

Progetto grafico 20

176 pagine

Matematica e progettazione $\sqrt{\sqrt{\sqrt{}}}$

Progettare la formazione $\sqrt{\quad}$

Riflessioni sui libri di testo e il futuro della didattica $\sqrt{\sqrt{\sqrt{}}}$

La rivista e le sue trasformazioni $\sqrt{\sqrt{\sqrt{}}}$

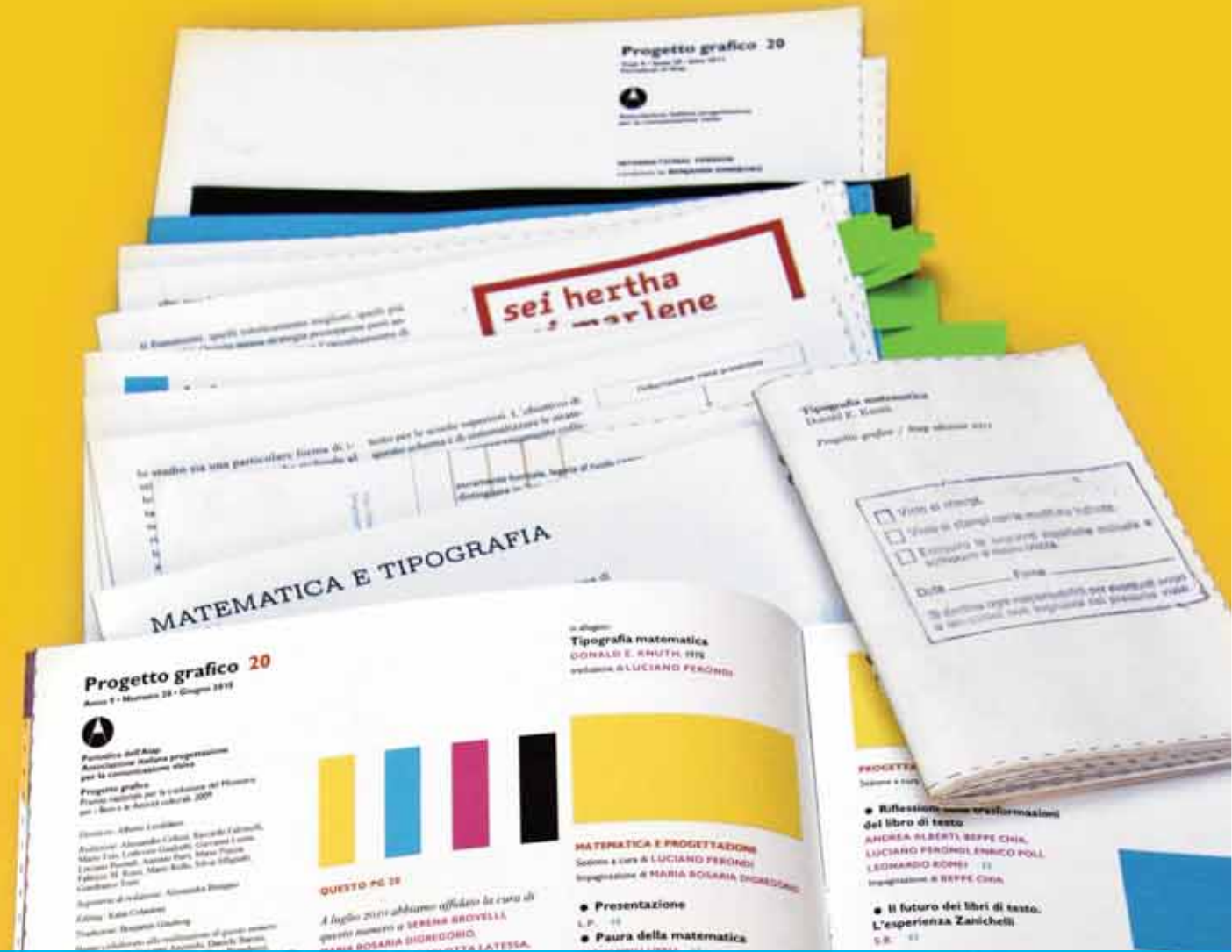
Il convegno internazionale Behaviour. La città senza nome $\sqrt{\sqrt{\sqrt{}}}$

La sperimentazione digitale $\sqrt{\quad}$ la riscoperta dell'analogico $\sqrt{\quad}$

Eventi $\sqrt{\quad}$ Mostre $\sqrt{\quad}$ Novità $\sqrt{\sqrt{\sqrt{}}}$

La cartografia nell'era di Google $\sqrt{\sqrt{\sqrt{}}}$

Design Per Bologna 2010



ALLEGATO

Donald Knuth, *Tipografia e Matematica*

celebriamo il raggiungimento della **PAGINA 3000** di **Pg** con un allegato - la traduzione curata da Luciano Perondi di un testo di Donald Knuth inedito in Italia

EXTRA

Progetto grafico 20 international

nelle ultime 24 pagine (177-200) gli abstract di tutti gli articoli di **Pg 20** tradotti in inglese

GLI AUTORI Andrea Alberti / Giovanni Anceschi / Daniele Baroni / Antonino Benincasa / Sandro Berra / Flora Bianchessi / Emanuela Bonini Lessing / Carlo Branzaglia / Serena Brovelli / Fulvio Caldarelli / Beppe Chia / Andrea Cioffi / Maria Rosaria Digregorio / Luigi Farrauto / Ivan Favalezza / Cinzia Ferrara / Stefania Fucci / Carlotta Latessa / Alberto Lecaldano / Silvio Lorusso / Giovanni Lussu / Valentina Manchia / Iginio Marini / Valentina Montagna / Matteo Moretti / Michele Patanè / Luciano Perondi / Daniela Piscitelli / Luca Pitoni / Enrico Poli / Leonardo Romei / Silvia Sfligiotti / Alessandro Tartaglia

In questo pdf:
il sommario;

alcune pagine dalla rivista: Progettazione e matematica / Riflessioni sulle trasformazioni del libro di testo / Il futuro dei libri di testo / Il disegno delle riviste / Behaviour. La città senza nome / Geographie / Carboni e Barilla / Design Per 2010;

il coupon per l'abbonamento o per acquistare le copie arretrate.



Periodico dell'AIAP
Associazione italiana progettazione
per la comunicazione visiva

Progetto grafico
Premio nazionale per la traduzione del Ministero
per i Beni e le Attività culturali, 2009

Direttore: Alberto Lecaldano

Redazione: Alessandro Colizzi, Riccardo Falcinelli,
Mario Foti, Lodovico Gualzetti, Giovanni Lusso,
Luciano Perondi, Antonio Perri, Mario Piazza,
Fabrizio M. Rossi, Mario Russo, Silvia Sfligiotti,
Gianfranco Torri

Segreteria di redazione: Alessandra Benigno

Editing: Katia Colantoni

Traduzioni: Benjamin Ginsburg

Hanno collaborato alla realizzazione di questo numero:
Andrea Alberti, Giovanni Anceschi, Daniele Barone,
Antonino Benincasa, Sarah Barra, Flora Bianchessi,
Emmanuel Homi Lessing, Carlo Brazzaglia, Serena Brovelli,
Fulvio Caldaroli, Beppe Chia, Andrea Cioffi,
Francesca Cornamello, Giovanni De Maani,
Maria Rosaria Digregorio, Martha Fabbri, Luigi Farrauto,
Ivan Favalezza, Cinzia Ferrara, Stefania Fucci, Eugenio Iorio,
Carlotta Latessa, Alberto Lecaldano, Martijn Le Coultre,
Peppe Liberti, Anna Maria Lorusso, Silvio Lorusso,
Giovanni Lusso, LUST, Valentina Manchia, Igino Marini,
Valentina Montagna, Matteo Moretti, Giorgio Napolitano,
Dietmar Offenhuber, Michele Patané, Luciano Perondi,
Mario Piazza, Daniela Piscitelli, Luca Pitoni, Enrico Poli,
Leonardo Romei, Silvia Sfligiotti, Alessandro Tartaglia,
Sébastien Thiry, Tiziana Villani

Progetto grafico: restyling di Alberto Lecaldano del progetto
grafico di "Notizie Aiap" (di A.L. e Daniele Turchi)

Impaginazione e preparazione alla stampa:

Cristina Così, Alessandra Benigno
L'allegato *Tipografia e matematica* è stato progettato e
impaginato da Luciano Perondi; la sezione di apertura
Progettazione e matematica è stata progettata e impaginata da
Maria Rosaria Digregorio; l'articolo *Riflessioni sulle
trasformazioni del libro di testo* è stato progettato e
impaginato da Beppe Chia; la sezione *Geographic* è stata
progettata e impaginata da Luigi Farrauto

Gli autori delle immagini sono indicati nelle didascalie;
altre sono state fornite dagli autori o riprese da siti, libri
o cataloghi per essere utilizzate in segnalazioni o recensioni

Progetto grafico
Via del Boschetto, 116 - 00184 Roma
tel. 06 4827005 / 06 4827047 - fax 06 4742860
progettografico@aiap.it - <http://aiap.it/progettografico>

Aiap
Via Ponchielli, 3 - 20129 Milano
tel. 02 29520590 - fax 02 29512495
aiap@aiap.it - www.aiap.it

Consiglio direttivo:
Daniela Piscitelli, *Presidente;*
Cinzia Ferrara, *Vice presidente;*
Massimo Porcedda, *Segretario generale*

Consiglieri: Matteo Carboni, Emmanuel Homi Lessing,
Francesco M. Ginili, Gaetano Grizzani, Francesco E. Guida,
Cosimo Pancini

Proibitori: Giangioegio Fuga, *Presidente;* Simronetta Ferrante,
Segretario; Franco Bulani, Alberto Lecaldano,
Roberto Pseracini

Revisori dei conti: Laura Ferrario, Camilla Masciadri,
Marco Pea

Tesoriere: Piergiorgio Capozza
Direttore: Maria A. Di Piero
Segreteria: Elena Panzeri
Segreteria amministrativa: Lucia Leonardi

Impianti e stampa: C13 Grafica srl, via Vito Vincenti 23,
loc. Cerbara 06042, Città di Castello (PG)

Distribuzione in libreria: Joo Distribuzione, via F. Argelati 35,
20143 Milano

Registrazione del tribunale di Milano n. 709 del 19/10/1991
Direttore responsabile: Alberto Lecaldano

Realizzato con la collaborazione tecnica di



in allegato:

Tipografia matematica

DONALD E. KNUTH, 1978

traduzione di LUCIANO PERONDI



QUESTO PG 20

A luglio 2010 abbiamo affidato la cura di
questo numero a SERENA BROVELLI,
MARIA ROSARIA DIGREGORIO,
LUIGI FARRAUTO, CARLOTTA LATESSA,
LUCIANO PERONDI.
Il futile pretesto era che il numero avrebbe
contenuto la pagina 3000: la vaga affinità tra
3000 e 30 ci è sembrata un inequivocabile e
imprescindibile segnale e ci ha spinti a
scegliere degli interlocutori piuttosto giovani
(intorno ai trent'anni).

In realtà il vero motivo è che la generazione
dei trentenni ha già dato un contributo di alto
livello alla nostra rivista. È una generazione
maturata nell'ambito della formazione
pubblica e dalla quale ci si può attendere
molto, sia in approfondimenti teorici nella
nostra materia sia nella professione, o ancora
meglio nella consapevolezza del ruolo
professionale. Insomma validi motivi per
affidare a loro un numero di Pg.

Intorno alla griglia impostata dai curatori
(matematica/formazione/riviste/geografia/
attualità) si sono poi aggiunte nuove sezioni
(quelle dedicate al convegno Behaviour alla
Triennale di Milano e a Design Per a
Bologna) altri curatori, molti autori, molte
nuove firme.

Come di consueto festeggiamo il
raggiungimento della meta 3000 pagine
proponendo in un libricino allegato la
traduzione di un testo inedito in Italia; questa
volta si tratta della traduzione di un articolo
di Donald Knuth al quale si collega
l'apertura: Matematica e progettazione.
Nel sommario che segue una breve
presentazione per ogni sezione, i titoli,
i curatori, gli autori.

Il numero dei contributi e il loro livello è alto,
e anche questo ci sembra un ulteriore segnale
della capacità dei trentenni di discutere,
organizzare, trainare, movimentare. A.L.



MATEMATICA E PROGETTAZIONE

Sezione a cura di LUCIANO PERONDI

Impaginazione di MARIA ROSARIA DIGREGORIO

● Presentazione

L.P. 10

● Paura della matematica

GIOVANNI LUSSU 12

● Matematica e tipografia

IGINO MARINI 17

● Progetto grafico. Tipografia,
progettazione e matematica

MICHELE PATANÉ 20

● Non con le clave, ma con l'influenza

ALESSANDRO TARTAGLIA 26

Questa sezione è dedicata al rapporto tra
matematica e progettazione, verso il quale si
è sviluppato un certo interesse anche
nell'ambito del design della comunicazione
più tradizionale (in particolare nella
tipografia), divenendo negli ultimi anni un
tema centrale anche in Italia, vinte le
resistenze e i pregiudizi legati a un contesto
culturale in cui la progettazione, come
sottolineato nell'articolo di GIOVANNI
LUSSU, veniva contrapposta, in quanto
disciplina umanistica, alla scienza.
Non è una novità che la matematica sia
strettamente connessa al design, ma la
necessità di affrontare oggi la questione dello
sviluppo di strumenti informatici a supporto
della progettazione (come spiegato negli
articoli di IGINO MARINI e MICHELE
PATANÉ), la pratica professionale
ulteriormente e radicalmente evolutasi negli
ultimi dieci anni (discussa da ALESSANDRO
TARTAGLIA nel suo articolo) e l'importanza
che la cosiddetta "information visualization"
(in stretto rapporto con la grafica statistica)
ha assunto, ha imposto ai "grafici" un
confronto con questo tema.
Si intende raccogliere in questa sezione i
primi spunti su cui ragionare per una
evoluzione riguardo agli aspetti scientifici
della formazione dei designer e per una
introduzione dei problemi legati alla
progettazione nell'ambito matematico, in
modo da creare le condizioni conoscitive e
tecniche perché si possano realizzare progetti
migliori. L.P.



PROGETTARE LA FORMAZIONE

Sezione a cura di SERENA BROVELLI

● Riflessioni sulle trasformazioni
del libro di testo

ANDREA ALBERTI, BEPPE CHIA,
LUCIANO PERONDI, ENRICO POLI,
LEONARDO ROMEI 32

Impaginazione di BEPPE CHIA

● Il futuro dei libri di testo.

L'esperienza Zanichelli

S.B. 42

● Strategia di lettura e tipografia
nei libri di testo

VALENTINA MONTAGNA 47

● Gli Elementi di Byrne

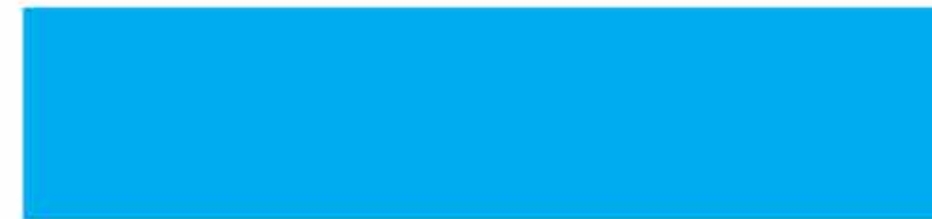
MARIA ROSARIA DIGREGORIO 58

● Pensiamo di grafica.

Il Sussidiario di Polano

S.B. 64

L'educazione e la formazione sono tra le
tematiche più delicate con le quali
confrontarsi. Non solo cosa si insegna, ma
come lo si fa e attraverso quali mezzi influisce
sul rendimento degli studenti e sull'efficacia
del risultato. Oggi che gli strumenti
multimediali e tecnologici in genere hanno
modificato le modalità con cui si accede alla
conoscenza vale la pena riflettere sugli
strumenti dedicati all'insegnamento e su cosa
un progettista della comunicazione visiva può
fare per migliorarli.
BEPPE CHIA ha invitato 5 esperti di
comunicazione visiva con diverse
specializzazioni a confrontarsi in una sorta di
brainstorming sul ruolo che le loro professioni
ricoprono (potenzialmente e realmente) nella
progettazione dell'insegnamento; VALENTINA
MONTAGNA propone un'analisi semiotica e
analitica sui libri di testo e sulle strategie di
lettura adottate durante lo studio; il caso
Zanichelli è emblematico del panorama
editoriale italiano e delle modalità di
evoluzione reali; MARIA ROSARIA
DIGREGORIO prende spunto dalla nuova
edizione degli Elementi di Euclide per
analizzare il ruolo del diagramma
nell'insegnamento. Infine la recensione del
volume Sussidiario (Polano, Tassinari) fa
riflettere nuovamente sul ruolo del progettista
della comunicazione visiva e sulle numerose e
delicate sfaccettature che questa professione
ricopre. S.B.



UN'INDAGINE PRELIMINARE SULL'IDEA DI RIVISTA E LE SUE TRASFORMAZIONI

Sezione a cura di CARLOTTA LATESSA, LUCIANO PERONDI, LEONARDO ROMEI

● Nuove strade per le riviste, sette domande

A CURA DI C.L., L.P., L.R.

Hanno risposto FRANCESCA COMUNELLO, GIOVANNI DE MAURO,
MARTHA FABBRI, EUGENIO IORIO, PEPPE LIBERTI, ANNA MARIA LORUSSO,
GIORGIO NAPOLITANI 66

● Tra libri di didattica e riviste

L.R. 74

● Il disegno delle riviste

LUCA PITONI 76

● Infographic is beautiful

VALENTINA MANCHIA 81

● Le ragioni per pubblicare

SILVIA SFLIGIOTTI 84

Interviste a ALEXANDRE DIMOS ("Back cover"), THIERRY HAUSERMANN ("Idpure"),
MAX BRUINSMA ("Items"), CAROLINE BOUIGE e ISABELLE MOISY ("étapes"),
JOHN L. WALTERS ("Eye"), FILIP BLAŽEK ("Typo"), EDUARDO BRAVO ("Visual")

● "Progetto grafico", la rubrica Progetti

ALBERTO LECALDANO 88

Obiettivo della sezione è individuare e riflettere sulle trasformazioni che investono e hanno
investito l'idea di rivista. Si tratta di un'indagine preliminare, che si completerà se i lettori
interverranno proponendo altre domande e i propri punti di vista.
C.L., L.P., L.R. pongono sette domande a ricercatori ed esperti italiani provenienti da campi
diversi, dall'editoria allo studio della comunicazione, fino alle scienze naturali. In particolare
per capire come le dinamiche partecipative del media digitali si intreccino con nuove forme di
comunicazione scientifica e pratica della ricerca.
L.R. si propone di chiarire aspetti dell'idea di rivista rispetto ad altri generi e possibili
articolazioni interne di questa idea.
LUCA PITONI riflette sul rapporto stretto tra contenuto e forma, indispensabile per evitare che
il progetto di una rivista divenga mero esercizio estetico individuale; al contempo pensa a una
grafica di servizio per costruire relazioni col lettore.
VALENTINA MANCHIA coglie la domanda di interpretazione e chiarezza che viene posta al
trattamento visivo delle informazioni; analizza poi come diverse riviste di life style affrontano
la questione.
SILVIA SFLIGIOTTI si chiede come la rivista cartacea possa resistere al flusso del digitale,
ponendo l'accento sulla sua dimensione, anche materiale, fatta di completezza, integrità,
testimonianza. A questo riguardo ha intervistato direttori e redattori di alcune riviste europee
per conoscere le loro scelte e i loro motivi per pubblicare.
ALBERTO LECALDANO offre una riflessione sull'andamento della rubrica Progetti di
Progetto grafico, mettendo a confronto gli intenti di questa sezione e le risposte dei designer
che vi hanno dato il loro contributo. C.L., L.P., L.R.

BEHAVIOUR

LA CITTA SENZA NOME.
BEHAVIOUR. SEGNI E SEGNALI
NEL PAESAGGIO CONTEMPORANEO
Sezione a cura di EMANUELA BONINI LESSING
e SILVIA SFLIGIOTTI

- Presentazione
E.B.L. e S.S. 92
- L'identità è un luogo comune
FULVIO CALDARELLI 94
- Intelligenze urbane
E.B.L. 96
- Il design registico nello spazio-tempo
GIOVANNI ANCESCHI 100
- Trashtrack
DIETMAR OFFENHUBER /
SENSEABLE CITY LAB 104
- P.I.B. (Personal Information Bubble)
LUST 106
- Sovvertire la rappresentazione
dello spazio urbano
S.S. intervista SEBASTIEN THIERY 108
- Diritto all'urbano e identità precarie
E.B.L. intervista TIZIANA VILLANI 110

Il convegno internazionale Behaviour. La città senza nome, tenutosi alla Triennale di Milano il 25-26 novembre 2010, è il terzo di una serie di convegni multidisciplinari nati per indagare sul tema della città contemporanea, del suo sviluppo fisico e sociale e della sua identità, con interventi di esponenti di diverse discipline. Proseguendo il discorso iniziato a Milano, Progetto grafico ha chiesto ad alcuni dei relatori un contributo per aiutare a definire e comprendere la situazione attuale degli spazi collettivi. FULVIO CALDARELLI sottolinea l'importanza della creazione di nuovi strumenti per la comprensione della realtà urbana; GIOVANNI ANCESCHI sceglie l'aeroporto come emblema di una complessità che può essere affrontata con un design inteso in senso registico; E.B.L. evidenzia diverse modalità tramite le quali la comunicazione visiva affronta, o può affrontare, la frammentazione della scena urbana contemporanea; DIETMAR OFFENHUBER (del Senseable City Lab) e LUST presentano due stimolanti casi studio; infine, le interviste a SEBASTIEN THIERY e TIZIANA VILLANI presentano i rispettivi punti di vista sulla condizione del vivere urbano, sottoposta a violente pressioni e mutazioni, sulle nuove marginalità e sulla cultura dell'emergenza. E.B.L. e S.S.



MAGENTA
Sezione a cura di MARIA ROSARIA DIGREGORIO e CARLOTTA LATESSA

L'informazione esiste dove c'è uno spazio libero
C.L. 112

Buone impressioni
SANDRO BERRA 116

London Calling
IVAN FAVALEZZA in collaborazione con ANDREA CIOFFI 120

Manifesti italiani 124

- Spaghetti Vespa Typography
MATTEO MORETTI intervista ANTONINO BENINCASA 126
- Finestre sull'Italia
Intervista a MARIO PIAZZA 129
- FLORA BIANCHESSI intervista MARTIJN LE COULTRE 130

La corporate identity e la trasformazione delle città
LEONARDO ROMEI 132

Cultura del cibo, cultura del progetto
STEFANIA FUCCI 134

Carboni e Barilla
SILVIO LORUSSO 138

La sezione Magenta offre un resoconto degli accadimenti più rilevanti nel panorama della progettazione grafica. Anche in questo numero abbiamo rispettato l'impegno dell'informazione sugli eventi di attualità, creando però una serie di approfondimenti rispetto ai temi delle altre sezioni.

Gli articoli di C.L. e SANDRO BERRA si collegano alle riflessioni sull'editoria delle sezioni Giallo e Cyan analizzando i due possibili estremi della questione, ovvero la sperimentazione digitale e la riscoperta dell'analogico.

La recensione del libro di Emanuela Bonini Lessing Interfacce metropolitane. Frammenti di corporate identity a cura di LEONARDO ROMEI amplia il tema del convegno Behaviour. La città senza nome, approfondendo il rapporto tra comunicazione urbana e design della comunicazione.

Una serie di articoli è poi dedicata a ciò che accade di rilevante in Italia e all'estero: STEFANIA FUCCI e SILVIO LORUSSO raccontano gli eventi collaterali di Design Per, la Settimana Internazionale della Grafica di Bologna, mentre IVAN FAVALEZZA e ANDREA CIOFFI riportano le impressioni dell'Anti Design Festival di Londra.

Tre interviste si occupano infine della grafica italiana celebrata all'estero: una è di MATTEO MORETTI a ANTONINO BENINCASA, curatore di Spaghetti Vespa Typography, ospitata dalla Budapest Design Week; la seconda è a MARIO PIAZZA, curatore di Finestre sull'Italia ideata dallo studio Impulsar; l'ultima è di FLORA BIANCHESSI a MARTIJN LE COULTRE, direttore del Dutch Poster Museum di Hoorn che ha ospitato Finestre sull'Italia. M.T.D. e C.L.



GEOGRAPHIE
Sezione a cura di LUIGI FARRAUTO 144
Impaginazione di L.F.

- Le mappe nell'era di Google: tra il vintage e l'high-tech
L.F. 146
- Il futuro delle carte geografiche, il presente della cartografia
L.F. intervista GIOVANNI DE AGOSTINI 151
- Modelli fisici interattivi. Tangible Media Lab, Mit
DANIEL LEITHINGER 154
- Variazioni sul tema 155
- Geografie personali e spazi della narrazione. Letture
A cura di L.F. 157

"L'apparenza topografica [...] è una spoglia dalla quale non si ricava più nulla di plausibile e concreto circa il funzionamento del mondo".

FRANCO FARINELLI
Geografia. Un'introduzione ai modelli del mondo, Einaudi, Torino 2003

Nell'ultimo decennio la cartografia digitale ha stravolto le modalità di accesso alle informazioni geografiche: la città moderna è a portata di tutti, in tempo reale e nel grado di dettaglio che più si preferisce. Quello che un tempo era l'atlante oggi è sostituito da mappe digitali, smartphones e navigatori satellitari.

Tale proliferazione di strumenti per esplorare il territorio lasciano presupporre un parallelo arricchimento generale delle competenze in campo geografico: ciò nonostante le statistiche dimostrano come la vera conoscenza del mondo sia sempre meno approfondita, analitica.

Forse, nell'era del digitale, la geografia è diventata l'arte di attingere a un database, l'applicazione di una procedura. Un campo di indagine da ampliare solo nel momento in cui ce n'è bisogno. Just Google it.

Nel mentre l'Istituto Geografico De Agostini chiude i battenti e la geografia quasi scompare dai programmi scolastici: le mappe cartacee sono concetti già obsoleti, e con loro lo studio del mondo farà la fine del latino e dei vinili. Diventerà vintage. Per non morire definitivamente, per superare la sua 'crisi', la cartografia può in qualche modo tornare al suo antico ruolo centrale nel rapporto tra l'individuo e la conoscenza del mondo? L.F.



DESIGN PER
Sezione a cura di DANIELA PISCITELLI

- Il design come attivatore sociale
D.P. 160
- Book and e-book
DANIELE BARONI 164
- Design per l'impresa
CARLO BRANZAGLIA 165
- Alimenti Grafici
CINZIA FERRARA 166

La sezione dedicata a Design Per, svoltosi nella sua seconda edizione a Bologna, cerca di dare qualche piccola indicazione della complessità dell'evento che di fatto si sta imponendo in Italia al pari di consolidate international design week europee.

Tema conduttore gli Alimenti Grafici, usato come metafora negli incontri denominati Focus on del mattino, nelle tavole rotonde serali, nei workshop internazionali e nella conferenza plenaria all'interno della quale i designer europei invitati, leader dei tre workshop - Jeroen Disch dello Studio Lava di Amsterdam (European Design Agency of 2010), Gordon Young collaboratore dei londinesi Way Not Associates (del quale era presente anche il fondatore Andy Altman), e Borja Martinez e Gerard Mirò, dello Studio LoSiento di Barcellona - hanno duettato con due ospiti d'eccezione, Massimo Montanari e Domenico De Masi.

Ma il tema si è misurato anche con le nuove frontiere dell'editoria digitale, sezione curata dal professor DANIELE BARONI, così come attenzione è stata posta al rapporto tra design e imprese, con la curatela di CARLO BRANZAGLIA, e nella tavola rotonda curata da Progetto grafico che ha inteso indagare sulla natura degli alimenti del progetto. Tutti gli open studio serali poi hanno offerto un panorama dell'ospitalità emiliana che, anche grazie a operazioni come Ortofabbrica di Angelo Grasso, rende la misura dell'attenzione ai temi del progetto avvertita nella Regione.

Un type lab allestito nel Cortile d'Onore di Palazzo d'Accursio ha completato la settimana, offrendo dei veri e propri 'spuntini' di tipografia su macchine d'epoca lucidate per l'occasione. D.P.

[PAGINA 3000]
Hope Japan Poster 90

Replay 1
Il Ministero della Paura / La grafica tra le nuvole 41

Replay 2
Franco Balan e il giallo 73

Replay 3
Francesca Lazzarato, Cartoneros no hay dineros 176

Novità e Precisazioni 176



Note tecniche A.L. 176

PG 20 INTERNATIONAL VERSION 177
Translations by BENJAMIN GINSBORG

PROGETTAZIONE E MATEMATICA

Luciano Perondi

Questa sezione è dedicata alla questione del rapporto tra matematica e progettazione, verso il quale si è sviluppato un certo interesse anche nell'ambito del design della comunicazione più tradizionale (in particolare nella tipografia), divenendo negli ultimi anni un tema centrale anche in Italia, vinte le resistenze e i pregiudizi legati a un contesto culturale in cui la progettazione, come sottolineato nell'articolo di **Rossana Lenzi**,

veniva contrapposta, in quanto disciplina umanistica, alla scienza. Senza dubbio non è una novità che la matematica sia strettamente connessa al design e al design della comunicazione, ma la necessità di affrontare oggi la questione dello sviluppo di strumenti informatici a supporto della progettazione (come spiegato negli articoli di **Enzo Marini**

e **Michele Patani**), la pratica professionale ulteriormente e radicalmente evolutasi negli ultimi dieci anni (discussa da **Alessandro Portogalli** nel suo articolo)

e l'importanza che il cosiddetto "information visualization" (in stretto rapporto con la grafica statistica) ha assunto, hanno imposto ai "grafici" un confronto con questo tema. I progettisti sono chiamati a completare la propria formazione, anche solo per non trovarsi a essere in posizione completamente passiva rispetto alle nuove modalità di comunicazione che di anno in anno emergono e alla produzione di software, altrimenti chiusa e basata su modelli in cui l'intervento del designer è ridotto a volte a essere un semplice visualizzatore privo di consapevolezza. In questa sezione si intende raccogliere i primi spunti su cui ragionare per una evoluzione riguardo agli aspetti scientifici della formazione dei designer e per una introduzione dei problemi legati alla progettazione nell'ambito matematico, in modo da creare le condizioni conoscitive e tecniche perché si possano realizzare progetti migliori.

Dove possiamo agire da subito:

- didattica per il design, introducendo la matematica per affrontare questioni ormai quotidiane
 - interazione con temi scientifici, opportunità progettuali altrimenti ignote,
 - superamento dell'esecutivismo e fine della tiratura dei software con formati proprietari;
 - formazione scientifica per i designer, permette di affrontare i problemi da prospettive diverse.
- utile riconsiderare la didattica del design in questo senso, senza dimenticare la lezione di Maldonado a Ulm, ma ripensando all'impostazione dell'insegnamento di alcune discipline tradizionalmente viste da altre prospettive in termini didattici; → la tipografia è stato il terreno che è parso congeniale per questo esperimento, per via dei precedenti (**Donald E. Knuth**), per via della relativa facilità di accesso al problema e dell'evidenza delle possibilità e per la possibilità, in chiave didattica, di intervenire senza una formazione specifica come programmatore e senza conoscenze matematiche particolarmente approfondite: il risultato è che ripensare le forme per descrivere in termini matematici e generare caratteri parametrici aiuta a comprendere e a controllare meglio le forme stesse, i rapporti proporzionali tra le componenti dei caratteri e le variabili tipografiche, come che altrimenti rimangono legate a regole astratte e mnemoniche. Non si può fare dire cosa rende una curva più bella di un'altra o una lettera più coerente con l'insieme di un'altra, ma si possono indicare molte cose dall'analisi dei caratteri esistenti e dalla sperimentazione pratica.

→ le ulteriori applicazioni sarebbero innumerevoli e da scoprire. Quello di **Alessandro Portogalli** è solo uno dei possibili esempi pratici proposti, un esempio di qualcosa di molto più complesso in un ambito completamente diverso dalla tipografia e per questo motivo fortemente esemplificativo.

Questa sezione è composta in *Computer Modern Concrete* di Donald E. Knuth e impaginata da Maria Rosaria Digregorio

10, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

→ le due culture pregiudizialmente viste come contrapposte
↓
è auspicabile una confluenza, perché sono in realtà un tutt'uno

→ primo possibile obiettivo: matematica a supporto della progettazione
↓
non possiamo dire se e quanto potrebbe essere utile la progettazione alla matematica, ma è vero sicuramente l'opposto.

Solo con la giusta dose di matematica in fase formativa ci sarebbe il background per ragionare sugli strumenti a supporto della progettazione.

→ ripensare la didattica in modo meno settoriale e liberandosi da una serie di pregiudizi (contrapposizione teoria-pratica, discipline scientifiche-umanistiche ecc.) e dalla logica obsoleta delle discipline.

In Italia abbiamo una buona tradizione in ambito ingegneristico (più che nell'arte e nella cosiddetta "cultura") e una ancora valida formazione di base in ambito scientifico, potrebbe essere un'opportunità su cui investire.

→ primo banco di prova: tipografia & matematica
↓
impossibile non menzionare **Donald E. Knuth**, di cui vi proponiamo nell'allegato alcuni passaggi tradotti dalla sua *Donald E. Knuth*, in cui si mostra con un esempio reale, effettivamente funzionante e descritto con dovizia di particolari, come la matematica e la progettazione possono integrare al di fuori dei tradizionali ambiti di applicazione riconosciuti nell'uno e nell'altro campo. Questo non significa che i progettisti debbano diventare necessariamente ingegneri o che possano essere sostituiti da algoritmi generativi, ma che ci sono pressoché infinite possibilità di interscambio tra ambiti considerati lontani.

Sapere che un'asta e una pancia vanno ricordate "a occhio" è diverso dal sapere il modo in cui lo spessore del raccordo deve variare in funzione del peso, del grado di compressione, della quantità e del tipo di contrasto, del grado di squadratura del disegno. Questa relazione è misurabile ed è relativamente facile trovare algoritmi che l'approssimino. Tutto questo è evidente da quanto scrive lo stesso Donald E. Knuth: "È possibile dare una descrizione rigorosa della forma esatta della lettera "a", ad esempio, in modo tale che un'infinità di varianti di stile (bold, extended, sans-serif, italic ecc.) siano ottenibili da una singola descrizione cambiando solamente alcuni parametri. Se si fa lo stesso per tutte le lettere e per tutti i simboli, si otterrà una descrizione matematica di un carattere tipografico, descrizione che potrà essere usata su qualsiasi macchina, sia ora, sia in futuro." "Certamente è necessario che le lettere descritte matematicamente rispettino i canoni tradizionali di bellezza tipografica: data una sequenza di punti nel piano, qual è la curva più soddisfacente esteticamente che li connette? Questa domanda solleva problemi matematici interessanti e una soluzione, basata su un nuovo tipo di curve spline, ha prodotto caratteri tipografici eccellenti negli esperimenti preliminari effettuati dal sottoscritto."

Prestigiosa conferenza organizzata dalla American Mathematical Society in cui ogni anno si propone al pubblico e alla comunità scientifica un intervento che illustri un particolare contributo che la matematica sta offrendo al pensiero e alla civiltà contemporanea.

Si può estendere alla progettazione in generale quanto scritto da Donald E. Knuth nell'abstract del suo intervento. "Si può concludere che un approccio matematico alla progettazione di caratteri non elimina gli artisti che hanno fatto questo lavoro per così tanti anni, al contrario, fornisce loro un nuovo entusiasticamente strumento con cui lavorare".

10 maggio 2012

APERTURA: MATEMATICA

11, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

Riflessioni sulle trasformazioni del libro di testo

Intervista a: **Andreas Gredler**, **Renato Gualandri**, **Roberto Gualandri**, **Marina Motta**, **Paola Pini**

"Di tutte le cose da ricercare, la prima è la sapienza". Si tratta dell'incipit del *Didascalium* di Ugo da San Vittore, tratto dal testo di Ivan Illich. Nella *Signa del testo*, Milano 1994. Partiamo da Ivan Illich per due motivi. Il primo è che Illich analizza un periodo ristretto intorno al 1150 in cui mutò l'idea di libro. Dal libro letto e condiviso al libro contenitore unico di sapere. Negli ultimi decenni l'idea di libro che è rimasta per quasi un millennio è stata riformando e la lettura di *Nella signa del testo* ci fornisce molti spunti di riflessione. Il secondo è che vogliamo pensare se sia possibile innestare, nell'idea di libro che si sta formando, l'idea di convivialità così come la intende Illich, affinché il libro di studio diventi esso stesso uno "strumento, un attrezzoatura conviviale".

Il testo che segue è il risultato di una serie di incontri, svoltisi a Sivona, tra il 2010 e il 2011, con: **Andreas Gredler**, **Renato Gualandri**, **Roberto Gualandri**, **Marina Motta**, **Paola Pini**.

MESTIERI SFUMATI

Siamo abituati a concepire il libro scolastico come un monolitico blocco di carta che condensa in sé il sapere. L'autore è l'origine, l'insegnante è il mediatore, lo studente è il destinatario. L'editore con il lavoro redazionale (redazione, grafica, illustrazione) è il garante. Questa filiera con internet, l'informatica e i nuovi dispositivi di lettura si sta arricchendo di contributi, di nuovi linguaggi che integrano sempre di più il testo con illustrazioni, suoni, movimento, interattività, e con nuove modalità di ideazione, di distribuzione e di fruizione. Tutto questo ci chiede di essere in grado di comprendere il testo scolastico nella sua complessità, rivedendo i ruoli e le modalità con cui si inserisce nella pagina. Anche solo il rapporto tra testo (scrittore) e illustrazione (illustratore) ha bisogno di essere ridefinito.

Tutto ciò che fa parte di un libro scolastico è contemporaneamente immagine ma anche testo. Secondo me l'illustrazione non va limitata alla nozione di disegno, la si può intendere come elemento design, disegno, fotografia, tabella, eccetera) di commento rispetto al testo fondamentale che può essere a sua volta testo, disegno, fotografia, tabella, eccetera. Ciò che caratterizza l'illustrazione è unicamente il fatto di essere di supporto al testo principale.

Nell'editoria per ragazzi questo è particolarmente vero. Nella pratica però è molto difficile trovare autori in grado di generare il contenuto con questo approccio. Nel lavoro editoriale le professioni tendono a essere separate per compiti, strumenti e media. Il testo è scritto da scrittori, illustratori illustrano, disegnatori fanno grafici a barre, diagrammi, areogrammi, grafici impaginano...

Se parliamo dal presupposto che non si dà un contenuto distinto dalla sua forma esteriore, gli autori del testo saranno gli "scrittori", i "grafici", gli "illustratori". La distinzione di ruoli è

Il disegno delle riviste

LUCA PITONI

Progettare una rivista è progettare un "ecosistema". E come tutti gli ecosistemi è difficile raggiungere il punto di equilibrio, ma è ancora più difficile mantenerlo vivo e dinamico nel tempo. L'elemento chiave dell'universo magazine è nel bilanciamento tra flessibilità e riconoscibilità del progetto visivo. La forma è contenuta, ma il contenuto non deve essere deciso dalla forma.

È qui il grande discrimine delle riviste contemporanee. Quelle per i premi di grafica, per gli annuali e i volumi di magazine design e quelle per la realtà, per i lettori. Sul design c'è un'ultima, ma mantenendo il contenuto tra i due versanti, quelle dove l'estetica più raffinata è al servizio del progetto editoriale e dei suoi contenuti, adattandosi e plasmandosi di volta in volta alle necessità di quest'ultima, ma mantenendo al centro la loro precisa identità.

Come si possono realizzare queste riviste oggi? In due modi. Una legata al passato e un'altra alla contemporaneità. Da un lato ci si può affidare alla geniale regia di un direttore, la figura altisonante dell'art director. Un demiguro unico e autoritario crea l'ecosistema perfetto. Questo è un modello che funziona solo occasionalmente, quando il singolo è realmente geniale, come lo sono stati Willy Fleckhaus con "Twen" e Tibor Kalman con "Coles", altrimenti il risultato non può che tendere verso il semplice e sterile esercizio estetico, seppure di qualità.

Via alla modernità del progetto e direzione visiva di una rivista è invece basata su un lavoro di gruppo dove partecipano competenze specifiche: il progettista visivo, il fotografo, il direttore editoriale. La parola, l'immagine e la *mise en page*, sono il frutto di un processo collaborativo che genera un prodotto con un'identità coesa e chiaramente identificabile. Meno "ego grafico" e più attenzione ai contenuti, per riportare il magazine design nell'ambito della grafica di servizio, come possono essere il wayfinding o l'interface design. Ricordando a tal proposito le parole di Giovanni Anselmi: "In quanto progetto si tratta di un'attività tecnica e intellettuale final-

izzata al raggiungimento di un obiettivo (e non di *art pour l'art*). Una grafica che deve porsi come compito quello di favorire il processo onotico tra contenuti e loro fruitori.

Avendo chiaro questo aspetto, si può ben capire verso quale direzione debbano spingersi le nuove riviste, almeno quelle che vogliono resistere alla sfida del mercato e del digitale, e non solo fare la fama del loro art director. Ma in fondo l'ecosistema rivista, bello o brutto, funzionale o meno che sia, non ha motivo di esistere senza l'attore principale: il lettore.

Gli spesso vilipesi esperti di marketing si ricordano sempre come a marca sia principalmente una relazione. Non si compra mai un prodotto, ma la storia che con questo viene venduta, i miti e l'universo valoriale a essa associato. Il lettore, sempre più, non compra una rivista, ma la possibilità di appartenere a un "club valoriale", a un circolo di lettori che condividono con lui il mondo di narrazioni che le pagine stampate sono state capaci di raccontare. Per questo il progetto di una rivista prescinde ampiamente da un semplice maquillage grafico-estetico dei contenuti: testi e progetto grafico devono concorre all'unisono per definire un "ipertesto desiderabile" che il lettore vuole che gli appartenga.

L'ex direttore di "Foreign Policy", Moisés Naim, suggerisce come via per il futuro della carta stampata la definizione della figura dello "sherpas informatico". Siamo tutti iperinformati e per questo disorientati, abbiamo bisogno di una guida. Come un sapiente sherpas tibetano, appunto, il giornale devono guidarci, selezionare per noi le informazioni liberamente, i contenuti. Contemporaneamente noi ci affidiamo a loro perché sappiamo di poterci fidare (come delle guide tibetane), perché ci riconosciamo nella forma autorevole e nella linea editoriale chiaramente identificabile che il giornale stesso ci propone nel suo selezionare le notizie. Ovviamente, "narrare", "creare relazioni" e "selezionare" non sono operazioni che possono svolgersi a platee indistinte ed economiche. Ci si specializza sempre di più (targetizzazione, per dirla movamen-



"Elephant"
-Arte e comunicazione visiva
-Gran Bretagna
-Design Studio B
Copia conforme di uno dei due principali atteggiamenti grafici contemporanei: risultato sereno, tutto maiuscolo, largo utilizzo del nero, pochissimo colore, dettagli minuti e cesellati.

"Jikyuu, Slow and natural life"
-Via agreste
-Giappone
-Design atmosphere ltd.
La qualità grafica di una rivista di design al servizio di quello che in Italia sarebbe "Viva di campagna", ovvero una rivista con foto scattate di natura, qui diventa un raffinato lavoro del condanno con immagini di primissima qualità.

"Brutus"
-Giappone
-Giappone
-Design Yusaku Kamekura
Storica testata giapponese: numeri monotematici che guardano al di là del barbell a qualsiasi argomento. Una rivista senza frontiera grafica si accompagna a un senso del rigore tutto giapponese. Viene voglia di imparare il giapponese.

LE RIVISTE

Il futuro dei libri di testo

L'ESPERIENZA ZANICHELLI

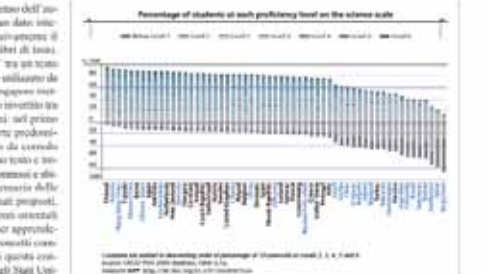
ROMINA BRUZZELLI

Cambiano i tempi. Cambiano le mode, le abitudini, le tradizioni. Cambiano l'arte, la musica, l'architettura. Cambiano le società, i volti e i toni della comunicazione. Cambiano i mezzi di apprendimento. I libri di testo. Un mondo che si muove inesorabilmente verso nuove forme di comunicazione e di apprendimento, rendendo irrimediabilmente alcune metodologie d'insegnamento obsolete. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.

Il futuro dei libri di testo è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.

Il futuro dei libri di testo è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.

Il futuro dei libri di testo è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.



Il futuro dei libri di testo è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.



Il futuro dei libri di testo è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.

Il futuro dei libri di testo è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto. Il futuro non è un'ipotesi, è un dato di fatto.

LIBRI DI TESTO

10, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

11, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

10, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

10, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

10, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

10, agosto, Progetto grafico 80, giugno 2012

Abbonamenti e arretrati di "Progetto grafico"

I sommari completi dei singoli numeri di **Progetto grafico** sono consultabili sul sito www.aiap.it

Abbonamenti e acquisti possono essere fatti anche attraverso il sito www.aiap.it

■ Pg 1

188 PAGINE, 15 EURO

● Pg 2

216 PAGINE, 20 EURO

★ Pg 3

144 PAGINE, 20 EURO

☞ Pg 4/5

224 PAGINE, 20 EURO

!Pg 6

176 PAGINE, 16 EURO

💣 Pg 7

200 PAGINE, 16 EURO

🍷 Pg 8

192 PAGINE, 16 EURO

🐟 Pg 9

224 PAGINE, 18 EURO (ESAURITO)

x Pg 10

240 PAGINE, 18 EURO

Ⓒ Pg 11

192 PAGINE, 18 EURO

🌐 Pg 12/13

272 PAGINE, 24 EURO

◆ Pg 14/15

272 PAGINE, 24 EURO

⚡ Pg 16

16 PAGINE, 5 EURO (ESAURITO)

📧 Pg 17

192 PAGINE, 18 EURO

☠ Pg 18

168 PAGINE, 18 EURO

◆ Pg 19 *int.*

176 PAGINE, 18 EURO
(in omaggio agli abbonati 2011)

Progetto grafico info:
tel 02 29520590 fax 02 29512495
aiap@aiap.it

Abbonatevi a 3 numeri di **Progetto grafico**

pagando 47 euro invece di 54. Acquistate tutti i numeri arretrati dal n. 1 al n. 19 (escluso il n. 9 e il n. 16) pagando 209 euro invece di 243, avrete il n. 19 in omaggio. Potete ordinare i singoli numeri arretrati al prezzo di copertina più 2 euro per le spese postali nazionali. Se volete solo alcuni numeri o per abbonamenti e spedizioni estere chiedete informazioni ad aiap@aiap.it

- DESIDERO ABBONARMI A 3 NUMERI DI "PROGETTO GRAFICO" AL PREZZO DI 47 EURO
L'ABBONAMENTO DOVRÀ PARTIRE DAL N. _____
- DESIDERO ACQUISTARE TUTTI I NUMERI ARRETRATI DI "PROGETTO GRAFICO" (DAL N. 1 AL N. 18, ESCLUSO IL N. 9 E IL N. 16) AL PREZZO DI 195 EURO
- DESIDERO ACQUISTARE IL N. _____ AL PREZZO DI COPERTINA PIÙ 2 EURO COME CONTRIBUTO PER LE SPESE POSTALI
- ACCLUDO ASSEGNO BANCARIO O CIRCOLARE INTESTATO AD AIAP
- ALLEGO RICEVUTA DEL BONIFICO BANCARIO INTESTATO AD AIAP (BANCA POPOLARE DI BERGAMO, IBAN IT 02 F 05428 01602 000000016445)
- HO EFFETTUATO IL PAGAMENTO CON CARTA DI CREDITO (PAY PAL)
- DESIDERO FATTURA

COGNOME E NOME

RAGIONE SOCIALE

ATTIVITÀ

INDIRIZZO

CITTÀ CAP

NAZIONE

TELEFONO/EMAIL

P.IVA / CODICE FISCALE

FIRMA DATA

A norma della legge 675/96 i vostri dati saranno utilizzati per l'invio di notizie relative all'abbonamento e per la spedizione di informazioni professionali.

Spedire ad
AIAP VIA PONCHIELLI, 3 20129 MILANO ITALIA
oppure via fax al n. (0039) 02 29512495