



AIAP

associazione italiana design
della comunicazione visiva

PROGETTO GRAFICO — CALL FOR PAPER

Numeri 37 e 38, anno 2020-2021

Data pubblicazione call:

Scadenza invio proposte per il numero 37: 15 giugno 2020

Scadenza invio proposte per il numero 38: 30 ottobre 2020

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 37 e 38, che verranno pubblicati nel 2020-2021, indagheranno rispettivamente il tema del salvare e del perdere.

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

Salvare

Dalla memoria dei nostri computer a quella delle nostre esperienze, il salvataggio è un'azione che compiamo quotidianamente. La memoria piena o la memoria persa sono problemi che molti di noi hanno conosciuto, a livello più o meno personale. Lasciamo tracce molteplici e sempre più effimere, e a volte il nostro tempo sembra essersi allargato, accorciandosi.

Il tema del salvare ha a che fare con il rimanere in vita – ogni forma di vita è diversa, come ogni archivio è diverso. Ma anche il processo di framing – inserire uno studio o un oggetto in una cornice specifica, un archivio, un museo, una biblioteca – è modificare la natura di ciò che vogliamo salvare: decidere chi o cosa lasciare indietro e cambiare ambiente a ciò che si salva sono atti forti. Salvare può anche essere un atto politico, quando prende la forma di un opporsi alla cancellazione.

Perdere

Quanti rifiuti produciamo? Compriamo correttamente la suddivisione dei nostri scarti, sappiamo qual è la loro destinazione?

Perdere è morire, ma anche lasciare indietro, abbandonare, dimenticare. Spesso sono perse le strade che abbandoniamo, i progetti che iniziamo per poi non proseguire. Si può scomparire nelle fotografie o persino nelle statue; ci può essere una perdita deliberata, la censura di qualcuno o qualcosa, oppure un uscire volontario dalle mappe e dalle tracce. La perdita può essere fattiva o subita.

Ogni oggetto esposto in un museo è fratello di altri oggetti che non sono stati selezionati al posto suo. Ogni idea percorsa è sorella di altre molte idee a cui non abbiamo dato vita.

Le comunicazioni clandestine sono fatte per non durare, e per non essere pronunciate dalla voce del padrone. Si può salvare la storia di chi è rimasto indietro?

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».