

## [UN'IDENTITÀ ORIZZONTALE PER AWI]

L'identità visiva di [AWI] è stata pensata per dare a ogni componente del gruppo la possibilità di produrre contenuti grafici e testuali in modo [INDIPENDENTE] ma allo stesso tempo [UNIFORMI] tra loro. Gli artefatti visivi di [AWI] sono infatti realizzati con strumenti già in possesso di tutt\* noi.

Ad esempio, i font scelti [ARIAL, IMPACT E TIMES NEW ROMAN] sono preinstallati su tutti i sistemi operativi e il colore blu [0000FF] preesistente nella palette [STANDARD]. Questo permette di produrre tutti i documenti ufficiali direttamente all'interno dei principali software di scrittura.

La motivazione alla base della nostra identità è sia di natura [SIMBOLICA] che [PRATICA]. Questa soluzione, infatti, permette a chiunque di produrre materiale di comunicazione indipendentemente dall'aiuto di un designer, snellendo sensibilmente il workflow e permettendo ad [AWI] di lavorare in modo ancora più [ORIZZONTALE].

Questa scelta non prevede particolari virtuosismi grafici e ripone invece nel [CONTENUTO TESTUALE] il compito di rappresentare le lavoratrici e i lavoratori dell'arte. Tuttavia, questo sistema concede un certo grado di [CREATIVITÀ MINIMALE] che ci ha permesso di rendere l'identità definita e riconoscibile.

L'identità visiva di [ART WORKERS ITALIA] non dipende da un [LOGO] o da una singola scelta formale, ma bensì dalla [PLURALITÀ] e dalla [CORALITÀ] degli elementi che la compongono; un'idea che ci sembra possa ben rappresentare un gruppo [ETEROGENEO] ma unito da [OBIETTIVI COMUNI].

Italia, 1° maggio 2020

[ART WORKERS ITALIA]