

# L'Isola in vendita. Per una iconografia della grafica commerciale

Marinella Arena  
 Giuseppina Crea  
 Luciano Marino

## Abstract

Il tema di questa ricerca è l'immagine della Sicilia nelle grafiche prodotte a scopo commerciale. Gli esempi selezionati, vincolati alla veicolazione di messaggi accessibili ad un grande pubblico, devono necessariamente fare ricorso all'immaginario collettivo, agli stereotipi che costruiscono l'identità visuale di un luogo. La selezione di prodotti grafici destinati alla commercializzazione e alla promozione della Sicilia individua, dunque un campo di indagine discretamente omogeneo con prodotti confrontabili. La ricerca, ancora in itinere, si prefigge di raccontare graficamente, con un linguaggio appropriato e sintetico, tanto le premesse che gli ultimi esiti di un fenomeno così complesso. In altre parole, si vuole condensare, in poche immagini, la galassia di riferimenti e le interazioni fra storia, cultura, arte e tradizione per evidenziarne le relazioni ed enucleare i riferimenti grafici che hanno portato alla creazione di alcuni elementi iconici nella rappresentazione della Sicilia. La ricerca compone il database, selezionando circa 700 prodotti grafici, e prosegue con la classificazione e catalogazione dei dati. Il confronto dei prodotti selezionati fa emergere alcuni elementi ricorrenti: le icone, simboli della Sicilia. Queste ultime sono indagate per evidenziarne le componenti, la composizione e la morfologia. In questo contributo, in un percorso che va dal generale al particolare, si analizzano i pattern geometrici e, specificatamente, quelli legati alla tradizione del carretto siciliano.

## Parole chiave

Sicilia, pattern geometrici, carretto siciliano, immaginario collettivo, grafica commerciale



Carretto Santantunisa,  
 le fasi del rilievo.  
 Elaborazione di Luciano  
 Marino.

## Introduzione

La Sicilia è un'isola, facile da individuare anche nelle rappresentazioni più antiche e faziose. Capovolta, arrotondata e compatta è ancora riconoscibile nella *Tabula Rogeriana* di Al-Idrisi mentre galleggia, placida e fuori scala, in un mare di minuscole onde. L'identità siciliana è, da sempre, legata al suo essere isola; i suoi confini fisici ne definiscono il territorio e il carattere. La rappresentazione della Sicilia è ricchissima: dalle prime forme appena abbozzate delle mappe medievali si è dispiegata in una miriade di rappresentazioni tecniche, cartografiche e militari, oppure agiografiche, paesaggistiche e descrittive. La Sicilia del *Grand Tour*, fra il '700 e la fine dell'800, è una terra di contrasti, costantemente in bilico fra il pittoresco e il sublime: mostra ad un tempo le vestigia del passato e la miseria del presente. L'immagine della Sicilia approda alle soglie del Novecento con un bagaglio iconografico fortemente strutturato e perfettamente inserito nella memoria collettiva. La sua identità visuale, con mutazioni continue e contigue, con esemplificazioni e permanenze, si insinua nell'immaginario collettivo e coinvolge la narrazione letteraria e artistica. Elementi semplificati di questa identità superano la barriera del sublime, dell'arte, e si conficcano, come piccole schegge acuminata e coese, nella rappresentazione del quotidiano.

Pochi elementi ripetitivi, archetipici e identificativi della Sicilia popolano le immagini presenti nei media, nella grafica commerciale, nel *packaging* e nella cultura materiale.

Questa ricerca si propone di misurare ciò che di fatto è incommensurabile: la distanza fra il cliché e l'archetipo. Il primo definisce una rappresentazione della Sicilia depauperata e folkloristica il secondo struttura la narrazione dei caratteri identitari della cultura e della tradizione siciliana.

## *Pride in belonging*

Attraverso questa ricerca si vuole ricostruire uno spaccato delle interconnessioni fra la rappresentazione vernacolare e spontanea delle decorazioni nell'artigianato siciliano e il riutilizzo di forme e colori nella grafica del '900 fino alla deriva contemporanea.

È interessante infatti notare come la rappresentazione della sicilianità per icone sia passata dalla tradizione al kitsch per approdare, ai giorni nostri, ad una rivisitazione fortemente legata alla moda e al cosiddetto *pride in belonging*. A questo proposito è il caso di approfondire l'evoluzione di questa nuova consapevolezza ripercorrendone le tappe significative.

Come abbiamo visto la Sicilia è rappresentata come una terra dai forti contrasti, il dualismo del *Grand Tour*, fra splendori del passato e miseria attuale, si ripete nella costruzione di questa Sicilia immaginaria, qualcuno addirittura parla di 'invenzione della Sicilia'. I fatti che scandiscono la storia dell'isola, e ci ricordano il perché di alcuni stereotipi radicati nella rappresentazione di questa terra, possono essere riassunti con eventi emblematici e traumatici. Il primo, a ridosso della costituzione della Repubblica Italiana, avviene nel 1947: la Strage di *Portella della Ginestra*. I contadini inerme che festeggiavano il Primo Maggio vengono trucidati dal bandito Salvatore Giuliano. La strage segna il primo atto violento che si oppone alla libera determinazione, in campo politico e sociale, dei siciliani. Altri episodi sanguinosi segnano guerre di mafia e provvedimenti legislativi importanti. L'immaginario collettivo è monopolizzato dal tema mafioso, raccontato da Sciascia e reiterato in moltissimi racconti minori e opere cinematografiche. Il fenomeno raggiunge l'apogeo con l'inizio del Maxiprocesso, 1986, che di fatto è anche il primo passo verso la riconquista dell'orgoglio siciliano.

La stagione delle stragi di mafia culmina con gli attentati a Falcone e Borsellino ma, da quei tragici momenti, la Sicilia diventa l'emblema della lotta fra Stato e anti-Stato [Savatteri 2022, pp 9-21]. Savatteri [1] lega l'idea di una nuova Sicilia a questo periodo, fase in cui scrittori come Camilleri conoscono un grande successo di pubblico e l'immagine di una Sicilia positiva si diffonde non solo in Italia ma a livello mondiale. Affiancano il fenomeno letterario altri indizi di un riconquistato orgoglio siciliano: le campagne pubblicitarie di Dolce e Gabbana, firmate da Scianna e ambientate fra Palermo e Acitrezza, i film come *Nuovo Cinema Paradiso* del '90 di Giuseppe Tornatore, *Tano da morire* del '97 di Roberta Torre o le opere teatrali di Emma Dante.

Nel sentire contemporaneo la Sicilia da luogo di contrasti, di mafia, di arretratezza, si è trasformata in un luogo immaginario capace di infondere bellezza e cultura, leggerezza e tradizione.

Sul piano della rappresentazione grafica, la reiterazione di alcuni stilemi, di alcuni elementi chiave, ribadisce il senso di appartenenza e apre a ulteriori indagini che coinvolgono l'immaginario collettivo, l'aspetto sociologico e quello iconografico (fig. 2).

### Stato dell'arte

La ricerca, ancora in itinere, si prefigge di raccontare graficamente, con un linguaggio appropriato e sintetico, tanto le premesse che gli ultimi esiti di un fenomeno così complesso. In altre parole, si vuole condensare, in poche immagini, la galassia di riferimenti e le interazioni fra storia, cultura, arte e tradizione per evidenziarne le relazioni ed enucleare i riferimenti grafici che hanno portato alla creazione di alcuni elementi iconici nella rappresentazione della Sicilia. Il tema, estremamente complesso, si presta a molteplici interpretazioni e letture. Esso, infatti, può essere riassunto con un termine di nuovo conio, *media ecology*, che studia le forme espressive della cultura umana a partire dalla loro dimensione sistemica.

Diversi sono gli approcci speculativi su questo tema, alcuni ad esempio poggiano sul rapporto fra tecnica e cultura; ne sono esponenti di spicco: Lewis Mumford, Neil Postman e Jacques Ellul. Interessante, all'interno di questo approccio, è la posizione di Marshall McLuhan che considera ogni invenzione o innovazione tecnica una estensione delle capacità umane. Altri approcci che tentano di comporre il quadro sistemico del tema, si concentrano sulle diverse forme di comunicazione per individuarne l'impatto sui processi cognitivi umani. Tanto Walter Benjamin [Benjamin 1991] che Marshall McLuhan [McLuhan 2015] si sono applicati su questi concetti con esiti e pubblicazioni che, di fatto, hanno orientato il dibattito culturale fino ai giorni nostri. Un terzo approccio guarda alla dimensione simbolica della cultura umana, hanno ragionato su questi temi Susan Langer [Langer 1953] prima ed Ernst Cassirer [Cassirer 1961-1966] poi. Le considerazioni teoriche affiancano la ricerca che resta però incentrata sulla analisi della iconografia relativa alla Sicilia e alla sua commercializzazione.



Fig. 1. Struttura della ricerca. Elaborazione di Marinella Arena.

## La struttura della ricerca

La ricerca, complessa per tematica ed estensione, è ancora in itinere. La struttura prevede in primo luogo la sistematizzazione dei prodotti grafici analizzati. Si è limitato il campo d'indagine al '900 provando a visualizzare, per ogni scaglione temporale, gli eventi culminanti e le implicazioni che questi hanno sviluppato nei temi delle arti visive. Sono state individuate tre grandi categorie per raggruppare il numeroso repertorio raccolto: media, packaging e cultura materiale (fig. 3).

1900 - 2024

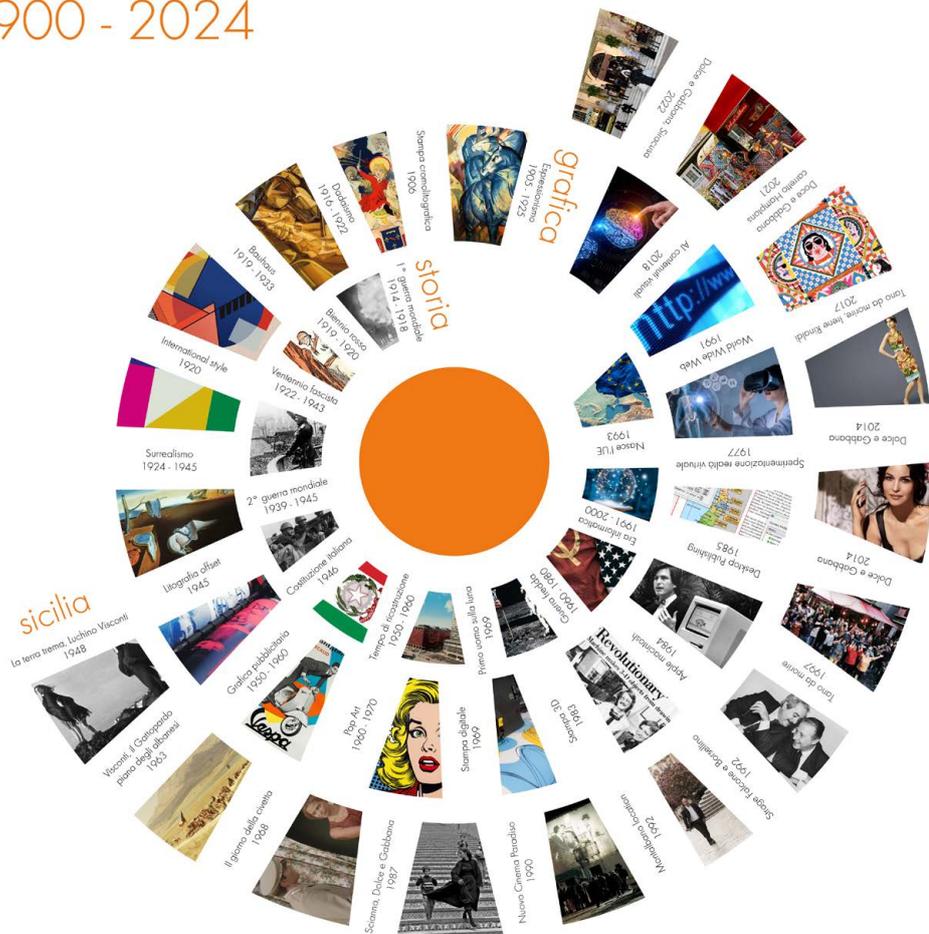


Fig. 2. Schema sincronico: storia e cultura grafica in Italia dal 1900. Elaborazione di Giuseppina Crea.

## la sicilia come prodotto



Fig. 3. Le icone nei media, nel packaging e nella cultura materiale. Elaborazione di Marinella Arena.

Fanno parte della prima categoria manifesti, prodotti grafici per l'editoria (libri dischi, cartoline) tessuti industriali, loghi; la seconda categoria contiene *packaging* primario, secondario e terziario; mentre la terza categoria contiene prodotti artigianali che accolgono decorazioni e rappresentazioni legate alla tradizione illustrativa e iconografica siciliana: ceramiche, ex-voto, tessuti artigianali, carretto siciliano, barche.

Il repertorio è dunque la base di partenza per alcune riflessioni di carattere puramente formale e morfologico. Infatti, la ricerca intende riferirsi all'iconografia della Sicilia come una delle molteplici modalità di studio di un fenomeno ampio. Supportata in questo dalle parole di Panofsky che definisce l'iconografia come lo studio e la descrizione delle immagini che non necessariamente deve essere in grado di indagare la genesi o il significato ricondotto. La ricerca, dopo una prima fase di raccolta e di catalogazione, prova a individuare dei temi ricorrenti, microcomponenti, capaci di veicolare il 'messaggio Sicilia'. La reiterazione di elementi ricorrenti genera necessariamente un certo numero di variazioni. Il microcomponente, il dettaglio, il decoro ricorrente, mantiene la sua identità pur accettando variazioni marginali che non stravolgono e non impediscono il riconoscimento. L'analisi e il confronto di molteplici microcomponenti omogenei possono evidenziare le qualità invarianti. La ricerca affronta l'analisi degli elementi enucleati con un approccio rigoroso che enfatizza la confrontabilità dei dati.

## Icone

Giunti a questo punto è doveroso fare un breve premessa metodologica per esplicitare i termini che saranno utilizzati in seguito e le procedure teoriche che supportano le analisi condotte. I microcomponenti enucleati sono definiti con il termine 'icona'. Il termine deriva da *eikòna*, immagine, e *eikènai*, somiglianza. L'icona è dunque un segno visivo che ha un rapporto di somiglianza con il soggetto denotato. Panofsky definisce chiaramente un approccio sistemico per procedere all'analisi delle opere d'arte, individuando tre strati: il primo analizza il soggetto identificando 'pure forme', configurazioni di linee e colori; il secondo analizza il soggetto secondario o convenzionale, la combinazione di linee e forme allude ad un significato specifico; in fine il terzo strato analizza il significato intrinseco o contenuto, in questo strato si analizzano le relazioni fra il soggetto e il contesto che lo ha generato. In sintesi, il primo strato effettua una analisi pre-iconografica, il secondo una analisi iconografica e il terzo una interpretazione iconologica.

Le analisi di Panofsky si riferiscono sostanzialmente ad opere d'arte. Occorre contestualizzare le analisi piegando l'approccio sistemico a nostro specifico. Per fare ciò bisogna in primo luogo identificare le icone. Il confronto e la comparazione di centinaia di prodotti grafici [2] hanno fatto emergere alcune icone ricorrenti: sagoma della Sicilia, Triscele (Trinacria), Etna, limoni, arance, fichidindia, sole, donna, carretto siciliano, decorazioni. Le icone selezionate (fig. 4a) sono analizzate in un primo momento come pure forme e colori, in una fase pre-iconografica (fig. 4b). La seconda fase analizza la composizione all'interno del prodotto (fig. 4c) e la morfologia dell'icona stessa (fig. 4d). Nella terza fase si prova a ricostruire un legame con il contesto che ha generato l'icona, includendo valutazioni relative alla datazione al supporto grafico, al target di destinazione. La ricerca si prefigge inoltre di elaborare un linguaggio grafico *ad hoc* per veicolare i contenuti analizzati. Per questa ragione è stata elaborata una strategia comunicativa che poggia sulla creazione di loghi e sulla scelta rigorosa di colori e *lettering*.

Nel suo svolgimento complessivo lo studio prevede di affrontare tutte le differenti icone che strutturano la comunicazione per la grafica commerciale della Sicilia. In questo *paper*, per brevità, si sceglie di approfondire il tema dei motivi decorativi rintracciando, in un percorso a ritroso, le origini di questi ultimi nella cultura materiale siciliana. I motivi decorativi, infatti, caratterizzano moltissimi oggetti tradizionali come le ceramiche, gli strumenti musicali, le suppellettili. L'apparato decorativo del carretto siciliano è uno degli archetipi di questo linguaggio grafico. Sulla sua superficie intagliata si condensano secoli di storia e di cultura popolare mescolati e reiterati in moltissime varianti che conservano, ciononostante, una

matrice comune e archetipica. Il caso studio inizia con la classificazione dei pattern geometrici presenti in diversi carretti siciliani e si conclude con l'analisi puntuale di un carretto caratterizzato dalla decorazione su fondo rosso, tipica della Sicilia orientale.

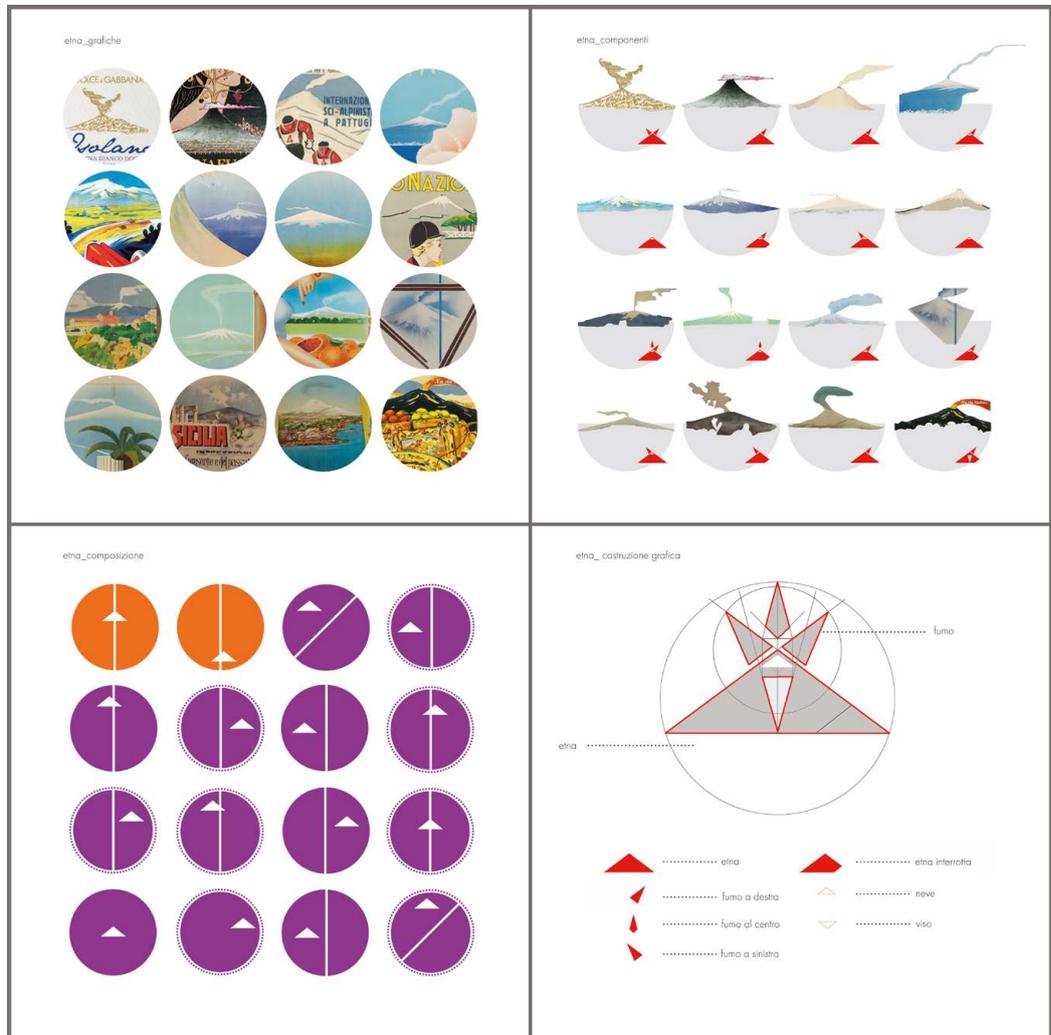


Fig. 4. Da sinistra a destra e dall'alto in basso: Etna\_grafiche; componenti; composizione e costruzione grafica. Elaborazione di Marinella Arena.

### Classificazione dei pattern geometrici

“Ogni civiltà, attraverso i propri manufatti, ha sempre dato espressione alla ricerca di un ordine estetico e al costume, se non necessit , tutti umani, di decorare i propri ambienti, oggetti e persone.”  
 [Moran, Williams 2004, p. 3]

La decorazione in Sicilia   caratterizzata da un'identit  precisa, che si manifesta tramite raffigurazioni bidimensionali e tridimensionali, che comprendono: motivi geometrici, fitomorfi, zoomorfi, antropomorfi sia umani che mitologici, paesaggisti, folkloristici, religiosi, simbolici, allegorici, fantastici e astronomici. La cultura figurativa siciliana   troppo vasta per essere considerata nella sua interezza, inoltre   difficile, se non impossibile, risalire agli archetipi formali degli stilemi ricorrenti nelle decorazioni. Per tanto l'indagine   stata focalizzata

sui decori archeggianti, e sugli elementi decorativi che vengono accostati a essi. Lo studio vuole mostrare questi decori, nelle rappresentazioni e nelle combinazioni più frequenti. La struttura di questa catalogazione potrebbe essere utile per classificare decori diversi che presentano una matrice geometrica evidente. I riferimenti presenti nelle tavole hanno origini differenti e spaziano da quelli più datati a quelli più recenti: dal packaging ai manifesti dalla cultura materiale, dai carretti alla grafica digitale. La analisi morfologica è rivolta a pattern con una matrice geometrica evidente, estrapolati dai casi più ricorrenti (fig. 5). La strategia di analisi, in primo luogo, isola le componenti di base (A, B, C) e quelle complementari (d, e, f, g); secondariamente investiga le sequenze. Queste ultime producono fraseggi potenzialmente illimitati che rispettano alcune regole di base, alcune relazioni sintattiche fra le parti. Nelle sequenze seriali i componenti complementari si interpongono fra quelle di base, in altri casi si sovrappongono ad esse. Gli elementi complementari appartengono sostanzialmente a due grandi categorie: i puntini e le foglioline. I primi per la simmetria radiale sono presenti sia all'interno delle componenti di base che a fianco; mentre le foglioline marcano il passo seriale delle decorazioni (figg. 6-8).

### **Il carretto siciliano. Un caso studio**

“Un carretto è come un poema, il più originale e suggestivo che ci sia. Dice sul popolo siciliano assai più di venti libri” [Bazin 1897, p. 107]. È quanto sostiene Renè Bazin sul mezzo a trazione equina in uso in Sicilia dal XIX secolo fino alla metà del XX secolo, veicolo non solo di merci, ma soprattutto di valori culturali popolari. Il carretto, fin dalla metà dell'Ottocento, ha assicurato i collegamenti commerciali tra città e campagna trasportando, materiali da costruzione, prodotti agricoli, carbone e persino concime. La sua fortuna è legata alla versatilità delle performance sulle strade dissestate della Sicilia agricola [3]. Perché uno strumento di lavoro, un semplice carro, è diventato una delle icone più acclamate e diffuse della Sicilia? Perché si è trasformato in un veicolo culturale? Alcuni studiosi lo descrivono come un vero e proprio 'status symbol' appannaggio della nascente classe sociale dei carrettieri, discendenti degli 'urdunara' che operavano al servizio dei grandi proprietari terrieri e detenevano il [4] monopolio dei trasporti delle derrate. I nuovi 'carrettieri' sono dei commercianti, hanno una condizione economica migliore dei loro avi e possono esprimere quel 'sentimento di sé nella decorazione del carretto. Quest'ultimo diviene un precursore delle insegne mobili, le sue decorazioni assicurano riconoscibilità e visibilità nelle strade polverose della Sicilia ottocentesca. Il carretto è formato da pochissimi elementi strutturali: ruote, aste e cassa (fig. 9). Le ruote [5], molto grandi rispetto alla struttura del carro, sono collegate all'asse che regge la trave trasversale su cui poggia la cassa del carretto. Ognuno dei ricchi dettagli che compongono l'apparato formale e funzionale del carretto ha una morfologia codificata una denominazione dialettale [6]. L'apparato decorativo del carretto siciliano varia in funzione della localizzazione geografica: nel palermitano il carretto ha sfondo giallo-oro ed è ornato da motivi semplici e geometrici, influenzati dall'architettura arabo normanna; nella Sicilia orientale, nelle zone di Catania e Siracusa, lo sfondo è rosso mentre il decoro è floreale e barocco. I motivi decorativi sono molteplici: volute; foglioline 'palmuzzi'; sequenze di nastri, catenelle, o doppi nastri [7]; triangoli; quadratini a formare una scacchiera; archetti, archi e pizzi; mascheroni; rosoni; puttini e figure fantastiche (fig. 10). La policromia, senza mezze tinte e sfumature, secondo Capitò è “violenta”: predominano il rosso e il giallo, poi il turchino, verde bianco e nero, senza chiaroscuri e mezze tinte, eppure l'effetto che si ottiene è di perfetto equilibrio. Gli ornamenti delimitano fanno da cornice a veri e propri dipinti olio raffiguranti scene che spaziano dal cavalleresco al musicale, dal fiabesco a temi devozionali. Il carretto rilevato [8] rappresenta il classico carro catanese, alla 'Santantunisa' [9], originario di Aci Sant'Antonio: caratterizzato da una ruota con un diametro da 90 cm è progettato per il traino da parte di animali di media statura. La 'cascia di fusu', dove si innestano le ruote, è riccamente decorata e riporta la firma degli autori: Nerina Chiarenza e Giuseppe Lanzafame [10]. I raggi o 'jammozza', sono suddivisi in tre parti, la base con decori a foglia d'acanto, il fusto o 'piattu a palummina' (per la sua forma sinusoidale a ricordo del petto di

colombo) con i Paladini di Francia e il coronamento, con dei cherubini. Il perimetro della ruota è decorato da volute, mascheroni e conchiglie oltre che al classico decoro ad 'archi e pizzi' [11]. Le aste, dove il decoro assume una connotazione riempitiva e dunque una serie di "pizzi", "archi" e greche sono interrotte da tondi in cui vengono rappresentati i volti di paladini o teste di cavallo e galli (fig. 11).

## Conclusioni

Il carretto siciliano come abbiamo detto è forse uno dei primi esempi di rappresentazione a scopo commerciale. Le sue superfici sono ricoperte da strati di vernice sia per proteggere il legno dalle intemperie che per esaltare la riconoscibilità del carrettiere e delle sue merci. Il carretto attira gli sguardi, il cavallo è bardato con piccoli specchi e pennacchi; il rosso, il giallo, il verde e l'azzurro spezzano la monocromia del paesaggio siciliano e raccontano una storia. Le immagini pittoriche che occupano il fondo o le sponde della cassa sono legate alla devozione del proprietario e subiscono direttamente l'influsso dell'artigiano che le dipinge. Viceversa, l'apparato decorativo, aniconico, sembra mantenere una certa continuità nel tempo. Esso rappresenta il tramite fra una cultura visuale antichissima, maghrebina e bizantina, e la cultura materiale contemporanea, artigianale e prettamente siciliana. I temi decorativi dei carretti siciliani sono ripresi, rielaborati, a volte anche travisati, senza che la loro forza espressiva sia affievolita. La reiterazione di elementi semplici e geometrici, l'alternanza dei colori, genera un pattern riconoscibile che, nel carretto alla 'Santantunisa', si concentra nelle superfici minori, negli spigoli, nelle stanghe, sulla parte inferiore della cassa. La reiterazione dei pattern nella grafica contemporanea ci conferma il peso che questi hanno nell'immaginario collettivo della Sicilia.

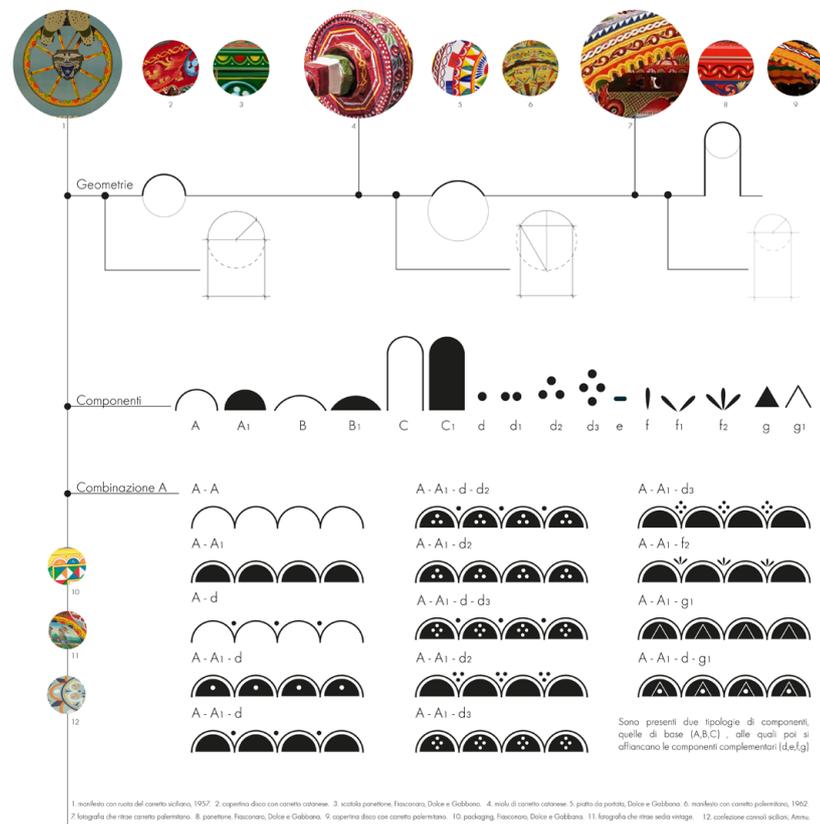


Fig. 5. Pattern geometrici, componenti di base e complementari. Elaborazione di Giuseppina Crea.

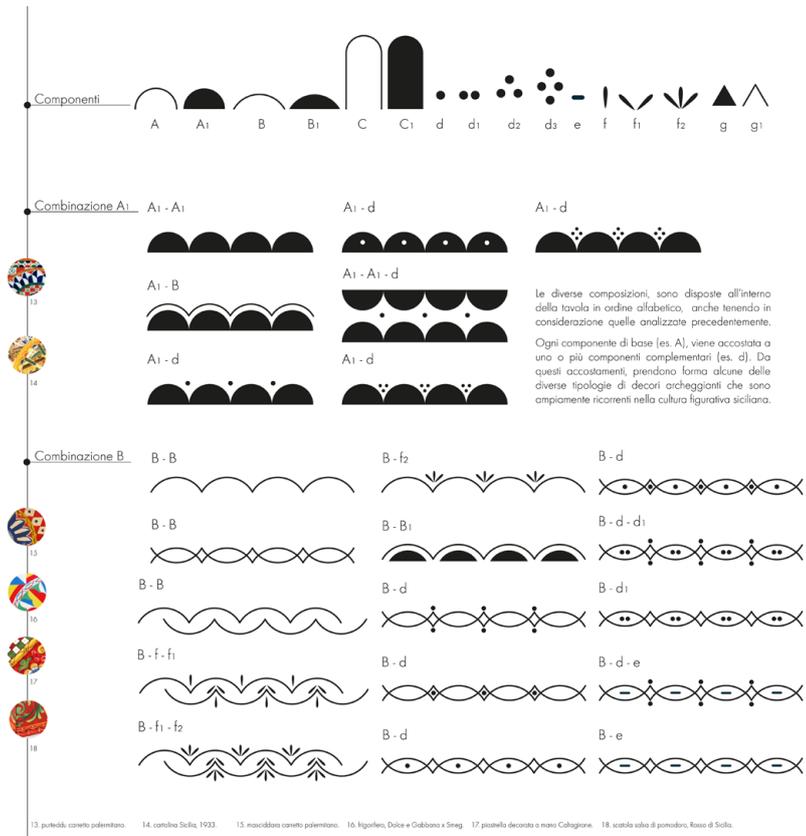


Fig. 6. Pattern geometrici, combinazioni seriali (francini). Elaborazione di Giuseppina Crea.

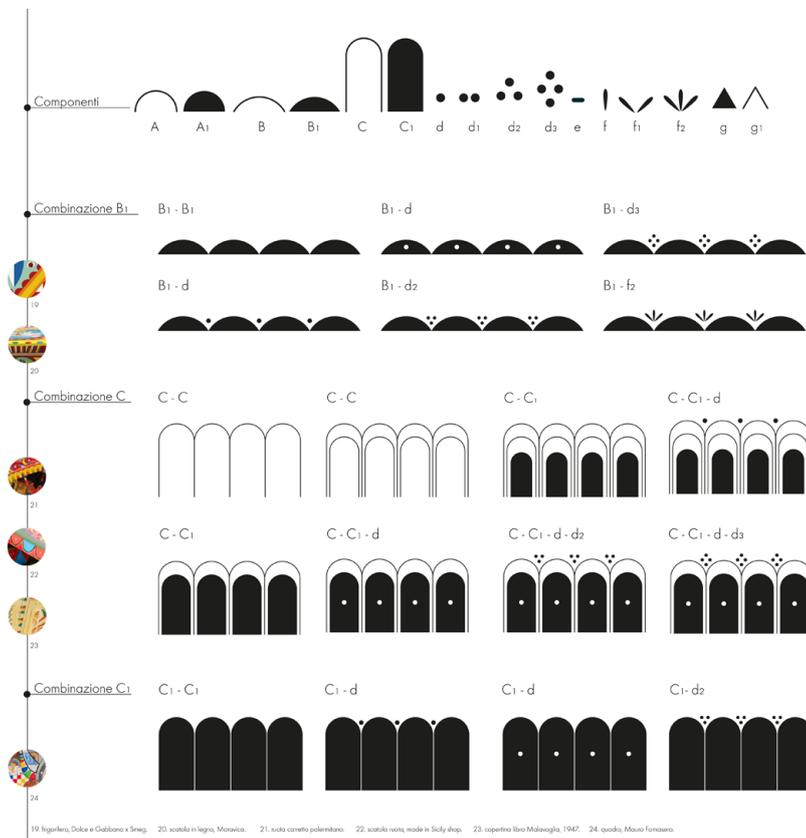
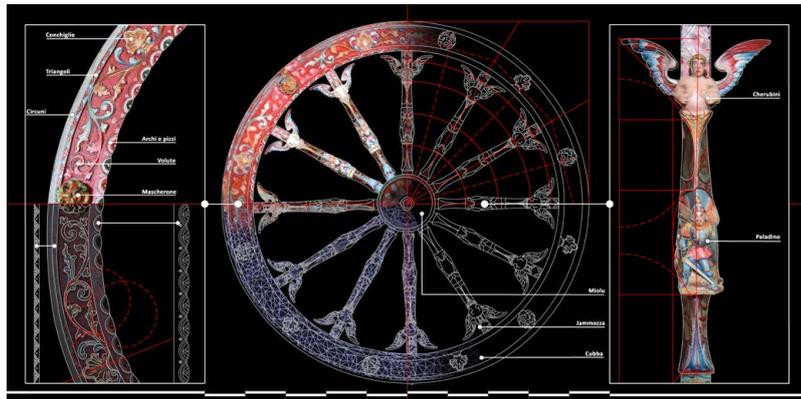


Fig. 7. Pattern geometrici, combinazioni seriali (archetti). Elaborazione di Giuseppina Crea.



Fig. 11. Carretto Santantunisa, dettaglio ruota, pattern geometrici.  
Elaborazione di Luciano Marino.



## Note

[1] "Per tracciare un taglio dentro la storia dell'immaginario prodotto dalla Sicilia e in Sicilia [...], dobbiamo ritornare al 1992, agli anni delle stragi di mafia, agli anni della reazione emotiva, agli anni del riposizionamento ideale e culturale della Sicilia, anni in cui [...] il successo di Andrea Camilleri determina una nuova scrittura della Sicilia, riprendendo o innovando molti fili della tradizione letteraria, narrativa e iconografica dell'isola." [Savatteri 2022, p. 17]

[2] Sono stati catalogati circa 700 prodotti grafici. Ogni file è stato rinominato con un codice che consente di identificare l'anno di produzione, la tipologia di prodotto, e l'icona o le icone contenute.

[3] "l'altezza delle ruote o il gioco delle boccole sulle rondelle, risultano utili, indispensabili, su strade particolarmente dissestate" [Buttitta 2007, p. 8].

[4] "si trattava di un cetto sociale che, godendo di una situazione economica più favorevole di quella di posteri e contadini, e di una maggiore libertà, aveva un forte sentimento di sé" [Buttitta 2007, p. 11].

[5] L'asse di rotazione della ruota, detto "coddu di fusu", veniva inclinato verso il basso di circa tre gradi. Questa era una soluzione al fine di creare campanatura positiva della ruota, soluzione ottimale per una migliore manovrabilità del carretto [Di Bella 2014, p. 53].

[6] Le ruote hanno un diametro notevole: mediamente di 120 cm; il cerchione (u circhiuni) invece è sottile e protetto da un anello in ferro. Le ruote, ancorate ad un asse di rotazione in ferro, detto 'fusu' leggermente inclinate verso l'esterno, sono costruite mediante l'assemblaggio di 6 archi, 'cubba', che costituiscono il cerchione; 12 raggi, 'jammozza', e un fulcro centrale, 'miolu', in legno di noce. U fusu ruota all'interno di un elemento ligneo detto 'a cascia di fusu', al quale è ancorato mediante staffe metalliche. Su quest'ultimo, tramite incastro, sono fissate le "mensole", vero e proprio supporto del carro e ancoraggio delle aste. Le aste, raccordi lignei fra il corpo del carretto e l'animale da traino (asino, cavallo o mulo), raggiungono una lunghezza di 350 cm e terminano posteriormente con il 'muro d'asta' e la 'chiavi d'arriari'. Anteriormente si concludono con l'occhio d'asta, anello che lega il carro all'animale. Tra le mensole è collocato il 'rabbiscu' o 'ciuri di mianzu', pregevole manufatto in ferro a scopo decorativo. "Quanto questo pezzo sia arabo, nel contenuto di pensiero, nel disegno e nella fattura, lo stesso suo nome lo dice, i carradori lo chiamano ancor oggi rabiscu, che vuol dire arabesco" [Giuseppe Capito 2007, p.50]. Sull'asse è posizionata un'orditura di arcarecci detti 'chiumazzi e contrachiumazzi' che sorreggono la cassa. Quest'ultima, solitamente parallelepipedica, è composta da: fondo, 'funnu a cascia', sponde laterali, 'maschidara', e sponda posteriore ribaltabile, 'purteddu'. La cassa è rafforzata dai 'barruna', barre in legno e dai 'cintuni', barre in ferro. Davanti e dietro ci sono, rispettivamente, la tavola posteriore 'tabulati d'arrieri' e la tavola anteriore 'tabulati d'avanti', aventi il compito di fare da sedile per carrettiere e compagni di viaggio.

[7] "Quel partito di doppi nastri intrecciati e correnti tutto il giro ai quadri figurativi che è uno dei più usati e che ha un riscontro diretto nell'arte medievale" [Capito 2007, p. 52].

[8] Il rilievo fotogrammetrico è stato eseguito utilizzando una Nikon D3500 presso il laboratorio di Nerina Chiarenza di Aci Sant'Antonio (CT). La generazione del modello 3D con Agisoft Photoscan è stata un processo multifase, che prevede la creazione di una nuvola di punti, la formazione di una mesh e l'applicazione di una mappa texturizzata. Il modello può essere rappresentato attraverso ortofoto utili alla modellazione tridimensionale e alla restituzione del rilievo fotogrammetrico. Successivamente, sono state estratte le ortofoto dal software per condurre un'analisi tecnica dettagliata del carro e del suo decoro.

[9] "I carretti 'santantonesi' trovano largo mercato nell'hinterland catanese e siracusano; essi venivano venduti nei paesi etnei e nelle fiere di Lentini, Ramacca, S. Maria di Licodia, Scordia, Vizzini, Mirabella Imbaccari, Buccheri, Ferla, Francofonte e anche nel ragusano, tutti paesi ad economia prevalentemente agricola" [Di Bella 2014, p. 17].

[10] La pittrice Nerina Chiarenza, allieva di Domenico Di Mauro, è stata per molti anni l'unica donna pittrice di carretti siciliani. Le sue opere sono esposte nei musei di Parigi (Jules Desbois) e di New York. L'intagliatore Giuseppe Lanzafame, di Aci Sant'Antonio, è oggi uno dei pochi intagliatori rimasti, fra le sue opere si possono elencare: il carretto di Trecastagni e la porta del Sacello di San Giacomo a Capizzi (ME).

[11] 'Archi e Pizzi', decoro costituito da archetti generati da un attrezzo definito 'raspa i tagghiu'. "Ogni spigolo di intersezione fra due superfici contigue è frastagliato, spizzettato, interrotto in mille modi; il punto e virgola talvolta è soppresso del tutto e sostituito da lobi, incisioni a forma di mandorla semplici o raddoppiate" [Capito 2007, p. 45]. "Or questo sistema del frastagliare gli spigoli vivi, che nel carretto porta a risultati decorativi di prim'ordine, non è nuovo nelle espressioni estetiche siciliane, che anzi è vecchio di secoli e direttamente si riattacca a tradizioni ben determinate dell'arte madre, l'architettura" [Capito 2007, p. 45].

## Crediti e ringraziamenti

Il lavoro presentato fa parte di una ricerca più ampia sul tema: La Sicilia come prodotto. Marinella Arena ha curato i paragrafi: *Introduzione; Stato dell'arte; Pride in belonging e Icone*. Giuseppina Crea ha curato il paragrafo: *Classificazione dei pattern geometrici*. Luciano Marino ha curato il paragrafo: *Il carretto siciliano. Un caso studio*.

## Riferimenti bibliografici

- AA.VV. (2003). *Grand Tour in Sicilia, 1890-1950*. Palermo: Papiacomunicare.
- Bazin R. (1897). Le tradizioni cavalleresche nella pittura dei carretti. In *Sicilia, 1897*.
- Benjamin W. (1991). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Bolognari M. (a cura di). (2021). *Il mistero e l'inganno, pensare, narrare, creare la Sicilia*. Palermo: Navarra Editore.
- Buttitta A. (2007). Introduzione. In G. Capità (a cura di). *Il Carretto Siciliano*. Palermo: Sellerio.
- Campbell D.T. (1960). Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes. In *Psychological Review*, 67, pp. 380-400.
- Capità G. (2007). *Il Carretto Siciliano*. Palermo: Sellerio.
- Cassirer E. (1961-66). *Filosofia delle forme simboliche*, vol. 4. Firenze: La Nuova Italia.
- Di Bella G. (2014). *Il carretto siciliano memoria e tecnica per non dimenticare*. Palermo: Sellerio.
- Ellul J. (1969). *La tecnica. Rischio del secolo*. Milano: Giuffrè [La technique ou l'enjeu du siècle. Paris 1954].
- Langer S. (1953). *An Introduction to Symbolic Logic*. London: Dover Publications.
- Mc Luhan M. (1987). *Dal cliché all'archetipo. L'uomo tecnologico nel villaggio globale [From cliché to Archetype*. New York 1970). Como: Sugarco Edizioni.
- Mc Luhan M. (2015). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Moran F. J., Williams K. (2004). Una classificazione delle pavimentazioni geometriche realizzate dai Cosmati. In *Bollettino dell'Unione Matematica Italiana*, fasc. n.1, pp. 17-47. Unione Matematica Italiana.
- Mumford L. (1980). *Arte e tecnica in collana: Universale ETAS*. Milano: ETAS.
- Panofsky E. (1999). *Il significato nelle arti visive*. Torino: Einaudi.
- Postman N. (1993). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.
- Savatteri G. (2022). *L'isola nuova. Trent'anni di scritture di Sicilia*. Palermo: Sellerio.

## Autori

Marinella Arena, Università degli studi di Reggio Calabria, marinella.arena@unirc.it  
Giuseppina Crea, Università degli studi di Reggio Calabria  
Luciano Marino, Università degli studi di Reggio Calabria

Per citare questo capitolo: Marinella Arena, Giuseppina Crea, Luciano Marino (2024). L'Isola in vendita. Per una iconografia della grafica commerciale/The Island for sale. For an iconography of commercial graphics. In Bergamo F., Calandriello A., Ciammichella M., Friso I., Gay F., Liva G., Monteleone C. (a cura di). *Misura / Dismisura. Atti del 45° Convegno Internazionale dei Docenti delle Discipline della Rappresentazione/Measure / Out of Measure. Transitions. Proceedings of the 45th International Conference of Representation Disciplines Teachers*. Milano: FrancoAngeli, pp. 2261-2284.

# The Island for sale. For an iconography of commercial graphics

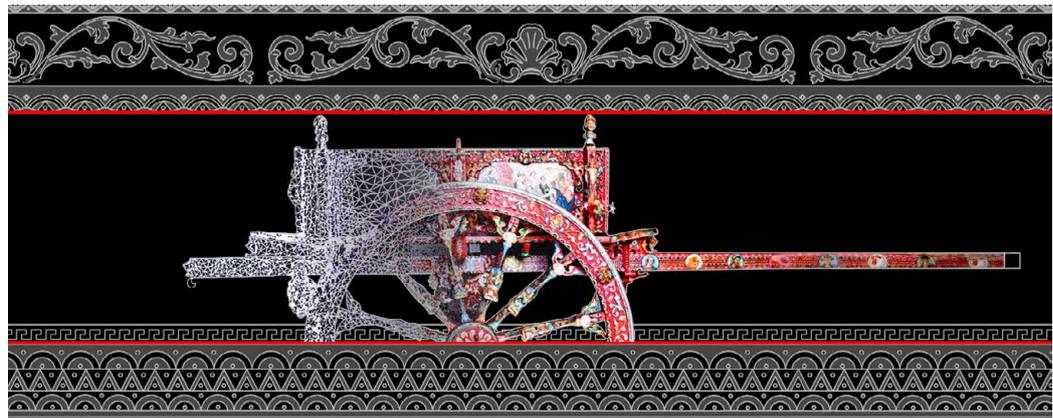
Marinella Arena  
Giuseppina Crea  
Luciano Marino

## *Abstract*

The theme of this research is the image of Sicily in graphics produced for commercial purposes. The selected examples, linked to the conveyance of messages accessible to a general public, must necessarily make use of the collective imagination, of the stereotypes that build the visual identity of a place. The selection of graphic products intended for the marketing and promotion of Sicily therefore identifies a homogeneous field of investigation with comparable products. The research, still ongoing, aims to graphically describe, with an appropriate and synthetic language, both the premises and the results of such a complex phenomenon. In other words, we want to condense in a few images the galaxy of references and interactions between history, culture, art, and tradition to highlight the relationships and identify the graphic references that led to the creation of some iconic elements in the representation of Sicily. The research composes the database, selecting approximately 700 graphic products, and continues with the classification and cataloguing of the data. The comparison of the selected products brings out some recurring elements: icons, symbols of Sicily. The latter are investigated to highlight their components, composition, and morphology. In this contribution, in a path that goes from the general to the particular, the geometric patterns are analysed and, specifically, those linked to the tradition of the Sicilian cart.

## *Keywords*

Sicily, geometric patterns, sicilian cart, collective imagination, commercial graphics



The Santantunisa Sicilian cart, the survey phases. Elaboration by Luciano Marino.

## Introduction

Sicily is an island, easy to identify even in the oldest and most biased representations. Upside down, rounded and compact, it is still recognizable in Al-Idrisi's *Tabula Rogeriana* as it floats, placid and out of scale, in a sea of tiny waves. The Sicilian identity has always been linked to its being an island; its physical boundaries define its territory and character. The representation of Sicily is very rich: from the first barely sketched forms of medieval maps it has unfolded into a myriad of technical, cartographic and military, or hagiographic, landscape and descriptive representations. The Sicily of the Grand Tour, between the 18th and the end of the 19th century, is a land of contrasts, constantly poised between the picturesque and the sublime: it shows at the same time the vestiges of the past and the misery of the present. The image of Sicily arrives at the threshold of the twentieth century with a strongly structured iconographic baggage perfectly inserted into the collective memory. Its visual identity, with continuous and contiguous mutations, with examples and permanence, insinuates itself into the collective imagination and involves literary and artistic narration. Simplified elements of this identity overcome the barrier of the sublime, of art, and stick, like small sharp and cohesive splinters, in the representation of everyday life.

A few repetitive, archetypal and identifying elements of Sicily populate the images present in the media, in commercial graphics, in packaging and in material culture.

This research aims to measure what is in fact immeasurable: the distance between the cliché and the archetype. The first defines a representation of impoverished and folkloristic Sicily, the second structures the narrative of the identity characteristics of Sicilian culture and tradition.

## Pride in belonging

Through this research we want to reconstruct a cross-section of the interconnections between the vernacular and spontaneous representation of decorations in Sicilian craftsmanship and the reuse of shapes and colours in 20th century graphics up to the contemporary drift. In fact, it is interesting to note how the representation of *sicilitudine* through icons has gone from tradition to kitsch to arrive, in the present day, at a revisitation strongly linked to fashion and the so-called pride in belonging. In this regard, it is appropriate to delve deeper into the evolution of this new awareness by retracing its significant stages.

As we have seen, Sicily is represented as a land of strong contrasts, the dualism of the Grand Tour, between the splendours of the past and current misery, is repeated in the construction of this imaginary Sicily, some even speak of the 'invention of Sicily'. The facts that mark the history of the island and remind us of the reasons for some stereotypes rooted in the representation of this land, can be summarized with emblematic and traumatic events. The first, close to the constitution of the Italian Republic, took place in 1947: the *Portella della Ginestra* massacre. The defenceless peasants who were celebrating May Day are massacred by the bandit Salvatore Giuliano. The massacre marks the first violent act that opposes the free determination, in the political and social field, of the Sicilians. Other bloody episodes mark mafia wars and important legislative measures. The collective imagination is monopolized by the mafia theme, told by Sciascia and reiterated in many minor stories and cinematographic works. The phenomenon reaches its apogee with the beginning of the so-called *Maxi processo*, 1986, which in fact is also the first step towards the reconquest of Sicilian pride.

The season of mafia massacres culminates with the attacks on Falcone and Borsellino but, from those tragic moments, Sicily becomes the emblem of the struggle between State and anti-State [Savatteri 2022, pp. 9-21]. Savatteri [1] links the idea of a new Sicily to this period, a phase in which writers like Camilleri experienced great public success and the image of a positive Sicily spread not only in Italy but worldwide. Alongside the literary phenomenon are other indications of a regained Sicilian pride: the advertising campaigns of Dolce and Gabbana, signed by Scianna and set between Palermo and Acitrezza; films such as *Nuovo Cinema Paradiso* from '90 by Giuseppe Tornatore; *Tano da Morire* from '97 by Roberta Tor-

re or the theatrical works of Emma Dante. In the contemporary feeling, Sicily has transformed from a place of contrasts, of mafia, of backwardness into an imaginary place capable of instilling beauty and culture, lightness and tradition. On the level of graphic representation, the reiteration of some stylistic features, of some key elements, reaffirms the sense of belonging and opens to further investigations involving the collective imagination, the sociological and iconographic aspects (fig. 2).

### State of art

The research, still ongoing, aims to graphically describe, with an appropriate and synthetic language, both the premises and the results of such a complex phenomenon. In other words, we want to condense, in a few images, the galaxy of references and interactions between history, culture, art and tradition to highlight the relationships and identify the graphic references that led to the creation of some iconic elements in the representation of Sicily. The extremely complex theme lends itself to multiple interpretations and readings. In fact, it can be summarized with a newly coined term, media ecology, which studies the expressive forms of human culture starting from their systemic dimension. There are various speculative approaches on this topic, some for example are based on the relationship between technique and culture; prominent exponents are: Lewis Mumford, Neil Postman and Jacques Ellul. Interesting, within this approach, is the position of Marshall McLuhan who considers every invention or technical innovation an extension of human capabilities. Other approaches that attempt to compose the systemic framework of the topic focus on the different forms of communication to identify their impact on human cognitive processes. Both Walter Benjamin [Benjamin 1991] and Marshall McLuhan [McLuhan 2015] applied themselves to these concepts with works and publications which, in fact, have oriented the cultural debate up to the present day. A third approach looks at the symbolic dimension of human culture, first Susan Langer [Langer 1953] and then Ernst Cassirer [Cassirer 1961-1966] reasoned on these issues.

Theoretical considerations accompany the research which however remains focused on the analysis of the iconography relating to Sicily and its commercialization.



Fig. 1. Research structure. Elaboration by Marinella Arena.

## The structure of the research

The research, complex in terms of topic and scope, is still ongoing. The structure firstly involves the systematisation of the graphic products analysed. The field of investigation was limited to the 20th century, trying to visualize, for each time frame, the culminating events and the implications that these developed in the themes of the visual arts. Three broad categories have been identified to group together the numerous repertoires collected: media, packaging and material culture (fig. 3).

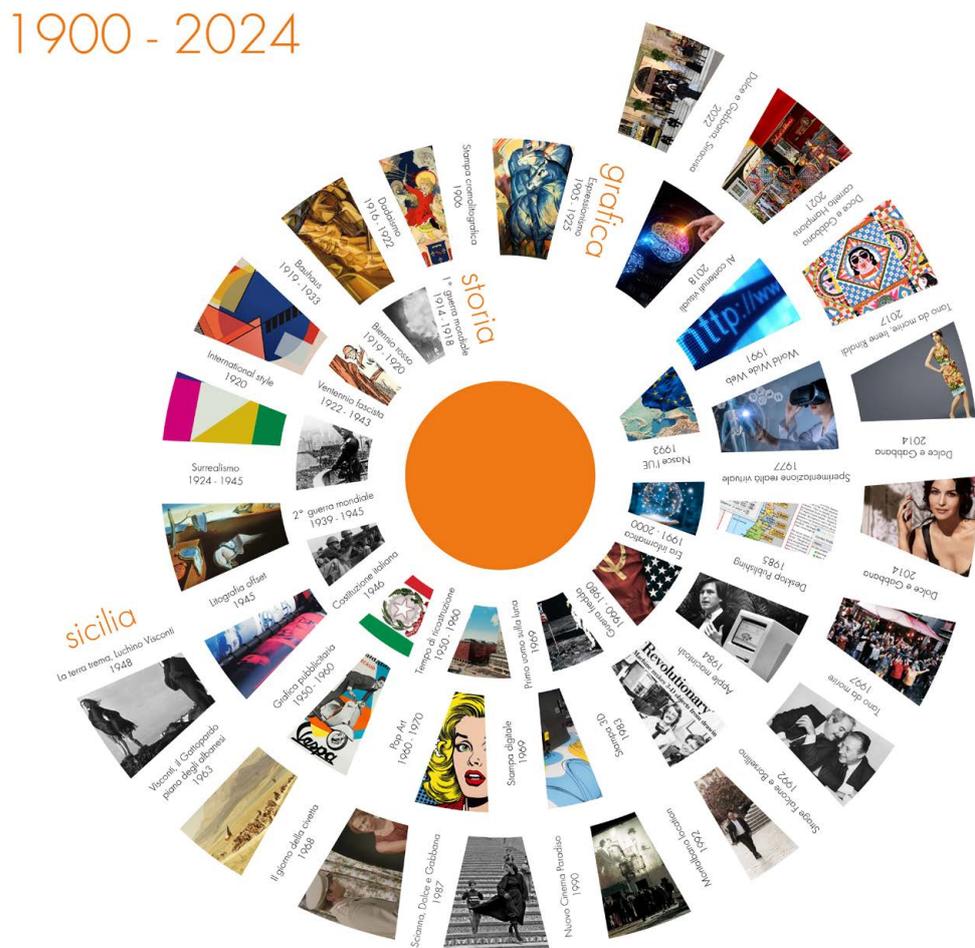


Fig. 2. Synchronic scheme: history and graphic culture in Italy since 1900. Elaboration by Giuseppina Crea.

## la sicilia come prodotto



Fig. 3. Icons in media, packaging and material culture. Editing Marinella Arena.

The first category includes posters, graphic products for publishing (books, records, postcards), industrial fabrics, logos; the second category contains primary, secondary and tertiary packaging; while the third category contains artisanal products that include decorations and representations linked to the Sicilian illustrative and iconographic tradition: ceramics, ex-votos, artisanal fabrics, Sicilian carts, boats.

The repertoire is therefore the starting point for some reflections of a purely formal and morphological nature. In fact, the research intends to refer to the iconography of Sicily as one of the multiple ways of studying a broad phenomenon. Supported in this by the words of Panofsky who defines iconography as the study and description of images which does not necessarily have to be able to investigate their genesis or hidden meaning. The research, after an initial phase of collection and cataloguing, tries to identify recurring themes, micro-components, capable of conveying the 'Sicily message'. The reiteration of recurring elements necessarily generates a certain number of variations. The micro component, the detail, the recurring decoration, maintains its identity while accepting marginal variations that do not distort and do not prevent recognition. The analysis and comparison of multiple homogeneous micro components can highlight invariant qualities. The research addresses the analysis of the elements identified with a rigorous approach that emphasizes the comparability of the data.

## Icons

Having reached this point it is necessary to make a brief methodological introduction to explain the terms that will be used later and the theoretical procedures that support the analyses conducted. The enucleated micro components are defined with the term 'icon'. The term derives from *eikòna*, image, and *eikènai*, resemblance. The icon is therefore a visual sign that has a similarity relationship with the subject denoted. Panofsky clearly defines a systemic approach to proceed with the analysis of works of art, identifying three layers: the first analyses the subject by identifying 'pure forms', configurations of lines and colours; the second analyses the secondary or conventional subject, the combination of lines and shapes alludes to a specific meaning; finally the third layer analyses the intrinsic meaning or content, in this layer the relationships between the subject and the context that generated it are analysed. In summary, the first layer carries out a pre-iconographic analysis, the second an iconographic analysis and the third an iconological interpretation.

Panofsky's analyses essentially refer to works of art. To contextualise the analyses, bending the systemic approach to our specific ones, it's necessary to identify the icons first. The comparison of hundreds of graphic products has brought out some recurring icons: silhouette of Sicily, Triscele (Trinacria), Etna, lemons, oranges, prickly pears, sun, woman, Sicilian cart, decorations. The selected icons (fig. 4a) are analysed at first, as well as shapes and colours, in a pre-iconographic phase (fig. 4b); The second phase analyses the composition inside the product (fig. 4c) and the morphology of the icon itself (fig. 4d). In the third phase we try to reconstruct a link with the context that generated the icon, including assessments relating to the dating of the graphic support and the target audience. The research also aims to develop an ad hoc graphic language to convey the analysed contents. For this reason, a communication strategy was developed which is based on the creation of logos and the rigorous choice of colours and lettering. In its overall development, the study plans to address all the different icons that structure communication for commercial graphics in Sicily. In this paper, for brevity, we choose to delve deeper into the theme of decorative motifs by tracing, in a backwards path, the origins of the latter in Sicilian material culture. Decorative motifs, in fact, characterize many traditional objects such as ceramics, musical instruments and furnishings. The decorative apparatus of the Sicilian cart is one of the archetypes of this graphic language. On its carved surfaces centuries of history and popular culture are condensed, mixed and reiterated in many variations which nevertheless retain a common and archetypal matrix. The case study begins with the classification of the geometric patterns present in various Sicilian carts and ends with the detailed analysis of a cart characterized by decoration on a red background, typical of eastern Sicily.

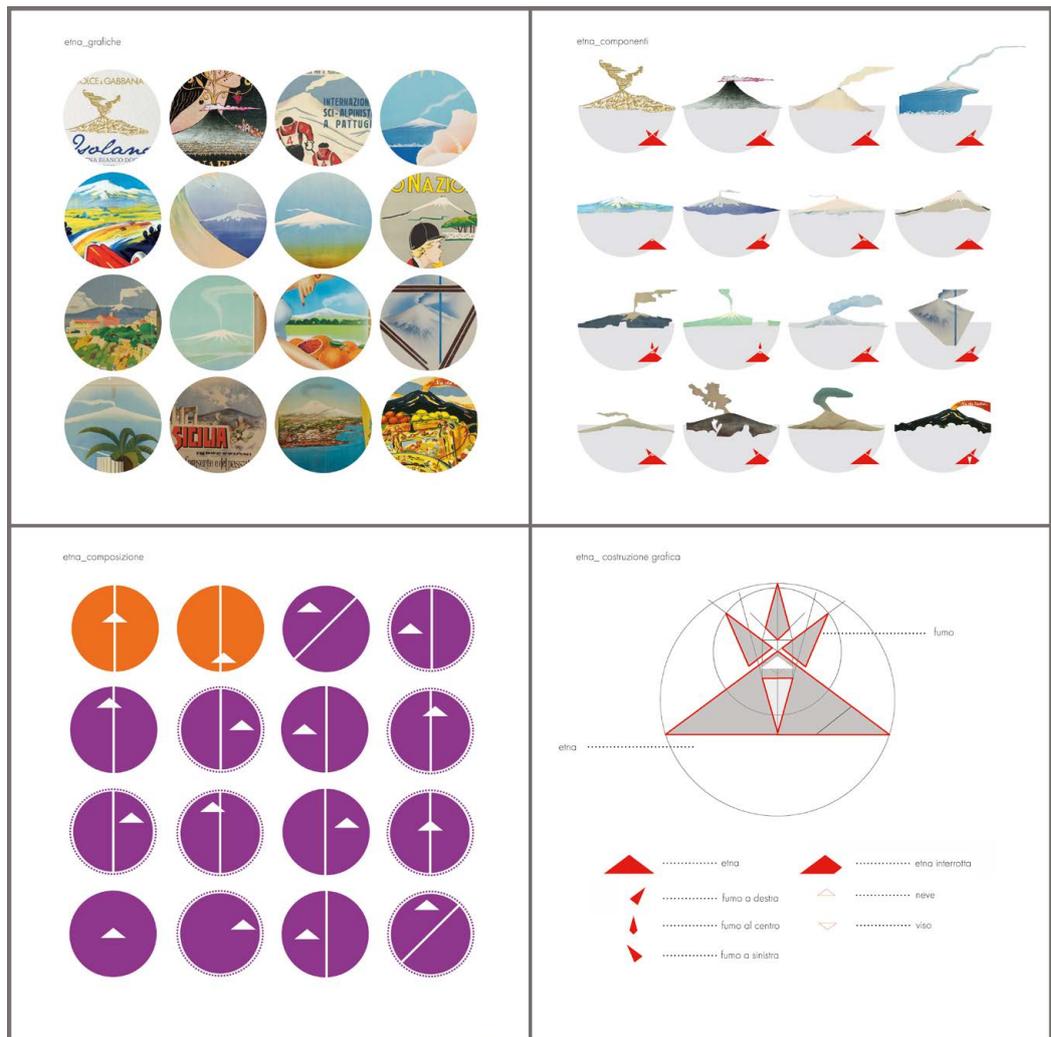


Fig. 4. From left to right and from top to bottom: Etna\_graphics; components; composition and graphic construction. Editing Marinella Arena.

### Classification of geometric patterns

“Every civilization, through its artifacts, he always gave expression in search of an aesthetic order and to custom, if not necessary, all humans, to decorate their environments, objects and people.”  
 [Moran, Williams 2004, p. 3]

Decoration in Sicily is characterized by a precise identity, which manifests itself through two-dimensional and three-dimensional representations, which include: geometric, phytomorphic, zoomorphic, anthropomorphic, both human and mythological, landscape, folkloristic, religious, symbolic, allegorical, fantastic and astronomical motifs. Sicilian figurative culture is too vast to be considered in its entirety, furthermore it is difficult, if not impossible, to trace the formal archetypes of the recurring stylistic features in the decorations. Therefore, the investigation was focused on the arching decorations, and on the decorative elements that are combined with them. The study wants to show these decorations, in the most frequent representations and combinations. The structure of this cataloguing could be useful for classifying different decorations that have an evident geometric matrix.

The references present in the tables have different origins and range from older to more recent ones: from packaging to posters from material culture, from Sicilian carts to digital graphics. The morphological analysis is aimed at patterns with an evident geometric matrix, extrapolated from the most recurring cases (fig. 5). The analysis strategy, first, isolates the basic components (A, B, C) and the complementary ones (d, e, f, g); secondarily investigate the sequences. The latter produce potentially unlimited phrasings that respect some basic rules, some syntactic relationships between the parts.

In serial sequences, the complementary components are interposed between the basic ones, in other cases they are overlapped. The complementary elements essentially belong to two large categories: dots and leaves. The former, due to radial symmetry, are present both inside the basic components and alongside them, while the leaves mark the serial step of the decorations (figs. 6-8).

### The Sicilian cart. A case study

"A Sicilian cart is like a poem, the most original and evocative there is. He says much more about the Sicilian people than twenty books" [Bazin 1897, p. 107]. This is what Renè Bazin claims about the horse-powered vehicle in use in Sicily from the 19th century to the mid-20th century, a vehicle not only of goods, but above all popular cultural values. Since the mid-nineteenth century, the cart has ensured commercial connections between the city and the countryside by transporting building materials, agricultural products, coal and even fertilizer. His fortune is linked to the versatility of his performances on the rough roads of agricultural Sicily [2]. Why did a work tool, a simple cart, become one of the most acclaimed and widespread icons of Sicily? Why has it turned into a cultural vehicle? Some scholars [3] describe it as a real 'status symbol' prerogative of the nascent social class of carters, descendants of the 'urdunara' who operated in the service of large landowners and held the monopoly on the transport of foodstuffs. The new 'cart drivers' are traders, they have a better economic condition than their ancestors and can express that 'feeling of themselves' in the decoration of the cart. The latter became a precursor of mobile signs, its decorations ensuring recognition and visibility in the dusty streets of nineteenth-century Sicily.

The cart is made up of very few structural elements: wheels, rods and box (fig. 9). The wheels [4], very large compared to the structure of the cart, are connected to the axle that supports the transversal beam on which the cart body rests. Each of the rich details that make up the formal and functional apparatus of the cart has a codified morphology and a dialect denomination [5]. The decorative apparatus of the Sicilian cart varies depending on the geographical location: in the Palermo area the cart has a yellow-gold background and is decorated with simple and geometric motifs, influenced by Arab-Norman architecture; in eastern Sicily, in the areas of Catania and Syracuse, the background is red while the decoration is floral and baroque. The decorative motifs are many: scrolls; 'palmuzzi' leaves; sequences of ribbons [6], chains, or double ribbons; triangles; small squares to form a chessboard; bows, bows and lace; masks; rosettes; putti and fantastic figures (fig. 10). The polychromies, without half tints and shades, according to Capitò is "violent": red and yellow predominate, then blue, green, white and black, without chiaroscuro and half tints, yet the effect obtained is one of perfect balance. The bordering ornaments act as a frame for actual oil paintings depicting scenes ranging from chivalric to musical, from fairy-tale to devotional themes. The cart shown [7] represents the classic Catanese cart, 'Santantunisa' [8], originally from Acì Sant'Antonio: characterized by a wheel with a diameter of 90 cm, it is designed for towing by medium-sized animals. The 'cascia di fusu', where the wheels are inserted, is richly decorated and bears the signature of the authors: Nerina Chiarenza and Giuseppe Lanzafame [9]. The rays or 'jammozza' are divided into three parts, the base with acanthus leaf decorations, the stem or 'piattu a palummina' (due to its sinusoidal shape reminiscent of Columbus' breast) with the Paladins of France and the crowning, with cherubs. The perimeter of the wheel is decorated with scrolls, masks and shells as well as the classic 'archi e pizzi' [10] decoration. The temples, where the decoration takes on a filling connotation and therefore a series of

“pizzi”, “archi” and Greek fret, are interrupted by roundels in which the faces of paladins or heads of horses and roosters are represented (fig. 11).

## Conclusions

The Sicilian cart, as we have said, is perhaps one of the first examples of representation for commercial purposes. Its surfaces are covered with layers of paint both to protect the wood from the elements and to enhance the recognizability of the carter and his goods. The cart attracts attention, the horse is adorned with small mirrors and plumes; red, yellow, green and blue break the monochrome of the Sicilian landscape and tell a story.

The pictorial images that occupy the bottom or sides of the chest are linked to the devotion of the owner and are directly influenced by the craftsman who paints them. Conversely, the aniconic decorative apparatus seems to maintain a certain continuity over time. It represents the link between an ancient visual culture, Maghreb and Byzantine, and contemporary, artisanal and purely Sicilian material culture. The decorative themes of Sicilian carts are taken up, reworked, sometimes even misrepresented, without their expressive power being weakened. The reiteration of simple and geometric elements, the alternation of colours, generates a recognizable pattern which, in the ‘Santantunisa’ cart, is concentrated in the smaller surfaces, in the corners, in the shafts, on the lower part of the box. The reiteration of patterns in contemporary graphics confirms the weight that they have in the collective imagination of Sicily.

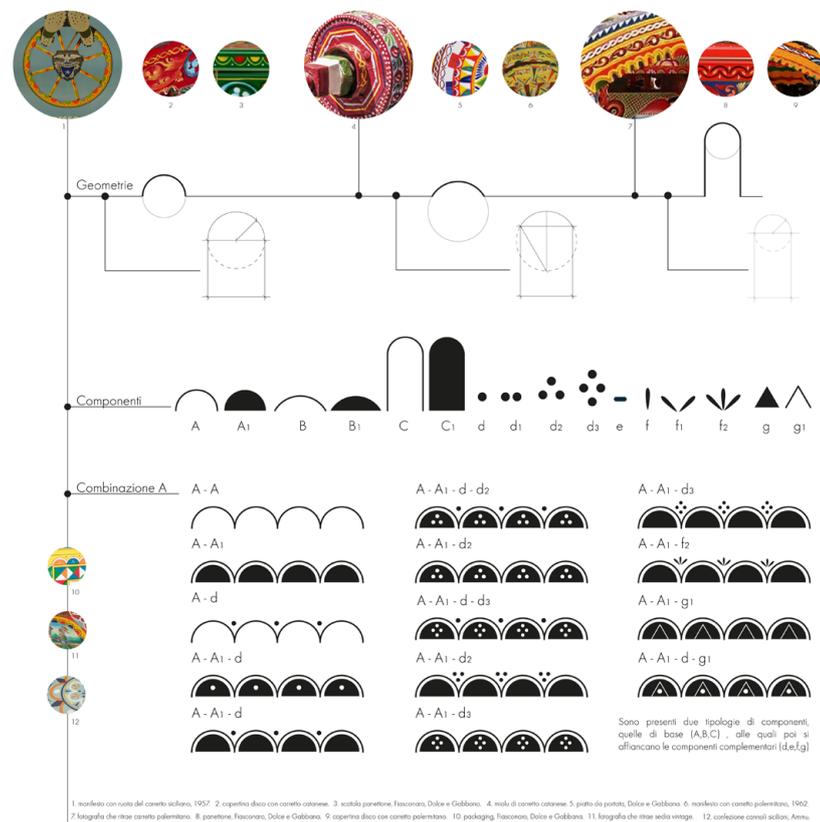


Fig. 5. Geometric patterns, basic and complementary components. Elaboration by Giuseppina Crea.

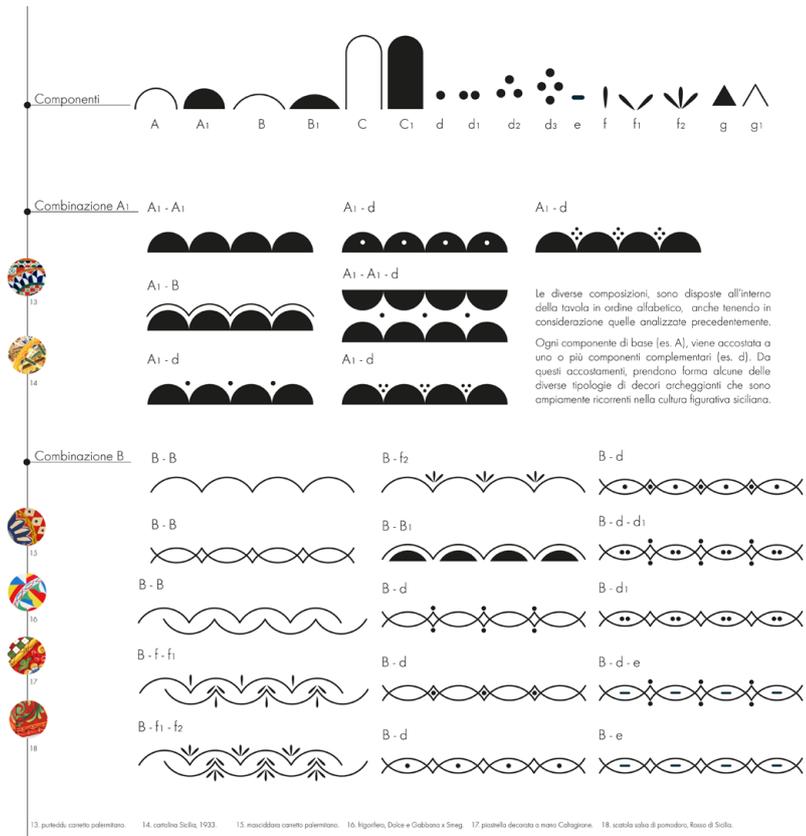


Fig. 6. Geometric patterns, serial combinations (francini). Elaboration by Giuseppina Crea.

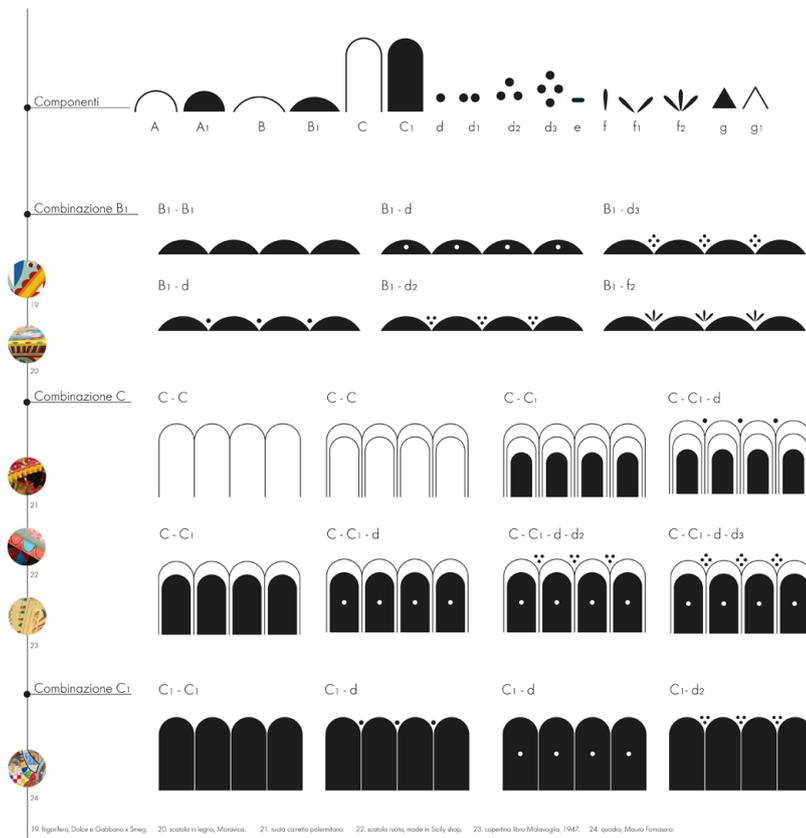


Fig. 7. Geometric patterns, serial combinations (bows). Elaboration by Giuseppina Crea.

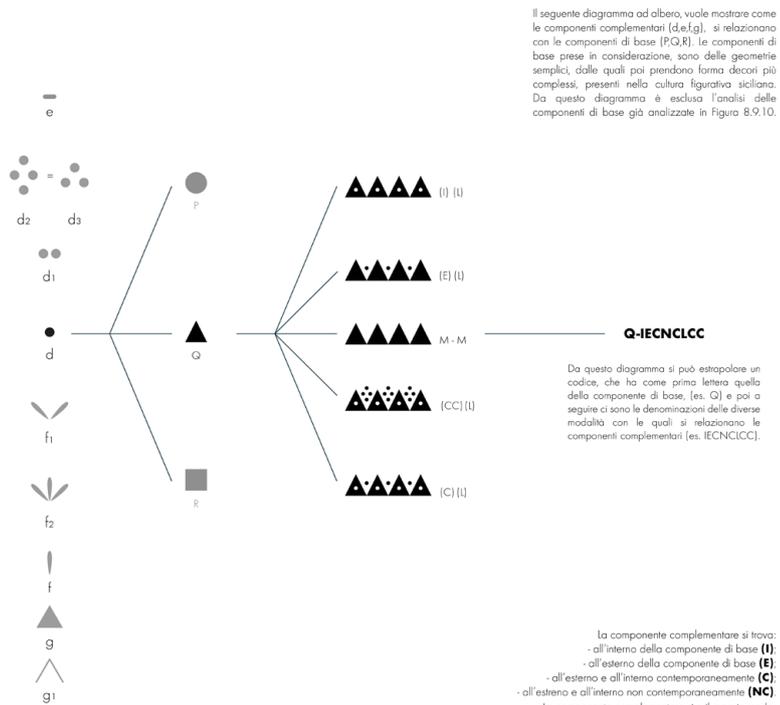


Fig. 8. Geometric patterns, general composition diagram of complementary components. Elaboration by Giuseppina Crea.

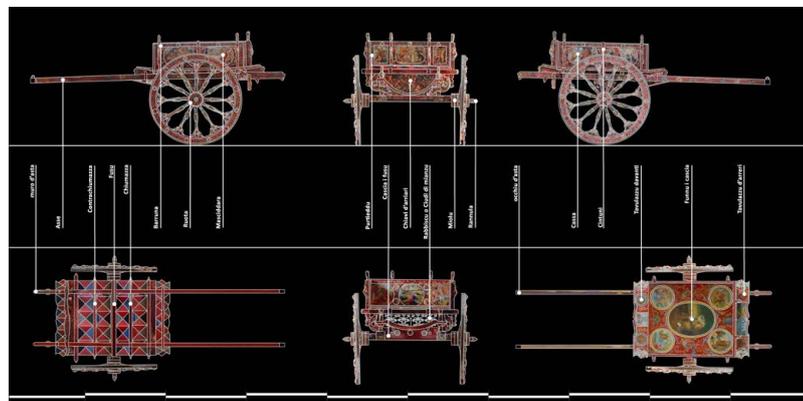


Fig. 9. The Santantunisa Sicilian cart, wheel detail and geometric pattern. Elaboration by Luciano Marino.

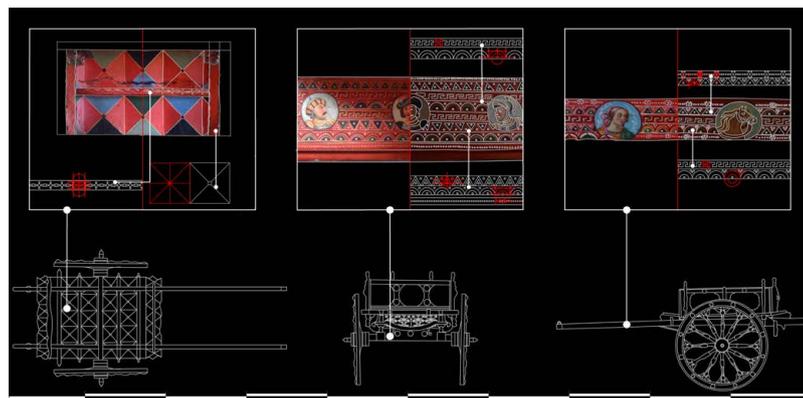
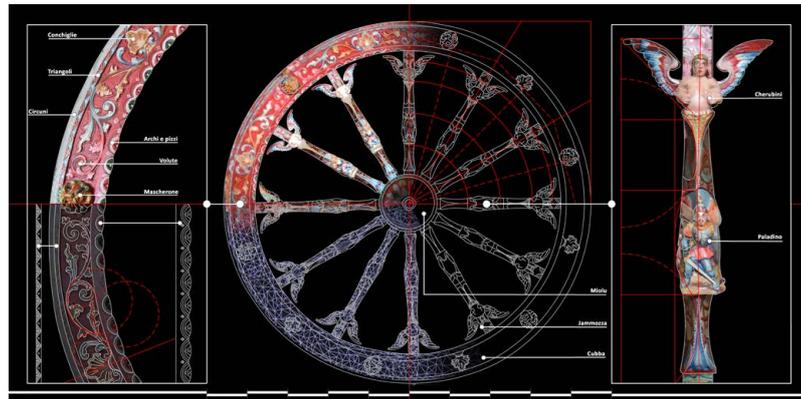


Fig. 10. The Santantunisa Sicilian cart, detail of the case and shafts, geometric patterns. Elaboration by Luciano Marino.

Fig. 11. The Santantunisa Sicilian cart, wheel detail, geometric patterns. Elaboration by Luciano Marino.



## Notes

[1] "To trace a cut into the history of the imagery produced by Sicily and in Sicily [...], we must return to 1992, to the years of the mafia massacres, to the years of the emotional reaction, to the years of the ideal and cultural repositioning of Sicily, years in which [...] the success of Andrea Camilleri determines a new writing of Sicily, taking up or innovating many threads of the literary, narrative and iconographic tradition of the island." [Savatteri 2022, p. 17].

[2] "The height of the wheels or the play of the bushes on the washers are useful, indispensable, on particularly rough roads." [Buttitta 2007, p. 8].

[3] "It was a social class which, enjoying a more favourable economic situation than that of posterity and peasants, and greater freedom, had a strong sense of self." [Buttitta 2007, p. 11].

[4] The rotation axis of the wheel, called "coddu di fusu", was inclined downwards by approximately three degrees. This was a solution to create positive camber of the wheel, an optimal solution for better mobility of the cart [Di Bella 2014, p. 53].

[5] The wheels have a notable diameter: on average 120 cm; the rim (u circhiuni) on the other hand is thin and protected by an iron ring. The wheels, anchored to an iron rotation axis, called 'fusu', slightly inclined towards the outside, are built by assembling 6 arches, 'cubba', which make up the rim; 12 spokes, 'jammozza', and a central fulcrum, 'miolu', in walnut wood. 'U fusu' rotates inside a wooden element called 'a cascìa di fusu', to which it is anchored by metal brackets. On the latter, the "brackets" are fixed via joints, the actual support of the wagon and anchoring of the rods. The rods, wooden connections between the body of the cart and the towed animal (donkey, horse or mule), reach a length of 350 cm and end at the rear with the 'auction wall' and the 'arriari keys'. At the front they end with the 'auction eye', a ring that connects the chariot to the animal. Between the shelves there is the 'rabbiscu' or 'ciuri di mianzu', a valuable iron artefact for decorative purposes. "How much this piece is Arabic, in the content of thought, in the design and in the workmanship, its very name says it, the wheelwrights still call it rabiscu today, which means arabesque" [Giuseppe Capitò 2007, p. 50]. On the axis there is a frame of purlins called 'chiumazzi and contrachiumazzi' which support the box. The latter, usually parallelepiped, is composed of bottom, 'funnu a cascìa', side rails, 'maschidara', and folding rear rail, 'purteddu'. The case is strengthened by 'barruna', wooden bars and by 'cintuni', iron bars. In front and behind there are, respectively, the rear table 'tabulati d'arriari' and the front table 'tabulati d'avant', having the task of acting as a seat for carters and traveling companions.

[6] "That set of double ribbons intertwined and running all the way around the figurative paintings which is one of the most used and which has a direct comparison in medieval art" [Capitò 2007, p. 52].

[7] The photogrammetric survey was carried out using a Nikon D3500 at the laboratory of Nerina Chiarenza in Aci Sant'Antonio (CT). Generating the 3D model with Agisoft Photoscan was a multi-step process, involving creating a point cloud, forming a mesh, and applying a textured map. The model can be represented through orthophotos useful for three-dimensional modelling and the restitution of the photogrammetric survey. Subsequently, the orthophotos were extracted from the software to conduct a detailed technical analysis of the wagon and its decoration.

[8] "The 'Santantonesi' carts found a large market in the Catania and Syracuse hinterlands; they were sold in the Etna villages and in the fairs of Lentini, Ramacca, S. Maria di Licodia, Scordia, Vizzini, Mirabella Imbaccari, Buccheri, Ferla, Francofonte and in the Ragusa area, all towns with a predominantly agricultural economy" [Di Bella 2014, p. 17].

[9] The painter Nerina Chiarenza, a pupil of Domenico Di Mauro, was for many years the only woman painter of Sicilian carts. Her works are exhibited in museums in Paris (Jules Desbois) and New York. The carver Giuseppe Lanzafame, from Aci Sant'Antonio, is today one of the few remaining carvers, among his works we can list: the Trecastagni cart and the door of the Shrine of San Giacomo in Capizzi (ME).

[10] 'Archi e Pizzi', decoration made up of small arches generated by a tool called 'raspa i tagghiu'. "Every intersection edge between two contiguous surfaces is jagged, fragmented, interrupted in a thousand ways; the semicolon is sometimes completely eliminated and replaced by lobes, simple or doubled almond-shaped incisions" [Capitò 2007, p. 45]. "Now this system of jagging the sharp edges, which in the cart leads to first-rate decorative results, is not new in Sicilian aesthetic expressions, which is centuries old and is directly linked to well-defined traditions of the mother art, the 'architecture'" [Capitò 2007, p. 45].

## Credits

The work presented is part of a broader research on the topic: Sicily as a product. Marinella Arena edited the paragraphs: *Introduction; State of art; Pride in belonging and Icons*. Giuseppina Crea edited the paragraph: *Classification of geometric patterns*. Luciano Marino edited the paragraph: *The Sicilian cart. A case study*.

## References

- AA.VV. (2003). *Grand Tour in Sicilia, 1890-1950*. Palermo: Papiacomunicare.
- Bazin R. (1897). Le tradizioni cavalleresche nella pittura dei carretti. In *Sicilia*, 1897.
- Benjamin W. (1991). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Bolognari M. (a cura di). (2021). *Il mistero e l'inganno, pensare, narrare, creare la Sicilia*. Palermo: Navarra Editore.
- Buttitta A. (2007). Introduzione. In G. Capità (a cura di). *Il Carretto Siciliano*. Palermo: Sellerio.
- Campbell D.T. (1960). Blind variation and selective retention in creative thought as in other knowledge processes. In *Psychological Review*, 67, pp. 380-400.
- Capità G. (2007). *Il Carretto Siciliano*. Palermo: Sellerio.
- Cassirer E. (1961-66). *Filosofia delle forme simboliche*, vol. 4. Firenze: La Nuova Italia.
- Di Bella G. (2014). *Il carretto siciliano memoria e tecnica per non dimenticare*. Palermo: Sellerio.
- Ellul J. (1969). *La tecnica. Rischio del secolo*. Milano: Giuffrè [*La technique ou l'enjeu du siècle*. Paris 1954].
- Langer S. (1953). *An Introduction to Symbolic Logic*. London: Dover Publications.
- Mc Luhan M. (1987). *Dal cliché all'archetipo. L'uomo tecnologico nel villaggio globale* [*From cliché to Archetype*. New York 1970]. Como: Sugarco Edizioni.
- Mc Luhan M. (2015). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.
- Moran F. J., Williams K. (2004). Una classificazione delle pavimentazioni geometriche realizzate dai Cosmati. In *Bollettino dell'Unione Matematica Italiana*, fasc. n.1, pp. 17-47. Unione Matematica Italiana.
- Mumford L. (1980). *Arte e tecnica in collana: Universale ETAS*. Milano: ETAS.
- Panofsky E. (1999). *Il significato nelle arti visive*. Torino: Einaudi.
- Postman N. (1993). *Technopoly: The Surrender of Culture to Technology*. New York: Vintage Books.
- Savatteri G. (2022). *L'isola nuova. Trent'anni di scritture di Sicilia*. Palermo: Sellerio.

## Authors

Marinella Arena, Università degli studi di Reggio Calabria, marinella.arena@unirc.it  
Giuseppina Crea, Università degli studi di Reggio Calabria  
Luciano Marino, Università degli studi di Reggio Calabria

To cite this chapter: Marinella Arena, Giuseppina Crea, Luciano Marino (2024). L'isola in vendita. Per una iconografia della grafica commerciale/The Island for sale. For an iconography of commercial graphics. In Bergamo F., Calandriello A., Ciamaichella M., Friso I., Gay F., Liva G., Monteleone C. (Eds.), *Misura / Dismisura. Atti del 45° Convegno Internazionale dei Docenti delle Discipline della Rappresentazione/Measure / Out of Measure. Transitions. Proceedings of the 45th International Conference of Representation Disciplines Teachers*. Milano: FrancoAngeli, pp. 2261-2284.