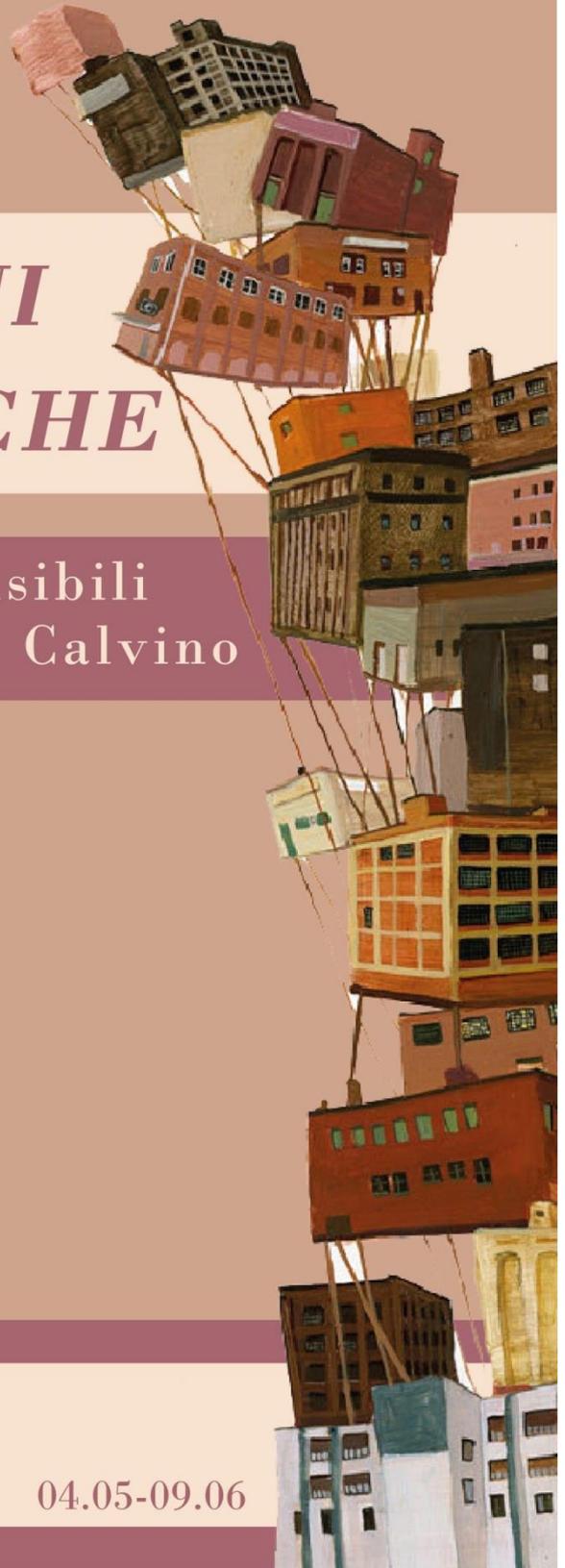


PERCEZIONI LABIRINTICHE

Le trame invisibili
nelle città di Calvino



MOE
2020
2021

04.05-09.06

In opposizione ad un mondo che si presenta sempre più frastagliato, incoerente e indecifrabile, in cui il caos predomina sulla linearità, *Le città invisibili* di Italo Calvino offrono una nuova immagine di mondo perennemente mutevole e non circoscrivibile. Uno spazio che, sebbene mantenga alle sue radici la partecipazione al concreto, si configura come unicamente mentale, appartenente piuttosto alla dimensione dell'immaginario, dell'*altrove*, perché quella della realtà, del *qui*, è ormai invivibile.

Attraverso le cinquantacinque città presentate nel testo (edito nel 1972 da Einaudi), tutte diverse ma che pure si somigliano tra loro, l'autore restituisce una visione dell'urbano come sintesi dei contrari, corrispondente, in maniera più generale, al suo stesso progetto estetico di letteratura: una serie di tensioni tra poli radicali opposti che possono apparire paradossali ma che sono in realtà la traccia della ricerca di un punto di equilibrio.

In linea con tale prospettiva interpretativa, che vede la tela urbana composta da spazi dalla natura duplice e spesso contraddittoria, la stessa città contemporanea si configura come un gigantesco intreccio: un labirinto di costruzioni che si estendono e si moltiplicano all'infinito, fino ad arrivare ad essere una gabbia per i suoi stessi abitanti. Questo dal punto di vista strettamente fisico e strutturale; dal punto di vista mentale, invece, tale groviglio inestricabile può rappresentare un'occasione di riflessione e può tracciare dei percorsi alternativi, all'interno dei quali l'essere umano è in grado non solo di perdersi ma anche di ritrovarsi e di rapportarsi agli altri, percorrendo proprio questa fitta rete di connessioni, incontri e scambi.

Partendo dall'analisi di alcune città trattate nel testo di Calvino sono emerse dunque due interpretazioni della metropoli: una di carattere positivo e l'altra negativo, diverse sia dal punto di vista percettivo che concreto.

I due esempi più significativi individuati per analizzare la dicotomia ombra/luce, in quanto sostanza stessa del labirinto metropolitano, sono le città di *Pentesilea* e *Smeraldina*.

La prima si presenta come un luogo di dispersione in cui viene annullata la dimensione spaziotemporale, una rete dove l'essere umano tende a smarrire il proprio orientamento e di conseguenza la propria identità. La struttura labirintica della seconda, invece, rappresenta la moltitudine di itinerari che non corrispondono alla perdita del senso di orientamento bensì alla possibilità di vivere nuovi percorsi, di generare nuovi nodi e connessioni e in tal modo riuscire a sfuggire alla monotonia del quotidiano e all'alienazione sociale.

Sebbene queste due categorie possano sembrare agli antipodi, l'interpretazione che emerge è quella di due polarità flessibili, che si trovano a coesistere nel medesimo sistema.

È possibile riscontrare numerose tracce di questa chiave interpretativa nelle città descritte da Calvino, tra cui la più emblematica risulta essere *Fillide*, osservabile solo in maniera trasversale, dal di fuori. La sua configurazione è caratterizzata da percorsi tracciati tra punti sospesi nel vuoto dove zone di luce e di ombra si sovrappongono, rievocando itinerari simbolici nella mente di chi li percorre e offrendo continue sorprese alla vista.

L'obiettivo principale dell'esposizione *Percezioni labirintiche. Le trame invisibili delle città di Calvino* è quello di raccontare la città contemporanea come esempio emblematico di labirinto metropolitano: un sistema profondamente complesso, dai significati spesso indecifrabili, ma costituito da spazi la cui natura dipende essenzialmente dall'esperienza soggettiva di chi li percorre e li vive.

Per quanto riguarda l'allestimento della mostra, il primo passo è stato relativo alla scelta del luogo. Dopo una fase preliminare di ricerca e dopo aver vagliato diverse possibilità, abbiamo ritenuto opportuno realizzare il nostro percorso espositivo nella sede di Villa Romana. Quest'ultima dispone di uno spazio idoneo allo svolgimento della mostra. Iniziando dalle sale interne, il percorso si snoda fino al padiglione esterno, attraversando l'ampio e rigoglioso giardino. Il padiglione è l'ambiente conclusivo della mostra.

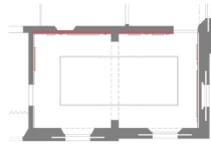
Per l'elaborazione dei criteri di allestimento sono stati tenuti in considerazione sia gli elaborati proposti dalla curatela sia i limiti e le possibilità strutturali offerte dalla Villa e dal budget di quest'ultima. Partendo dal criterio proposto dalla curatela, le opere scelte per ogni sala sono state posizionate in maniera coerente, generando un dialogo con l'ambiente che permette al visitatore di comprendere al meglio il messaggio intrinseco della mostra. Le misure stabilite si sono basate su un'altezza media dell'occhio umano di 1,60 m. Questa misura è stata utilizzata sia per l'intervallo tra parete e opere, sia per lo spazio che intercorre tra un'opera e l'altra. Differente è stato il criterio di allestimento per lo studio. Infatti, questo ambiente è stato pensato per predisporre un allestimento delle opere a "nuvola".

Le didascalie, invece, sono state collocate a 10 cm di distanza dal bordo destro delle opere e sono state posizionate ad un'altezza di 1,25 m. Infine il pannello di mostra è stato collocato nella parete accanto l'ingresso ad un'altezza di 1,20m.

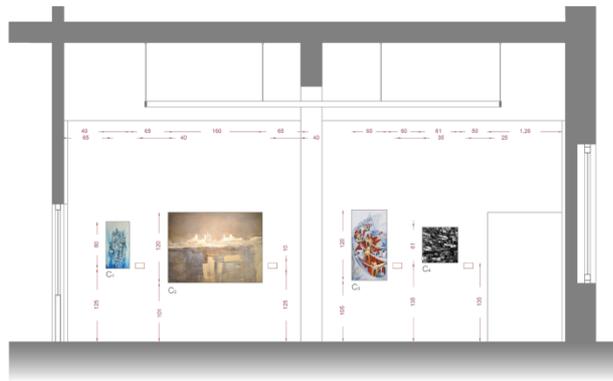
Il materiale didattico preparato per il percorso espositivo rispetta gli stessi criteri di visibilità elaborati per le opere. Il pannello di mostra e i pannelli di sala sono stati scritti sia in italiano che in inglese.



Sezioni di alcune pareti:



SCHEDA TECNICA C-C'
n. 4 Opere
Colleen Corradi Branigian C₁
Andrea Tenenziani C₂
Colleen Corradi Branigian C₃
Mimmo Jodice C₄



SEZIONE SALA ESPOSITIVA



SCHEDA TECNICA M-M'
n. 3 Opere
Luca Matti M, M₁



SEZIONE LABORATORIO-ATELIER

Foto-riproduzione:



Timeline (Gantt):

GANTT ALLESTIMENTO PRE-MOSTRA	01/04	02/04	03/04	04/04	05/04	06/04	07/04	08/04	09/04	10/04	11/04	12/04	13/04	14/04	15/04	16/04	17/04	18/04	19/04	20/04	21/04	22/04	23/04	24/04	25/04	26/04	27/04	28/04	29/04	30/04	01/05	02/05	03/05			
PRESTITI E ASSICURAZIONI																																				
Contatti con i prestatori																																				
Richieste prestiti																																				
Contatti assicurazione e trasporto																																				
Contratti prestiti e assicurazioni																																				
PREPARAZIONE MATERIALI																																				
Preventivi materiale																																				
Acquisizione materiale																																				
Stampa pannelli e didascalie																																				
TRASPORTI																																				
Documentazione imballaggio e trasporto																																				
Trasporto delle opere d'arte																																				
ALLESTIMENTO																																				
Scelta delle opere																																				
Ideazione allestimento																																				
Montaggio opere e pannelli																																				

Budget:

BUDGET ALLESTIMENTO		
DESCRIZIONE	Quantità	Costo (compreso IVA)
Trasporto opere Amy Casey	13	€1.682
Trasporto opere italiane	22	€10.755
Assicurazione opere Amy Casey	13	€780
Assicurazione opere italiane	22	€1.755
Somma Trasporto e Assicurazione	35	€14.972
MATERIALI		
Pannelli in Forex 10mm	5	€ 165,00
Basamenti	6	€ 410,00
Stampa	5	€ 158,00
Totem	2	€ 235,22
Somma Materiali	16	€ 968,22
TOTALE		
Somma totale	51	€ 15.940,22

Il team di comunicazione ha svolto in primo luogo un'analisi dettagliata ed approfondita dei canali social e del sito web di Villa Romana, comparandoli successivamente con delle realtà analoghe. Questa prima fase di lavoro è stata utile per comprendere al meglio l'area d'intervento e le sue opportunità.

In questo primo frangente ci siamo occupate di contattare i responsabili della comunicazione di Villa Romana, per poi redigere un documento contenente le nostre proposte e le migliorie da apportare, ad esempio: l'implementazione dei canali social, la ristrutturazione del sito web e infine delle modifiche per quanto concerne la comunicazione off line. Per godere della mostra nella sua totalità abbiamo ideato una serie di eventi collaterali che spaziano da rassegne cinematografiche, a cicli di lettura in due dei caffè letterari più rinomati di Firenze e cinque podcast radiofonici trasmessi su Radio Papesse. La principale problematica riscontrata ha riguardato la gestione del budget, alquanto limitato. Nonostante questo siamo riuscite a gestirlo in modo ottimale ed efficace.

Il nostro team si è inoltre occupato della creazione dell'immagine coordinata tratta dall'opera *Upward Movement* dell'artista americana Amy Casey. Partendo da tale opera siamo giunte a un'immagine esplicativa ed identitaria della mostra, che ci ha permesso di avere un riferimento grafico nelle fasi di promozione e sponsorizzazione.

ON LINE

Abbiamo notato che l'ente in questione non era presente sulle piattaforme Twitter e Youtube, si è ritenuto opportuna la creazione di quest'ultimi così da aumentare l'audience.

Per tutti i canali abbiamo previsto delle sponsorizzazioni a pagamento per l'intera durata dell'evento. Specificatamente per Facebook ed Instagram il lavoro si è rivelato più consistente a causa di una gestione poco efficiente. Le nostre proposte verteranno sulla creazione di immagini profilo unificate ed esemplificative del luogo, sul collegamento tra i due social, sul miglioramento della qualità delle immagini e infine sulla stesura di un calendario editoriale definito.

Per quanto riguarda il sito web abbiamo pensato di renderlo più chiaro, ordinato e immediato permettendo una più agevole navigazione da parte dei fruitori.

OFF LINE

Il lavoro si è concentrato prevalentemente sulla creazione e distribuzione di flyer, brochure e locandine nei punti strategici del capoluogo toscano. La grafica è stata declinata in materiale cartaceo di varia dimensione in modo da poter essere esposto in più varianti.

È stato inoltre acquistato un box pubblicitario sulla Repubblica di Firenze per raggiungere un range più vasto di pubblico. Per promuovere al meglio la mostra si è organizzata una conferenza stampa con relativo comunicato, seguita da un vernissage aperto alla comunità fiorentina.

BUDGET

Il Budget messo a disposizione per la comunicazione si aggira intorno ai 1.600 euro ed è stato equamente distribuito per la comunicazione online e offline, per un totale di 1.552 euro.

	Quantità	Prezzo cad.	Prezzo totale+IVA
COMUNICAZIONE ONLINE			
Sito			
Artribune	1 banner		300 €
Newsletter	7		
Social Media			
Facebook	4 settimane	10 € gg.	280 €
Instagram	5 settimane	3 € gg.	105 €
Youtube	3 settimane	3 € gg.	63 €
COMUNICAZIONE OFFLINE			
Comunicazione vettoriale			
Flyer	100	1,35 €	140,25 €
Brochure	70	2,50 €	175 €
Locandine	20	1,13 €	22,60 €
Roll up	1		48 €
Firenze- la Repubblica	1		268 €
Vernissage			
Buffet			150 €
TOTALE			1.552 €