

disegno industriale

diid

disegno industriale
industrial design

innovazione e ricerca
innovation and research

Public Communication 16/05

Giovanni Anceschi

Michael Burke

Andrea Branzi

Carlo Vinti

Close Up

Touring Club Italiano

TomTom GO

Designer

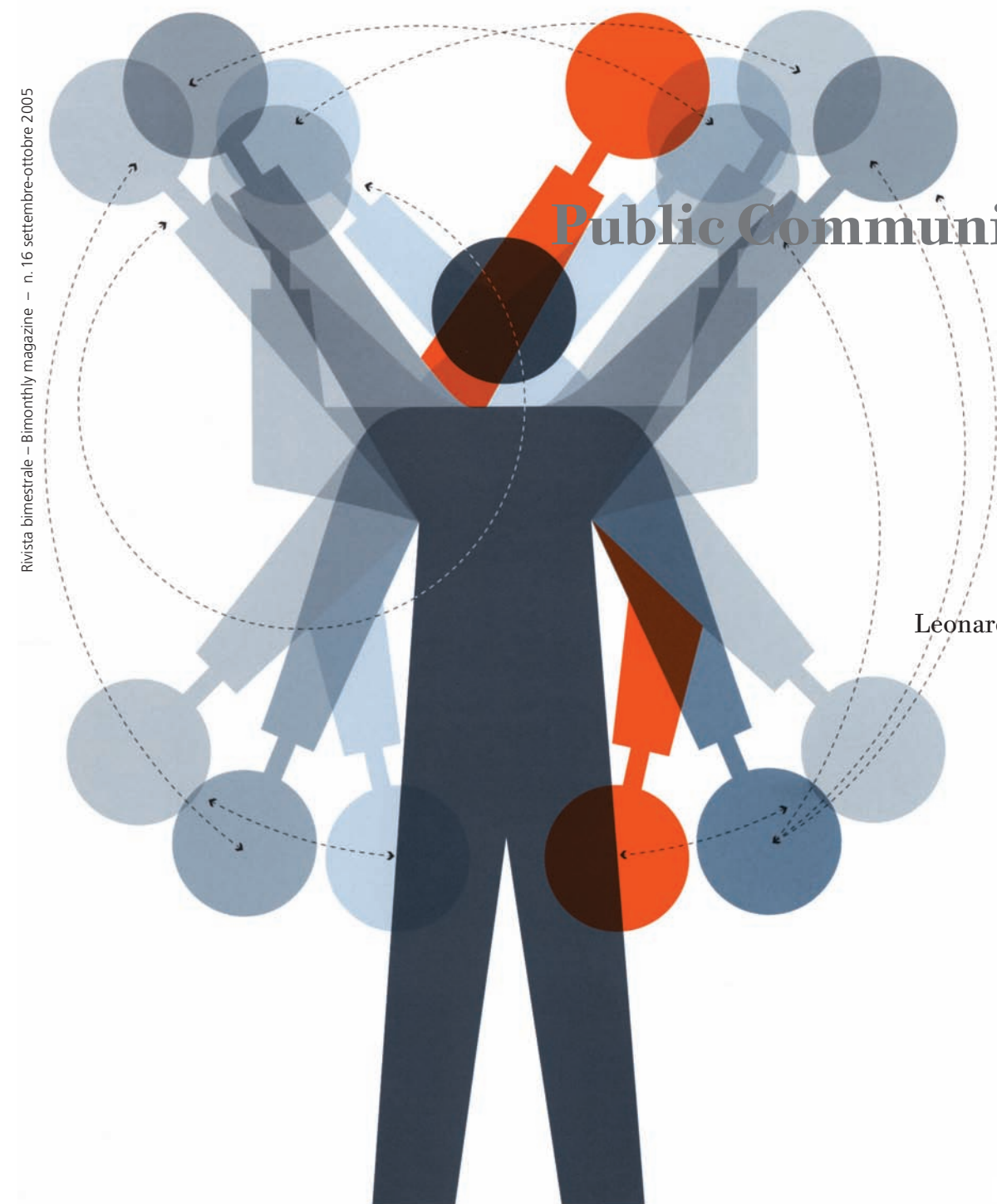
Antonio Romano - Inarea

Leonardo Sonnoli | Why Not Associates

Cork

Innovation and Research

New Technology



Rivista bimestrale - Bimonthly magazine - n. 16 settembre-ottobre 2005

diid

Public Communication

Nell'ultimo decennio l'avvento delle tecnologie info-telematiche e digitali ha profondamente mutato i sistemi della comunicazione, moltiplicando le modalità di progettazione e di fruizione, rinnovando le tradizionali professionalità e sviluppandone nuove. Di fronte a ciò, i confini della comunicazione pubblica si sono dilatati in un processo ricco di stimoli e di suggestioni, ma ancora non del tutto definito. Al design dell'identità e dei sistemi informativi più tradizionali, si sono affiancati il design dell'interazione, della comunicazione *multimodale*, della registica, della virtualità.

Over the last decade, info-telematic and digital technologies have radically changed our communications systems, increasing the ways in which we design and use these tools, revamping traditional professions and creating new ones. Public communications have widened into other fields; a process as full of ideas and inspiration as it is undefined. The design of interaction, *multimodal* communications, directing and virtuality have been added to the way we design more traditional identities and information systems.

Touring Club Italiano

Un'occasione per ricordare che in Italia il Touring è stata la prima istituzione a fare "comunicazione di pubblica utilità" in maniera coordinata, attraverso la segnaletica stradale, i tracciati, le piantine e le campagne fotografiche, contribuendo così a definire l'immagine e l'identità del Paese.

This is an opportunity to remember that, in Italy, *Touring* was the first institution to turn out coordinated "communications of public interest," producing road signs, maps, plans and photographic campaigns that contributed to creating the Italy's image and identity.

TomTom GO

TomTom GO, il sistema di navigazione GPS portatile *all-in-one*, non è solo prodotto ma il nuovo modo di viaggiare, ampliando le capacità di conoscenza e di lettura dello spazio fisico: la bussola dei nuovi "navigatori del mondo".

TomTom GO, the all-in-one portable GPS navigation system is not just a product, it's a style of travel, enhancing our understanding and interpretation of physical space: the compass of the new "navigators of the world."

Antonio Romano - InArea

Antonio Romano fondatore del network InArea, con la descrizione di suoi progetti emblematici, contribuisce a chiarire le dinamiche della comunicazione pubblica ed identitaria.

Describing the emblematic projects by Antonio Romano, founder of the InArea network, helps to clarify the dynamics of public and brand communications.

Leonardo Sonnoli | Why Not Associates

Leonardo Sonnoli, uno tra i protagonisti della nuova grafica italiana che, sebbene poco conosciuto in Italia, continua a raccogliere premi e riconoscimenti ufficiali all'estero. Why Not Associates, giovane studio londinese sempre più affermato nel panorama internazionale che ha realizzato alcune delle più raffinate operazioni tipografiche di pubblica utilità.

Leonardo Sonnoli is one of the protagonists of new Italian graphics. Although not well known in Italy, he continues to win awards and official recognition abroad. Why Not Associates, the new studio in London that is becoming increasingly important worldwide has created some of the most elegant typographic public utility messages.

Cork

Cork (EIRE) Capitale Europea della Cultura 2005. Progetti e prospettive per la comunicazione degli eventi della città verso il pubblico: la municipalità come azienda che promuove il proprio cultural brand.

Cork (Eire), the 2005 European Capital of Culture. Projects and prospects to inform the public about the events in the city: the municipality as a company that promotes its own cultural brand.

Innovation and Research

I media digitali modificano la relazione tra pubblico e privato, fra spazio collettivo e percezione individuale. L'architettura e il design si confrontano con la comunicazione, l'entertainment, l'informazione, in un processo che vede al suo centro un mutevole concetto di interfaccia. Strumenti di realtà aumentata si affiancano ai sensi naturali accrescendoli. La ricerca avanzata in questo campo ci fa intravedere la nascita di un "sesto senso digitale", che richiede grande immaginazione progettuale.

Digital media change the relationship between public and private, collective space and individual perception. Architecture and design tackle communications, entertainment and information in a process centred around a shifting concept of interface. Tools of heightened reality work together with natural senses to enhance them. Advanced research in this field gives us a glimpse of a "sixth digital sense" that requires incredible design imagination.

Molecules in Movement

Forse l'inizio del XXI secolo potrebbe essere l'occasione giusta per riflettere sulla definizione della nostra professione e magari per rinnovarne, se non il nome, almeno il concetto che dietro il nome si nasconde.

Per il design è giunto il momento di *conoscere se stesso*; perché questa è una buona maniera per conoscere il mondo.

Perhaps the beginning of the twenty-first century might be the right time to think about how we define our profession and to revamp, if not the name, at least the concept behind the name. It's time for design to *get to know itself*, because this is a good way to get to know the world.

Poste Italiane S.p.A. Spedizione in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. n. L. 27/02/2004 n. 40) art. 1 comma 1 - DCB - ROMA

diid disegno industriale industrial design

innovazione e ricerca innovation and research

Public Communication

mancosu editore roma

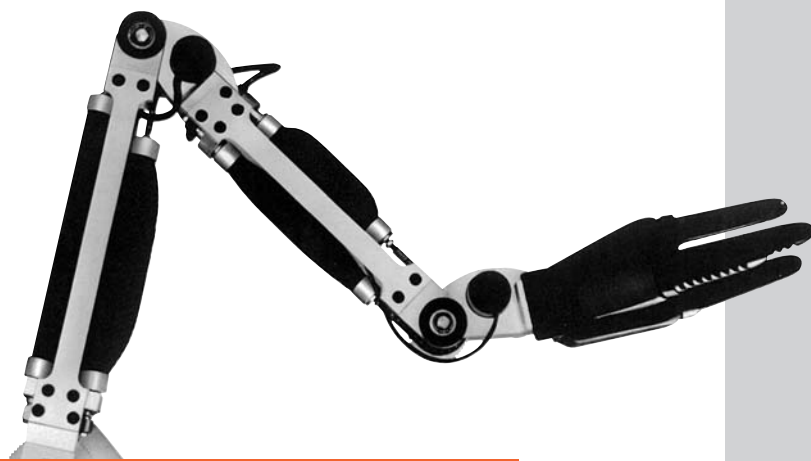


€ 10,00

Segnalata su ADI Design Index 2004



Public Communication

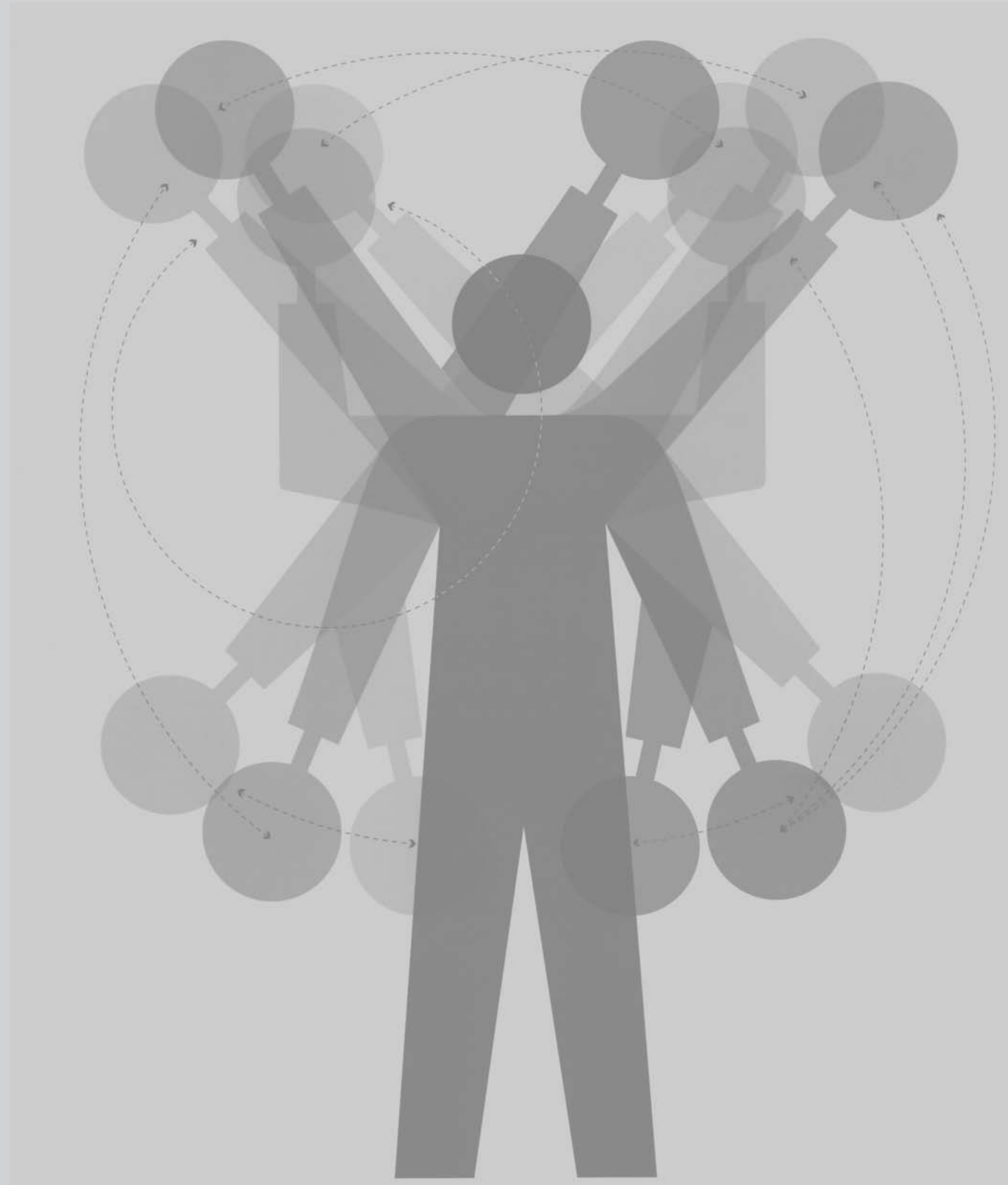


Lente d'ingrandimento | Close up

Touring Club Italiano
TomTom GO

diid 16/2005
disegno industriale industrial design

Rivista bimestrale – innovazione e ricerca
Bimonthly magazine – innovation and research
settembre-ottobre 2005



In copertina | cover
Progetto di/designed by: Dolcini associati

4 Editoriale | Editorial

Tonino Paris 4 **Frontiere della grafica e della comunicazione visiva e multimediale**
Frontiers of Graphic Design, Visual and Multimedial Communication

12 Opening

Giovanni Anceschi 12 **Il committente competente**
The Competent Client

Michael Burke 20 **Interfacce pubbliche**
Public Interfaces

Carlo Vinti 26 **Percorsi della cultura grafica**
Trends in Graphic Culture

32 Lente d'ingrandimento | Close up

Touring Club Italiano
Fiorella Bulegato 32 **Gli strumenti del viaggiatore**
The Tools of the Traveller

Giovanna Rosselli 38 **Scheda tecnica**
Technical Sheet

TomTom GO
Lorenzo Imbesi 44 **Paesaggi tascabili**
PocketScapes

Loredana Di Lucchio 50 **Scheda tecnica**
Technical Sheet

54 Designer

Antonio Romano e Inarea
Carlo Martino 54 **L'importanza della relazionalità**
The Importance of Relationships

62 YounGeneration

Leonardo Sonnoli/ Why Not Associates
Cinzia Ferrara, Alessandro Fiore 62 **Graphic Design**

72 Azienda | Factory

Dario Russo 72 **La capitale che comunica**
The Capital that Communicates

78 Innovazione e ricerca | Innovation and Research

Camillo Trevisan 78 **Interfacce per la comunicazione pubblica**
Digital Instruments for Public Communications

Flavia Sparacino 84 **Spazio narrativo interattivo**
Interactive Narrative Spaces

Kristian Kloeckl 88 **Smart Technologies fra tradizione e futuro**
Smart Technologies between Tradition and the Future

92 Molecole in movimento | Molecules in Movement

Andrea Branzi
92 **Design: un'altra definizione**
Design: Another Definition