

Graphicus Cover Analysis

Original

Graphicus Cover Analysis / Marino, Cristina. - In: GRAPHICUS. - ISSN 0017-3436. - STAMPA. - 1077:0009(2021), pp. 16-23.

Availability:

This version is available at: 11583/2911074 since: 2021-07-05T17:55:44Z

Publisher:

Politecnico di Torino, Associazione culturale progresso grafico

Published

DOI:

Terms of use:

This article is made available under terms and conditions as specified in the corresponding bibliographic description in the repository

Publisher copyright

(Article begins on next page)

GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

ISSN 0017-3436

1077/0009



Centenary Issue

APRILE 2021



GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

Contatti:

Corso Luigi Settembrini, 178

10135 - Torino (TO)

www.graphicusmag.it

info@graphicusmag.it

Politecnico di Torino

Dipartimento di Architettura

e Design

www.polito.it/design

CENTENARY ISSUE

APRILE 2021

Direttore:

Paolo Tamborrini

Comitato scientifico:

Silvia Barbero
Fiorella Bulegato
Francesca Comisso
Andrea Di Salvo
Dario Russo

Comitato editoriale:

Ali Filippini
Cristina Marino
Pier Giuseppe Molinar
Barbara Stabellini

Progetto grafico:

Alessandro Di Benedetto

Impaginazione:

Lorenzo Ritorto

Copertina:

Simone Rotella

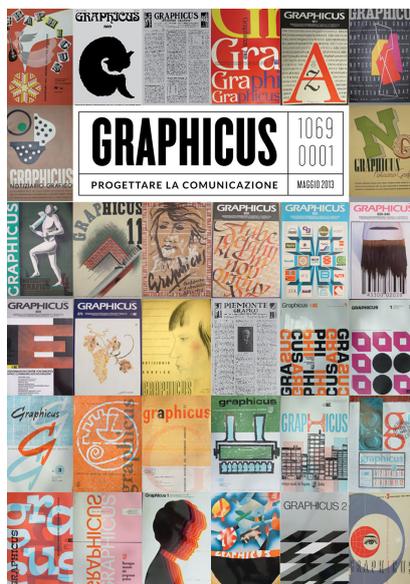
Stampa

Tech:art s.r.l.
Fedrigoni Splendorgel Extra
white 340g/m
Fedrigoni Splendorgel Extra
white 115g/m

ISSN (print) 0017-3436

ISSN (online) 2282-4545

iscritto al Registro dei Giornali e
Periodici del Tribunale di Torino
n.655 del 20.09.1951



6

EDITORIALE

CENTENARY ISSUE

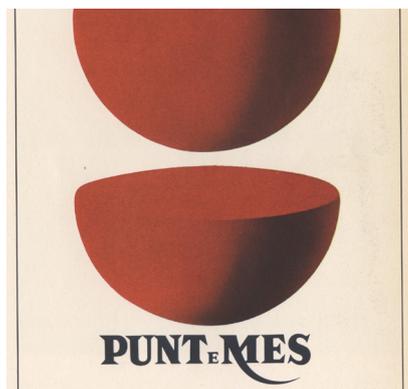
PAOLO TAMBORRINI

8

COPERTINA

KEEP GOING

SIMONE ROTELLA



10

L'ANIMA GRAFICA DI TORINO

ANNALISA B. PESANDO

16

GRAPHICUS COVER ANALYSIS

CRISTINA MARINO



24

ANTY PANSERA, UNA STORICA TRA I TIPOGRAFI

ELENA DELLAPIANA



28 IL PRIMA E IL DOPO

SABRINA SCIAMA

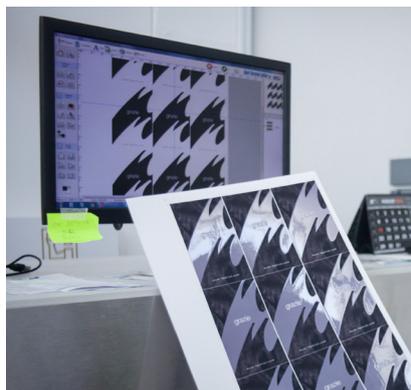
32 I PROTAGONISTI DI GRAPHICUS

INTERVISTA A GIOVANNI BRUNAZZI,
MARIO MERCALLI, VITTORIO MERLO,
LUCIANO LOVERA



38 ALFA-BETA NOVARESE

ARCHIVIO TIPOGRAFICO



48 LE NUOVE SFIDE DELLA CARTA STAMPATA

PIERGIUSEPPE MOLINAR



50 FIGURE. COME FUNZIONANO LE IMMAGINI DAL RINASCIMENTO A INSTAGRAM

DARIO RUSSO

64 LA NUOVA IDENTITÀ VISIVA DI GRAPHICUS

ALESSANDRO DI BENEDETTO,
GIULIANO SCORNAVACCHE,
ALICE TURINA



68 ALLA RICERCA DI NUOVI CONTENUTI

INTERVISTA A LAURA TRALDI
DI ALI FILIPPINI



72 RIPENSARE I MAGAZINE

ANNA FRABOTTA



76 A FACEBOOK PIACE LA CARTA STAMPATA

PIERGIUSEPPE MOLINAR

80 CREATIVE DIRECTOR

MIKE SCHNAIDT



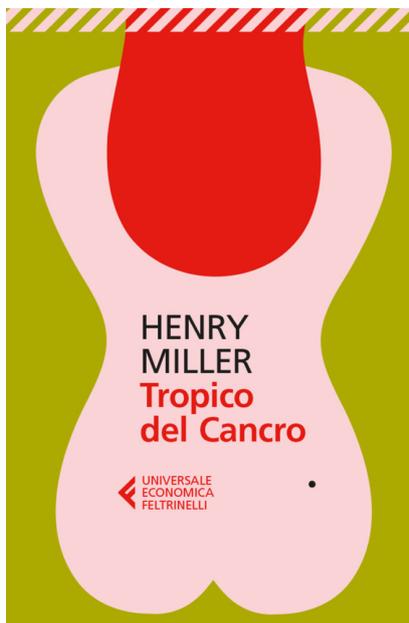
84 ONCE THE SEARCH STARTS, SOMETHING WILL BE FOUND

INTERVISTA A STUDIO GRAND HOTEL
DI GABRIELE FUMERO



88 INFORMAZIONE E "DIGITAL DISRUPTION"

PAOLO PIACENZA



92 ILLUSTRATORI IN COPERTINA

MELANIA GAZZOTTI



96 DATA DESIGN E DATA JOURNALISM

MARA POMETTI



100 METAMORFOSI DELL'EDICOLA

BARBARA STABELLINI

GRAPHICUS COVER ANALYSIS

La storia raccontata attraverso le copertine

CRISTINA MARINO

Designer, è studentessa del Dottorato di Ricerca in Gestione, Produzione e Design presso il Politecnico di Torino. Svolge attività di ricerca prevalentemente nell'ambito del design sistemico.

Le copertine possono essere viste come una porta attraverso la quale si intravede il testo. In parte rivelano, in parte nascondono il contenuto. Sono la soglia tra l'ambiente commerciale dove la rivista viene venduta e il mondo più intimo del testo dove gli autori ci parlano "a tu per tu". Il luogo dell'esposizione, sia questo online o fisico, è un luogo di negoziazione e di decisione. La copertina ci spalanca la porta verso il contenuto e ci accompagna all'interno del numero. Le copertine delle riviste, più in particolare, non solo offrono informazioni su cosa c'è all'interno di un determinato numero, ma forniscono anche significativi spunti culturali sulle tendenze sociali, politiche, o economiche del territorio dove si sviluppa o viene letta una determinata rivista.

Nel caso di *Graphicus* le copertine rappresentano un vero e proprio portale del tempo. Quando ci troviamo di fronte ad una copertina, abbiamo tra le mani quello che è stato al contempo un artefatto storico e culturale e uno strumento di marketing. E quando si tratta di *Graphicus*, il contesto, così storicamente farcito delle sue copertine, ha bisogno di una riflessione e di un'analisi accurata. La rivista, che celebra proprio in questo numero i suoi cento anni, nel corso della sua storia ha cambiato diversi editori, adattandosi di volta in volta ai linguaggi dei periodi storici che attraversava. La storia, le tecniche e i personaggi che si celano dietro le copertine di *Graphicus*, infatti, ci fanno dimenticare, almeno per la prima parte della sua storia, le operazioni di marketing destinate alla mera

A destra, Raccolta Pinterest "100 anni di *Graphicus* cover"

vendita della rivista per offrire un riflesso accurato delle tendenze della cultura della comunicazione dai primi anni del '900 fino ai primi anni 2000, quando la rivista in gestione al Dipartimento di Design del Politecnico di Torino assume la forma digitale.

Per questa ragione, portare avanti un lavoro di analisi sulle copertine di *Graphicus* ha significato soprattutto far emergere come queste rappresentino filoni di ricerca e di approfondimento importante per almeno due motivi. In primo luogo, le copertine hanno avuto negli anni la capacità di offrire un chiaro punto di riferimento di carattere storico, ma in secondo luogo, ci hanno permesso di dare un peso specifico nella storia della rivista a chi esercitava il potere redazionale e da cosa era influenzato. L'analisi delle copertine ci ha rivelato anche dettagli di stampo prettamente tecnico/tipografico che variano proprio al variare dell'innovazione tecnologica. E in ultimo, ma non meno importante, questa indagine ha fatto emergere strategie, talvolta di economicizzazione e talvolta d'avanguardia, attraverso le quali *Graphicus* ha trasformato quello che era uno strumento mediatico in una peculiarità da studiare.

Volendo generalizzare, alcune copertine riflettono chiaramente orientamenti ideologici e creativi, oltre che del contesto, anche dell'artista che se ne occupava e al quale erano dedicate alcune pagine all'interno del numero. Altre erano frutto di collaborazioni vir-



Home page

Oggi

Graphicus



1998

11 Pin



1997

11 Pin



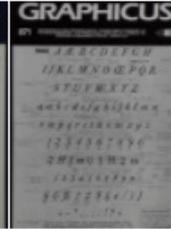
1996

10 Pin



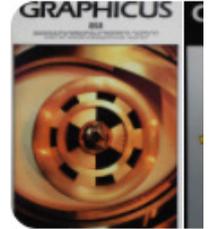
1992

10 Pin



1991

10 Pin



1990

10 Pin



1986

10 Pin



1985

10 Pin



1984

10 Pin



1980

9 Pin



1979

9 Pin



1978

9 Pin



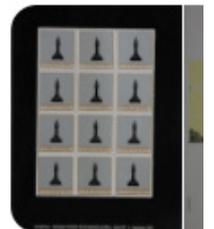
1974

9 Pin



1973

11 Pin



1972

11 Pin



100 anni di Graphicus Cover 1970 ...



Graphicus | 1970 N. 1

Graphicus



Graphicus | 1970 N. 2

Graphicus



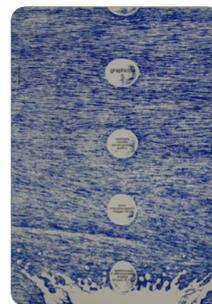
Graphicus | 1970 N. 3

Graphicus



Graphicus | 1970 N. 4

Graphicus



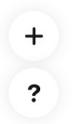
Graphicus | 1970 N. 5

Graphicus



Graphicus | 1970 N. 6

Graphicus



Da sinistra, Raccolta Pinterest “100 anni di Graphicus cover”, selezione 1970

Raccolta Pinterest “100 anni di Graphicus cover”, selezione 1986

tuose. Altre ancora hanno rappresentato un *escamotages* per contribuire a salvare il bilancio.

Proprio il contesto però ha reso l'indagine talvolta non sufficientemente esaustiva per poter fare affermazioni più ampie sul significato di ognuna delle singole copertine in un determinato periodo di tempo. Pertanto, per semplificare, l'analisi è stata condotta secondo tre criteri principali che partono cronologicamente dagli autori, ne indagano le tecniche e per finire cercano di risalire ai soggetti e alle tematiche con un ampio margine di variabilità. Questo perché, sebbene questi criteri trasversalmente siano in grado di

darci un'idea del contesto in cui nascevano e venivano commissionate le copertine di *Graphicus*, tanti altri fattori potevano essere considerati: ogni singolo autore in relazione alla redazione, il periodo storico correlato delle influenze dell'artista, le questioni politiche interne e le tendenze culturali esterne. La ricerca dell'identificazione di un punto esatto dove tracciare il confine in questa analisi tuttavia ci ha permesso di delineare alcuni sottoinsiemi sia per quanto riguarda le tecniche, l'uso del colore, e i tematiche trattate.

Il risultato dell'indagine di carattere cronologica, ha restituito così una lunga lista di autori. Sebbene si riconosca a Ezio d'Errico il contributo di aver proposto per primo le copertine “astratte” dal sapore futurista della rivista, la storia delle copertine del *Graphicus* moderno si fa risalire al 1957, quando Progresso Grafico acquisisce la testata. È Aldo Novarese

a curarne ogni aspetto negli anni che vanno dal 1957 al 1966, che da socio interno utilizzerà i (suoi) caratteri Nebiolo. Per rendere omaggio alla flessibilità del bozzetto, in quelle copertine cambiano solo i colori mentre le grafiche si ripetono identiche per ogni anno. La prestigiosa firma di Aldo Novarese verrà reintrodotta ancora tre volte nel corso della storia: nel numero che celebra il 50° anniversario nel 1969, e in tre numeri sporadici nei tre anni successivi.

Dal 1967 *Graphicus* si avvia gradualmente in una nuova era. Entra a far parte della redazione Giovanni Brunazzi che, nell'intento di economizzare sulle copertine, propone soluzioni alternative che inizialmente vedono la ripetizione di pattern omogenei e, successivamente, a partire dal 1969, sconfinano in una rassegna della moderna grafica italiana affidata di volta ad alcuni dei maggiori creativi del momento. A loro, in cambio

100 anni di Graphicus Cover 1986 ...



Graphicus | 1986 N. 810

Graphicus



Graphicus | 1986 N. 811

Graphicus



Graphicus | 1986 N. 812

Graphicus



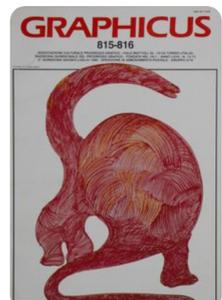
Graphicus | 1986 N. 813

Graphicus



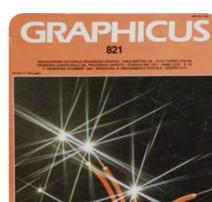
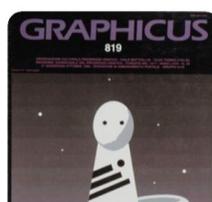
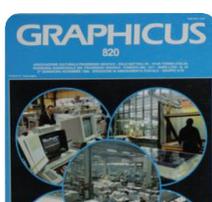
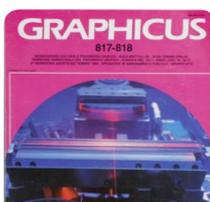
Graphicus | 1986 N. 814

Graphicus



Graphicus | 1986 N. 815-816

Graphicus



dell'onore (e per questo il bilancio sorrideva) veniva offerto un articolo sulla loro opera all'interno del numero. L'iniziativa, che riscosse per l'epoca un successo nazionale ed internazionale, portò al coinvolgimento degli italiani Pino Tovaglia, Illio Negri, Franco Grignani, Augusto Concato, Ettore Vitale, Bruno Garavoglia, Ezio Gribaudò, Michele Spera, Giulio Paolini e Armando Testa, e degli stranieri Armin Vogt ed Hermann Zapf. In quegli anni d'oro, le copertine di *Graphicus* fermentano di creatività e passione. L'indagine sulle tecniche rivela che la rivista si lasciò andare a sperimentazioni talvolta lontane dalla composizione tipografica e più vicine alla fotografia, alle composizioni grafiche e alle illustrazioni a mano libera.

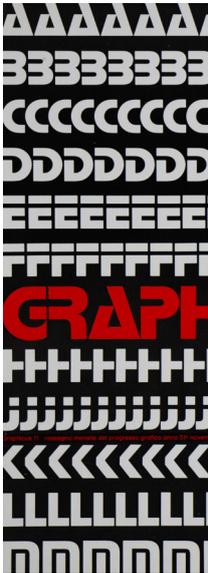
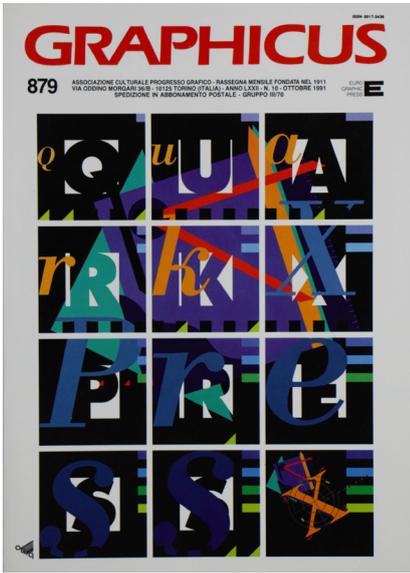
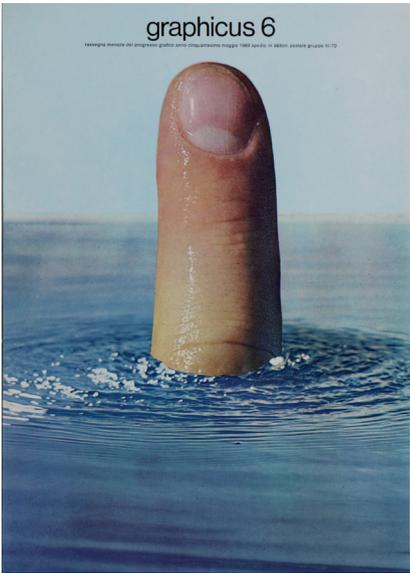
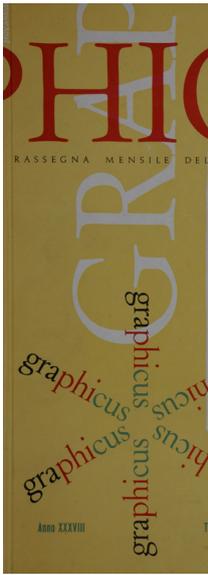
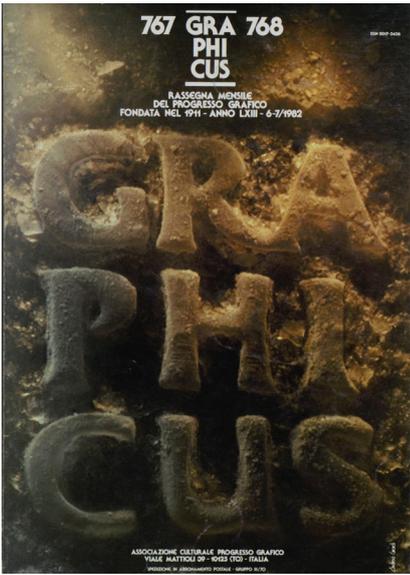
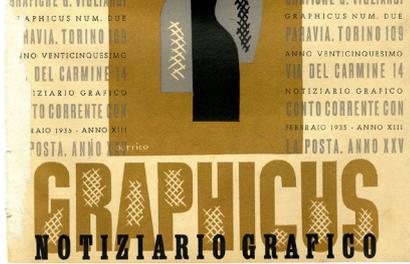
Negli anni che seguiranno, purtroppo, la redazione dovette mettere in atto altre strategie per sopravvivere: alcune copertine in maniera sistematica omaggiaro-

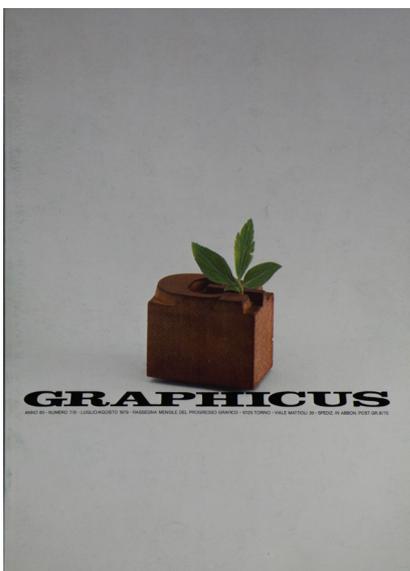
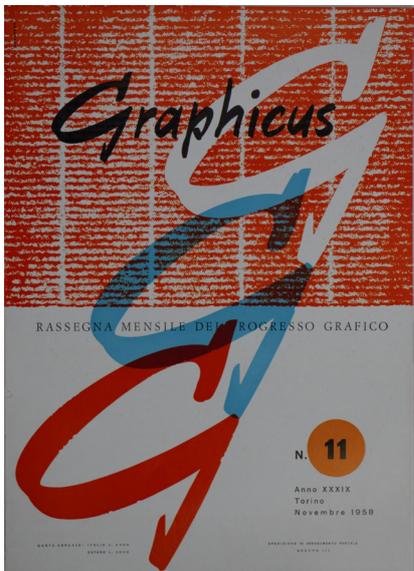
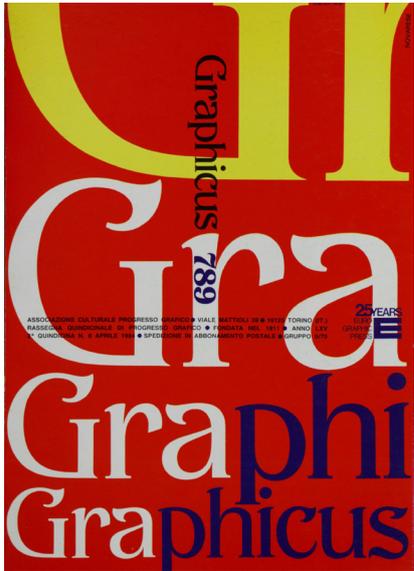
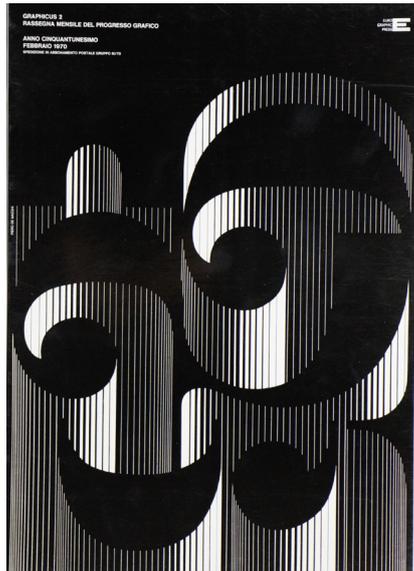
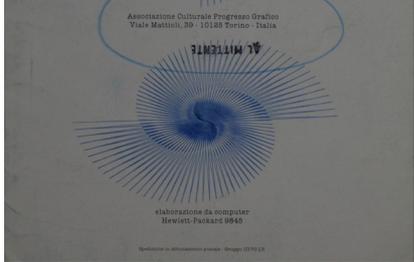
no gli inserzionisti della Drupa (un complesso fieristico a Düsseldorf), una tradizione che continuerà fino al 1997; altre vennero trasformate in copertine di altro, per esempio del *Radiocorriere* o delle *Pagine Gialle*; e infine, a partire dal 1980, i produttori di macchinari trasformano le copertine in un artefatto di pura tecnica promuovendo nuove tecnologie di stampa.

L'attenzione nei confronti delle copertine però rimane una costante e negli anni che seguono, sotto la supervisione di Stefano Ajani, viene bandito un concorso a cui parteciparono oltre cinquecento grafici da una giuria composta, fra gli altri, da Testa, Da Milano, Novarese e Brunazzi, i cui risultati vennero pubblicati in prima pagina.

È proprio tra il 1982 e il 1983 che il ruolo delle donne si fa un attimo evidente: in quelle due annualità, su un totale di 11 copertine,

5 erano firmate da autrici donne. Dal 1985, però, le sollecitazioni per considerare la copertina uno strumento di sostentamento si fanno sempre più pressanti. I risultati di questa strategia di marketing non sono un granchè dal punto di vista del Design o della tecnica e, fino agli anni '90, si succedono mescolate senza una pianificazione precisa copertine pubblicitarie e copertine d'occasione, mentre lo spirito creativo del progetto si va via via esaurendo. Per la progettazione della copertina si cercherà, da questo momento in avanti, di fare affidamento sulle forze interne della redazione e la copertina viene progettata su suggerimento del mercato: un viaggio, un'inaugurazione, un premio, un manuale e ancora una volta si tenta di sfruttare una la copertina per richiamare altri servizi offerti. Possiamo considerare l'ultima copertina d'autore quella di Irene Marsani per il numero 984; dal numero di marzo del 2002 *Graphicus* viene





GRAPHICUS 10 / PASSEGNA MENSILE DEL PROGRESSO GRAFICO
ANNO 50 OTTOBRE 1969 / SPEDIZIONE IN ABBON. POSTALE - GRUPPO IJ/70

ILIO NEGRI



A sinistra, **Copertina di Ilio Negri**
per il n. 10, 1969

stampato e distribuito dal *Gruppo Diffusioni Grafiche*.

In questo nuovo contesto le copertine rimangono diverse, una per ogni numero, e si continua a dedicare internamente spazio all'autore che le firma. I risultati, anche in questo caso, sono lontani dallo storico prestigio. Il numero 1000 del 2003, chiude la nostra indagine e la copertina torna ad essere neofuturista, curata Francesco Pirella, piena di significati che sintetizzano il passato e il futuro digitale della stampa.

Il legame tra la storia di *Graphicus* e le sue copertine rimane forte anche quando la rivista passa nelle mani del Politecnico di Torino. Nel primissimo numero di questo progetto, le copertine tornano tutte ritratte in prima pagina a celebrare un'eredità importante. Con uno spirito rinnovato, votato per sua natura alla divulgazione e alla formazione, il team redazionale, con il sostegno del Prof. Tamborini e della Prof.ssa Dellapiana e la collaborazione della studentessa Daniela Menduni, ha digitalizzato l'intero archivio che viene reso così accessibile e consultabile a tutti. Il progetto, ancora in fase di sviluppo, permetterà, così, a chiunque di ri-esplorare la storia di *Graphicus* attraverso le sue prestigiose copertine.

LETTURE CONSIGLIATE

Fassio, M., (2003), *Copertine da esposizione, opere da collezione*, in *Graphicus Mille*, Alberto Greco Editore, Milano 2003.

Mercalli, M., (2008), *Le copertine di "Graphicus" (1924-2006)*, in *Il mondo della grafica nell'epoca di Progresso Grafico (1946-2006)*, ACPS, Torino pp. 37-59.

Centenary Issue

APRILE 2021



GRAPHICUS

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

