

Monday, August 31. 2009

## **New Acropolis Museum, Athens - Opening Ceremony Video Projections directed by Athina Rachel Tsangari**

Lo rivedo ogni volta con enorme piacere. Lo trovo un bellissimo esempio di videoarte...

Per questo lo ripropongo a voi... anche se gi  vecchio di qualche mese.

Posted by Ermanno Nardelli in Mostre at 19:41

## **Making off: Modellazione Chiesa Don Bosco a Roma**

Ho ripreso un non troppo recente rilievo della chiesa di **San Giovanni Bosco** a Roma per arricchirlo di dettagli ed inserirlo nella galleria... vi posto la bozza del modello di questa particolare chiesa della capitale

Questa   invece l'originale in foto. Come vedete la guglia in cupola   leggermente diversa da come l'ho modellata io, in quanto sono stati fatti dei lavori di ristrutturazioni recenti:

Posted by Ermanno Nardelli in Modellazione 3d e rilievi at 17:22

Monday, May 18. 2009

## **DIGITAL ESCHER: La mia tesi di Laurea - votazione : 110/110 e Lode**

Finalmente posso rendere disponibile il video della discussione della mia tesi di laurea in Grafica e progettazione multimediale (Architettura a Valle Giulia - la Sapienza di Roma).

Quello che vedete qui Ã solo il video di un DVD con il Making-off al lavoro e contestuali render statici. Il tutto Ã confezionato in un DVD video con menÃ¹ interattivi visionabile su Home Tv.

Per ora rimando piÃ¹ in IÃ per una versione in HD , dato che la presente Ã abbastanza soddisfacente (640\*480 -Divx compression).

La stessa a giorni sarÃ disponibile anche nella sezione apposita ([VIDEO-ANIMATION-TV WORK](#))

[Digital Escher - Tesi GPM - Ermanno Nardelli](#) from [Digital Geko](#) on [Vimeo](#).

Posted by Ermanno Nardelli in UniversitÃ at 11:18

## Il Lancio del telefonino... Una idea rivoluzionaria? No, e neanche Italiana

**Aggiornamenti:** Ho scoperto cercando su internet che l'idea non Ã¨ per nulla rivoluzionaria e giÃ  in Europa ci sono state simili gare... basta spulciare qualche link per rendersene conto ... i campionati mondiali si svolgono in Finlandia dal 2000... mah (d'altro canto siamo Italiani...diciamo che facciamo un pÃ² nostro tutto, come Ã¨ consuetudine):

[http://www.publiweb.it/tecnologia/cellulare\\_lancio.html](http://www.publiweb.it/tecnologia/cellulare_lancio.html)

<http://punto-informatico.it/1543446/Telefonia/News/mondiali-2006-lancio-del-cellulare.aspx>

<http://www.telefonino.net/Curiosit/Notizie/n20514/In-Italia-Lancio-del-Telefonino.html>

Una nuova idea quasi rivoluzionaria, nel campo degli sport, Ã¨ stata prodotta ancora una volta dall'â€™inventiva di un giovane imprenditore comasco, Massimo Galeazzi, legale rappresentante di una catena di negozi di telefonia Tim in Alzate Brianza (CO) ITALIA che, con la gradita collaborazione di sponsor di calibro internazionale, che si sta materializzando in questi giorni.

La novitÃ  che abbiamo giÃ  definito rivoluzionaria, ha come oggetto il primo campionato italiano di â€œLANCIO DEL TELEFONINOâ€• **GIOCO REGISTRATO E SOGGETTO A TUTELA QUALE OPERA INEDITA A CEE**) con tappe regionali e nazionali che partiranno da aprile 2009 , estendendosi in tutta Europa.

Questa particolare competizione, seppur semplice nella sua logica, ha come prova il lancio di un telefonino/smarth phone alla distanza massima, che si effettuerÃ  su prati, terra, sabbia, asfalto, cemento o su qualsiasi superficie solida sia all'aperto sia al chiuso, mentre per l'iscrizione al gioco avverrÃ  nei centri di telefonia specializzati ove con un sito dedicato inseriranno i partecipanti.

La prima tappa regionale dovrebbe realizzarsi nel mese di aprile 2009, Villa Erba a Cernobbio (COMO), estendendosi ma mano in tutte le altre regioni.

Gli sponsor metteranno a disposizione dei premi da mettere in palio per i giochi. A tali giochi potranno partecipare tutti coloro che porteranno da casa un vecchio cellulare e lo consegneranno all'organizzazione, mentre le vere gare verranno invece effettuate con telefoni uguali per peso e tipologia , con premi di elevato prestigio, le prime 50 migliori performances di ogni regione, accederanno alle fasi successive nazionali e internazionali, sino alla proclamazione del miglior "lanciatore di telefonino" in comunitÃ  Europea. L'utilizzo economico dei cellulari consegnati all'organizzazione, mediante il loro riciclo, verrÃ  effettuato da una azienda in partnership ed il ricavato verrÃ  devoluto in beneficenza.

<http://www.lanciodeltelefonino.it/>

Posted by Ermanno Nardelli in Curiosit  at 11:04

Friday, March 13. 2009

### **Postepay e Bancopostaclick... Guerrilla emotivo!**

Chi di noi quando si vede arrivare una busta con tutte le fattezze simili a quella di una busta per matrimoni non pensa: "noooo, un altro matrimonio noooo!"... E' proprio questa l'esclamazione che mi sono sentito di fare oggi appena ricevuto la busta che rappresenta una chiara azione di guerrilla marketing con la finalità di agire a livello emotivo sulla persona raggiunta...

Trovo l'uso della carta e delle lettera formato matrimoni geniale, perché stimolando in noi il sentimento del rifiuto stimola la sua lettura per trovare conferma al fatto che sia solo una bellissima trovata pubblicitaria...

Posted by Ermanno Nardelli in Curiosità at 19:14

Friday, January 16. 2009

## Subvertising n.14 di gennaio 2009

[download](#)

In questo numero:

- Intervista a Luca Moro di Chronotech
- Direct marketing
- Mostre d'arte underground in case private
- Stealth marketing: cos'è, quando e perché si usa
- Pubblicità e crisi: perché non ce l'abbiamo fatta?

Posted by Ermanno Nardelli in Libri, Manuali & Tutorial at 10:37

Wednesday, November 26. 2008

## Convertire files di Modelli da google sketchup (.skp) in 3ds

**14/09/2009: Superate le 1300 letture! Grazie!!!**

Sappiamo tutti che **google sketchup** e **google sketchup viewer** sono disponibili gratuitamente solo in versioni lite dello stesso software.

Si possono visualizzare i modelli, ruotarli e produrre pezzi semplici.

Mancano purtroppo le estensioni di conversione a formati diversi, tanto utili nel caso in cui ci si debba muovere tra i vari software di modellazione. Vi illustro cos'è in semplici passi come convertire facilmente i modelli in estensione .skp in .3ds (cinema4d, 3d studiomax, Milkshape ecc ecc...).

E' un processo leggermente macchinoso, ma che non mancherà di darvi dei risultati discreti per poter lavorarci sopra (non aspettatevi modelli perfetti su cui applicare subito texture e renderizzare, purtroppo le mesh generate vi faranno dire il contrario).

Ora scaricate il vostro modello che volete convertire... fatto? Ok!!!

Aprirete il vostro modello con sketchup **versione free** andate in:

**File -> Export -> 3d model**

**date un nome al vostro modello e selezionate tra i formati di esportazione Google Earth 4 (. Kmz).**

Il trucco è proprio qui.

Il file **.kmz** prodotto è un file zip vestito a festa!!! rinominate la sua estensione in **.zip** o in **.rar** (mi sembra che funzioni). Ora estraete il file dove volete. Nella estrazione come vedete c'è una cartella **model**, in quella troverete il file che vi serve in estensione **.dae**

**Ora con il .dae** non si può fare granché. Fortunatamente l'**Autodesk** mette a disposizione un convertitore per questo tipo di file.

Scaricatelo qui:

[http://images.autodesk.com/adsk/files/fbx200611\\_2\\_converter\\_win.exe](http://images.autodesk.com/adsk/files/fbx200611_2_converter_win.exe)

Ora che lo avete installato convertite il nostro file da **.dae** a **.fbx** e poi da **.fbx** a **.3ds** (non sto qui a spiegarvi i passaggi dato che la schermata del programma è semplice ed intuitiva... giocateci un po').

Ecco qua. Dovrebbe comparirvi il nuovo file in **.3ds** nella vostra destinazione.

Per gli amanti dell'open source:

**In blender si puÃ² importare direttamente il .dae come Collada 4. Lo script d'importazione richiede che ci sia Python 2.5 installato (ovviamente tutto gratis)**

Ora un breve riepilogo per gli inglesoidi:

#### **HOW TO CONVERT SKP FILES INTO 3DS:**

- 1) Download a sketchup model.
- 2) Export that file as a "Google Earth 4 (.kmz) in File -> Export -> 3D model"
- 3) Change the file extension from ".KMZ" to ".ZIP" or ".RAR"
- 4) Unzip the file, and locate the .DAE file within (in Model directory).
- 5) Use the .FBX converter ( [http://images.autodesk.com/adsk/files/fbx200611\\_2\\_converter\\_win.exe](http://images.autodesk.com/adsk/files/fbx200611_2_converter_win.exe) ) to convert the .DAE file into a .FBX

- 6) Now convert the .FBX into a .3DS
- 7) Import the .3DS into your 3d software and good work!

For the open source lovers:

**In Blender you can import that DAE file as a Collada 4 format file. The import script requires that you have Python 2.5 installed (also free).**

Buon lavoro a tutti!

Posted by Ermanno Nardelli in Libri, Manuali & Tutorial at 09:06

Thursday, November 13. 2008

## **Un anno di Subvertising!**

Il numero che segna il primo anno di Subvertising.

28 pagine curate nella grafica e nei contenuti, con ospiti di rilievo tra gli scrittori ed i citati.

Andrea Natella (guerrigliamarketing.it), Emanuele Vella (Our & Your Marketing Blog), Andrea Carnevali, Shepard Fairey (Obey!), Alessandro Mininno, Ivan il Poeta, Duchamp (artista writer), Rusty (artista writer), G-Com, Roberto Maggio (Caleidos - Teen Agency), Piergiovanni Sciascia (RCS), Fables, MNItalia.

### **Download e Buona lettura!!!**

[http://www.subvertising.it/index.php?option=com\\_docman&task=doc\\_download&gid=14&Itemid=29](http://www.subvertising.it/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=14&Itemid=29)

Posted by Ermanno Nardelli at 13:19

Monday, November 10, 2008

## Subvertising n.11 di ottobre 2008

Scarica

Con una copertina che si comprende leggendo questo numero dall'inizio alla fine, torna Subvertising.

Si parla di un billboard creativo per Nike 1/1, dell'ambush marketing come tecnica di marketing non convenzionale; viene affrontato l'annoso argomento della legge e delle regole a volte in contrasto con le necessità del guerrilla. Da non perdere, per rilassarsi un pò, la rubrica delle cose che i pubblicitari odiano al momento dell'acquisizione di un nuovo cliente

Posted by Ermanno Nardelli at 11:52

Friday, October 31. 2008

## **Fake or Foto? AUTODESK CONTEST**

### **The Challenge**

Take a look at the ten images below. Some of them are photographs of real objects or scenes, others are created by computer graphics (CG) artists. Test your ability to tell which among the array of images are real, and which are CG. If you want a closer look, click the image to see a larger view of the picture. Once you've decided what's what, click either **CG** or **REAL** to begin the tally of your score. Work through each of the ten images. When you've finished, you'll be prompted to get your score.

<http://area.autodesk.com/index.php/fakeorfoto/challenge/>

**Andate a questo link per fare il test e postate il vostro punteggio.. vediamo se avete buon occhio o se Ã¨ proprio difficile distinguere...**

**io ho fatto 9/12.... non male no?**

Posted by Ermanno Nardelli in Concorsi e Contest at 10:24

## Esportare da Rhinoceros (ver 3.0) a Cinema 4d (tutte le versioni)

Vi illustro un semplice tutorial per importare file modellati in rhinoceros attraverso l'uso del formato obj come estensione di interscambio. L'obj rappresenta il risultato migliore dopo l'esportazione

**Cos'è l'obj?** Wavefront Obj è un formato di interscambio snello ed affidabile che supporta Linee, Poligoni, Curve e Superfici freeform come quelle NURBS

E' consigliabile in Rhino, ma questo vale per tutti i programmi, lavorare sui livelli in modo da disporre della geometria effettiva semplicemente selezionando il suo livello di giacenza ed eliminare errori di selezione non voluti.

Partiamo da una semplice geometria modellata in rhino

Si consiglia di verificare sempre prima dell'export se ci sono aperture in corrispondenza di bordi di tangenza e chiusura. Si usa per far questo lo strumento di **ANALISI BORDI**

Selezionare gli oggetti da esportare e da **File>esporta selezione** selezionare l'obj come tipo di esportazione.

Vi apparirà una finestra come questa

Da qui si possono controllare i parametri per l'esportazione. Cambiate tutti i valori cos $\rightarrow$  come mostrato nell'immagine. Per Cinema 4D è necessario abilitare l'opzione Mesh poligonale perché non supporta entità come le Nurbs. Le curve di taglio delle Superfici Nurbs possono essere quindi salvate in modalità polilinea e/o Curva.

Le ultime quattro caselle sono facilmente comprensibili

L'opzione Y-su invece è importante, perché in Rhino gli Assi Globali sono strutturati in modo Z risulti come l'asse verticale. Al contrario, in Cinema 4D, Y è l'asse Verticale, quindi per non avere un modello ribaltato su di un fianco è indispensabile spuntare questa opzione.

Salvare il file sul disco Fisso e cliccare sul pulsante OK.

Rhino vi offre a questo punto la possibilità di determinare la qualità in uscita della maglia poligonale.

Una terza finestra di controllo vi comparirà a monitor. All'interno di questa finestra di dialogo utilizzate lo Slider a scorrimento per determinare la bontà della Mesh finale. In alternativa allo Slider se cliccate su controlli dettagliati, potrete controllare meglio l'esportazione tramite parametri più "matematici". Ulteriori note tecniche su questi parametri li potete trovare nell'Help in linea di Rhino.

Ora abbiamo il nostro modello in obj

Apriamo Cinema 4d e aggiungiamo/merge il nostro modello alla scena

Come si vede ogni oggetto ha una sua texture e i nomi nella gestione oggetti vengono conservati

Si può mappare l'oggetto ed effettuare il rendering finale con i giusti parametri

Buon Lavoro!

Posted by Ermanno Nardelli in Libri, Manuali & Tutorial at 09:03

Sunday, October 12. 2008

## **Divisione spaziale cubica - Escher**

Ecco un mal di testa ispirato dall'opera di escher "divisione spaziale cubica"

Modellata (cubi e parallelepipedi... eheheh  
) in Rhino e Renderizzata in cinema 4d senza settare i parametri di rendering... poi passato per photoshop sovrapponendo due render. Tutto in low res senza tanto pensarci su...

Ho poco tempo queste settimane e devo lavorare su due progetti importanti a scadenza... torno a lavorare...

Tutto ok,si ?

Un abbraccio

Posted by Ermanno Nardelli at 11:18

Friday, October 3. 2008

## Le Giornate dell'Arte: dal 27 settembre al 5 ottobre 2008

À Dal 2004 la **Fondazione Città Italia**, in collaborazione con le Città soci e primarie imprese, organizza Le Giornate dell'Arte "Campagna di raccolta fondi per il restauro dei beni culturali italiani.

L'iniziativa ha lo scopo di sensibilizzare i cittadini sul tema della salvaguardia del patrimonio culturale, invitandoli a donare per assicurarne la tutela ed il restauro.

Attraverso una vera e propria consultazione popolare, i cittadini possono indicare le opere d'arte da restaurare, segnalandole o votandole in tempo reale attraverso le pagine di questo sito. Per saperne di piú vai a [Le opere da restaurare](#).

Il sito Internet della Fondazione segue le Giornate dell'Arte, pubblicando in questa sezione le iniziative e gli eventi in programma.

La Fondazione ringrazia la Presidenza della Repubblica, il Ministero per i Beni e le Attività Culturali, l'UNESCO Commissione Nazionale Italiana, l'ANCI "Associazione Nazionale Comuni di Italia" e l'UPI "Unione delle Province Italiane".

Segue il **PROGRAMMA DELLE GIORNATE** (accedendo al pdf dall'apposito link qui sotto) :

[Scarica il calendario delle Giornate dell'Arte 2008](#)

Posted by Ermanno Nardelli in Mostre at 09:47

Wednesday, October 1. 2008

## La Cs4 Punta sul tridimensionale

Pare che sia in arrivo la nuova cs4 di Adobe sui mercati...

ma tutto non prima di dicembre per avere la versione localizzata in lingua italiana... personalmente preferisco l'inglese, paradossalmente i comandi risultano piÃ¹ intuitivi perchÃ© non tradotti in termini strambi in italiano...

La recente presentazione ufficiale del nuovo pacchetto di authoring multimediale targato Adobe riserva molte sorprese.

La nuova versione di Photoshop, il software di **fotoritocco** ed elaborazione grafica che ormai da anni rappresenta lo stato dell'arte nel settore dell'imaging digitale e del Web Design. Ci sono alcuni miglioramenti di base come il notevole incremento nella velocitÃ delle elaborazioni e il miglior utilizzo delle risorse del computer (pare ci siano impostazioni per accelerazioni tramite GPU), le funzioni avanzate di grafica animata, una piÃ¹ flessibile possibilitÃ di manipolazione di oggetti 3D e un rinnovato sistema di analisi dettagliata delle immagini. La versione Extended di Photoshop CS4 dedica particolare attenzione alla manipolazione di **oggetti 3D**. Si possono, per esempio, pitturare direttamente modelli e superfici 3D, fondere file bidimensionali su immagini 3D e animare oggetti tridimensionali.

Posted by Ermanno Nardelli in software at 17:17

Tuesday, September 30. 2008

**Mostra di David Lynch a Roma 9-25 ottobre 2008**

**La Scuola Romana di Fotografia  
e il Laboratorio Gutenberg**

presentano

**Mostra Fotografica di  
DAVID LYNCH  
GIOVEDÌ 9 OTTOBRE 2008  
ORE 19.00**

**Scuola Romana di Fotografia**

Via degli Ausoni 7/a - Tel. 06. 4957264

30 fotografie dalla serie "Nudes and Factories"

(scattate nel Dicembre 2000 a Lodz, Polonia)

Atlas Sztuki Collection

**a cura di Agnieszka Zakrzewicz**

Â

**La mostra sarÃ aperta da venerdÃ 9 ottobre a sabato 25 ottobre 2008  
Dal lunedÃ al venerdÃ dalle 9.30 alle 19.00; sabato dalle 12.00 alle 19.00Â**

Â

La mostra "stata organizzata da Associazione Culturale Laboratorio Gutenberg, Associazione Culturale Polandia - BezGranic, Scuola Romana di Fotografia, in collaborazione con Festa Internazionale del Film di Roma, e partecipazione di: Ufficio di Promozione del Turismo e Collaborazione con I'Estero del Comune di Lodz, Atlas Sztuki, Gazeta Wyborcza, Istituto Polacco di Roma, Assirias s.r.l, e ha ricevuto i patrocini di Regione Lazio Assessorato alla Cultura spettacolo e sport, Provincia di Roma, Comune di Roma, Comune di Lodz, Universit' Roma Tre " Dipartimento di Letterature Comparete.

À

**Ufficio Stampa:**

Daniela Bendoni " 335.5325675 - [daniela\\_bendoni@yahoo.it](mailto:daniela_bendoni@yahoo.it)

Caterina Falomo " 346.8513723 - [c.falomo@laboratoriogutenberg.it](mailto:c.falomo@laboratoriogutenberg.it)

**Per informazioni:**

SCUOLA ROMANA DI FOTOGRAFIA

Tel. 06.4957264 / 06.4957245 - [www.scuolaromanadifotografia.it](http://www.scuolaromanadifotografia.it)

Posted by Ermanno Nardelli in Mostre at 17:16

## Guida per profani al graphic design

Vi riporto un interessante e curioso scritto di una trasmissione radiofonica andata in onda e trascritta in originale sul sito [Design Observer](#), dove è stata pubblicata originariamente. La [trasmissione radio](#) di Adrian Shaughnessy, mandata in onda lo scorso agosto dalla stazione radiofonica londinese Resonance FM della Free University of the Airwaves. Shaughnessy aveva a disposizione 30 minuti per introdurre il graphic design a un pubblico di non-professionisti. E' curiosa, stimolante e entusiasmante nello stesso momento. La traduzione a cura del sito dell'AIAP ([SOCIALDESIGNZINE](#))

Durante questa trasmissione cercherò di spiegare cos'è il design grafico e cosa fanno i designer grafici. Io sono un designer, e un tempo odiavo dire ad altri quale fosse la mia professione. Era assai raro difatti trovare qualcuno che sapesse che cosa fosse il graphic design, e le mie balbettanti spiegazioni sembravano sempre confondere gli interlocutori piuttosto che chiarire loro le idee.

Considerando l'ubiquità del design grafico nella vita moderna, non sono affatto sicuro che molte persone (intendiamo ovviamente non-designers) capiscano qualcosa dell'argomento. È qualcosa che le persone incontrano tutti i giorni – forse addirittura in ogni minuto della loro vita – ma della quale non considerano l'impatto, positivo o negativo, sulle loro stesse vite. È un argomento che vuol dire moltissimo per chi lavora nel settore, ma che ha raramente significato per le persone a cui si rivolge. Il design grafico è stato paragonato ad un [bicchiere di vino](#). Quando beviamo il vino ci accorgiamo a malapena del bicchiere in cui viene servito. Non sarebbe veritiero dire che non diamo importanza al bicchiere da cui beviamo – non berremmo un vino doc da una vecchia tazza, per esempio – eppure è il vino che conta, non il suo contenitore.

Col design funziona nello stesso modo: le persone assorbono i messaggi costruiti dalle competenze, dagli studi e anche dall'ingenuità dei designer, eppure si interrogano di rado su come il messaggio venga formato o sul modo in cui possa influenzare il pubblico. Si tratta di un fenomeno strano, vista l'ubiquità del design grafico nel mondo moderno.

Ogni tanto il design entra di soppiatto sotto i riflettori mediatici, come è avvenuto recentemente, quando il logo delle [Olimpiadi di Londra 2012](#) è stato al centro di molte polemiche. Negli Stati Uniti molti opinionisti hanno notato il ruolo giocato dai poster e dalle immagini illustrate di Barack Obama nella battaglia per la candidatura presidenziale del Partito Democratico. Un documentario riguardante il carattere [Helvetica](#) ha riscosso un successo sorprendente, andando ad occupare la prima posizione nella classifica dei documentari di iTunes. Solitamente però il design tende a passare inosservato.

È

Pur essendo un designer grafico, rimango comunque sorpreso dalla sua enorme presenza nella vita di ogni giorno. Qualche giorno fa sono entrato in un'ala del negozio Borders e sono stato colpito dal fatto che ovunque io guardassi, vedevo design grafico. Ho visto tavoli coperti da dozzine di libri, ciascuno con una copertina a caccia di attenzione. Le pareti erano tappezzate da cima a fondo da copertine di libri, ognuno visualmente sorprendente. Ero circondato da copertine di riviste, banner pubblicitari, e messaggi di ogni sorta. È stato come trovarmi in una caverna, ove ogni centimetro di muro era stato coperto da simboli, intestazioni, immagini e segni grafici.

Recentemente ho visto anche un altro esempio dell'ubiquità del design. Qualcuno aveva fatto una serie di fotografie di strade affollate e successivamente si era preso la briga di rimuovere tutti i loghi, i simboli, i segni, i colori, i nomi delle strade e la segnaletica stradale. In poche parole, aveva rimosso il graphic design dalle fotografie. I risultati erano scioccanti. Un mondo senza design è irriconoscibile – è un alieno di quello ritratto da molti lavori di fantascienza.

Eppure, se non sei un designer, molta della grafica che ci circonda è un po' come i fenomeni meteorologici: semplicemente c'è. Spesso dovremmo essere grati della sua presenza, come quando un tabellone degli orari ferroviari ben progettato ci fornisce informazioni utili; o quando per esempio un manuale di istruzioni ben progettato ci aiuta a portare a compimento un'azione complessa; o ancora quando un sito internet ben strutturato ci permette di prenotare dei biglietti. Molti di noi conservano una copertina di un libro o di un disco, per celebrarne lo stile o la grazia estetica. Potremmo persino essere contenti di comprare un sapone in polvere perché il suo allegro pacchetto ha catturato la nostra attenzione.

Ma raramente ci fermiamo a guardare a queste cose intendo nel modo in cui si osserva un quadro o un'opera d'arte. Assorbiamo i messaggi, chiedendoci solo di rado come siano stati costruiti. In poche parole, beviamo il vino senza accorgerci del bicchiere.

Questo succede per un buon motivo: gran parte del design grafico può essere catalogato come design silenziosamente ben fatto, per citare una frase della critica di design [Alice Rawsthorn](#). Si intende cioè un design "product design, interior design o graphic design" che svolge la propria funzione senza richiamare su di sé grande attenzione. Fa ciò per cui è creato, in un modo che non risulta invadente particolarmente interessante.

Ma un'altra grande fetta del design grafico è effimero e inconcludente. Ciò succede perché i messaggi affidati ai designer sono esattamente così: effimeri e inconcludenti. Tornando alla metafora del vino, potremmo dire che il vino scadente viene servito in bicchieri scadenti.

La natura effimera di molto design è ben illustrata in una rivelatoria scena del film di Michael Mann, [Heat](#), con Robert De Niro e Al Pacino. Il personaggio interpretato da De Niro si innamora di una donna interpretata da Amy Brenneman, che incontra in una tavola calda. Lui le chiede che lavoro faccia e lei dice di essere una graphic designer. Spiega che disegna intestazioni, copertine di CD e menu di ristoranti. De Niro la guarda incredulo e domanda: "si va a scuola per fare questo?" La Brenneman ride e dice di sì. Il sopracciglio alzato di De Niro illustra abilmente che molti non-designer pensano del design o più accuratamente rivela il valore che molte persone danno al design che le circonda tutti i giorni. Persino per un designer come me è difficile essere in disaccordo con quel sopracciglio. Esistono tantissimi esempi di design grafico stupido e inconcludente. Il motivo risiede nel fatto che i migliori clienti dei designer sono società e imprese che intendono soprattutto sfruttare il potere che il design ha nel packaging e nella presentazione dei loro prodotti e servizi.

Questa situazione ha reso il design un fattore importante per il business moderno. Nel mercato odierno, ove tanti prodotti e servizi sono identici, l'unico modo di distinguerli è spesso proprio attraverso il design. Ma se il design serve soltanto a differenziare una marca di dentifricio da un'altra, non da sorprendersi se le persone non lo ritengono un argomento avvincente.

Per molti osservatori e opinionisti, il ruolo del design nella cultura commerciale ne fa una delle speciose arti nere dei nostri tempi, assieme allo *spin*, al *hype* e al *branding*. Ed è innegabile che gran parte del design grafico si occupa di vendere prodotti in una società consumistica. Eppure non tutto il design serve scopi puramente commerciali. Vi sono clienti e designer che usano il design in modi costruttivi e socialmente utili.

Â Â

Inoltre il design grafico non è certo una realtà giovane esiste da molto tempo, forse persino dal Neolitico: le pitture rupestri erano difatti sofisticate grafiche informative riguardanti i movimenti stagionali di renne e bufali. Oppure si potrebbe dire che il design iniziò con i manoscritti illuminati del Medioevo. Eppure è più accurato dire che il design grafico sia nato nel 1450 quando Gutenberg ha perfezionato la stampa tipografica, o quando pochi anni dopo Caxton ha pubblicato il primo libro in lingua inglese. (Va comunque notato che i cinesi avevano imparato a stampare la calligrafia già intorno al 1000 d.C.)

L'arte della creazione di caratteri fu messa a punto durante il Rinascimento, e molti dei caratteri tipografici e delle relative convenzioni tuttora usati dai designer vennero creati durante l'esplosione artistica e culturale europea del Quindicesimo secolo.

Il design divenuto poi un mestiere riconoscibile con la rivoluzione industriale e l'arrivo delle stamperie automatizzate. Improvvisamente divenne possibile stampare in massa volantini e poster, e così cominciarono l'era della pubblicità. I cartelloni vittoriani e i poster di fine secolo sono chiari

antenati del design moderno, ma fu solo negli anni Venti del Ventesimo secolo che il design divenne realmente moderno.

L'architetto [Walter Gropius](#), che credeva fortemente nella fusione dei mestieri e delle arti, fondò il [Bauhaus](#) nel 1919, in Germania. Gropius intendeva rivalizzare il design ponendo la parola fine sulle imitazioni dei vecchi stili "naturalistici", e permettendo così ai designer di esprimersi in una nuova epoca caratterizzata dalle produzioni di massa, sviluppando un'estetica realmente adatta alle macchine moderne. Nel 1933 il Bauhaus venne chiuso dal Nazismo, ma aveva già dato vita a un movimento di design moderno che comprendeva architettura, product design e design grafico. Sorse un nuovo stile tipografico che rifletteva l'estetica delle macchine, e che avrebbe ben presto conquistato il mondo intero. Uno scrittore ha dichiarato: "La storia del Bauhaus è il racconto di come siano nate gran parte della pittura e della pubblicità americane contemporanee."

Negli anni Sessanta, la nuova tipografia modernista spesso descritta come [Stile Internazionale](#) divenne la principale forza stilistica nel mondo del design, soprattutto in virtù della sua predominanza nella cultura commerciale Americana. Trovò persino grandi consensi in Giappone, dove il design modernista venne usato nei poster pubblicitari delle [Olimpiadi di Tokyo](#) del 1964. Dal 1970 in poi il design invase ogni aspetto della vita moderna. Le imprese scoprirono il potere di un'identità visiva dinamica, e nessun business sembrava poter fiorire senza un logo sexy e una grafica patinata. I designer riconobbero il momento magico del loro arrivo: molti abbandonarono le loro radici solitarie e si unirono in agenzie di consulenza iper-efficienti e strategicamente competenti, capaci di offrire alle grandi società la panacea costituita da brillanti comunicazioni rivolte ai consumatori. I designer dimostrarono che lo *shareholder value* poteva essere aumentato grazie all'uso strategico e quasi scientifico del graphic design. Negli anni Ottanta, il design si affermò poi come elemento costitutivo vitale della cultura pop. Intestazioni, loghi, copertine di dischi e di riviste divennero parti fondamentali di una cultura giovanile ossessionata dallo stile. Un paio di designer divennero conosciuti anche fuori dal loro ambito professionale.

Oggi il graphic design è divenuto una supernova. Come abbiamo già detto, ha invaso ogni aspetto della nostra vita, dalla cultura sino alla politica. Ma a questa ubiquità corrisponde anche una certa ridondanza. Più è presente, meno valore gli viene assegnato.

\*\*\*\*\* \*

L'*Encyclopaedia Britannica* a riguardo dice quanto segue:

"[...] il design grafico è l'arte e la professione di selezionare e disporre elementi visivi " quali tipografia, immagini, simboli e colori " per portare un messaggio ad un pubblico. Talvolta il graphic design viene definito "comunicazione visiva", un termine che enfatizza la sua funzione nel dare forma " per esempio il design di un libro, di una pubblicità, di un logo, o di un sito Internet " a delle informazioni. Una parte importante del compito del designer consiste nel combinare elementi visivi e verbali perché costituiscano un insieme ordinato ed efficace. Il graphic design è perciò una disciplina collaborativa: gli scrittori creano frasi, gli illustratori danno vita ad immagini, e il designer incorpora questi lavori in una comunicazione visiva completa".

Per molti, questa è una descrizione soddisfacente. Eppure anche qui bisogna fare delle puntualizzazioni. In particolare guardiamo all'ultima frase: "Il graphic design è perciò una disciplina collaborativa: gli scrittori creano frasi, gli illustratori danno vita ad immagini, e il designer incorpora questi lavori in una comunicazione visiva completa".

È sicuramente esatto che in molti casi il design grafico è una disciplina collaborativa, nel senso che scrittori, fotografi e illustratori forniscono materiali ai designer. Ed è per questo che spesso non si riconosce ai designer stessi altro che la trasmissione del messaggio dei loro clienti. Si pensa in generale che i designer abbiano ben poca voce autoriale. I designer insomma producono il bicchiere, non il vino.

Ma ciò non è sempre vero. Infatti vi sono designer che scrivono i propri testi, scattano le proprie fotografie, creano le proprie illustrazioni e pubblicano i propri siti internet, i propri blog, oltre a libri e poster. Parlare di

questo potrebbe apparire puntiglioso, giacch' solo una bassissima percentuale rientra nella casistica descritta. Ma indica invece che i designer possono avere una loro voce autoriale: non tutti i designer sono servi privi di opinione.

Un'altra definizione di graphic design ci è fornita dalla designer e scrittrice americana [Jessica Helfand](#):

Â

"il graphic design è un linguaggio visivo che unisce armonia ed equilibrio, colore e luce, scala e tensione, forma e contenuto. Ma è anche un linguaggio idiomatico, costituito da spunti, giochi di parole, simboli e allusioni, da riferimenti culturali e deduzioni percettive che sfidano sia l'intelletto che gli occhi".

**La versione di Helfand introduce la nozione che il graphic design è un "linguaggio", e quindi, se i designer devono parlare questo linguaggio, con tutti i suoi "giochi di parole, simboli e allusioni", dovranno essere persone discretamente brillanti " o perlomeno persone che si interrogano, che siano culturalmente coscienti e che abbiano menti percettive a livello semiotico. In altre parole dovranno essere persone che abbiano studiato.**

**Qualsiasi definizione di design grafico è inadeguata se non considera gli studi e le conoscenze tecniche necessarie per essere un graphic designer. Vi sono regole che governano la tipografia, la struttura delle informazioni e gli aspetti tecnici della pubblicazione. Per imparare a gestirle ci possono volere anni: da ciò la grande importanza della formazione dei designer.**

**Il design ha anche una dimensione professionale: i designer devono possedere conoscenze circa il copyright, la proprietà intellettuale, e i contratti; devono inoltre avere capacità di negoziazione e di presentazione; e devono saper scrivere proposte, oltre a possedere numerose altre competenze riferenti all'ambito del business.**

**I designer devono divenire esperti nella produzione del loro lavoro. Devono imparare a governare programmi di software, a manipolare immagini, a gestire tecniche di stampa, la teoria dei colori, il web programming e a trasferire informazioni su piattaforme multiple.**

Â \*

**Non solo, ma esistono molti tipi di graphic design. Prendiamoci un momento per elencare alcuni dei tipi di design che esistono:**

**Innanzitutto le infografiche, concentrate sui fatti per come sono, ad esempio negli orari di mezzi di trasporto o nelle visualizzazioni di dati e statistiche. Vi è poi il design digitale, impegnato nella presentazione di informazioni su piattaforme elettroniche quali internet, cellulari e schermi appositi per la rappresentazione di dati. Vi è il graphic design per la televisione, e ovviamente per ogni forma di prodotto stampato " dai cartelloni ai libri; dalle brochure alle immagini coordinate; dalle cartine per avvolgere i chewingum sino ai biglietti dell'autobus.**

**La maggior parte dei lavori di graphic design sono bidimensionali, ma alcuni designer lavorano su 3 dimensioni. Progettano difatti installazioni, murales, mostre e disposizioni di merci nei negozi. Vi è il design tipografico, riguardante il modo in cui viene presentata l'informazione in formato testuale. Vi sono designer che progettano interfacce. Vi sono designer che lavorano come direttori artistici, dirigendo fotografi, illustratori e tipografi nel loro fare comunicazione visiva, allo stesso modo in cui un regista cinematografico dirige un cast per fare un film. Vi sono designer che si limitano al ritoccare fotografie. Vi sono persino designer che progettano le piccole icone che troviamo nei sistemi operativi dei nostri computer. (Beh, non pensavate certamente che si fossero disegnate da sole!)**

**Infine, una descrizione del moderno graphic design non potrebbe essere completa senza far riferimento alla dimensione etica e morale. Difatti le decisioni morali ed etiche coinvolgono i designer ogni giorno. Se una corporation che fabbrica mine anti-uomo chiedesse ad un designer di creare il suo sito internet, molti risponderebbero di no. Ma si tratta di una semplice questione morale su cui pochi designer avrebbero dubbi. Cosa dire invece dell'affermata catena di negozi di vestiario che ha alla sua base politiche opinabili riguardo al lavoro nel Terzo Mondo " il designer medio direbbe loro di no?**

Le questioni morali ed etiche spesso si manifestano in un'urgenza da parte dei designer di usare le loro competenze a fin di bene " per esempio nell'aumentare l'informazione circa cause sociali o ecologiche. Vi " un'ampia tradizione di design al servizio di movimenti di protesta. Si pensi a tal proposito al ruolo che ha avuto il [simbolo della pace](#) nei movimenti contro la guerra sin dagli anni '60. Alcuni designer usano inoltre le proprie competenze per diffondere le loro convinzioni religiose; altri sono impegnati nella ricerca per migliorare la leggibilit  per chi ha difetti a livello di vista, o nell'investigazione circa nuovi metodi di comunicazione rivolti al pubblico analfabeta.

Nonostante la diversit  delle pratiche di design e la pluralit  delle comunicazioni visive moderne, credo esistano soltanto due tipi di graphic designer.

Questa divisione " fondamentale nel capire il graphic design. Vi sono molti modi di definire questa frattura, e ovviamente vi sono molti casi in cui non risulta netta.

[Massimo Vignelli](#), un designer italiano che ha vissuto e lavorato a New York quasi tutta la vita, autore di lavori eleganti e raffinati, ha definito la divisione con la sua consueta precisione:

 

 L'uno " radicato nella storia e nella risoluzione di problemi. L'altro ha le sue radici nelle discipline umanistiche " pittura, arti figurative, pubblicit  , trend e mode. Sono di fatto due vie diverse! Un lato " strutturato, l'altro " emotivo. 

A mio avviso Vignelli ha perfettamente ragione. In modo succinto descrive i due approcci al design grafico " quello strutturato e quello emotivo. Usa anche una frase che sinora ho evitato " "risoluzione di problemi" . Molti designer si occupano prettamente di questo. Un cliente porta loro un "problema" e loro usano le loro competenze per risolvere a livello visivo quel problema. La nozione di essere un risolutore di problemi si addice bene alla mentalit  dei molti designer di natura analitica e oggettiva: per essere un buon designer bisogna vedere le cose dall'ottica del potenziale utente.

Ma come dice Vignelli, esiste un altro tipo di designer. Sinora non ho usato quella parola che inizia per A " Arte.

Nessuno dei designer che conosco si reputa un artista. " assai comune che ai designer l'arte piaccia, e che abbiano per essa grande attenzione, cos  come " comune che i designer invidino l'apparente libert  degli artisti.

Sono in molti a credere di riconoscere la differenza fondamentale tra artisti e designer: gli artisti creano opere dettate da un impulso interiore. O, per metterla in un altro modo, scrivono i propri brief. I designer grafici, d'altro canto, agiscono sulla base di brief forniti da terzi " sono ad essi reattivi. Tornando ancora al bicchiere di vino " gli artisti forniscono il vino, i designer forniscono il bicchiere.

Eppure non " affatto cos  semplice. Vi sono designer che hanno una visione personale e particolare di come debba materializzarsi il loro lavoro. Lavorano nella moda, nel mondo della musica e del design culturale, e nonostante magari seguano il funzionamento del tradizionale *problem-solving*, il loro lavoro si basa assai di pi  sull'intuizione e su un lessico estetico interiore.

Questi non tendono a vedersi come "risolutori di problemi" . Quel che altri vedono come problema da risolvere, loro lo vedono come un'opportunit  di espressione grafica. Questi sono designer con un loro stile personale " spesso supportato da convinzioni morali ed estetiche " e i clienti sanno bene cosa verr  loro fornito nell'assumere tali individui o i loro studi.

Dunque abbiamo due tipi di graphic designer. Uno pragmatico risolutore di problemi; l'altro emotivo e visionario. Ovviamente molte cose li accomunano: competenze pratiche e tecniche, tradizioni storiche, la realt  della sopravvivenza nella sfera del business, per dirne solo alcune.

Ma vi " una caratteristica fondamentale condivisa da entrambi i tipi di designer " la ricerca di un senso di autorialit  .

Questa ricerca di autorialit  " una piccola urgenza testarda che ogni designer coltiva, e di cui raramente accetta una totale soppressione. Persino i designer pi  pragmatici e pi  orientati al servizio vogliono fare le cose alla propria maniera, porre un qualche proprio marchio sul lavoro che svolgono.

Per capire questa "piccola urgenza testarda" dobbiamo guardare al motivo che spinge le persone a diventare designer. Solitamente ci avviene dopo la scoperta di una predisposizione alla creatività o al disegno, o quando scopriamo di avere una sensibilità estetica. Questa sensibilità è dapprima rozza e incolta, ma con gli anni diviene più sofisticata, e scopriamo di avere vere e proprie convinzioni riguardo alla forma e al colore. Questa scoperta ci rivela il primo assaggio dell'autorialità.

Non è certo un'autorialità degna di un grande romanziere, per esempio, ma è un impulso a lasciare un segno, persino nella risoluzione di un problema per un cliente. Come designer siamo inclini a risolvere i problemi del cliente, ma vogliamo farlo a modo nostro e con la nostra voce.

Ovviamente, questo ci conduce ad osservare il paradosso essenziale che si trova al cuore di tutti i tipi di design: l'urgenza a esprimere una personale voce autoriale considerata antitetica al design razionale obiettivo. Per essere realmente obiettivo, il designer deve rimuovere tutti i sentimenti personali dall'equazione e concentrarsi su una soluzione razionale o almeno così ci dicono.

Eppure non è mai esistito un buon design, di qualsiasi natura, che costringesse il designer ad abbandonare la propria voce, e tutto il grande design, quello che conta, ha un'impronta personale che non intralcia affatto la sua funzionalità. I designer non saranno artisti, ma vogliono comunque firmare il proprio lavoro.

Â Â

Posted by Ermanno Nardelli in Università at 22:51

Tuesday, September 23. 2008

## **Subvertising n.10 di settembre 2008**

La rivista del Marketing non convenzionale:

Vi segnalo qui il numero 10 di Settembre (per gli altri numeri visitate il sito [www.subvertising.it](http://www.subvertising.it) )

Ritorna Subvertising dopo la pausa estiva con un numero ricco di contenuti interessanti e provocatori in merito alle radicali trasformazioni post 11/9 subite anche dall'advertising mondiale.

Si parla molto anche del writing e di quanto esso abbia influenzato modi e tecniche di guerrilla marketing, nonché una recensione di libri sull'argomento.

In vista dell'imminente uscita sul mercato di un nuovo titolo di MMORPG, Warhammer On-line, si analizzano le potenzialità e la sfida che questo titolo lancia a World of Warcraft.

E mentre in tutta Europa si parla di crisi economica, di recessione e di stagnazione, Subvertising fa eco a tutti coloro che decantano le lodi di Berlino come città innovativa e creativa, capace di tenere testa alla crisi anche grazie al suo costante movimento, visto ovviamente rappresentato attraverso azioni di marketing non convenzionale.

Posted by Ermanno Nardelli at 16:13

Saturday, September 20. 2008

## Video

Ho aggiornato la sezione video con alcuni lavori eseguiti per conto di LazioTV. Appena possibile inserirÃ² anche le didascalie.

Posted by Ermanno Nardelli at 10:52

Friday, September 19. 2008

### **La-vo-rac-cio! 1.0 ;-)**

Mamma che sfracassamento! Ho dovuto risistemare tutti i css e i php della galleria foto/file lavorando sul caro, vecchio e buon codice... era inguardabile e non si capiva nulla su come era fatta la navigazione.. tutto accozzato come se fosse stato buttato il codice gi 1 da una nave!

Spero che apprezziate!

Posted by Ermanno Nardelli at 22:42

### **La semplicit  in una campagna televisiva premia sempre...**

Questo video per pubblicizzare la schweppes tonica (si scrive cos -?) ha avuto un gran successo in rete. L'idea   semplice: utilizzare lo slow motion... nessuna grafica, nessun 3d, solo l'ingegno umano e l'utilizzo di tecniche ben conosciute e radicate...

Buona visione!

Posted by Ermanno Nardelli at 12:09

### **Pian pianino**

Ho aggiunto alcune foto e sto aggiornando pian pianole diverse sezioni... pensavo che il materiale fosse molto di meno!

Mi preme segnalarvi l'aggiunta di alcune foto scattate in tempi diversi eccole qui:

Posted by Ermanno Nardelli at 10:15

Tuesday, September 16. 2008

**Ciao Richard...**

**Mi hai accompagnato fin dall'adolescenza... hai segnato inesorabilmente il mio percorso musicale fin da piccolo ed ora te ne vai cosÃ¬ in silenzio comeÃ² ti mostravi sempreÃ² sul palco assieme ai tuoi compagni di viaggio di sempre. Giusto il tempo per l'ultima reunion per i vostri numerosissimi fans...**

**Come sempre ancora il male di questo secolo ti ha portato via, ma in modo dolce e indolore... come un alito di vento...**

**Ciao Richard...**

**grazie per aver attraversato la mia vita con le tue composizioni...**

Richard Wright, **tastierista dei Pink Floyd** giÃ² al momento della creazione del leggendario gruppo rock a metÃ² degli Anni Sessanta a Cambridge, Ã² morto a 65 anni d'etÃ² "dopo una breve lotta con il cancro". Il decesso Ã² stato annunciato dalla famiglia del musicista, che ha avuto un ruolo importante - sotto il profilo creativo ed esecutivo - in una serie di grandi album della band, come "The Dark Side on the Moon" e "Wish you were here".

Nato in una famiglia benestante nel quartiere di Hatch End a Londra, appena adolescente Wright entra al London College of Music, e lÃ² ha il suo primo impatto con la musica. Abbandona le lezioni di pianoforte dopo appena due settimane. In seguito si iscrive al politecnico di Regent Street alla facoltÃ² di architettura. Qui conosce Roger Waters e Nick Mason, ma ben presto abbandona gli studi per seguire la sua passione per la musica. Nel 1965 i tre, insieme a Syd Barrett, fondano i Pink Floyd. Dopo l'uscita di Syd Barrett, Wright diventa il compositore melodico del gruppo. La somiglianza della sua voce con quella del chitarrista subentrato a Barrett, David Gilmour, viene sfruttata per creare in alcune canzoni effetti particolari.

Posted by Ermanno Nardelli at 11:19

**La Cecla Franco - Contro l'architettura**

**Un libro sicuramente da leggere. Se almeno non vi convincerÃ² , vi farÃ² riflettere su come l'uomo si prepara a rinchiudersi in ambienti asettici.**

Mai come adesso l'architettura Ã² di moda. Nelle riviste, nei quotidiani, in televisione le opere delle super-star dell'architettura sono oggetto della curiositÃ² di lettori che prima erano completamente digiuni in materia.

Eppure mai come adesso l'architettura Ã¨ lontana dall'interesse pubblico: incide poco e male sul miglioramento della vita della gente, A volte ne peggiora le condizioni dell'abitare. Questo accade perchÃ© l'architettura Ã¨ diventata un gioco autoreferenziale, incentrata sulla "firma", sulla genialitÃ del singolo architetto, genialitÃ che Ã¨ quotata nella borsa della moda al pari di un qualunque brand. Gli architetti si rifugiano in una artisticitÃ che li esclude da qualunque responsabilitÃ . Purtroppo ad essi spesso viene affidata la trasformazione di interi pezzi di cittÃ , trasformazioni che spesso compiono con incompetenza, superficialitÃ e convinti che si tratti di un gioco formale. Ma le cittÃ funzionano diversamente: sono il territorio profondo su cui agisce l'inconscio collettivo, sono il luogo delle appartenenze e dei conflitti. Questo libro invita ad abbandonare le archistar al loro egoismo e ad accettare che l'architettura abbia esaurito la sua funzione. Oggi c'Ã¨ bisogno di altro, soprattutto nella situazione di emergenza in cui le cittÃ e l'ambiente rischiano di diventare sempre piÃ¹ inabitabili.

Posted by Ermanno Nardelli in Libri, Manuali & Tutorial at 00:58

## **MINI Space competizione di design 2: Sempre se vi va**

### **[MINI Space Design Competition](#)**

#### **Crea il tuo spazio**

Lascia perdere tutto il resto e disegna lo sfondo per minispace.com. I tuoi lavori saranno mostrati su MINI Space dove potranno essere votati dagli iscritti e i tre design piÃ¹ di successo vinceranno un premio! Inoltre Gert Hildebrand, direttore del MINI Design, e il suo team sceglieranno il loro design preferito che sarÃ premiato con un nuovo, luminoso e leggero MacBook Air

#### **Come partecipare**

Dai la tua interpretazione di topic "Oasi urbana" lo sfondo per il sito di MINI Space. Per adattarla perfettamente, il tuo lavoro deve essere in formato JPG e rispettare i parametri di 1280x800 pixels.  
Scadenza

**59 giorni mancanti.**

Carica almeno un design o una foto entro le 11:59 del 14 Novembre GMT.

#### **Premi**

Primo premio - iPod Touch 32 GB

Secondo Premio - MINI Visionaire Sound - Limited Edition


Terzo Premio - A pair of Onitsuka Tiger shoes

Premio Speciale assegnato da Gert Hildebrand e il suo team: : Apple Macbook Air

Posted by Ermanno Nardelli in Concorsi e Contest at 00:15

Monday, September 15, 2008

## Su facebook la prima community degli studenti ed ex-studenti di GPM a Vallegiulia

Su suggerimento di un utente nonché collega del forum di **www.anarchitetto.it** che da anni ci accompagna nei nostri vagabondaggi universitari, ho deciso di creare (quindi sarei io il fondatore? 

) il primo gruppo di Studenti del nostro ormai Corso in fase di estinzione. Il gruppo in questione Ã " GPM Grafica e Progettazione Multimediale - Architettura a Vallegiulia".

Dopo un giorno siamo giÃ sette. Speriamo che altri si possano unire... perchÃ un nick Ã bello, ma vuoi mettere un profilo completo come quello di FACEBOOK???

Vi dÃ il link al gruppo di **GPM**:

<http://www.new.facebook.com/group.php?gid=40180195029&ref=mf>

Posted by Ermanno Nardelli in UniversitÃ at 23:56

Saturday, September 6. 2008

## **Benvenuti!**

**Benvenuti** a tutti nel mio spazio personale. Spero vi faccia molto piacere visitare le mie passioni, i miei lavori e magari tenervi aggiornati sulle novità in campo di design, grafico e architettonico. Spero che mi veniate presto a trovare perché attualmente sono in fase di costruzione di questo mio spazio e quindi se non trovate nessuna galleria o lavoro normale. Solo una questione di tempo!

Molti si chiederanno perché ho scelto un Blog. Beh la scelta è stata dettata dal fatto che non ho molto tempo da dedicare al sito e perché mi piace molto scrivere. Solo la flessibilità di un blog mi avrebbe permesso di pubblicare velocemente contenuti e tenerli sempre aggiornati con un alto tasso di modificabilità e adattabilità alle mie esigenze.

Un abbraccio!

## **Ermanno**

Posted by Ermanno Nardelli at 14:25