

Il Marchio del percorso Sportivissimo 2017-2018

Il Marchio “Sportivissimo 2017-2018” vuole essere la sintesi grafica dell’immagine del percorso etico-sportivo svolto dagli studenti della Scuola Secondaria di Primo Grado “Don Mauro Costantini” di Serra San Quirico e di Angeli di Rosora e la sua funzione è quella di identificarlo verso l’esterno.

Un marchio deve essere astratto, neutro e oggettivo: è un mezzo rapido e sintetico per la ricezione di un messaggio; se diviene troppo illustrativo, semplice ideografia o traduzione realistica del naming risulta ingenuo e primitivo.

Nel progettare questo marchio gli allievi hanno pensato non solo a forme astratte o geometriche, ma anche alla stilizzazione di oggetti reali, e a colori che potessero rappresentare lo spirito della Gentilezza.

Il MARCHIO (pittogrammatico, simbolico o illustrativo), è composto da un SEGNO, la parte non letterale del marchio, che può essere più o meno concettuale piuttosto che iconico o simbolico e da un LOGOTIPO.

Il logotipo, la parte testuale del marchio, può aiutare o affiancare il marchio per completare l’opera progettuale, oppure, in molti casi, essere il marchio stesso, come appunto nel caso dei logogrammi (marchio composto solo da lettering).

La prima operazione per la progettazione del marchio “Sportivissimo 2017-2018” è stata la messa a fuoco del messaggio che il marchio doveva comunicare, ovvero il concetto di "Fair play", un’espressione che significa "gioco leale". Non si tratta di una regola scritta, bensì di un comportamento eticamente corretto da adottare nella pratica delle diverse discipline sportive. Fair play significa rispettare le regole e l'avversario, accettare e riconoscere i propri limiti, sapere che i risultati sportivi ottenuti sono correlati all’impegno profuso.

Tuttavia il concetto di fair play non si esaurisce nel semplice rispetto delle regole. Esso, infatti, promuove valori, tanto importanti nella vita quanto nello sport, come l’amicizia, il rispetto del prossimo e lo spirito di gruppo.

Il fair play insegna, in una società in cui il fine giustifica spesso il mezzo, a saper perdere e a considerare anche la sconfitta un insegnamento prezioso per la crescita “umana” e agonistica della persona.

Il lavoro dell’alunno è stato quello di cercare quali forme e colori erano più idonei a comunicare il messaggio che è stato messo a punto nella prima operazione di ricerca.

Il marchio risulta tale nel momento in cui è immediatamente memorizzabile e quindi facilmente ricordabile. I marchi troppo complicati non sono adeguati perché non facilmente ricordabili. Si è trattato quindi, di fare tutto un lavoro di semplificazione dell’elemento grafico scelto. Non deve produrre ambiguità semantiche, ma deve entrare dolcemente in sintonia, senza forzature né autoritarismi, con la memoria del pubblico.

Bisogna tenere presente che un marchio perché raggiunga il suo scopo deve stimolare subito i riflessi condizionati prima ancora che la successiva lettura o spiegazione ne chiarisca il significato.

Inoltre, bisogna renderlo visibile a qualunque dimensione, non bisogna dimenticare che un marchio deve poter essere riprodotto nella dimensione di 3/6 millimetri per esempio su una moneta, una medaglia o una cinghia metallica di una lampo zip.

La scelta del marchio, del percorso “Sportivissimo 2017-2018”, realizzato dall’alunna della Classe ID, **Valentina LinLin Xie**, rispecchia tutte le suddette considerazioni.