera R su un campo di pieni e di vuoti?, intendendo così utilizzare, anche se molto astrusamente, il linguaggio del mosaico? e sintetizzarne i processi?. Per ora, oltre ai manifesti, è stata confezionata una borsa da passeggio (nella foto allegata)».

Il consigliere comunale riporta i commenti di «un'altissima moltitudine di cittadini, ferocemente contrari. Le contestazioni sottolineano innanzitutto come l'immagine grafica non richiami alcunché dell'eccellenza musiva di cui la nostra città è capitale nel mondo, scatenandosi anche in una grande quantità di confronti spietati, ad esempio con una tovaglietta da ristorazione veloce?, o con la cassetta del pronto soccorso?, o con le iniziali a punto croce per un asciugamano?, utilizzando molti perfino la celeberrima battuta di Paolo Villaggio sulla Corazzata Potëmkin. Un commento erudito? vi intravede somiglianze tecniche con l'immagine, tuttavia azzeccata e gioiosa, scelta dalla Reggia di Venaria per il proprio 2022 dedicato a eventi, iniziative e proposte sul gioco (nella foto allegata)».

□