

Mirco Tangherlini



INFORMAZIONE VISIVA

QUANDO
LE PAROLE
NON BASTANO

Queste poche pagine non hanno la pretesa di “raccontare” in maniera esaustiva la professione dell'**illustratore editoriale**, ma di far conoscere un mondo, tagliato fuori dai mercati dell'arte, in cui **i tempi di esecuzione**, la **conoscenza** profonda di quanto si stà elaborando, una “**buona mano**” e una **creatività** che risponde in fretta alle richieste del committente, rimangono l'unica vera essenza.

La **rappresentazione visuale** di una notizia non è mai solo il passaggio da qualcosa che si legge a qualcosa che si può guardare, ma instaura un processo, più articolato, di decodifica dell'informazione.

L'**infografica** (come viene definita l'informazione grafica) ha il compito, non sempre semplice, di:

- rendere visibili** le parti nascoste,
- semplificare** le nozioni complesse comprensibili solo dagli addetti ai lavori (notizie di carattere tecnico e scientifico),
- evidenziare** quegli argomenti che, a volte, si nascondono fra le righe di una notizia.

La **grande quantità di informazioni** che ogni giorno il nostro cervello è costretto ad assorbire, rielaborare e

catalogare, ha portato l'utente, sovrapposto, a **perdere la capacità di concentrazione** e, quindi, diventa difficile catturare la sua attenzione, fargli leggere i dati di un articolo.

A volte il lettore si limita a guardare il titolo, a soffermarsi sull'immagine (foto o illustrazione) che lo accompagna e a leggere le poche righe della didascalia, che quindi riveste, assieme alla grafica, un'importanza rilevante per “**attrarre**” la sua **curiosità**.

L'infografica dovrebbe essere in grado, se ben documentata ed illustrata, di **spiegare in modo chiaro**, ogni argomento, dalle note tecniche di assemblaggio di un mobile fino alla mappa della tragedia delle torri gemelle. Dovrebbe “accendere” la **voglia di approfondire l'argomento**, spostare lo sguardo sul testo ed iniziare l'**avventura della notizia**.

L'infografica dovrebbe “accendere” la voglia di approfondire l'argomento

INFOGRAFICA e METAGRAFICA



Ueber die Beziehungen der Eisenstoffe zu den Ammoniumverbindungen des Stickstoffs von D. Mendelejew — Ueber den Einfluss der verschiedenen Ammoniumverbindungen in verdünnter Salzsäure, dass die Halbschwefelsäure aus der Ammoniumverbindungen, wieder nach verdünnter Ammoniumverbindungen, ein reiches und feines Ammoniumverbindungen, was für sich selbst die folgenden Eigenschaften enthält:

H = 1	N = 14	O = 16	Cl = 35,5	S = 32	K = 39	Ca = 40	Fe = 56	Cu = 63,5	Zn = 65	Ag = 108	Hg = 200
Li = 7	Na = 23	Mg = 24	Al = 27	Si = 28	P = 31	As = 75	Se = 78	Br = 80	I = 127	Ba = 137	Pb = 207
Bi = 208	Tl = 204	Po = 209	At = 210	Rn = 222	Fr = 223	Ra = 226	Ac = 227	Th = 232	Pa = 231	U = 238	Th = 232
U = 238	Pa = 231	Th = 232	Ac = 227	Th = 232	Pa = 231	U = 238	Th = 232	Pa = 231	U = 238	Th = 232	Pa = 231



Così si formano le placche aterosclerotiche

Sud e isole	donne	23%
	uomini	18%
Centro	donne	24%
	uomini	19%
Nord Ovest	donne	30%
	uomini	26%
Nord Est	donne	21%
	uomini	21%

Ipercolesterolemia: a Nord Ovest il record negativo

Le regioni italiane del Nord Ovest sono quelle in cui vive, in percentuale, il maggior numero di persone con valori di colesterolo troppo alti.



Il colesterolo viene prodotto in parte dal fegato. Per poter circolare nel sangue deve però legarsi a particolari molecole chiamate lipoproteine Ldl o Hdl.

Una parte del colesterolo viene invece introdotta con il cibo e poi assorbita dall'intestino. Anche in questo caso sono necessarie le lipoproteine Ldl o Hdl per trasportarlo nel sangue.

Per una complessa serie di reazioni chimiche, il colesterolo legato alle lipoproteine Ldl (e non a quelle Hdl) tende a incollarsi, letteralmente, alle pareti interne delle arterie, formando placche aterosclerotiche. La circolazione del sangue diventa sempre più difficile e dalle placche possono anche staccarsi frammenti, che vanno a bloccare i vasi più piccoli, provocando problemi molto gravi, come l'infarto cardiaco o gli ictus cerebrali.

Così si formano le placche aterosclerotiche

Il colesterolo viene prodotto in parte dal fegato. Per poter circolare nel sangue deve però legarsi a particolari molecole chiamate lipoproteine Ldl o Hdl.

Una parte del colesterolo viene invece introdotta con il cibo e poi assorbita dall'intestino. Anche in questo caso sono necessarie le lipoproteine Ldl o Hdl per trasportarlo nel sangue.

per una complessa serie di reazioni chimiche, il colesterolo legato alle lipoproteine Ldl (e non a quelle Hdl) tende a incollarsi, letteralmente, alle pareti interne delle arterie, formando placche aterosclerotiche. La circolazione del sangue diventa sempre più difficile e dalle placche possono anche staccarsi frammenti, che vanno a bloccare i vasi più piccoli, provocando problemi molto gravi, come l'infarto cardiaco o gli ictus cerebrali.

Colesterolo legato alle lipoproteine Hdl.
Colesterolo legato alle lipoproteine Ldl.
Ipercolesterolemia: a Nord Ovest il record negativo

Le regioni italiane del Nord Ovest sono quelle in cui vive, in percentuale, il maggior numero di persone con valori di colesterolo troppo alti.

Dall'infografica, tradizionalmente intesa come la semplice interazione fra un **elemento visuale** ed una serie di tabelle, mappe e grafici, ci si aspetta, di solito, una registrazione fedele della notizia, l'illustrazione o la foto deve essere affiancata da un testo che spieghi l'accaduto.

Non è sempre così. Una buona informazione grafica dovrebbe **trasmettere molto di più** della semplice enunciazione della notizia, deve dare la possibilità, a chi legge, di scoprire **altri significati** e di acquisire **nuove conoscenze** in merito all'argomento trattato.

Un **esempio di infografica** che rispetta quanto detto sopra e che non è una mera illustrazione dei contenuti ma li interpreta in maniera incontestabile, è quella classica in cui si vuole illustrare un'azione di guerra. **[1]**

La pianta in oggetto indica le possibili direzioni dell'attacco degli alleati, indicando quali forze verranno coinvolte.

Non è comunque sempre importante applicare uno stile grafico all'informazione. Un valido esempio è sicuramente rappresentato dalla **Tavola Periodica** disegnata da Henry Hubbard, una rappresentazione visuale degli

elementi chimici conosciuti. Questa "immagine" è stata definita geniale da chi l'ha consultata, in quanto, nella sua apparente semplicità, non è solo una succinta somma di informazioni. **[2]**

A volte anche una tabella, apparentemente banale in cui, per esempio, bisogna indicare il consumo di uova nel mondo, può essere visualizzata in modo "creativo". È il caso di questa infografica uscita sulla rivista Panorama. **[3]**

L'esigenza di trasformare in **rappresentazione visuale** una serie di dati prevede che ogni testo scritto, indipendentemente dal suo senso di lettura e quindi dalla lingua utilizzata, obbliga chi legge, per comprenderne il significato e a seguire un'**unica direzione**. **[4]**

Il tempo di **scansione del testo** richiede quindi un'attenzione alta e un tempo elevato, inoltre, la monotonia visiva, rende il "solo testo" poco memorizzabile. L'infografica ha il compito di **amplificare la forza dell'informazione**, facendo interagire illustrazioni, foto, testi e tabelle.

Il vantaggio offerto dall'informazione grafica è quello di contenere sulla **stessa pagina**, di solito doppia, tut-

ti i dati a disposizione, legati fra loro da un'illustrazione portante, che varierà nel suo stile dipendentemente dal layout della rivista o del quotidiano che la contengono.

Questa pagina, non ponendo il vincolo della lettura **monodirezionale**, può essere letta in **tutte le direzioni**.

[5] Chiaramente un buon grafico, può, con i giusti "pesi" guidare la lettura, creando un **percorso ottico** che privilegi alcune parti dell'informazione rispetto ad altre.

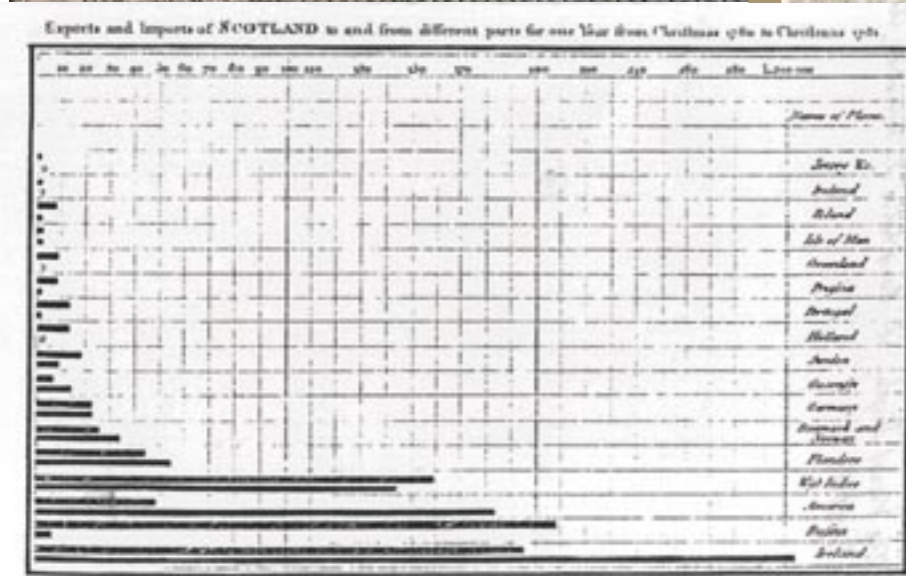
La **scansione dinamica** permette, inoltre, una maggiore memorizzazione della notizia.

Quando l'infografica supera le **barriere della lingua** diventa **meta-grafica**.

L'utilizzo di materiale iconografico, permette a questo tipo di visualizzazione di adattarsi a **tutte le realtà sociali** e di **svincolarsi dal linguaggio scritto**.

Finalmente **l'informazione per tutti**, che non ha bisogno di essere tradotta ma che diventa con il suo integrarsi di immagini universalmente riconosciute, di elementi geometrici e di dati numerici, **visivamente multilingue**.

BREVE STORIA dell' INFOGRAFICA



The upright lines are the Thousand Pounds each. The black lines are Exports the dotted lines Imports.



7

8

Analizziamo ora i **petroglifi** delle società preistoriche o i **geroglifici** utilizzati dagli antichi egizi. [5]

Attraverso l'evoluzione della società umana, questi simboli si convertirono nel **linguaggio testuale** che viene attualmente utilizzato. Da sempre, però, immagini e testo sono rimasti integrati, succedeva nei codici miniati medioevali, nei testi sacri hindu, negli studi leonardeschi. [6]

Con l'avvento della possibilità di utilizzare caratteri mobili per la stampa, espressione testuale e visuale dovettero essere separate, a causa del differente approccio richiesto in termini di processi produttivi e capacità tecniche.

Solo di recente, il **desktop publishing** ha permesso di colmare il divario fra queste due forme comunicative, a causa delle necessità del settore editoriale negli anni '90.

Ma già prima di questi anni, altri eventi posero le prime pietre per la fondazione dell'infografica moderna.

Ecco alcuni esempi.

“L'atlante commerciale e politico” di Willian Playfair. [7]

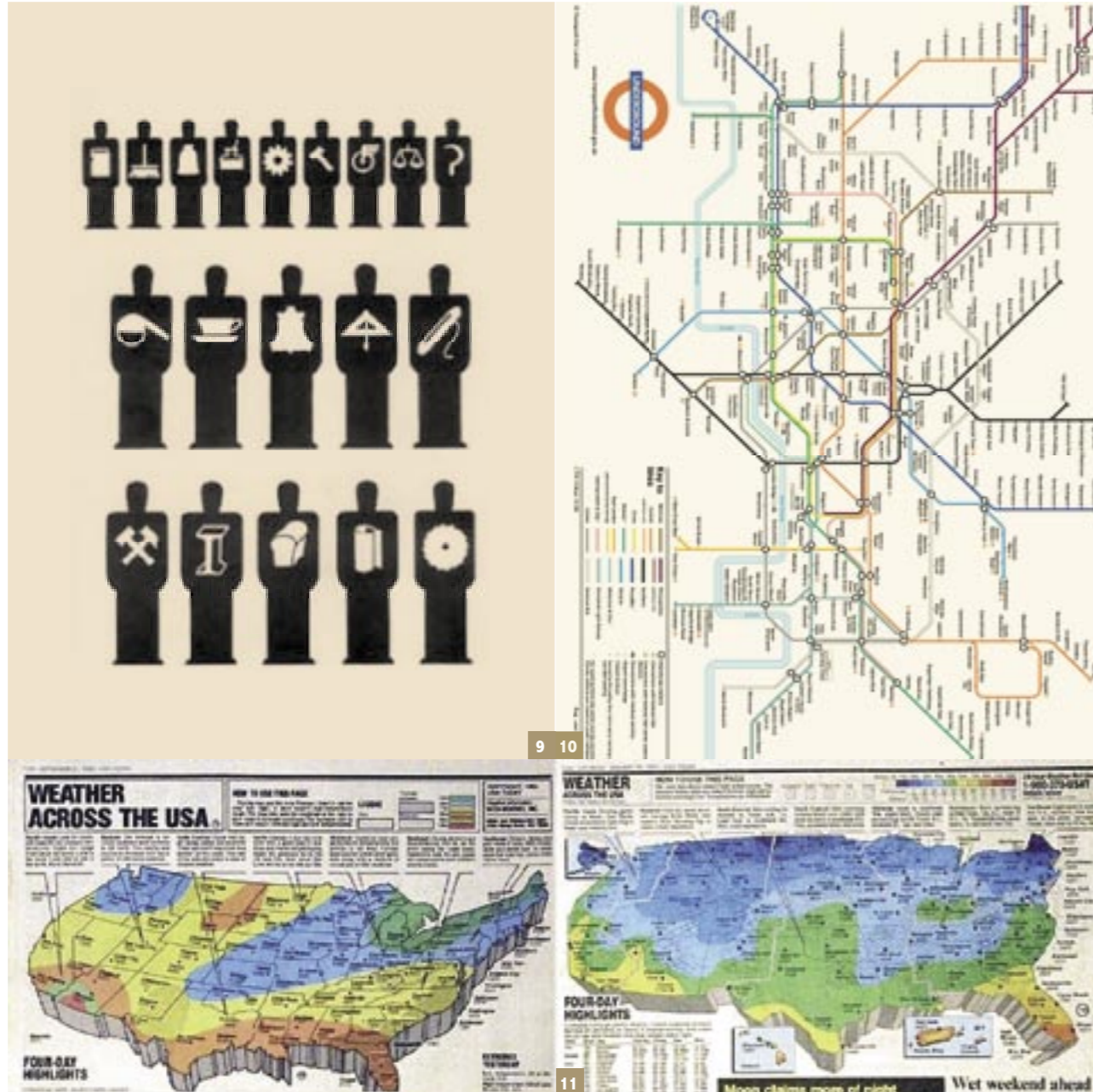
Playfair fu l'inventore dei grafici a barre e a torta, con cui egli fu in grado di comunicare i dati presenti su tavole. Nel suo “Atlante” rappresentò, tramite 43 grafici, l'andamento nel tempo di una serie di dati, includendo anche un diagramma a barre.

Questo segnò l'inizio di un lavoro statistico di grande importanza, in quanto riuscì ad effettuare una astrazione dal mondo fisico per rappresentare in modo grafico dei dati in sé.

“La mappa dell'armata napoleonica durante la campagna di Russia” di Charles Minard. [8]

Charles Minard, ingegnere francese, realizzò una serie di grafici durante il corso della sua vita, di cui quello sulla fallimentare spedizione russa napoleonica rappresenta uno dei vertici dell'eccellenza nell'analisi grafica di dati statistici; esso mostra, con una serie di linee di differente colore e spessore, elementi riguardanti numero di soldati e movimenti durante gli anni della campagna di Russia.

Immagini e testo sono, da sempre, intimamente correlati.



“Isotype” di Otto Neurath.

Con il sistema ISOTYPE, Otto Von-Neurath sperava di sviluppare un sistema di rappresentazione di dati demografici in modo completamente grafico e astratto, quasi universale. Nonostante il “naufragio” del progetto, per via della sua intrinseca complessità e della vastità dell'iconografia necessaria, rappresenta comunque un passaggio fondamentale nello sviluppo dell'infografica, perché la sua influenza continua a sentirsi anche oggi nella rappresentazione di segnali stradali e interfacce software. [9]

“Cartina della metropolitana londinese”.

Anche il sistema di rappresentazione grafica della rete metropolitana londinese fu un passo di grande importanza in questo ambito.

Creata da Henry Beck, la metodologia di rappresentazione a linee rette e oblique, simile ad un circuito integrato, ha il pregio innegabile di poter sviluppare l'intera rete utilizzando come unico riferimento geografico il corso del Tamigi, seppur semplificato, mantenendo la sua estrema funzionalità ed espandibilità.

“Cartine meteorologiche”

di George Rorick. [11]

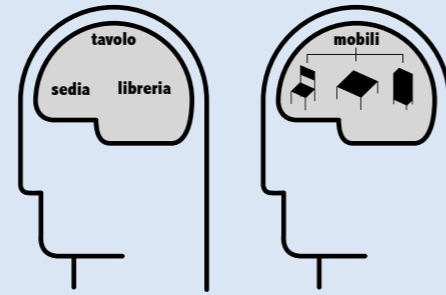
Prima di Rorick, l'editoria statunitense non faceva uso di grafici di alcun tipo, considerati dispendiosi e fonte di distrazione per il lettore.

Le sue infografiche rivoluzionarono l'idea di illustrazione editoriale, fornendo una base e un inizio per la rappresentazione di cartine meteorologiche.

La sua combinazione di forme, colori, simboli e annotazioni svecchiò un settore grigio e poco comprensibile.

George Rorick, le sue grafiche rivoluzionarono l'idea di illustrazione editoriale.

PENSIERO VISUALE e RAPPRESENTAZIONE



12
13



Ceci n'est pas une pipe.

Magritte

La **rappresentazione** è il processo alla base dell'intera comunicazione umana.

Una parola è in grado di evocare nella nostra mente l'**idea di un oggetto** che può non essere presente durante il processo comunicativo, che noi estraiamo da una serie di categorie e simboli caratterizzati da un certo grado di astrazione.

Ad esempio, noi possiamo possedere una **categoria mentale** di oggetti contenente solo ed esclusivamente mobili, a cui di volta in volta attingiamo per le idee di "sedia," "poltrona," "tavolo" e quant'altro sia correlato a questi oggetti.

Ad ognuno di questi oggetti, poi, sono associate caratteristiche essenziali tipiche di quel tipo di oggetto e non di altri, un qualcosa che definisce la "sediezza" di una sedia e che la differenzia da una poltroncina.

Insomma, noi pensiamo attraverso categorie e relazioni fra categorie. [12]

Mentre parole e frasi rappresentano il sistema di comunicazione verbale, immagini e grafici formano il **sistema di comunicazione visuale**.

Ciò crea una dicotomia del tutto particolare, che può anche essere sfruttata a fini artistici, come fece Magritte per la sua opera "Questa non è una pipa:" egli è in grado di rompere il legame fra l'etichetta mentale che noi diamo all'oggetto rappresentato semplicemente negandone l'essenza tramite una scritta.

In questo modo, il sistema di comunicazione verbale è in contrasto con quello di comunicazione visuale, sebbene secondo quest'ultimo l'oggetto rappresentato sia esattamente quello citato dalla frase.

Il problema di questa tipologia di comunicazione, però, è di essere **relativa** e comprensibile solo entro certi limiti linguistici.

Una "pipe" per un interlocutore francofono rimane una "pipa" per un italiano, ma per un interlocutore anglofono assume il duplice significato di "pipa" e "tubo."

L'infografica, creando una **sinergia** fra i due sistemi di comunicazione, deve essere in grado di valicare i confini puramente linguistici per incrementare la nostra **efficienza informativa**. [13]

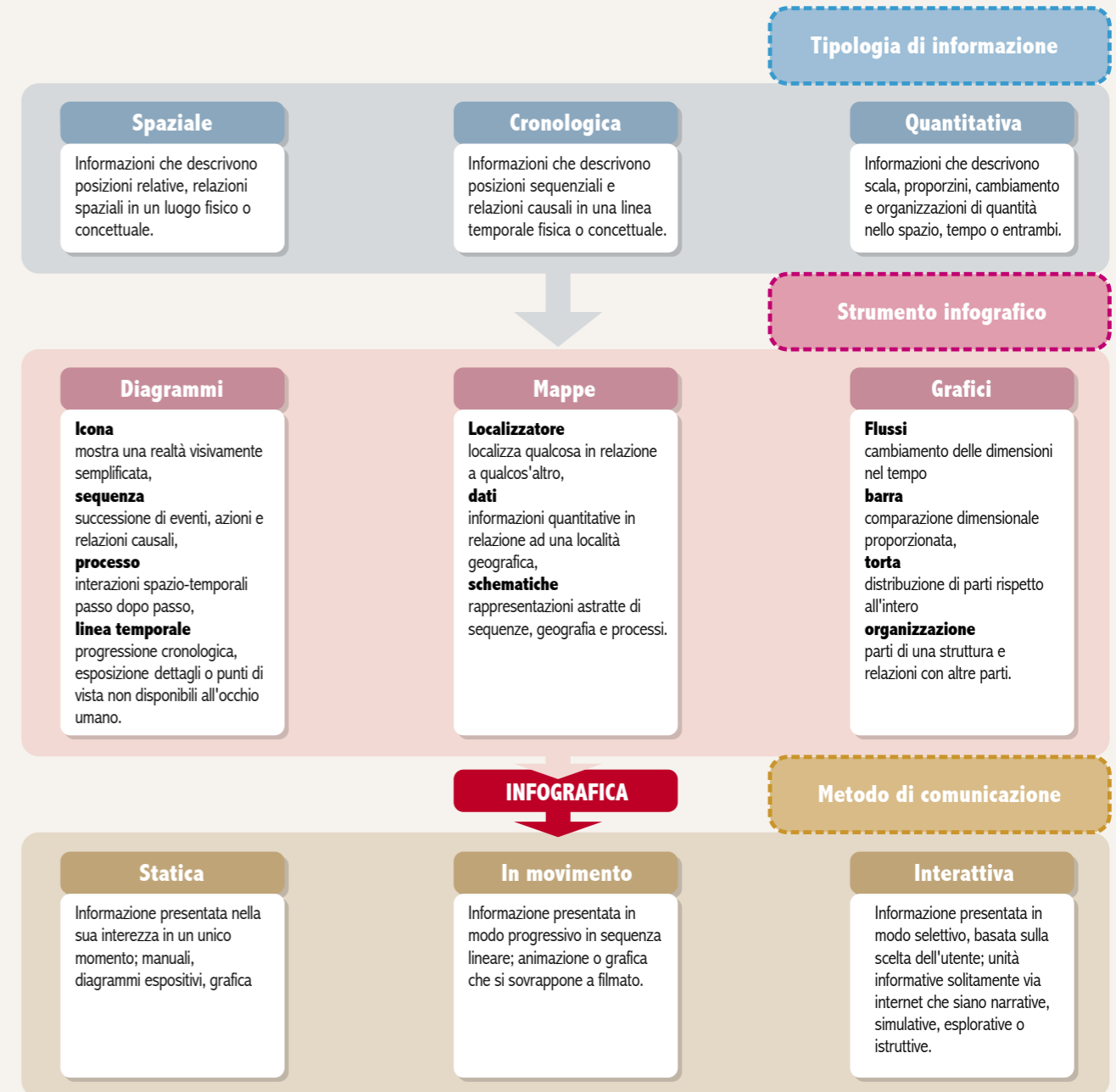
Noi pensiamo attraverso categorie e relazioni fra categorie.

MODELLO DI CREAZIONE DI UNA INFOGRAFICA

Tre sono le **sfide principali** della creazione di una infografica.

- 1) Comprendere che tipo di combinazione si deve comunicare;
- 2) Concepire una rappresentazione visuale accettabile e coerente con il tipo di informazione;
- 3) Scegliere un media adeguato alla rappresentazione.

Il seguente diagramma descrive i passaggi relativi alla creazione di una infografica.



INFOGRAFICA: 10 STRATEGIE



Dopo aver descritto in che modo l'infografica influisca sul processo creativo, analizziamo ora alcune infografiche di successo.

1. ORGANIZZARE

L'organizzazione delle informazioni e il loro utilizzo a livello grafico è il processo più complesso e importante nell'intera creazione di una infografica accurata. L'illustrazione [14] mostra gli interessi politici ed economici legati al Vaticano. Un chiaro esempio di come sia possibile trasformare in illustrazione chiara e accattivante, una serie di dati.

2. RENDERE VISIBILE

Quella che è la qualità essenziale di una illustrazione infografica è mostrata nella figura [15] in cui la dinamicità dell'economia nazionale è visualizzata da un treno che sbuffa e, con la stessa enfasi sono resi gli elementi che ne bloccano la velocità.

3. STABILIRE UN CONTESTO

Possiamo utilizzare l'esempio dell'illustrazione sui legami del Vaticano per specificare come venga stabilito il contesto necessario al funzionamento dell'infografica; in questo caso, gli illustratori hanno optato per una visuale dall'alto di una scrivania che potrebbe

essere quella del Papa. Ciò permette all'utente di osservare gli elementi chiave della vicenda, i vari fogli ed i libri sono collegati da un nastro bianco/giallo che guida il percorso di lettura e aiuta a comprendere quello che si vuole descrivere.

4. SEMPLIFICARE

Non sempre una infografica ricca di elementi è ben fatta: si deve sempre curare il lato della ricettività. Troppe informazioni possono distrarre l'osservatore, ed è per questo che una infografica semplificata consente maggiore immediatezza e facilità di interpretazione.

Questo principio di semplicità è ben esemplificato dall'illustrazione di Panorama riguardo i dati Parmalat nel mondo [16] soprattutto riguardo l'utilizzo del latte come materia per costruire il planisfero su cui appoggiare i dati.

E' sufficiente, poi, una rappresentazione a barre per rendere chiari i valori di ogni stato.

5. AGGIUNGERE RIDONDANZA

La ridondanza è un concetto che emerge dalla teoria dell'informazione; si tratta, essenzialmente, dell'opposto dell'informazione, in quanto qualcosa di ridondante aggiunge poco o nulla

al messaggio da trasmettere. Eppure, gran parte delle informazioni con cui dobbiamo avere a che fare nella vita di tutti i giorni contiene una buona quantità di ridondanza.

Proviamo, ad esempio, a togliere vocali ad una frase: "prvnd lggr qst frs," si nota come, con una certa approssimazione, essa sia comunque comprensibile.

La ridondanza permette di facilitare l'assimilazione delle informazioni. Una frase senza vocali è comprensibile, ma con più difficoltà rispetto ad una frase normale.

Chiamiamo "disturbo" ogni fattore nel processo informativo che va contro la sua predicibilità. Attraverso la ridondanza, si possono correggere eventuali errori introdotti nell'informazione su un canale disturbato. Un esempio di questo tipo di ridondanza lo danno i semafori, che comunicano una informazione attraverso colori e loro posizioni reciproche.

6. MOSTRARE CAUSA ED EFFETTO

Quando cerchiamo di comprendere qualcosa, abbiamo bisogno di informazioni per la ricezione dei meccanismi di basso livello.

Sulla copertina di Panorama in cui si anticipa un articolo sulle tasse viene mostrata una forte relazione causa-



effetto tra la morsa del fisco e una moneta, che rappresenta i nostri risparmi, che viene schiacciata.

[17]

7. CONFRONTARE E CONTRASTARE

Le tre richieste di una infografica di successo riguardano cause, effetti e relazioni.

Bisogna trovare la risposta alla domanda "rispetto a cosa?"

Ad esempio, nel grafico sulla gittata dei missili iracheni, vengono messe in relazione le distanze raggiunte dai vari tipi di armamento.

Questo ci permette di effettuare una comparazione visuale rapida del pericolo contestualizzato alle zone circostanti evidenziate sul planisfero.

[18]

8. CREARE DIMENSIONI MULTIPLE

Nell'infografica, pubblicata su Panorama durante la guerra in Iraq, che descrive i danni provocati dalle bombe "intelligenti", possiamo vedere come, mostrando dimensioni diverse, si possa rendere più comprensibile il racconto.

All'interno della stessa grafica è possibile valutare un ipotetico scenario di guerra, come il missile viene trasportato, i componenti della bomba e come avviene fisicamente l'esplosione.

[19]

9. TRASFIGURAZIONE DEI DATI

Per aumentare la memorizzazione dei dati da parte del lettore è sicuramente utile trasformare gli elementi di cui si parla, (nell'esempio i medicinali) in grafica per esporre i dati.

La narrazione diventa più ficcante e l'immagine "sdrammatizza" un'informazione altrimenti legata ad una serie fredda di dati numerici.

[20]

10. INTEGRARE

La coerenza è importante; si devono evitare riferimenti a figure ed eventi rimossi dal flusso testuale. Le informazioni per la comparazione, inoltre, dovrebbero essere inserite lato per lato, in modo da poterle osservare con una sola ipotetica occhiata, non nelle pagine seguenti, a mo' di appendice.

UN ESEMPIO DI COPERTINA



Vorrei ora provare a descrivere il percorso che porta alla produzione di un'illustrazione "veloce" per una copertina, nel caso descritto si tratta del magazine **Panorama**.

Lunedì ore 12,00 circa:

Ricevo una telefonata da parte dell'art director di Panorama, Beppe Preti, in cui mi viene chiesta la disponibilità a collaborare per la realizzazione dell'immagine di copertina per il numero della rivista che sarà in edicola il giovedì seguente.

Il concept trasmesso a lui dal direttore vuole evidenziare il triste stato del pianeta terra, che, secondo il biofisico James Lovelock, nel giro di qualche decennio si sbarazzerà dell'uomo come un cane fa delle pulci.

Preti mi chiede di provare a visualizzare "qualcosa" da cui partire.

I tempi per avere l'immagine in alta risoluzione sono i soliti: consegna entro martedì alle 12,00.

Lunedì ore 12,30 circa:

Sono su internet a cercare notizie su James Lovelock.

La documentazione è fondamentale, l'idea può scaturire anche scorrendo i vari siti che trattano l'argomento a cui siamo interessati.

Lunedì ore 16,00 circa:

Consegno delle prime tre bozze.

Dopo anni passati davanti un monitor il mio modo di lavorare non prevede l'utilizzo di carta, i miei "schizzi" li eseguo direttamente sul computer, utilizzando Painter, Photoshop o direttamente in 3d, magari con dei modelli grezzi e poco dettagliati.

Posso così valutare le luci, le ombre e le forme in maniera più realistica. Di solito inizio preparando una cartella sul computer in cui inserisco, direttamente dal mio archivio la mappa del mondo [21] e un "omino" spaventato che scappa.

Le scene che ho provato a visualizzare rappresentano:

1- Il pianeta Terra che, con un piede enorme, schiaccia degli omini che scappano, per enfatizzare la cosa ho adoperato un obiettivo grandangolare per la telecamera virtuale. [22]

2- Ho pensato ad una scena alla Indiana Jones, trasformando la sfera di pietra che corre all'interno del cunicolo in un inquietante pianeta Terra.

Una forte luce arancio posizionata dietro la sfera cattura l'attenzione, contrapponendosi al "buio" del resto della scena. [23]

3- Infine l'immagine alternativa, che vuole essere solo un'altra proposta (a me piace molto la prima soluzione),

uno spray insetticida che colpisce con il suo veleno un "omino" costretto in un angolo come uno scarafaggio. L'etichetta della bombola è stata mappata con la texture del pianeta terra. [24]

Lunedì ore 18,00 circa:

La scelta del direttore di Panorama è caduta proprio su quella che per me era solo "l'alternativa", la n.3.

Mi si chiede però di togliere la texture legno del pavimento e di rendere più "drammatiche" le luci.

Il fondo è quasi neutro per mettere in evidenza gli elementi interessanti dell'immagine.

Ho provato anche ad inserire altri "omini" ma, alla fine, l'utilizzo di un'unica figura ha reso più "tragica" la scena. La stampa sulla bombola dello spray è resa più realistica con l'aggiunta dell'icona che indica materiale pericoloso e con la fascia metallica verticale.

La documentazione, ancora una volta è stata fondamentale per una buona credibilità.

Lunedì ore 19,00 circa:

Ho spedito l'immagine scelta, in bassa risoluzione, con le correzioni richieste dal direttore artistico, avendo cura di lasciare abbondanza intorno per permettergli di gestire i testi nel modo migliore.



Lunedì ore 20,00 circa:
 Preti mi invia una prova di impaginato.
 [26]

L'illustrazione funziona.
 Posso generare l'alta risoluzione.
 Unica richiesta: togliere l'icona di pericolo e la fascia metallica verticale.

Lunedì notte:
 Il mio programma di grafica 3d, "Lightwave", lavora per darmi un'immagine in alta risoluzione di 5.000 pixel di base.

Martedì ore 09,00 circa:
 Recupero il file prodotto e aggiungo con photoshop lo "spruzzo" (ho preferito aggiungerlo in postproduzione per poterlo gestire meglio e spostarlo facilmente qualora sorgessero problemi di impaginazione una volta integrato il testo reale). [27]
 Oltre a questo preparo anche un file con un fondo, sempre monocromatico, ma più caldo. [28]

Martedì ore 10,00 circa:
 Spedisco le due illustrazioni a Panorama.

Martedì ore 11,00 circa:
 Fatta la prova di stampa, Preti presenta la copertina al dr. Calabrese,

direttore della rivista, che dà il suo benestare.

Martedì ore 11,10 circa:
 Arriva finalmente la telefonata che approva il lavoro svolto.
 Ancora una volta abbiamo rispettato i tempi richiesti.

Questo anche grazie al feeling istaurato, in questo caso, proprio con il direttore artistico.

La conoscenza profonda fa sì che, parlando, si possa vedere la stessa immagine. Conoscendo il mio stile, probabilmente, Preti immagina già il risultato.

Basta sentirsi una volta al telefono, raccontarsi sensazioni ed aspettative ed ecco che in 24 ore si può creare la copertina per una delle testate più prestigiose d'Italia.

[29]

BIBLIOGRAFIA

1. Harmon, Katherine (2003). **You Are Here.** Princeton Architectural Press.
2. Harris, Robert L. (2000). **Information Graphics: A Comprehensive Illustrated Reference.** Oxford University Press.
3. Helfand, Jessica (2002). **Reinventing the Wheel.** Princeton Architectural Press.
4. Holmes, Nigel (1991). **Designer's Guide to Creating Charts and Diagrams.** Watson-Guptill.
5. Holmes, Nigel (2005). **Wordless Diagrams.** Bloomsbury.
6. Institute for Information Design Japan (2005). **Information Design Source Book.** Graphics-Sha.
7. Jacobson, Robert (2000). **Information Design.** The MIT Press.
8. McCloud, Scott (1994). **Understanding Comics.** Harper.
10. Mijksenaar, Paul and Westendorp, Piet. **Open Here: The Art of Instructional Design.**
11. Mijksenaar, Paul (1997).

Visual Function: An Introduction to Information Design.

Princeton Architectural Press.

12. Myer, Eric. K. (1997).

Designing Infographics.

Hayden Books.

13. Tufte, Edward (1990).

Envisioning Information.

Graphics Press.

14. Tufte, Edward (1997).

Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative.

Graphics Press.

15. Tufte, Edward (2001).

The Visual Display of Quantitative Information.

Graphics Press.

WEBSITES

1. Alberto Cairo – A lot of useful resources from one of the leading practitioners
<http://www.albertocairo.com/>
2. Design of Signage – Theory, Application and Resources
<http://www.designofsignage.com/>
3. Gallery of Data Visualization – Examples of good and bad infographics
[http://www.math.yorku.ca/SCS/Gal-](http://www.math.yorku.ca/SCS/Gallery/noframes.html)

lery/noframes.html

4. InfoDesign – A well maintained collections of annotated links related to infographics

http://www.informationdesign.org/archives/cat_information_graphics.php

5. Interactive Narratives – A database of links to interactive narratives from the web

<http://www.interactivenarratives.org/>

6. John Grimwade – Online portfolio of one of the leading infographic designers

<http://www.johngrimwade.com/>

7. Nixlog – An exhaustive collection of infographics available online

<http://www.nixlog.com/infographics/>

8. New York Times – Arguably the best online interactive features in the business

<http://www.nytimes.com/pages/multimedia/index.html>

9. Society of News Designers – News design resources and awards gallery
<http://www.snd.org/>

10. Xplane – The visual thinking weblog

<http://www.xplane.com/xblog/>

11. Infographics Design Aid

<http://www.sosidea.com/>



Mirco Tangherlini

Vive e lavora ad Ancona.

Dal 1995 collabora attivamente con le più prestigiose testate italiane.

Le sue opere sono visibili sul sito www.tangherlini.it. Dal gennaio 2006 è anche attivo un nuovo spazio su internet, www.sosidea.com, dove è possibile acquistare in tempo reale immagini già pronte e destinate al mercato editoriale di tutto il mondo.

Partnership

Comunicazione e consulenza:

ACRAF, Apple Italia, Banca Popolare di Ancona, Benetton, Fornarina, IGuzzini, Nazareno Gabrielli, Nose, QualityNet, Regione Marche, Università di Camerino, Università Politecnica delle Marche, Upper.

Editoria:

Auto Oggi, Capital, Class, Clementoni, Corriere Salute, Donna Moderna, Economy, Fabbri, Focus, For Men Magazine, Gli album di Repubblica, Il Mondo, Il Venerdì di Repubblica, Men's Health, Mondo Sommerso, Musica, Newton, Panorama, Panorama Web, Panorama Next, Starbene, Tu, Tv Sorrisi e Canzoni, Visto.

Molte illustrazioni di Mirco Tangherlini sono state inoltre pubblicate da testate internazionali quali "Stern" tedesca, "Top Santé" francese, "Focus" edizione Portoghese, "Il caffè" svizzera e "Die Ganze Woche" austriaca.

In copertina un'illustrazione realizzata
da **M. Tangherlini**
per **Panorama Economy**
Direzione Artistica: **Adriano Attus**



© Mediateca delle Marche - Mirco Tangherlini