



AIAP

associazione italiana design
della comunicazione visiva

PROGETTO GRAFICO — CALL FOR PAPER

Numeri 35 e 36, anno 2019

Data pubblicazione call: 25.03.2019

Scadenza invio proposte per il numero 35: ~~29.04.2019~~ 15.05.2019

Scadenza invio proposte per il numero 36: 2.09.2019

La rivista

«Progetto grafico» è la rivista internazionale di grafica fondata nel 2003 e edita da Aiap, Associazione italiana design della comunicazione visiva. Da sempre un punto di riferimento per la cultura del progetto di comunicazione visiva in Italia, è dal 2012 tradotta integralmente in inglese.

Dal 2017 la direzione è stata affidata a Jonathan Pierini e Gianluca Camillini. Il nuovo «Progetto Grafico» offre uno sguardo critico sulla cultura grafica e visuale, composto da punti di vista particolari: una narrazione per frammenti. Propone associazioni tra articoli basate su collegamenti di diversa natura che valorizzano considerazioni transdisciplinari, storiche e contemporanee. Un duplice sguardo, lontanissimo e vicinissimo rispetto al progetto.

La convinzione è che l'osservazione delle manifestazioni visive, sia che si tratti di artefatti che di rappresentazioni delle cose, così come la produzione grafico-visiva, possano dare un contributo al dibattito culturale contemporaneo.

Anche le tipologie di contributi sono eterogenee includendo materiali visivi, saggi e interviste. Ogni numero è un excursus narrativo che esplora le possibilità di storytelling della rivista.

Ogni anno viene pubblicata una call for paper internazionale dove si presentano gli ambiti di analisi al fine di raccogliere i contributi.

Ambiti di analisi

Ogni anno «Progetto Grafico» pubblica una call for papers internazionale per presentare gli ambiti di analisi delle due uscite successive e raccogliere i relativi contributi. I numeri 35 e 36, che verranno pubblicati nel 2019, indagheranno rispettivamente il tema del sacro e del profano.

Come per le uscite precedenti, «Progetto Grafico» rivolge lo sguardo alla ricerca di differenze e analogie, attraverso un punto di vista sul progetto che spazia dal vicinissimo al lontanissimo, in un costante processo di analisi su possibili collegamenti e suggestioni alla pratica.



AIAP

associazione italiana design
della comunicazione visiva

Sacro

In questo numero ci interessa indagare il tema del sacro, cercando di assumere un approccio lucido e di ascolto. Se è vero che esistono "guru" e momenti "sacri" nel design, ci interesserebbe avvicinarci anche ai venerabili maestri osservando ciò che di loro è valido, non rifiutandone in toto la storia in quanto sacralizzata, e chiedendoci se il tema della sacralità sia legato necessariamente alla creazione di dogmi. Può essere considerato un dogma anche la lettura dissacratoria a tutti i costi.

Il tema del sacro è interessante anche al di fuori della prospettiva della "laicizzazione" dello sguardo: qual è la sacralità nel design e nelle nostre vite, oggi? Esiste qualche progettista che ha portato con la sua ricerca un significato nuovo e parlante al tema della sacralità?

Profano

Non soltanto in opposizione al tema del sacro, ma con un'accezione di più ampio respiro, il termine "profano" permette di esplorare tutto ciò che in qualche modo crea un elemento di attrito, di contrasto, si riallaccia a una natura materiale, amatoriale, mondana. Dalla grafica vernacolare a quella creata da professionisti e professioniste che hanno deciso di non sottostare a dettami e scuole prefissati. Parlare di design profano vuol dire de-assolutizzare e de-universalizzare. Questo tema permette di includere riflessioni su settori di progettualità comunemente considerati "profani" come branding o pubblicità. Un'altra profanazione riguarda le voci minoritarie fuori e dentro il design che hanno avuto nei decenni scorsi una scarsa rappresentazione nel mondo della grafica e che oggi stanno avendo un giusto risveglio, obbligando la nostra disciplina a ripensarsi rompendo le voci di design «ufficiali».

Come contribuire

Inviare, entro le date sopra indicate, un breve abstract di massimo 400 parole al seguente indirizzo: **redazione_progettografico@aiap.it**

Indicare titolo e sottotitolo, nome dell'autore o degli autori, eventuali affiliazioni, cinque parole chiave che definiscano l'ambito di interesse, una breve indicazione sulla rilevanza del contributo proposto.



AIAP

associazione italiana design
della comunicazione visiva

Norme redazionali

Si chiede agli autori dei brani di attenersi il più possibile a queste norme.

Il nome della testata è «Progetto grafico».

I titoli di giornali o periodici vanno inseriti in virgolette caporali e mantenuti con le maiuscole, le minuscole e gli articoli presenti sulla testata: ad esempio, «il manifesto», «Corriere della sera», «la Repubblica».

Le citazioni e i dialoghi vanno inseriti tra virgolette caporali.

I titoli di mostre, libri, film, opere in genere vanno in corsivo..

La d eufonica va evitata quando le due vocali di fine e inizio parola sono diverse, a eccezione di «ad esempio».