



MANUALE DI IMMAGINE NON COORDINATA

Stefano Caprioli | Pietro Corraini



chitettura

S

RS

10

SISTEMA BIBLIOTECARIO DI ATENEIO

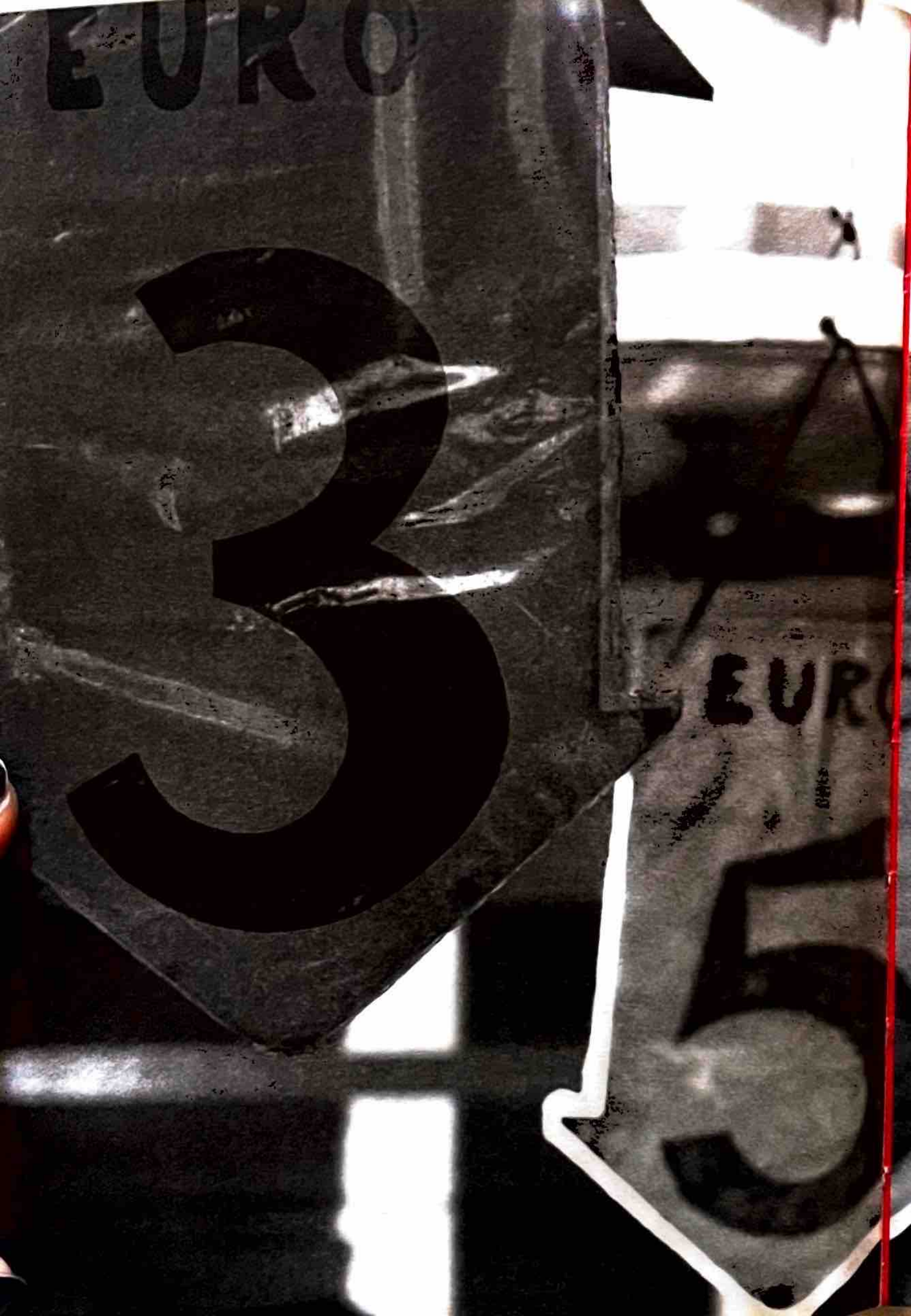


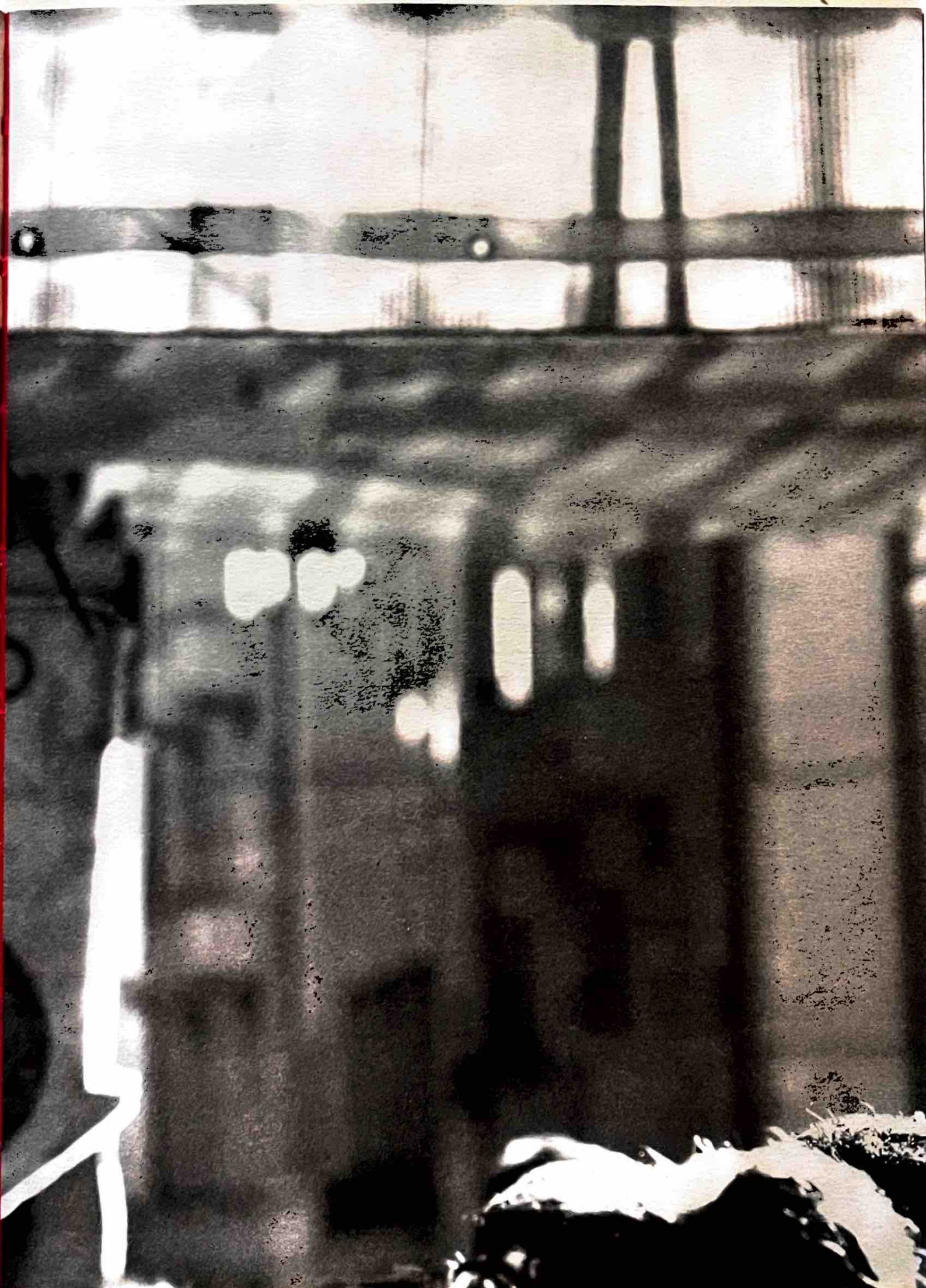
OFFERTA

2 KILI

X

€ 3,50





A SCELTA

MAGLIA

DI LANA

OFFERTA!!!

€ 6.00

A SCE

MAGLIA UN

TA

00

ICA

A SCE

€ 10

USO DEL VIETATO

"Lui invece, l'albero Pictor, rimaneva sempre lo stesso, non poteva più trasformarsi. Dal momento in cui capì questo, la sua felicità se ne svanì: cominciò ad invecchiare e assunse sempre più quell'aspetto stanco, serio e afflitto, che si può osservare in molti vecchi alberi. Lo si può vedere tutti i giorni anche nei cavalli, negli uccelli, negli uomini e in tutti gli esseri: quando non possiedono il dono della trasformazione, col tempo sprofondano nella tristezza e nell'abbattimento, e perdono ogni bellezza".

Hermann Hesse, *Favola d'amore*

Giovani ambiziosi di cambiare il mondo, di scardinarne le regole, di giocare a prenderlo un po' in giro, rispettosamente ma con coraggio, osando "rivoluzioni" sì, ma "fatte senza che nessuno se ne accorga", come avrebbe sottolineato, sorridendo, il maestro Bruno Munari. E proprio come avrebbe detto il nostro Re Mida della comunicazione e del progetto, che qui con questi tipi è di casa, oggi dovrebbe essere praticata, con maggiore lucidità e frequenza, una sana regola, che poi è quella di trasgredire (le regole), per andare oltre.

Lui che teorizzava l'"uso del vietato", per arrivare a risultati inaspettati, per scoprire nuovi orizzonti lungo strade normalmente battute in modi automatici: come quel giorno che attraverso una macchina progettata e programmata per riprodurre da un originale un numero illimitato di copie identiche (leggi fotocopiatrice) riuscì ad ottenere originali e non copie (le sue "xerografie originali", ossimoro doc), e quindi pezzi unici prodotti da una macchina, mostrando a tutti che snobbare i divieti può essere un sano modo per superare l'ovvio, vincendolo; o come quella volta della collezione di tessuti "La regola e il caso", dove una pioggia irregolare di tinte colorate "sporcava" liberamente rotoli di stoffe accuratamente prestampate. Regola e caso, appunto, insieme, a raccontare di rigore e accelerazione, di metodo e scarto laterale. Molti anni prima, sempre lui, aveva introdotto un suo libretto per bambini ("Le macchine di Munari") con un gioco di parole funambolico ("Attenzione attenzione") dove in ogni riga cambiava qualche parola rispetto alla riga precedente, innescando paradossi e calembour inverosimili, per arrivare alla fine di una lunga colonna con un quasi ritorno all'ordine, dopo quella inebriante ubriacatura, in realtà giungendo all'esatto contrario: "È vietato l'ingresso ai non addetti al lavoro/È vietato il lavoro ai non addetti all'ingresso/È ingrassato l'addetto ai non vietati al lavoro/(...)/ È dettato il permesso ai verdetti del foro/ È vietato l'ingresso agli addetti al lavoro". Un "esercizio di stile", come ci avrebbe insegnato Raymond Queneau nelle sue variazioni sul tema, acutamente traghettate verso la nostra lingua da un certo Umberto Eco.

Trasgredire per cambiare e migliorare, arrivando a nuovi record.

Tutto può cambiare, allora; tutto deve cambiare, quindi; ogni cosa dovrebbe avere una sana capacità di adeguarsi all'oggi. Mostrandosi cangiante, assecondando le necessità mutevoli di un tempo dalle temperature molto variabili: il nostro.

Osare il vietato.

Beppe Finessi



THE JOURNAL

OF THE AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION

1911

871460-10



INV.

2010997
UNIVERSITA' DI FIRENZE

BST - ARCHITETTURA

coll.

741.6 CAPRS

MANUALE DI IMMAGINE NON COORDINATA

Stefano Caprioli
Pietro Corraini

51913



Edizioni Corraini



Progettiamo un marchio e un logotipo. Poi prendiamo un foglio o una busta e stampiamoceli sopra. Oltre a marchio e logotipo è fondamentale scegliersi un colore e un carattere tipografico di proprio gradimento.

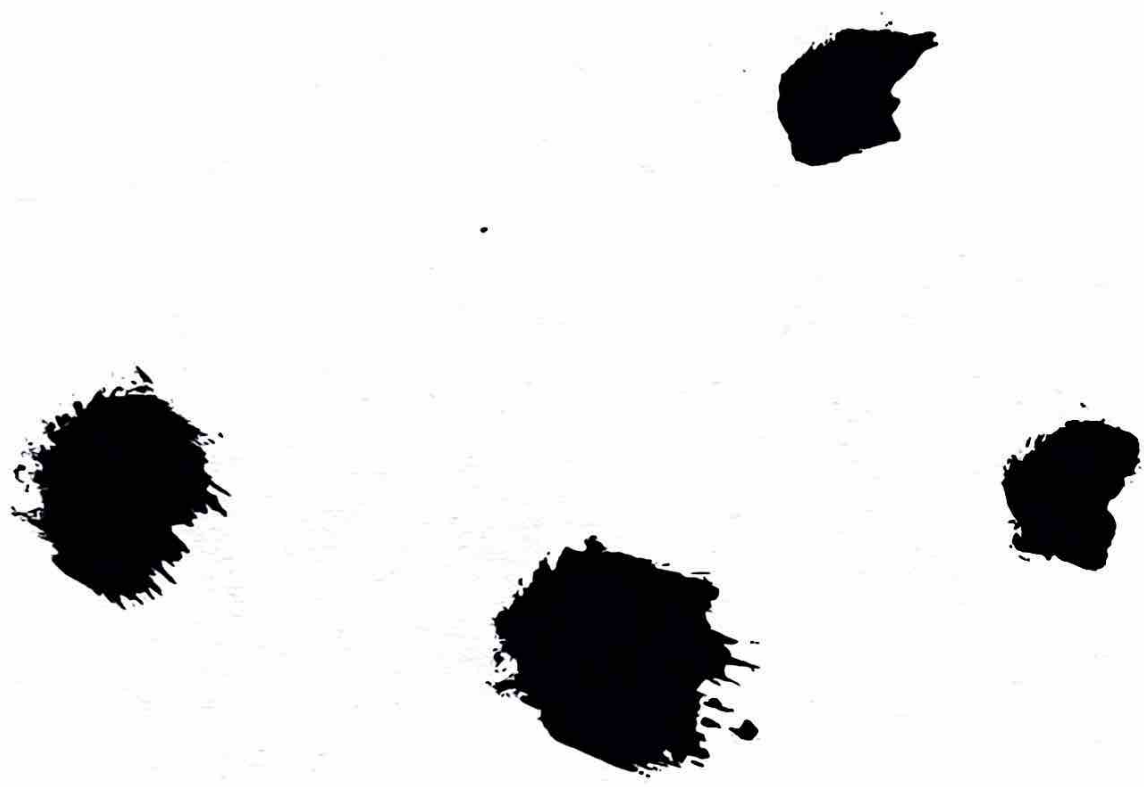
[illegible]

L'IMM
COORD
ÉOBS

AGINE

INATA

OLETA



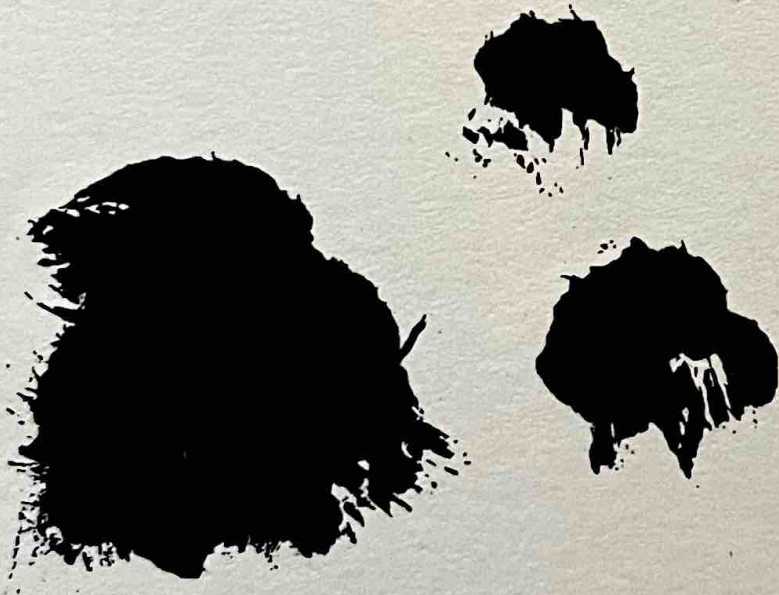
Rete delle Baite

*Marchio e logotipo per un consorzio di baite
e produttori di formaggi locali*



RETE DELLE BAITE

*Marchio e logotipo per un consorzio di baite
e produttori di formaggi locali*



ReTe delle Baite

*Marchio e logotipo per un consorzio di baite
e produttori di formaggi locali*



Lo stesso tipo di formaggio
può assumere gusti e sfumature
molteplici a seconda del luogo e
del periodo in cui è prodotto e
stagionato.

Ma è sempre lo stesso tipo di
formaggio.

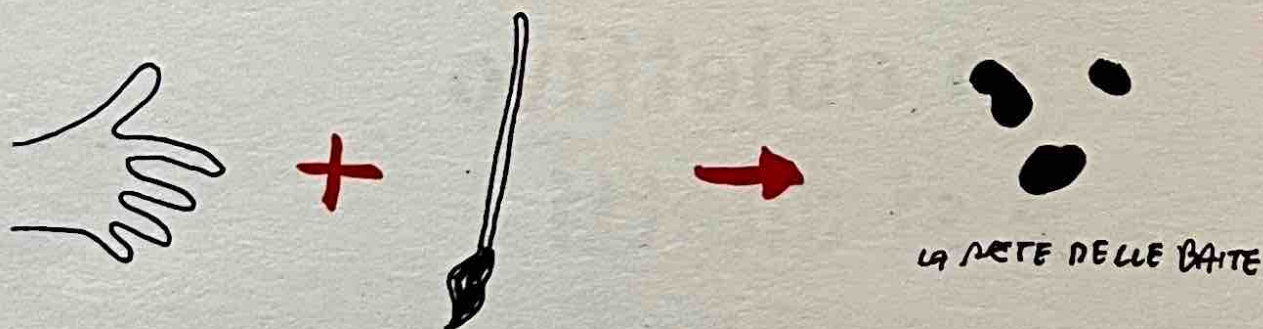
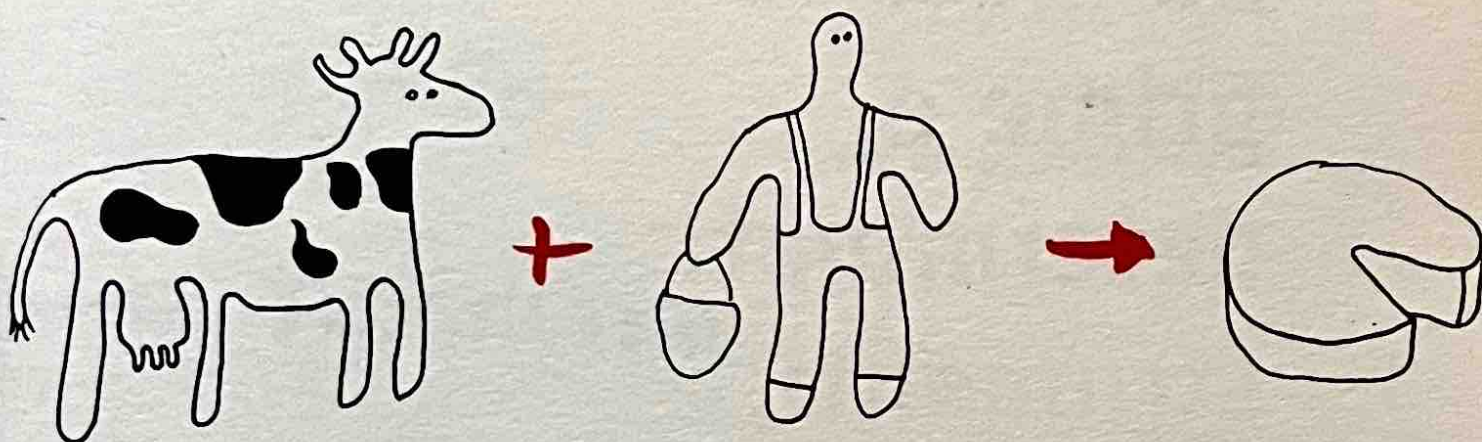
**Dove sta la
riconoscibilità?**

**Nella forma di formaggio
o nel processo di
produzione?**

**Partendo
da materie
prime e
determinati
strumenti,
ci si ponga
un obiettivo
e si adotti
un metodo.**



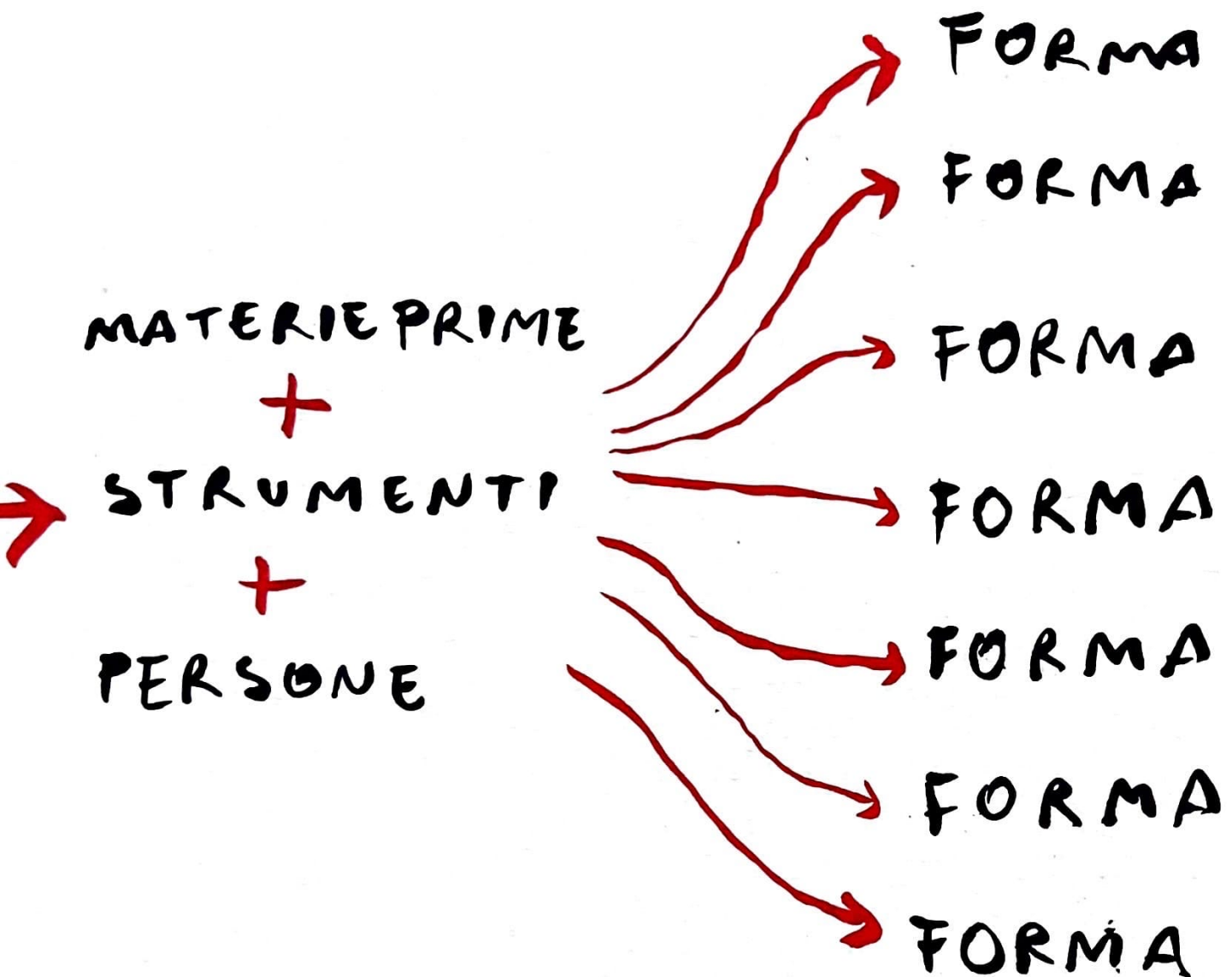
**Il medesimo processo produce risultati simili
ma sempre diversi tra loro.**



*Il linguaggio della rete
delle baite deve essere il
più possibile vicino alla
preparazione del formaggio.*

Il processo altro
non è che una
sequenza di azioni
e ogni azione può
essere scomposta
nel seguente modo:

INTENZIONE —



A loro volta i risultati possono essere introdotti come materie prime in altri processi per ottenere prodotti con un livello di complessità superiore.

MARCHIO

Intenzione

tracciare su un foglio quanti punti si vuole, nella maniera che si ritiene più opportuna.

Materie prime

tempera nera su qualsiasi foglio di carta o altro tipo di supporto a seconda dei casi e delle esigenze.

Strumenti

pennello a punta tonda.

Persone

un grafico o un qualsiasi pastore della rete.

RETE DELLE BAITE

LOGOTIPO

Intenzione

riprodurre la scritta *rete delle baite*, non importa come: stampatello minuscolo, maiuscolo, maiuscoletto, corsivo; l'importante è che a giudizio del progettista sia leggibile.

Materie prime

qualsiasi foglio di carta.

Strumenti

pennarello nero a punta fine.

Persone

un grafico o un qualsiasi pastore della rete.

UTILIZZI MARCHIO E LOGOTIPO

Intenzione

riprodurre il marchio e logotipo separatamente o insieme senza particolari prescrizioni spaziali riguardo la loro composizione; per la scelta dei colori, l'importante è che di volta in volta siano leggibili su qualsiasi tipo di sfondo.

Materie prime

marchio e logotipo in originale o digitalizzati, qualsiasi tipo di supporto e applicazione a seconda dei casi e delle esigenze.

Strumenti

scanner, fotoritocco, stampanti, fotocopiatrici, video.

Persone

un grafico o un qualsiasi pastore della rete.



Rete della Buite

TEXTURE

Intenzione

riempire una superficie di logotipi dello stesso colore mantenendo un'inclinazione di 45°.

Materie prime

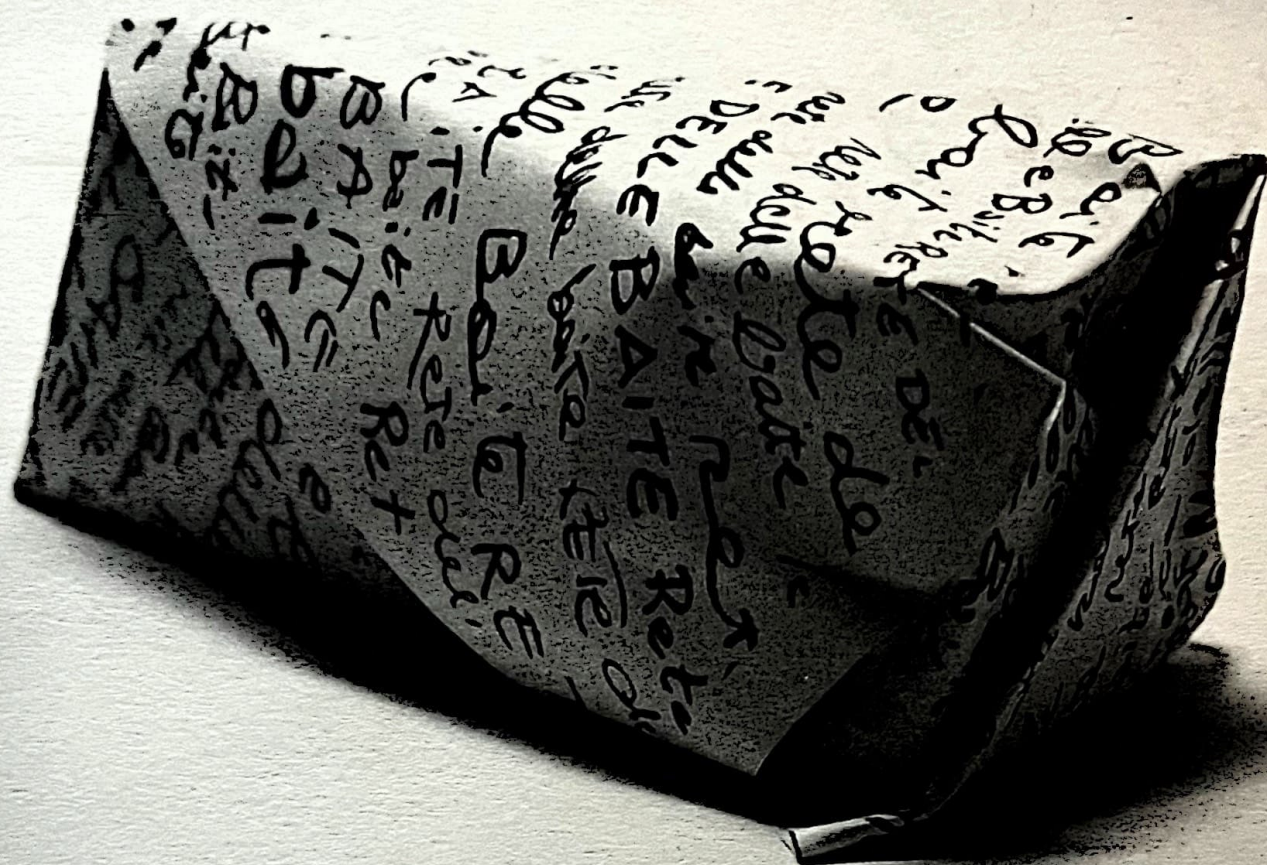
il maggior numero di logotipi possibile, fogli di carta o qualsiasi altro tipo di supporto.

Strumenti

pennarello nero a punta fine per creare la texture, scanner e programmi di fotoritocco per eventuale viraggio cromatico delle scritte nelle applicazioni.

Persone

più grafici o pastori si passano il pennarello, meglio è.



PACKAGING ALIMENTARE

Intenzione

riprodurre la texture "rete delle baite" su carta per alimenti. Colori di texture e carta devono garantire la leggibilità.

Materie prime

texture "rete delle baite", carta per alimenti.

Strumenti

qualsiasi programma di impaginazione grafica.

Persone

un grafico di volta in volta anche diverso.



1° PRINCIPIO DELL'IMMAGINE NON COORDINATA

Il marchio è il processo.

L'immagine coordinata definisce e controlla forme per ottenere un risultato grafico unico. Gli attributi di un marchio sono progettati una volta per tutte e qualora vengano rimessi in discussione si parla di riprogettazione dell'immagine coordinata.

L'immagine non coordinata definisce e controlla un processo per ottenere una serie di risultati grafici di volta in volta diversi ma inevitabilmente legati tra loro da una somiglianza genetica. **In questo senso la riconoscibilità agisce ad un altro livello, che non è più quello della forma bensì quello delle regole di produzione della forma.**

Il manuale di immagine non coordinata non specifica le forme di comunicazione in uscita, bensì ne definisce i processi in entrata. **Compito del progettista di immagine non coordinata è stabilire in modo rigoroso intenzioni, materie prime, strumenti e persone legate ad ogni processo creativo, dichiarando di volta in volta vincoli e margini di libertà.** L'immagine non coordinata si può comunicare solo sotto forma di prescrizioni ed esempi.

Prescrizioni e margini di libertà introducono nel progetto grafico due variabili, **causalità e casualità**, che fanno dell'immagine non coordinata un'insieme di metodologie determinate che producono risultati dalle **infinite varianti formali**, non determinabili a priori.

Etimologia del marchio

Marchio è un segno che si imprime su qualcosa per definirne la proprietà.

Marchio deriva da *marka*, voce germanica che significa segno. Segno deriva probabilmente da *secare*, cioè tagliare.

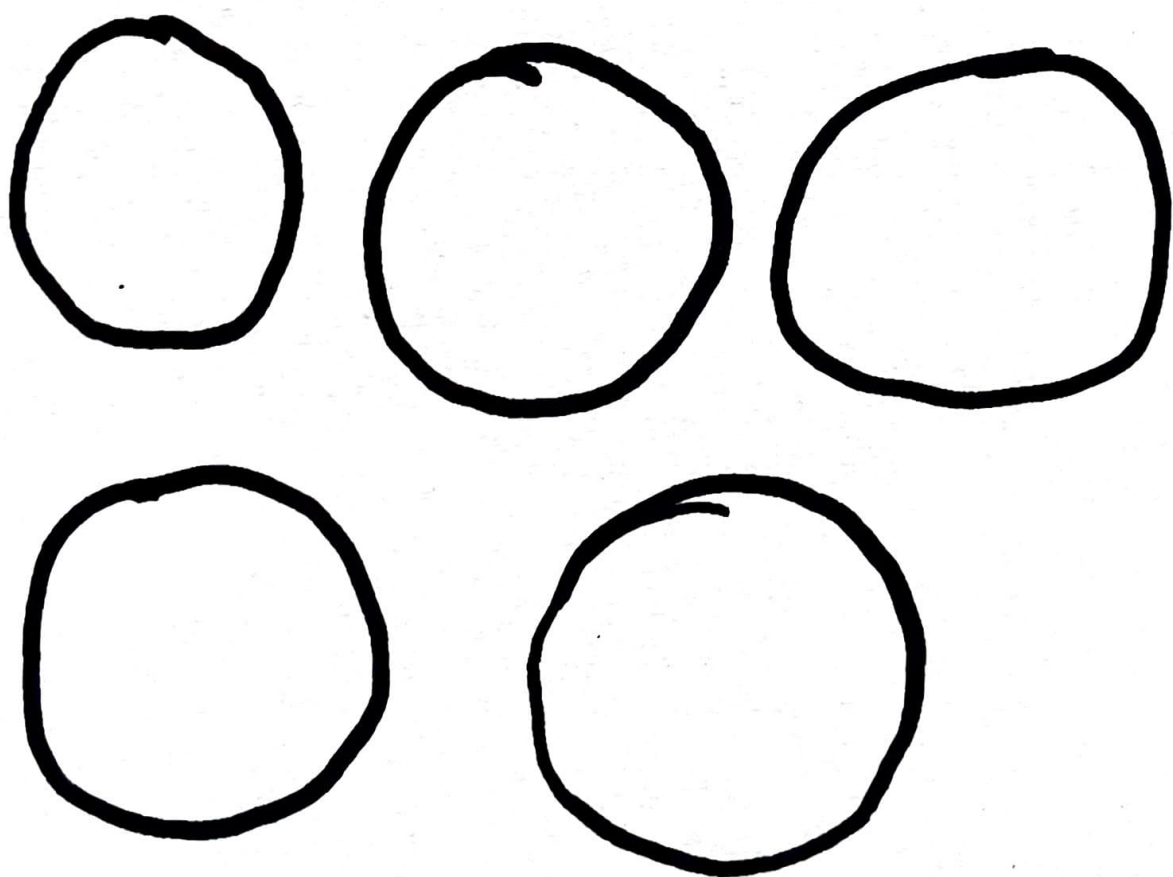
L'etimologia di segno rimanda ad un atto pratico, ad un gesto.

Il marchio è il processo; la forma del marchio una conseguenza del processo.

**LA FORMA
DEL MARCHIO
È INDICE DEL
PROCESSO.**

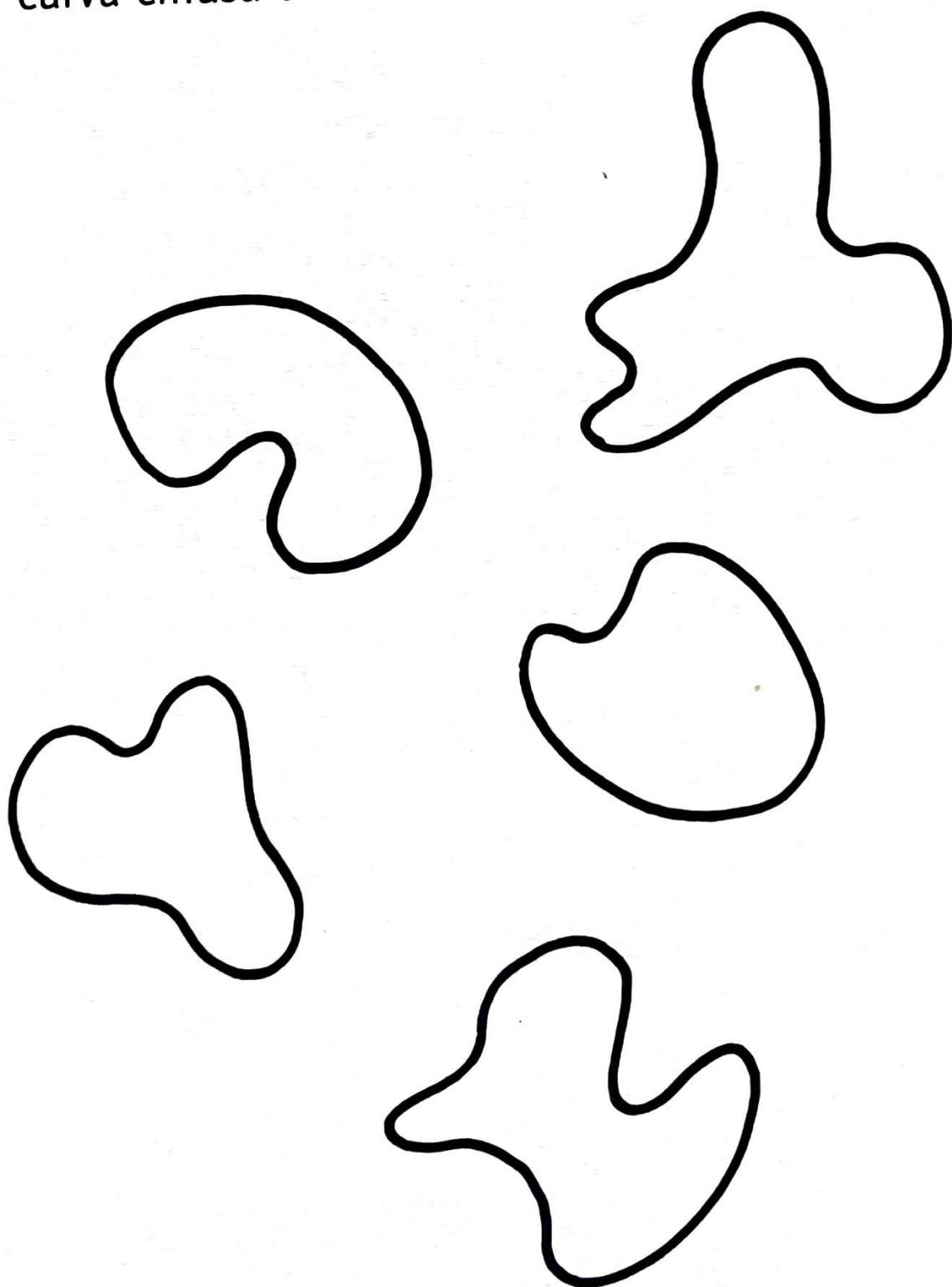
DISEGNA UNA CIRCONFERENZA NERA

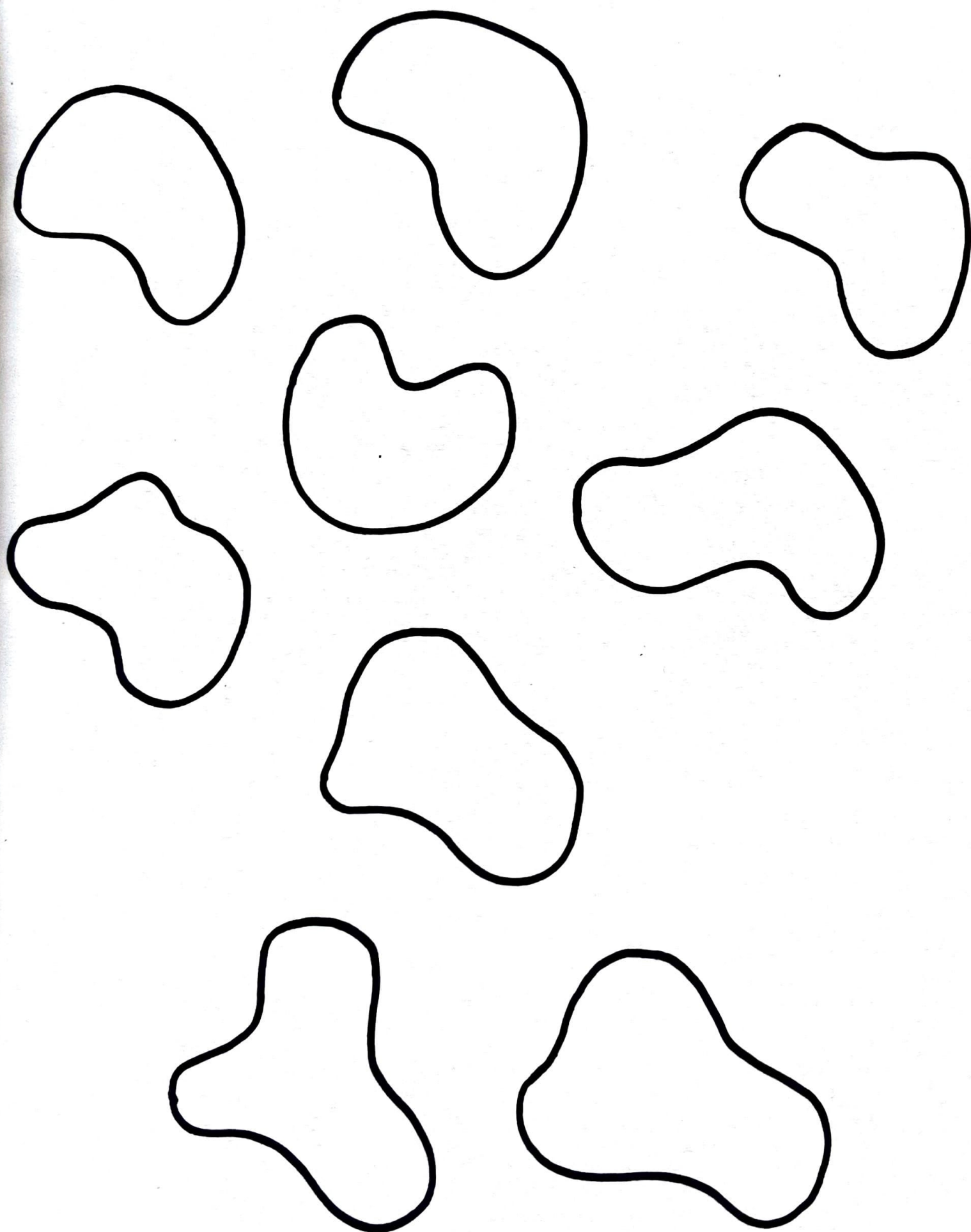
Con un pennarello nero a punta fine,
tracciare su questa pagina alcune
circonferenze di raggio più o meno
simile a quelle già disegnate.



DISEGNA UNA CURVA CHIUSA DENTRO UN'ALTRA CURVA CHIUSA

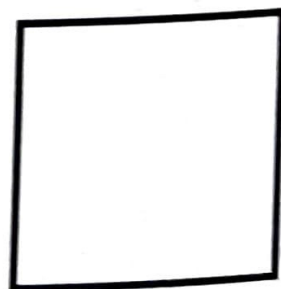
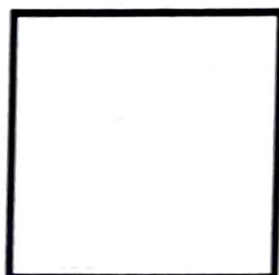
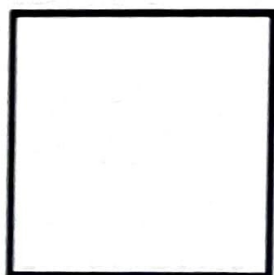
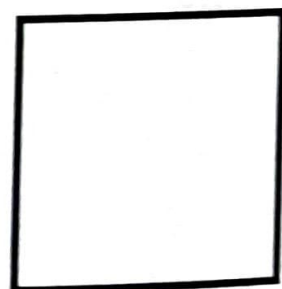
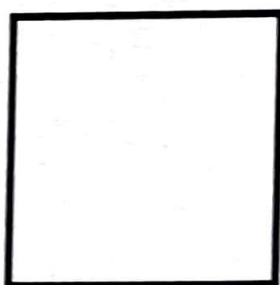
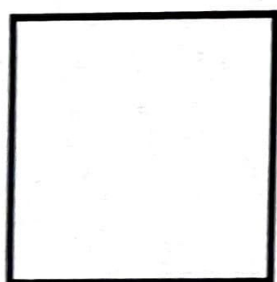
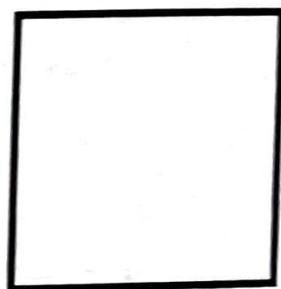
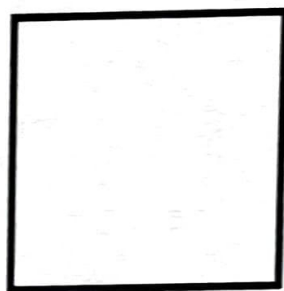
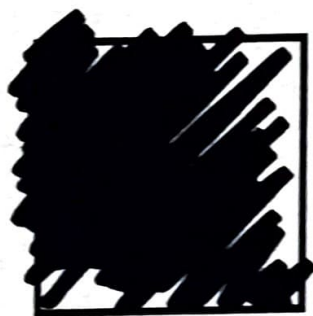
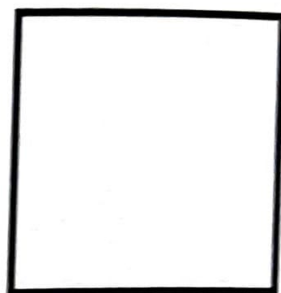
Con un pennarello nero a punta fine,
tracciare una curva chiusa all'interno di
ogni curva chiusa data.

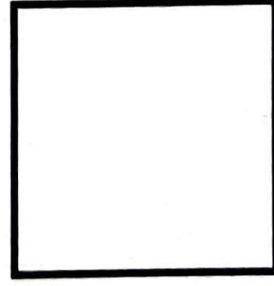
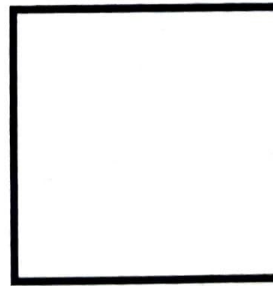
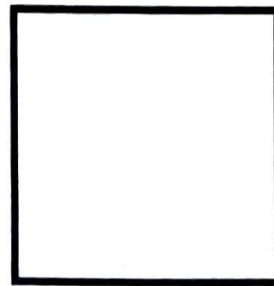
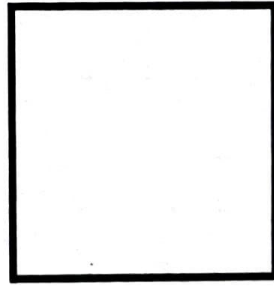
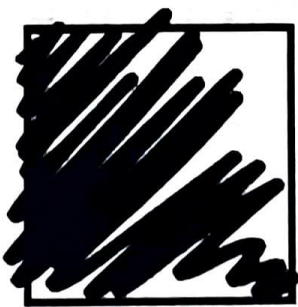
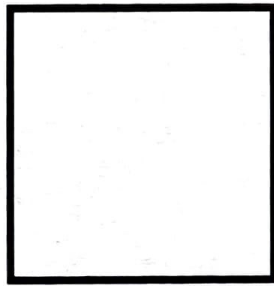
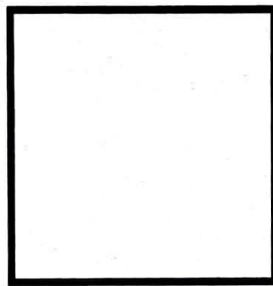
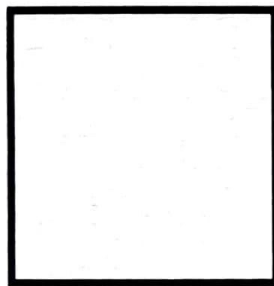
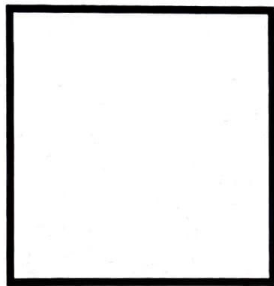
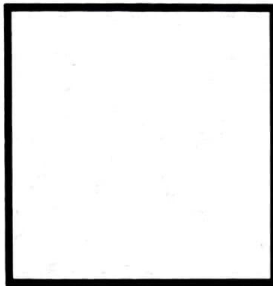
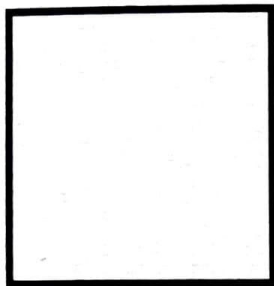
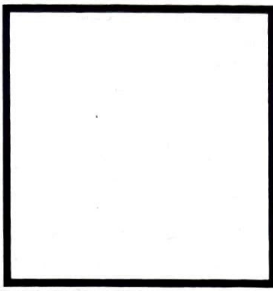
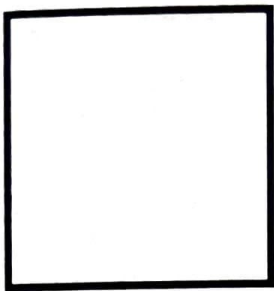




RIEMPI IL QUADRATO

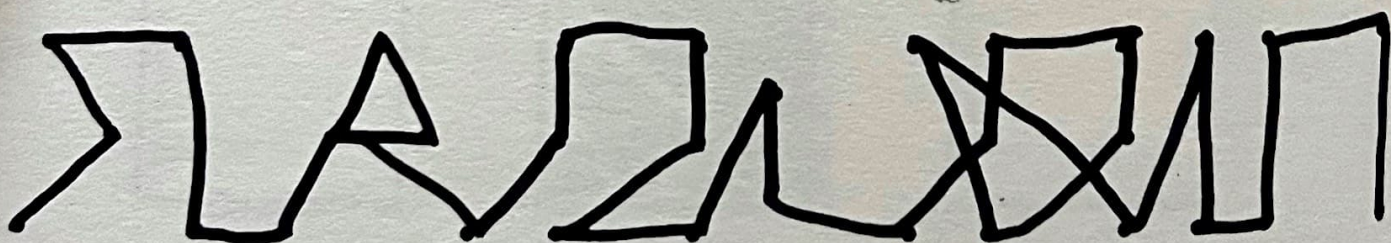
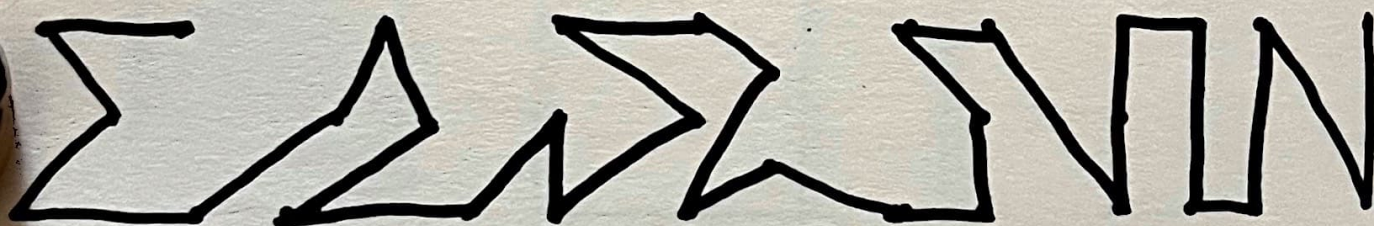
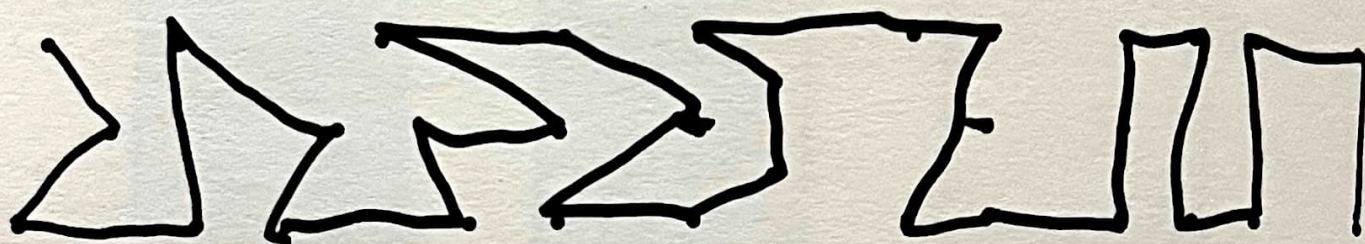
Possibilmente senza staccare il pennarello dalla pagina, riempire in modo sbrigativo il quadrato.

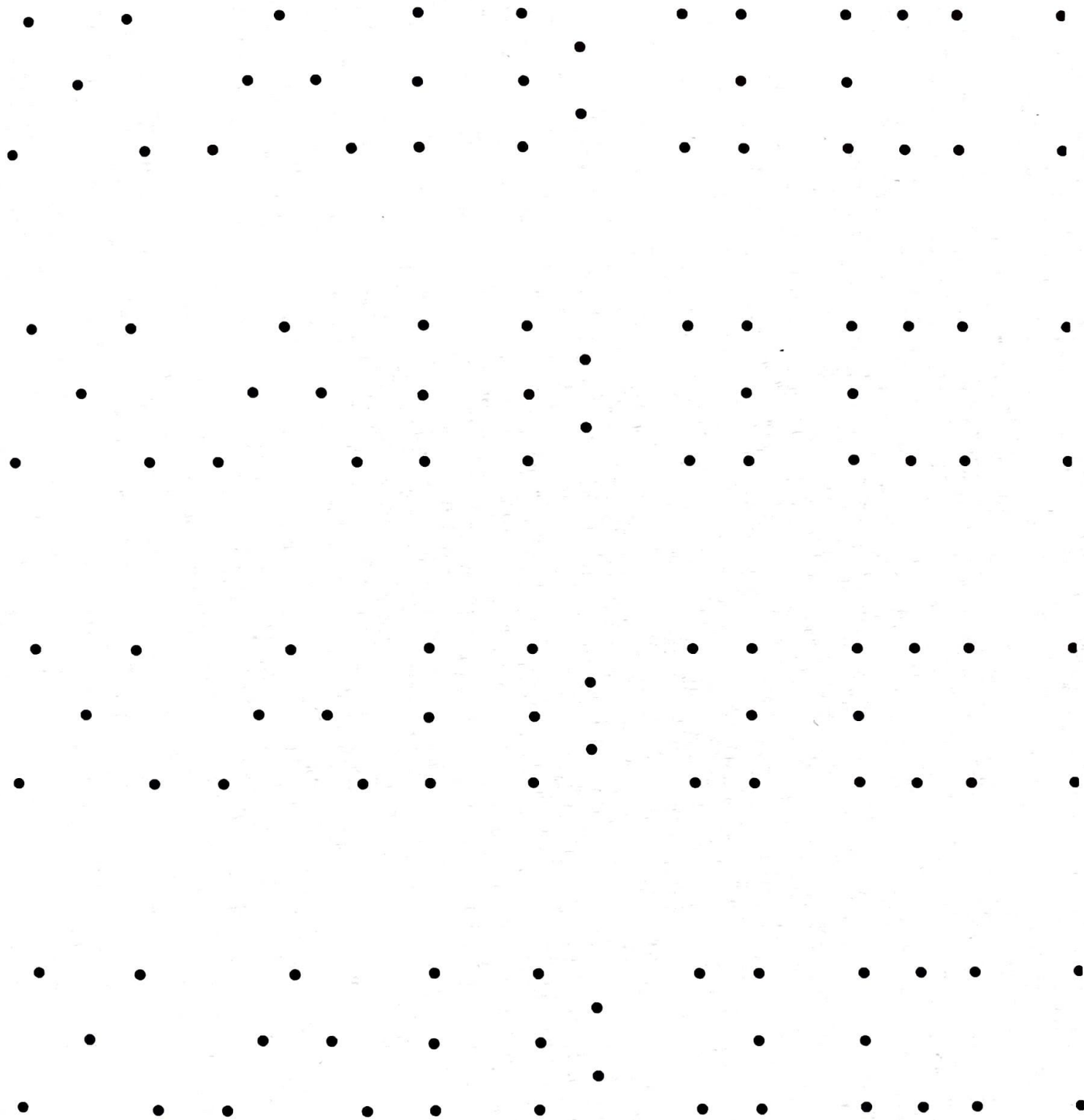




CONGIUNGI I PUNTI

Con un pennarello nero a punta fine
unire i punti secondo un ordine a
piacere.

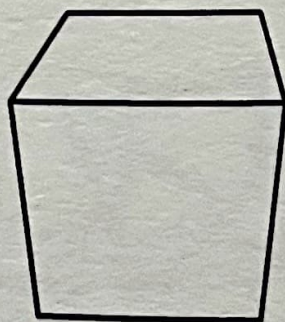
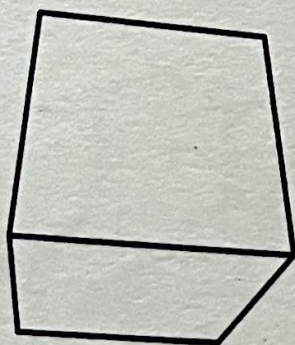
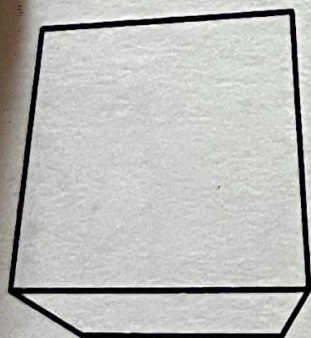
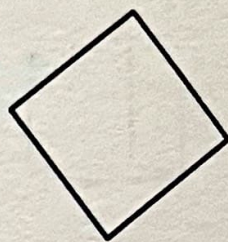


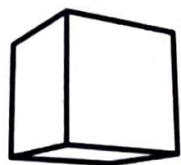


M A N Z [U □

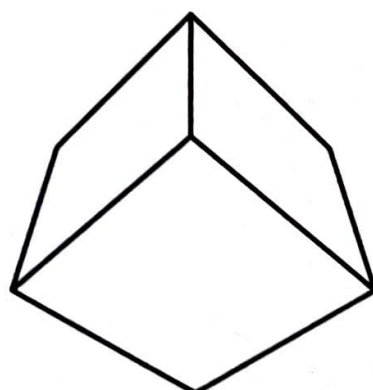
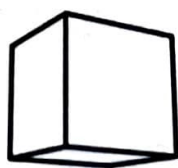
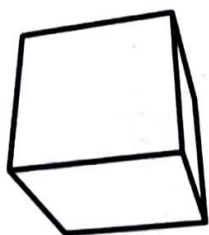
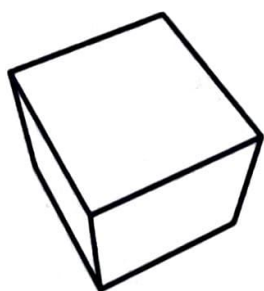


Un marchio può essere bidimensionale e avere una rappresentazione tridimensionale, come la scritta di un'insegna al neon, oppure può essere concepito in tre dimensioni ed essere **rappresentato da più di un punto di vista.**





Sia ora il nostro marchio
un solido geometrico.
Osservarlo di volta in
volta da un punto di vista
a piacere: l'importante è
garantire una completa
e sufficiente visione del
marchio.



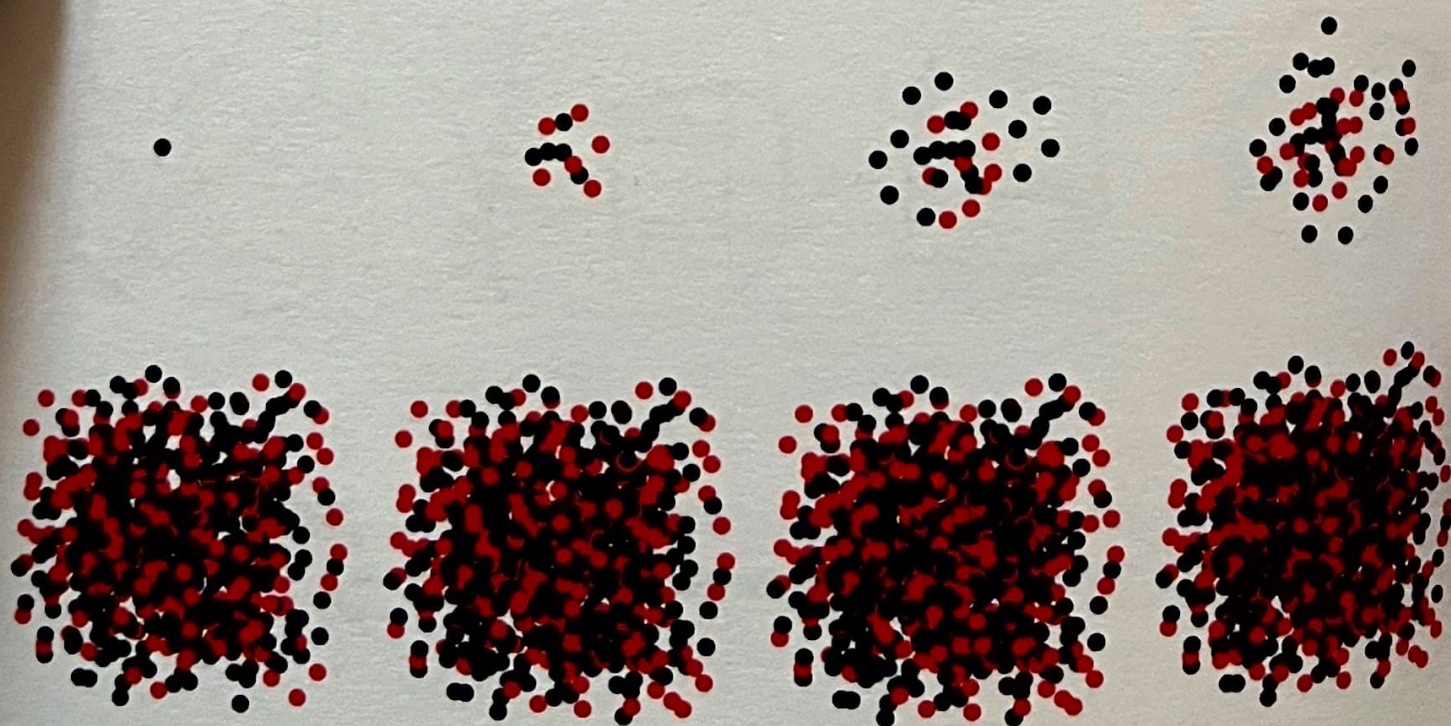
Non si esclude che ci siano versioni più belle di altre, ma tra le tante forme si può sempre scegliere quella che piace di più.

Guardare alle istanze di un marchio non coordinato, **simili ma sempre diverse tra loro**, significa modificare la percezione della marca che da statica e immutabile diventa dinamica.

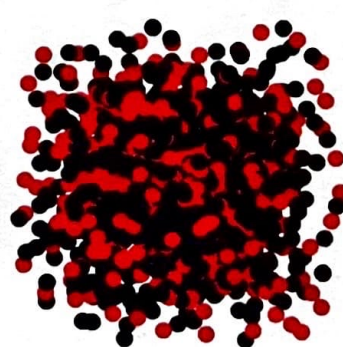
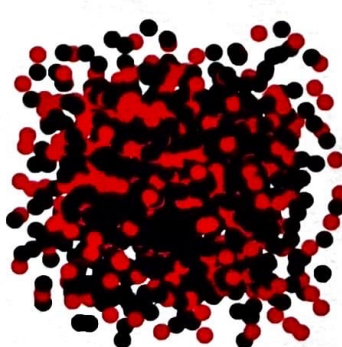
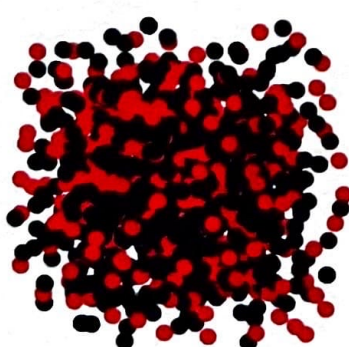
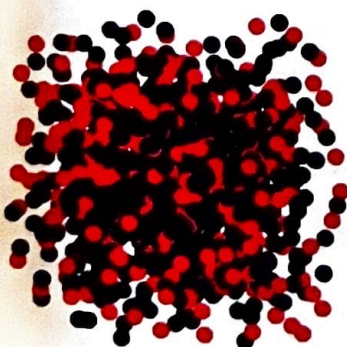
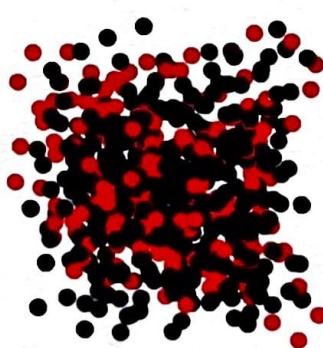
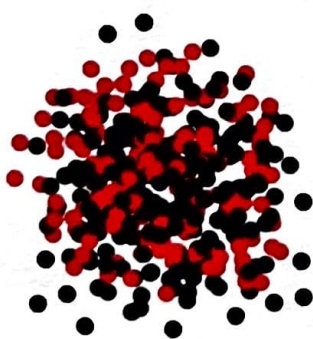
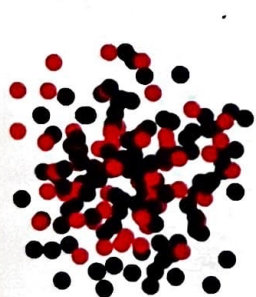
Alla dimensione spaziale si aggiunge la dimensione del tempo e **il marchio che viene applicato oggi, domani potrebbe non essere lo stesso.**

Si pensi ad un ipotetico marchio per una comunità virtuale. Ogni qualvolta la comunità si arricchirà di un nuovo membro, si aggiungerà un puntino colorato all'interno di un'area prestabilita.

A seconda della popolarità della comunità virtuale, l'apparenza del marchio potrebbe cambiare ad ogni istante o rimanere immutata per mesi.



**Introdurre la
dimensione
temporale nella
progettazione grafica
significa attribuire
al marchio una vera
e propria essenza
vitale.**



2° PRINCIPIO DELL'IMMAGINE NON COORDINATA

**I processi coinvolti
nell'immagine non coordinata
possono essere classificati sulla
base di tre componenti:**

**delegare, campionare,
indurre in errore.**

DELEGARE

l'intervento grafico ad
attori terzi

CAMPIONARE

fenomeni, raccolte o
porzioni di realtà

INDURRE IN ERRORE

le macchine o le
persone coinvolte nel
processo di produzione
del marchio

DELEGARE

Disegna un fiore. Disegna un'automobile.
Disegna una casetta o un omino stilizzato.
Delegare è fornire regole più o meno precise
e lasciare che siano altri a produrre di volta
in volta il marchio.

L'immagine non coordinata della rete delle
baite è frutto del delegare.

Si può delegare la riproduzione di una figura
geometrica o di un semplice disegno.

Si può delegare la composizione di una scritta.

Si può delegare la disposizione di certi
elementi nello spazio.

Si può delegare a chiunque: addetti ai lavori
e non; grafici o pastori; donne o computer.



CAMPIONARE

Marchio democratico della Repubblica italiana

**"L'Italia è una Repubblica democratica"
Il marchio della Repubblica italiana deve
rappresentare tutti gli italiani: uno per volta.**

**Con pazienza raccogliere le foto di profilo di
tutti gli italiani.**

**Ricavarne delle silhouette e posizionarne
una sempre diversa all'interno dell'emblema
attuale.**



Atlantide, marchio non coordinato per un motore di ricerca al servizio delle biblioteche

Il compito di un motore di ricerca come Google è quello di rispondere alle parole chiave inserite dall'utente con lunghi elenchi di risultati più o meno pertinenti. Atlantide potrebbe essere uno di questi motori di ricerca, progettato per la documentazione raccolta all'interno di una biblioteca.

Ogniqualevolta ci sia bisogno di comporre la scritta Atlantide, aprire un libro scelto a caso tra quelli di una biblioteca e scansionare una *A*. Chiudere il libro e prenderne un altro; scegliere una *t* e scansionarla. Con pazienza e meticolosità ripetere la seguente operazione per le restanti *l, a, n, t, i, d*, ed *e*. Se lo si ritiene opportuno, utilizzare anche le lettere presenti in copertina. Le scansioni vanno fatte in bianco e nero.

Al termine del lavoro riporre tutti i libri usati negli appositi scaffali, ordinatamente.

at|a**N**tidE

a**t**lan**T**IDe

A**t**L**a**n**T**ide

A**t**L**a**n**t**ide

a**t**lan**T**idE

a**T**L**a**n**t**iDe

a**t**l**a**n**T**ide

A**t**l**A**n**t**iD^E

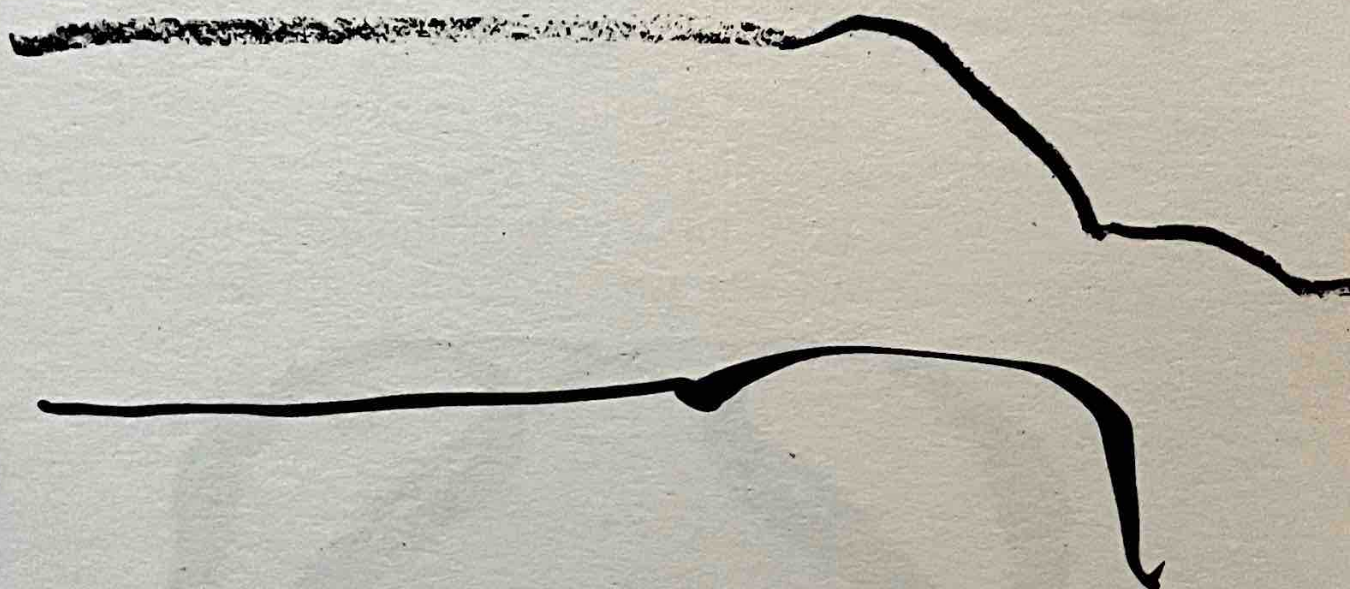
a**T**L**a**N**t**idE

INDURRE IN ERRORE

Una regola ben precisa produce risultati altrettanto precisi, ma con l'interferenza di fatti contingenti è possibile ridurre il controllo che si ha sul processo. Introdurre la possibilità d'errore all'interno di una regola astratta garantisce la diversità delle singole istanze.

Urti accidentali

Si chieda ad un sismologo o ad un generico appassionato di vulcani e terremoti di tracciare una linea il più possibile dritta su un foglio. Quando meno se lo aspetta colpire il malcapitato con una spallata.



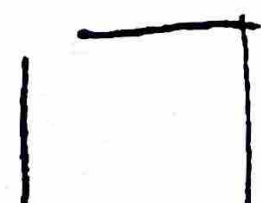
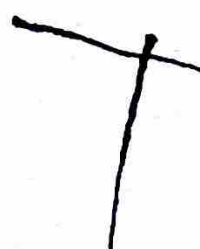
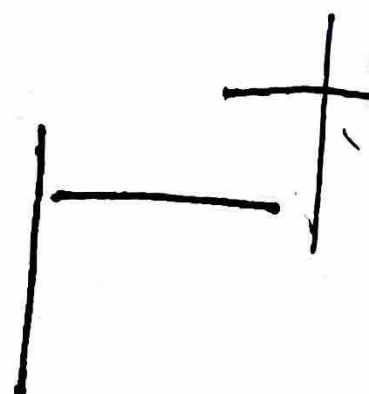
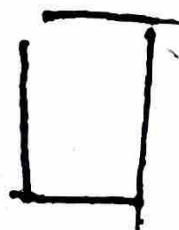
Lava, marchio in centrifuga

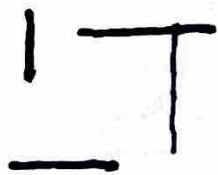
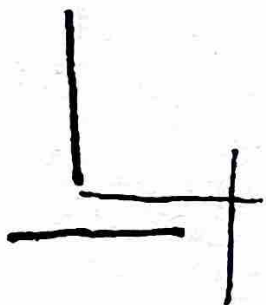
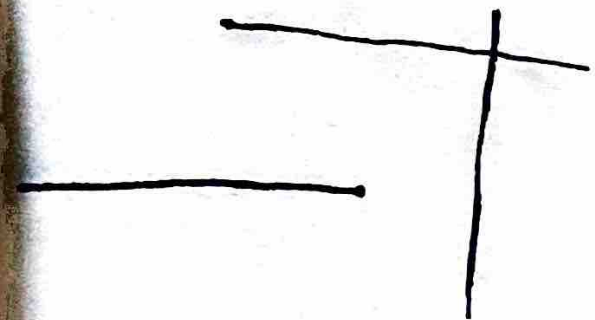
Riprodurre il seguente marchio, stando seduti su una lavatrice mentre centrifuga. Ci si può aiutare con un supporto rigido per appoggiare il foglio su cui scrivere, ad esempio una cartelletta di cartone, o addirittura si può ricalcare il marchio su un foglio di carta velina, ma questa possibilità è da contemplarsi solo per i principianti.



Disegna un quadrato, ad occhi chiusi

Con una matita morbida disegnare ad occhi chiusi un quadrato di dimensioni a piacere facendo attenzione a staccare la matita dal foglio ogniqualvolta si traccia un lato. Si raccomanda di tenere la matita sollevata per almeno cinque secondi facendola roteare in aria o compiendo gesti a caso, anche privi di senso.

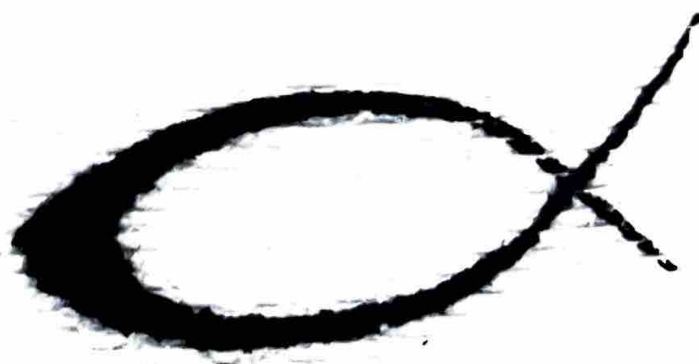




Strumenti e supporti sbagliati, marchio per un acquario comunale



Riprodurre il seguente disegno
utilizzando acquerello e carta
assorbente. Il marchio dovrà essere
dipinto in non più di due tratti.



Scanner e disturbi elettromagnetici

Chiedere ad un esperto di elettromagnetismo di generare, a sua discrezione, un campo elettromagnetico abbastanza potente da disturbare la scansione del marchio di un'ipotetica compagnia di telecomunicazioni.

Purtroppo non conosciamo un buon esperto di elettromagnetismo.

La produzione dell'immagine non coordinata richiede anche competenze interdisciplinari.

Delegare, campionare, indurre in errore: agendo consapevolmente su questi elementi, ci si pone a cavallo tra ordine e caos. La libertà o la rigidità delle istruzioni fornite, il grado di soggettività o automazione scelti e la prevedibilità dell'errore possono portare a risultati formali più o meno simili tra loro e più o meno vicini alle aspettative del progettista.

3° PRINCIPIO DELL'IMMAGINE NON COORDINATA

Nel progetto dell'immagine non coordinata, il grado di coordinazione dipende dal controllo che il progettista ha sul processo.

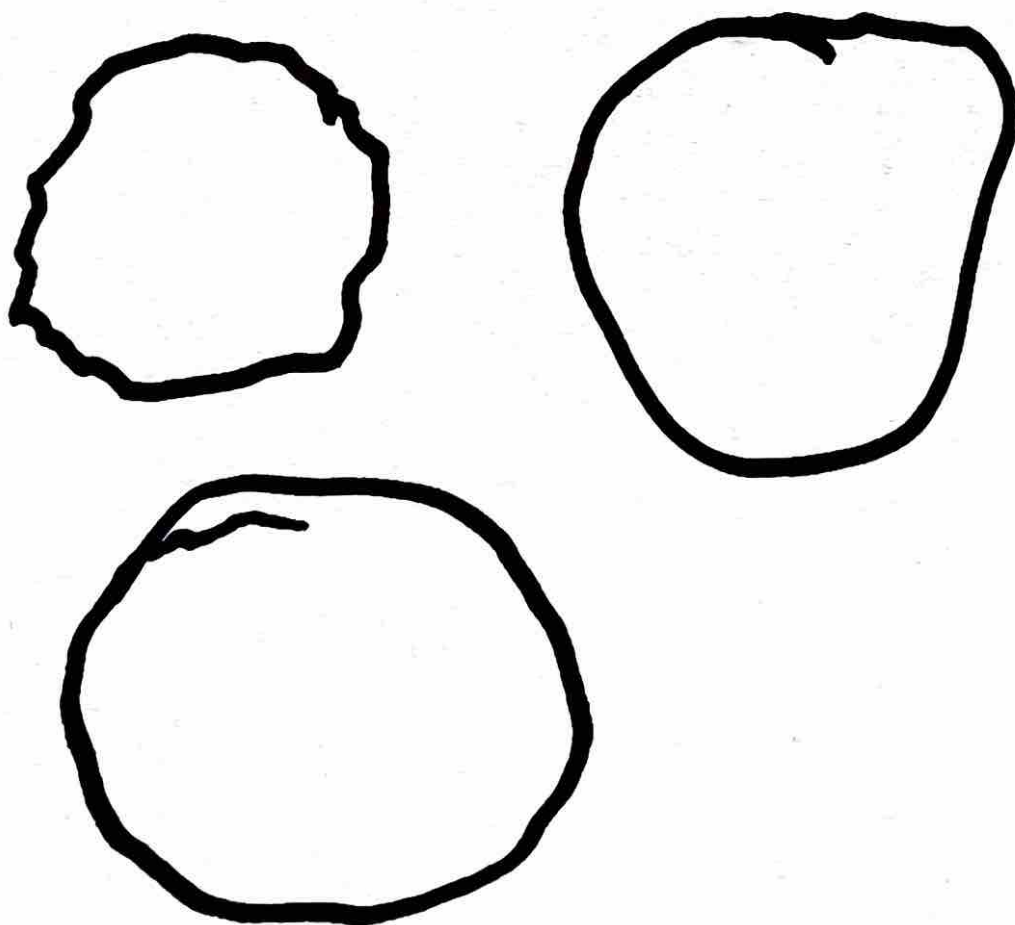
**Nell'immagine
non coordinata
tutto ciò che non
è esplicitamente
vietato è possibile.**

**Più i processi vengono
lasciati liberi più
le forme prodotte
saranno soggette ad
una evoluzione nel
tempo.**

DISEGNARE UNA CIRCONFERENZA CON LA MANO SINISTRA

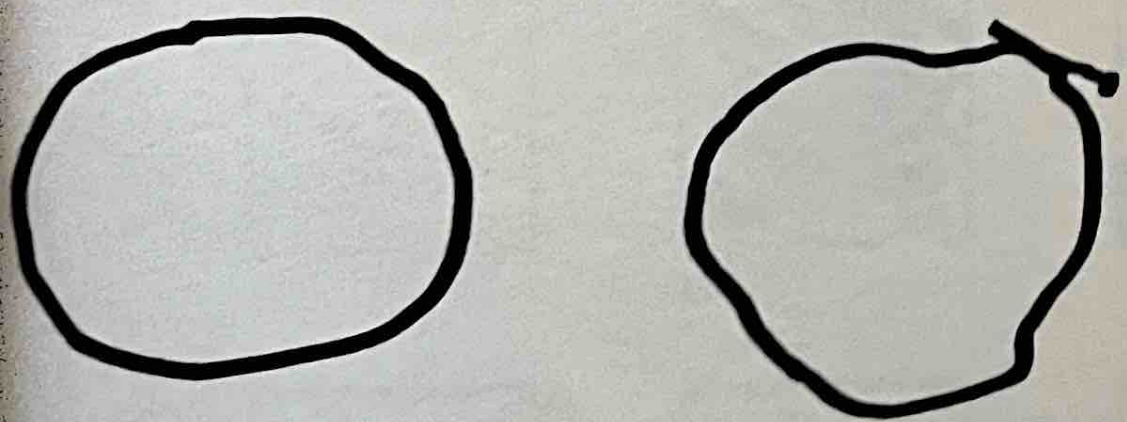
(NON VALE PER MANCINI O AMBIDESTRI!)

Con un pennarello nero a punta fine,
tracciare con la mano sinistra alcune
circonferenze di raggio più o meno
simile a quelle già disegnate.



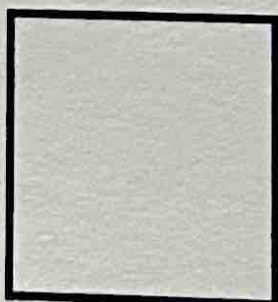
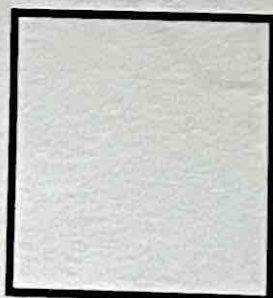
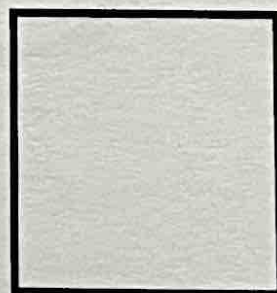
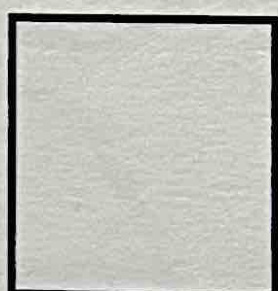
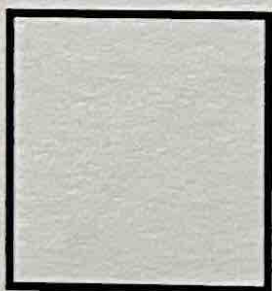
RENTI IL QUANTO

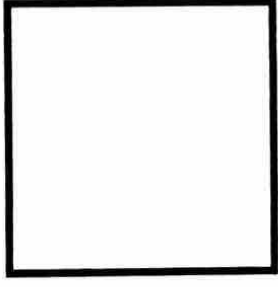
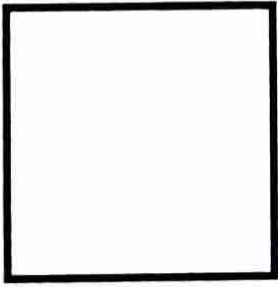
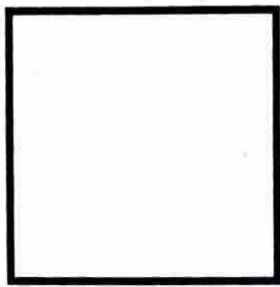
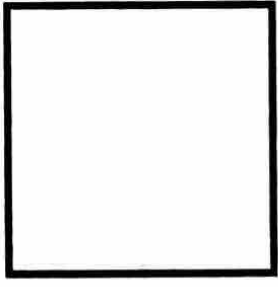
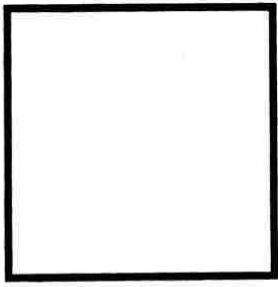
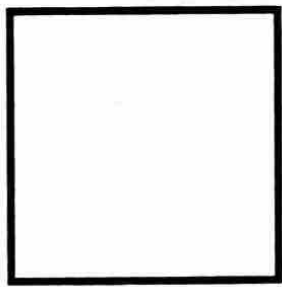
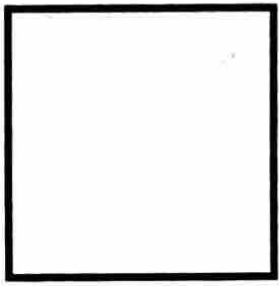
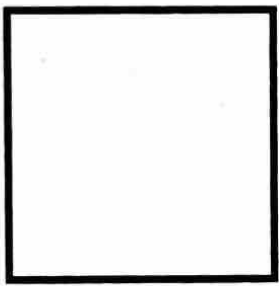
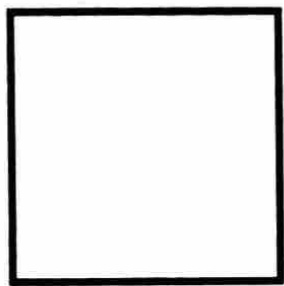
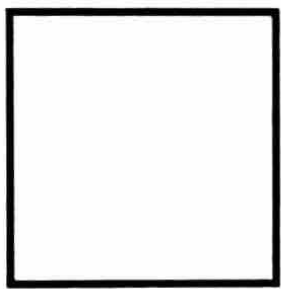
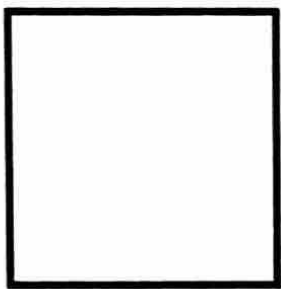
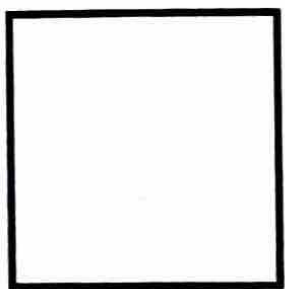
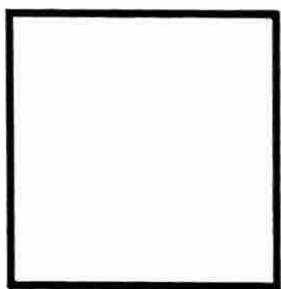
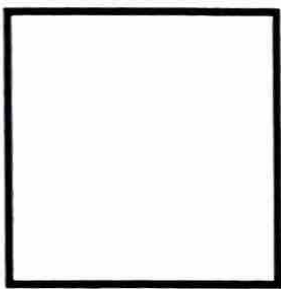
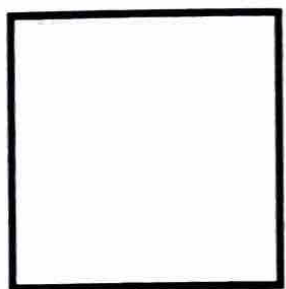
RENTI IL QUANTO
RENTI IL QUANTO
RENTI IL QUANTO
RENTI IL QUANTO
RENTI IL QUANTO



RIEMPI IL QUADRATO

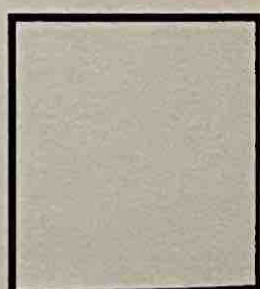
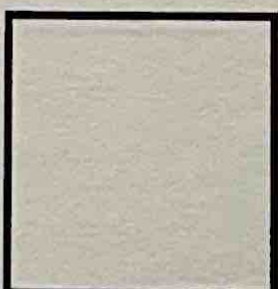
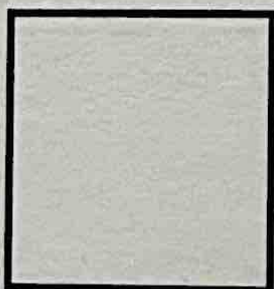
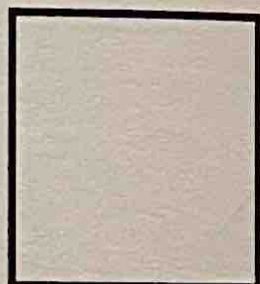
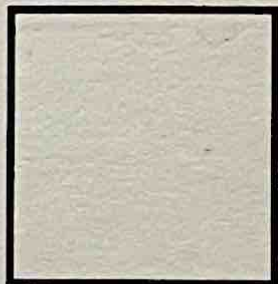
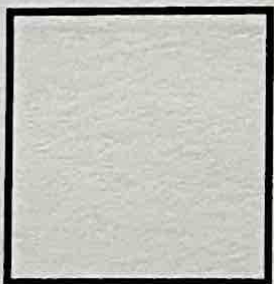
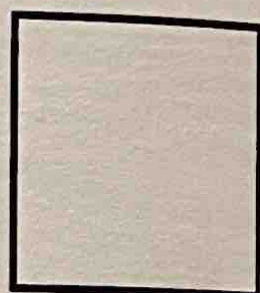
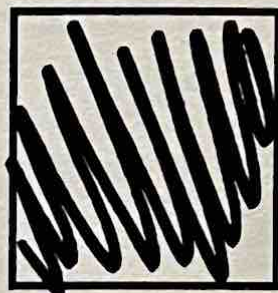
Con un pennarello nero a punta fine,
riempire in modo sbrigativo il quadrato
con un tratto continuo a zig-zag
seguendo la direzione specificata
nell'esempio.

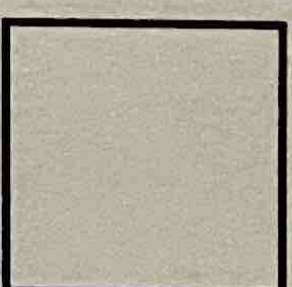
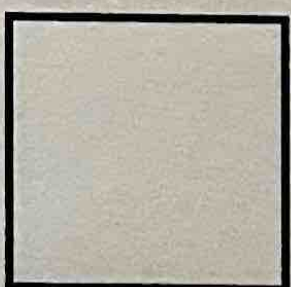
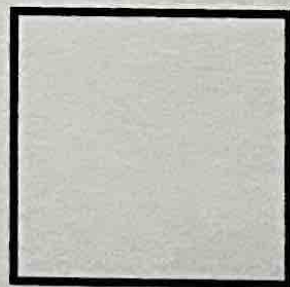
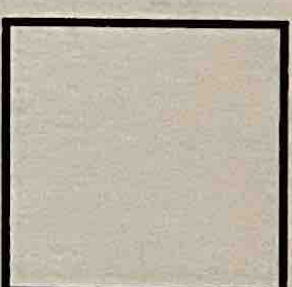
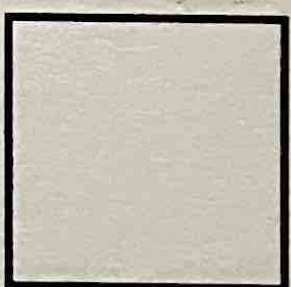
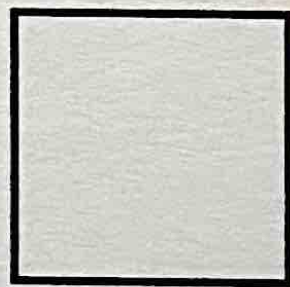
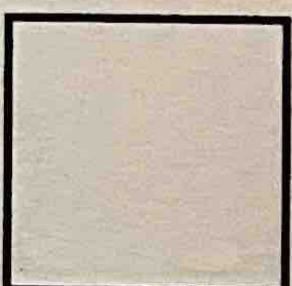
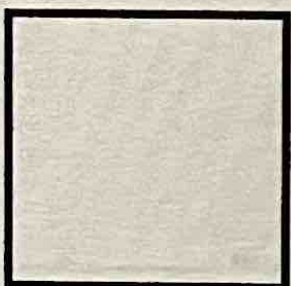
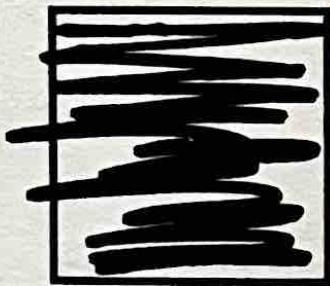
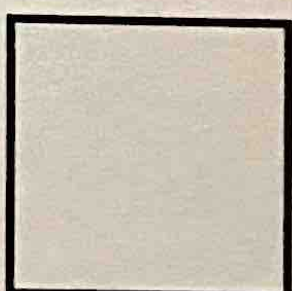
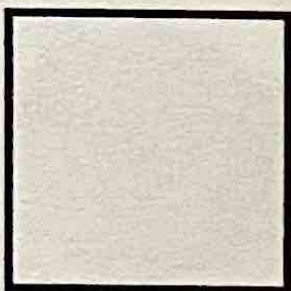
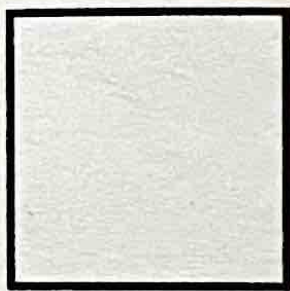
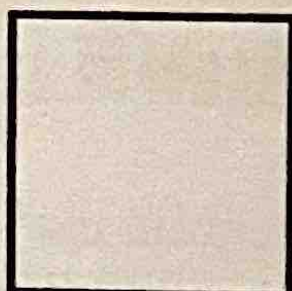
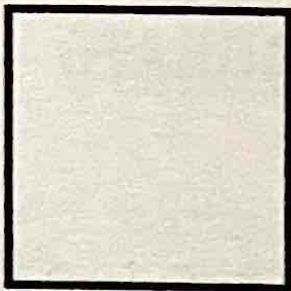
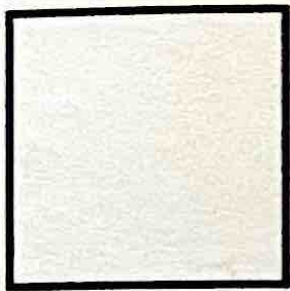




RIEMPI IL QUADRATO

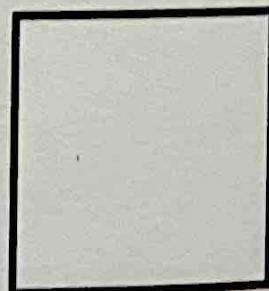
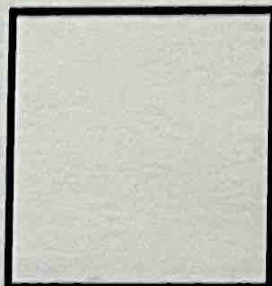
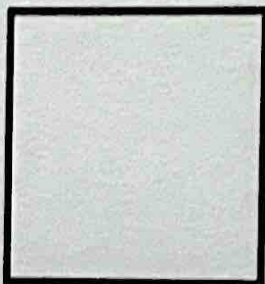
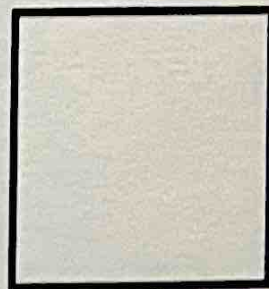
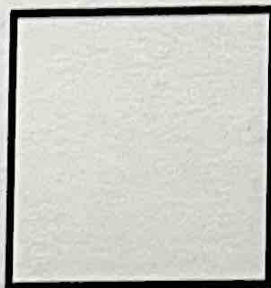
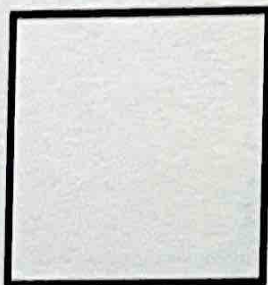
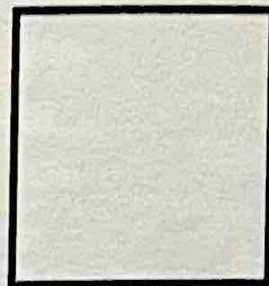
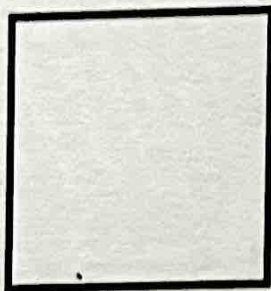
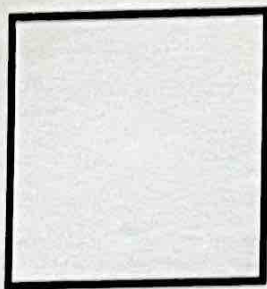
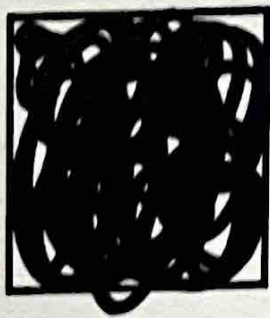
Con un pennarello nero a punta fine,
riempire in modo sbrigativo il quadrato
con un tratto a zig-zag di direzione a
piacere.

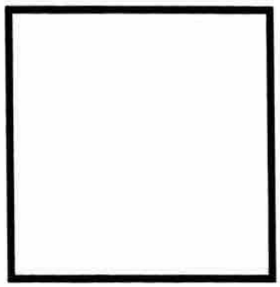
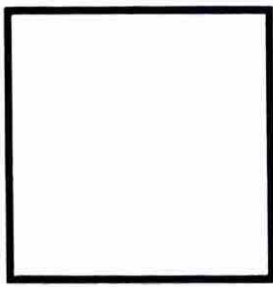
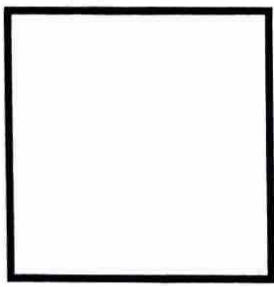
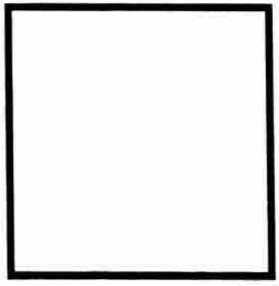
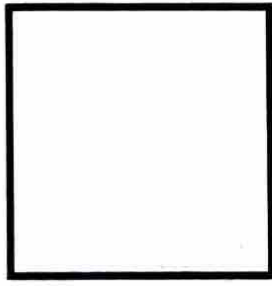
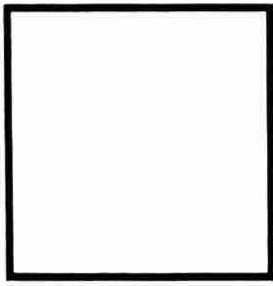
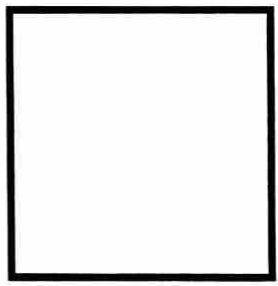
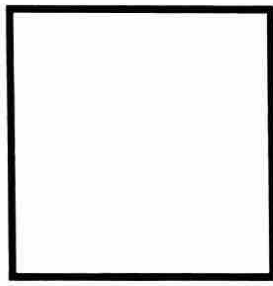
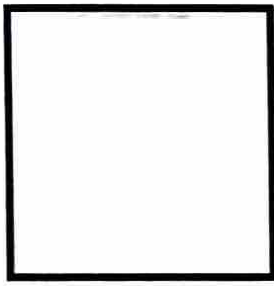
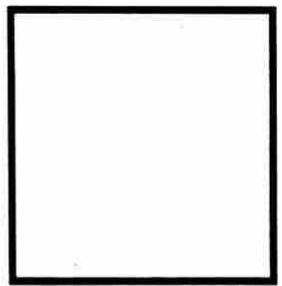
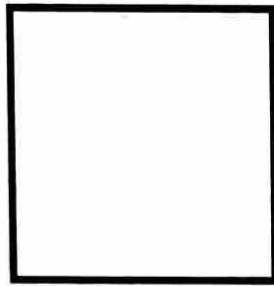
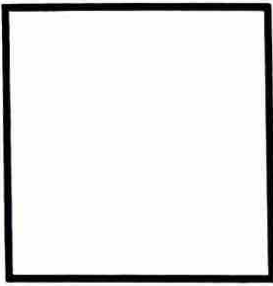
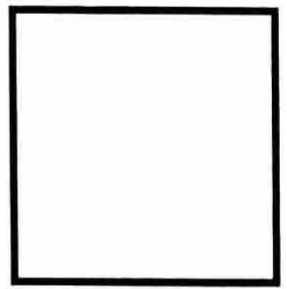
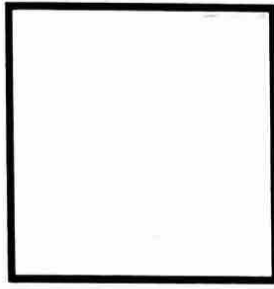
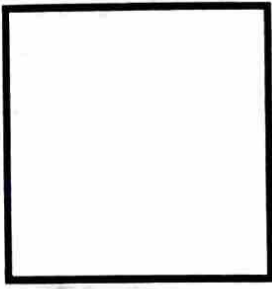




RIEMPI IL QUADRATO

Con un pennarello nero,
riempire in modo sbrigativo il quadrato.





**COROLLARIO AL
3° PRINCIPIO
DELL'IMMAGINE
NON COORDINATA**

**L'immagine
coordinata altro
non è che un
sottoinsieme
dell'immagine non
coordinata.**

Marchio per un'azienda di computer

Il logotipo è creato geometricamente su una gabbia grafica all'interno della quale sono riportati allineamenti, spaziature e raggi di curvatura per la costruzione delle singole lettere. Il rapporto proporzionale tra base e altezza del logotipo è di 5:1. A tale rapporto devono sottostare tutti gli ingrandimenti e le riduzioni.

La riproduzione del logotipo richiede l'assoluto rispetto delle proporzioni secondo i parametri indicati nella gabbia grafica.

Per evitare ogni tipo di interferenza visiva con altri elementi grafici messi in relazione al logotipo, è opportuno osservare sempre un'area di rispetto pari al 10% della lunghezza e al 35% dell'altezza totale del logotipo.

L'area di rispetto consente sempre una chiara ed efficace lettura del logotipo.

L'abbinamento del logotipo con gli altri marchi o logotipi in situazioni o contesti non istituzionali dovrà essere autorizzato dalla Direzione.

Il logotipo non dovrà mai essere:

- Modificato in alcun modo sia nel lettering sia nella composizione
- Parte integrante di un testo o di un indirizzo
- Usato in parte in positivo e in parte in negativo
- Usato come texture
- Usato su fondi texturizzati
- Usato con ombreggiature o con caratteri tridimensionali
- Usato con cornice o tassello di chiusura

Processo ed esempi tratti
dal primo manuale del gruppo Olivetti

oliv

oliv

vaati

vaati




VERSO UN LINGUAGGIO PIÙ NATURALE

Così come l'immagine coordinata anche l'immagine non coordinata si costituisce di marchio, logotipo, colori e caratteri istituzionali.

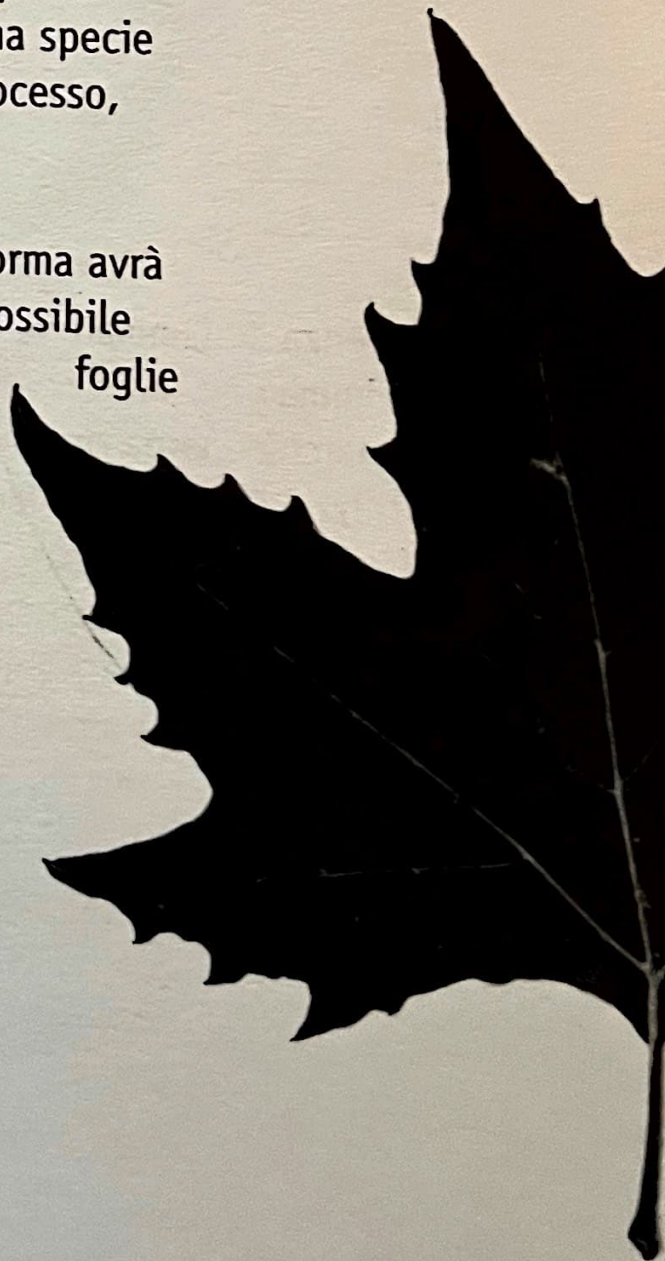
A differenza dell'immagine coordinata, però, l'immagine non coordinata prevede che il marchio venga *riprodotto* ad ogni suo utilizzo. L'immagine coordinata definisce la forma del marchio, l'immagine non coordinata ne definisce il metodo di realizzazione. Ripensare il marchio in termini di processo porta la progettazione grafica ad assumere un approccio sostanzialmente genetico.



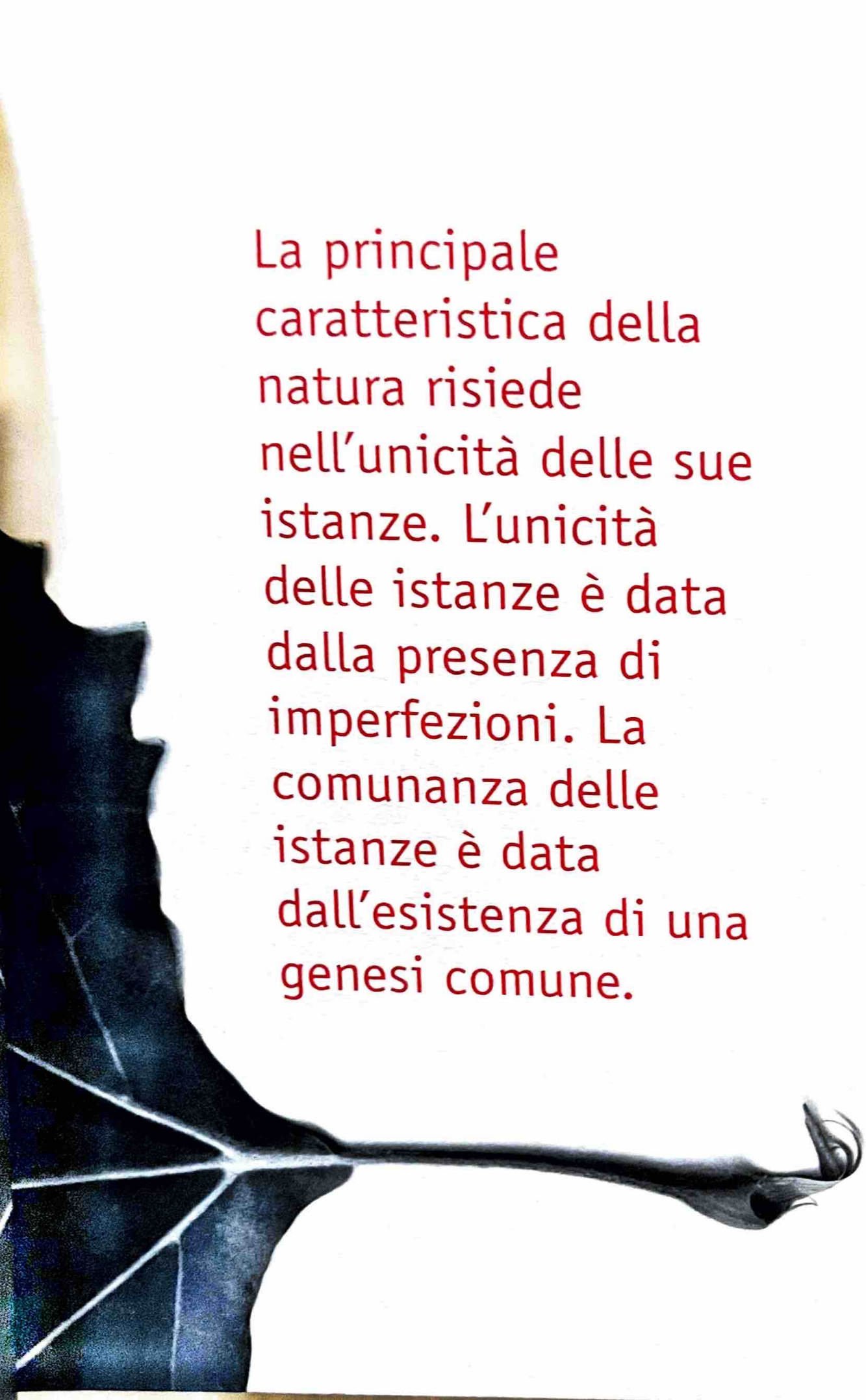


Se il nostro marchio fosse la foglia del platano, tutte le foglie di qualsiasi platano passato presente e futuro sarebbero manifestazioni di questo marchio. Tutte le foglie di una specie sono frutto del medesimo processo, delle stesse regole costruttive.

Non è possibile prevedere quale forma avrà una foglia di platano, né sarà mai possibile sovrapporre esattamente due foglie di platano. Sarà sempre possibile, invece, riconoscere una foglia di platano come foglia di platano e una foglia non di platano come una foglia non di platano.







La principale
caratteristica della
natura risiede
nell'unicità delle sue
istanze. L'unicità
delle istanze è data
dalla presenza di
imperfezioni. La
comunanza delle
istanze è data
dall'esistenza di una
genesì comune.



Errata Corrige

a pagina 46 in luogo di

donne o computer

leggesi

uomini, donne, bambini o computer

Stefano Caprioli

Pietro Corraini

MANUALE DI IMMAGINE NON COORDINATA

Grazie a Francesca Valsecchi, Laura Castelli, Stefano Mandato,
Giulio Ceppi, Beppe Finessi.

© Pietro Corraini e Stefano Caprioli - 2005

Tutti i diritti riservati a Maurizio Corraini s.r.l.

Nessuna parte di questo libro può essere riprodotta o trasmessa in nessuna forma e con nessun mezzo (elettronico o meccanico, inclusi la fotocopia, la registrazione od ogni altro mezzo di ripresa delle informazioni) senza il permesso scritto dell'editore.

Prima edizione, gennaio 2006

Prima ristampa, aprile 2008

Stampato in Italia da

Arti Grafiche Castello, Viadana (Mantova)

aprile 2008

Maurizio Corraini s.r.l.

Via Ippolito Nievo, 7/A

46100 Mantova

Tel. 0039 0376 322753

Fax 0039 0376 365566

e-mail: sito@corraini.com

www.corraini.com

