A B C D E F G H I J K L

MERCATO
MERCATO DELL'INFORMAZIONE
COMPETITORS altra stampa, internet, televisione, radio, newsreel, televideo

BRANDING CORPORATE IMAGE newspaper magazine website informazione continua

PUBBLICITÀ
COSTI
PROFITTI

DIMENSIONE ultima pagina, finestrella, piede, pagina intera, verticale, doppia pagina passante, isola, mezza pagina, junior page, colonna, torre centrale, quadrotto, doppia colonna, doppia mezza pagina passante, camino, manchette, pipa
POSIZIONE **problema inserimento coerente**
COLORE

PUBBLICO
LETTORE
interesse ad acquisire informazioni
esposizione selettiva
percezione selettiva
memorizzazione selettiva

POTENZIALITÀ D'ACQUISTO sporadico abituale
CLASSE SOCIALE
lettore modello CLASSE ECONOMICA
LIVELLO DI ISTRUZIONE
CONDIZIONE SOCIO-PROFESSIONALE
CULTURA

LETTURA
ACCESSO
LUOGHI mezzi di trasporto altro
TEMPO – +
motivazioni
fedeltà
affidabilità
ricchezza di informazioni
valenza localistica
serietà
indipendenza
equilibrio
obiettività
affinità ideologica
personalità
credibilità
immagine
spicco

READERSHIP
VELOCE
SCANNER
TRADIZIONALE

STEREOTIPI DI FORMATO
giornalismo serio
giornalismo scandalistico

SPAZIO DISPONIBILE
FREE PRESS

ATTENTION DEFICIT DISORDER
NAVIGATIONAL DEVICES
BREAKOUTS IN THE TEXT
COLOR CODING
PUNTO FOCALE
TEMA VISIVO

CODICE
biplanarità
arbitrarietà
scrittura lineare
lettura lineare
CONVENZIONE **SENSO**
autoriflessività
ambiguità
coerenza
pertinenza

RAPPRESENTAZIONE
REGISTRO VISIVO **PERCEZIONE VISIVA**
REGISTRO LINGUISTICO strategie linguistiche
scelte lessicali
scelte sintattiche
riferimenti di genere

INVENTIO
DISPOSITIO
ELOCUTIO

SIGNIFICATO
SIGNIFICANTE

ATTI DELLA COMUNICAZIONE
locutorio
illocutorio
perlocutorio

ESPRESSIONE
POTENZIALE GRAFICO

CONTENUTO
immaginario collettivo
POTENZIALE IMMAGINIFICO
fattoide

processo primario e secondario
LEGGI DELLA SEGMENTAZIONE DELLO SPAZIO VISIVO
principi della gestalt
fattori di organizzazione in unità
vicinanza
somiglianza
continuità di direzione
chiusura
pregnanza
esperienza passata
articolazione figura sfondo

CONTENUTO DEL MESSAGGIO
descrittivo
referenziale
valutativo
di giudizio

FUNZIONI DELLA COMUNICAZIONE
emotiva-espressiva
fàtica
poetica
metalinguistica
referenziale
conativa

DENOTAZIONE
CONNOTAZIONE soggetto primario
soggetto secondario
EVOCAZIONE significato intrinseco

FONTI
inviati
corrispondenti
contenuto informativo proprio
fonti istituzionalizzanti
agenzia di stampa
forma d'informazione povera

OBIETTIVITÀ
FAZIOSITÀ
OPINIONE
ATTENDIBILITÀ
CREDIBILITÀ

notizia d'agenzia
notizia d'obbligo
esclusività
buco informativo
pseudo-notizia
notizia scandalistica
rete informativa primaria

REALTÀ SOCIALE
tempo
spazio
azione
NOTIZIA

REDESIGN GRADUALE sperimentazione adattamento
SCONVOLGIMENTO shock

EVOLUZIONE progresso continuo
CONSERVAZIONE
skills
guidelines
idea

MACCHINA GIORNALE
concessionario pubblicità
EDITORE
tempi e costi
DEADLINE

AMMINISTRAZIONE
PRODUZIONE
strumenti informatici
STAMPA
COLORE
DISTRIBUZIONE

giornalista
fotografo
art director
creative director
grafico
impaginatore

DIREZIONE
direttore
vicedirettore

REDAZIONE
redattore capo
capo servizio
responsabili
decisioni
analisi del contenuto
sviluppo del concept
decisioni sulla pagina
design
SEGRETERIA DI REDAZIONE

NOTIZIABILITÀ
NEWSPROCESSING
LAVORAZIONE
TRASFORMAZIONE
MANIPOLAZIONE simulazione dissimulazione

PROCESSI DI TOPOCALIZZAZIONE interna esterna
TEMATIZZAZIONE implicita esplicita

REALTÀ RIDOTTA E RICOSTRUITA

RAGGRUPPAMENTO
INTERPOLAZIONE lunghezza collocazione
LAVORO LINGUISTICO
introduzione
argomentazioni ordine completezza esplicitazione
conclusione
commento

MESSAGGIO
ricezione
interpretazione
INFORMAZIONE

CRITERI
sostantivi
soggetti coinvolti
impatto
quantità di persone coinvolte
rilevanza
significatività
relativi al prodotto
accessibilità
trattabilità
brevità
ideologia
novità-freschezza
qualità azione, ritmo, completezza
chiarezza del linguaggio
rapporto con il bilanciamento
relativi al pubblico
linguaggio
difficoltà del tema
struttura narrativa
sensibilità del pubblico
identificazione
servizio
intrattenimento

COLORE
TIPO DI CARTA
FORMATO
BROADSHEET
TABLOID tabloid tradizionale berliner micro
misure modulo millimetro-colonna riga

impatto visivo **QUALITÀ VISIVA**
TESTATA **PRIMA PAGINA** articolo di fondo indice

NEWSPAPER

GENERE
PERSONALITÀ
IDENTITÀ
STILE

PUNTO DI VISTA
ATTENDIBILITÀ
CREDIBILITÀ

aree di contenuto
seconda pagina, terza pagina, politica, attualità, cronaca, economia, cultura, scienze, sport, spettacolo, pagine monografiche
allegati

NAZIONALE
LOCALE

PAGINA
LEGGIBILITÀ
ASPETTO RITMO dinamica movimento orizzontale e verticale
PROPORZIONE
TONO TIMBRO

ordine fisico logico
simmetria
equilibrio
enfasi

STRUTTURA
GERARCHIA
SINTASSI
MORFOLOGIA
GRIGLIA
margini superiore, inferiore, destro, sinistro
colonne lunghezza, larghezza, gutter

corpo
legature spaziatura lettere spaziatura parole
spaziatura, crenatura, interlinea
minuscolo, maiuscolo, maiuscoletto
FONT colore uniforme disomogeneo
stile sans serif graziato egizio
TIPOGRAFIA regular, italico, bold, bold italico, black, thin,light, condensed
testo giustificato, bandiera dx, bandiera sx, centrato rientro sillabazione
capolettera, titolo, sottotitolo, catenaccio, sommario, occhiello, inciso, didascalia, spalla, numero di pagina, intestazione

ILLUSTRAZIONE vignetta, fumetto
INFOGRAFICA schema
diagramma istogrammi, torte
illustrata
FOTOGRAFIA
composizione scontornata, intera orizzontalità, verticalità
soggetto ambiente, architettura, elaborazioni, figura, natura, paesaggio, reportage, sport, still life
tipologia epico, lirico, drammatico, narrativo, didascalico, oratorio
piano dettaglio, particolare, primissimo piano, primo piano, mezza figura, paino americano, figura intera, piano medio, piano lungo, piano lunghissimo

SPAZIO BIANCO **ELEMENTI DI CONTORNO**
retini, barre, filetti, tabs

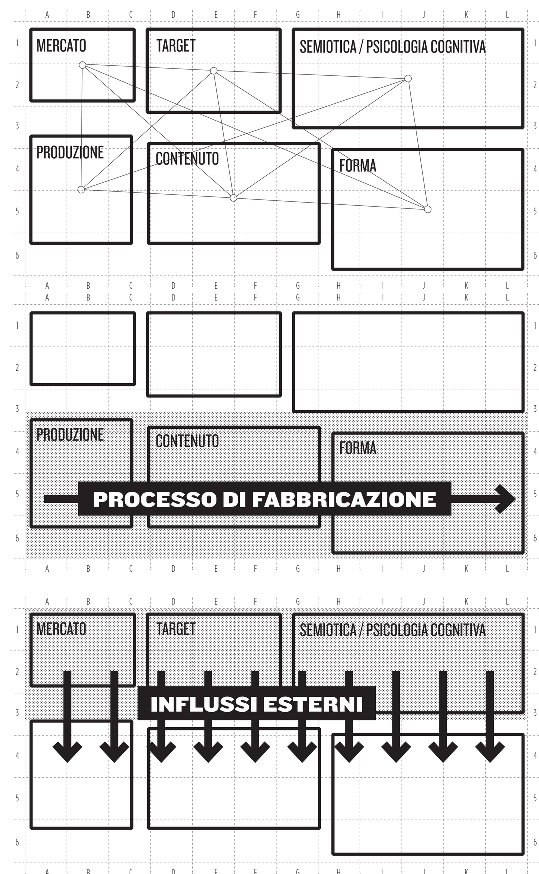
A B C D E F G H I J K L

BIOLOGIA DELLA PAGINA
mappa tipografica sul sistema complesso del quotidiano

Francesco Franchi, Elena Mosca

La mappa si presenta come una mappa "tipografica" perchè non compaiono altri elementi grafici oltre alle lettere e alle linee.
Ogni singola parola rappresenta un singolo nodo della mappa. La posizione reciproca tra le parole ne definisce la loro relazione reciproca. Le variabili di relazione sono quindi rappresentate dalla vicinanza (più o meno vicino, all'interno di uno stesso macro-nodo), l'accostamento (destra, sinistra, sopra, sotto) e il peso del carattere.
La vicinanza (si parla sempre all'interno di uno stesso macro-nodo) rappresenta la continuità di contenuto. La vicinanza abbinata all'accostamento ne definisce il livello di approfondimento di contenuto. L'accostamento non differisce sintatticamente se destro o sinistro, se sopra o sotto. La direzione privilegiata e quindi quella che racconta una maggiore continuità di contenuto è l'allineamento a sinistra, sotto al nodo di riferimento; o l'accostamento laterale a destra, perchè direzioni convenzionali di lettura.
L'accostamento "in alto" non è normale direzione di lettura quindi è un link meno diretto rispetto agli altri, ma il rapporto di vicinanza ne definisce comunque una relazione.
La gerarchia fra le parti (sempre all'interno di uno stesso nodo) è invece definita dal peso del carattere usato per il nodo.
A questo proposito è stato scelto ad hoc un font la cui varietà di corpo fosse ampia abbastanza da differenziare in modo efficiente i diversi livelli fra i nodi.
Il font in questione è il Knockout, che dispone di 32 Pesi, che differiscono tra loro in spessore delle lettere abbinato a crenatura fra le lettere. Tra questi 32 pesi sono stati utilizzati 14 stili: ad ogni stile corrisponde un peso e un corpo decrescente.
Nella mappa compaiono quindi 14 livelli gerarchici di nodi.
Le macro-aree tematiche che rappresentano i macro-nodi della mappa sono 6.
Per "Macchina-Giornale" si intendono gli ingranaggi del meccanismo di amministrazione, produzione, stampa e distribuzione.

La Notiziabilità è per accezione il processo di riduzione della realtà, secondo cui, da una insieme illimitato di notizie disponibili, se ne selezionano solo un numero limitato da far circolare nel circuito di informazione di massa.
Il "Newspaper" inteso come oggetto fisico e contenuto di informazione (il termine è usato in Inglese per comprendere il *quotidiano*, senza includere il significato di "giornaliero")
Il Mercato è macro-nodo, in quanto il newspaper è merce, un bene che si confronta con il mercato.
Il Pubblico è target del mercato dell'informazione, acquirente sì, ma in quanto lettore.
Espressione e Contenuto sono i due modi dell'essere "informazione" dal punto di vista semiologico e psicologico-cognitivista.
Due grandi flussi direzionali di lettura coesistono nella mappa, espliciti nella loro relazione spaziale (vedi schemi direzionali).
Una lettura orizzontale, tra le aree tematiche Macchina-Giornale, Notiziabilità, Newspaper: che acquisisce una sorta di scansione temporale, procedendo da una fase di produzione, attraverso la scelta dei contenuti al prodotto finale.
Verticalmente i tre blocchi Mercato, Pubblico e Espressione-Contenuto influiscono dall'alto sul processo orizzontale, separatamente.
Le aree-tematiche operano dunque separatamente, ma sono correlate fra di loro grazie alle posizioni reciproche dei macro-blocchi e le micro-relazioni fra i singoli nodi, esplicitate da linee-link adirezionali.
L'accumularsi di queste linee determina la formazione di Flussi di link in zone che evidenziano la forte presenza di legami fra le parti, di più fra certe aree-tematiche che fra altre.



A
accesso, E2
adattamento, B3
allegati, J5
altra stampa, B1
ambiguità, I1
amministrazione, A5
analisi del contenuto, C5
arbitrarietà, I1
aree di contenuto, K4
art director, B5
aspetto, H5
attendibilità, F4, J4
attention deficit disorder, F1
atti della comunicazione, G2
attualità, K4
autoriflessività, I1

B
bandiera, K5
barre, J6
berliner, H4
biplanarità, I1
black, L5
bold, K5
branding, A2
breakouts, F2
broadsheet, H4
buco informativo, E4

C
capo servizio, C5
capolettera, J5
catenaccio, K5
centrato, K5
chiusura, K3
classe economica, D2
classe sociale, D2
codice, H1
coerenza, I1
colonne, I6
colore, H3 K5
competitors, A1
composizione della fotografia, J6
conativa, H3
concessionario pubblicità, C4
condensed, K5
condizione professionale, D2
connotazione, H3
conservazione, A4
contenuto del messaggio, G3
contenuto, H2
continuità di direzione, L2
convenzione, H1
corpo, K5
corporate image, B2
costi, C2 C4
creative director, B5
credibilità, F4, J5
crenatura, K5
criteri di notiziabilità, G4
cronaca, K4
cultura, D2, J4

D
deadline, C4
decisioni sulla pagina, C6
denotazione, H3
descrittivo, G3
design, C6
diagamma, K6
didascalia, J5
differenziaione, B3
dimensione, A2
dinamica, H5
direttore, C5
direzione, C5
disposizio, G2
dissimulazione, E5
distribuzione, A5

E
economia, K4
editore, C4
egizio, K5
elocutio, G2
emotiva, H3
enfasi, I6
equilibrio, I6
esclusività, E3
esperienza passata, K3
esposizione selettiva, E1
espressione, H2
espressiva, H3
evocazione, H3
evoluzione, A4

F
fatica, H3
fattoide, J2
faziosità, F3
figura sfondo, L3
filetti, J6
font, K5
fonti, F2
formato, H4
fotografia, K6
fotografo, B5
free-press, E3
fumetto, L5
funzioni della comunicazione, H3

G
genere, I4
gerarchia, I5
gestalt, L2
giornalismo scandalistico, D3
giornalismo serio, D3
giornalista, B5
giudizio, G3
giustificato, J5
grafico, B5
graziato, K5
griglia, I6
guide lines, B4

I
idea, B4
identità, I5
illocutorio, G2
illustrazione, K5
immaginario collettivo, J2
impaginatore, B5
impatto visivo, J4
inciso, J5
infografica, K5
informazione, F5
interesse, E1
interlinea, K5
internet, B1
interpolazione, F5
interpretazione, F5
intestazione, K5
inventio, G1
inviati, F2
istogrammi, K6
istruzione, D2
italico, K5

L
lavorazione, D5
lavoro linguistico, F5
legature, K5
leggibilità, H5
lettore modello, C2
lettore, D1
lettura lineare, H1
lettura, E2
light, K5
locale, L4
locutorio, G2
luoghi, E2

M
macchina giornale, A4
magazines, B2
maiuscoletto, K5
maiuscolo, K5
manipolazione, D5
margini, I6
memorizzazione selettiva, E1
mercato, A1
messaggio, F5
metalinguistica, H3
mezzi di trasporto, E2
micro, H4
millimetro-colonna, H4
minuscolo, K5
modulo, H4
morfologia, I6
motivazioni di lettura, E2
movimento orizzontale, I5
movimento verticale, I5

N
navigational devices, F1
nazionale, L4
newspaper, B2, I4
newsprocessing, D4
newsreel, B1
notizia d'agenzia, E3
notizia d'obbligo, E3
notizia scandalistica, E4
notizia, D4
notiziabilità, D4
numero di pagina, K5

O
obiettività, F3
occhiello, K5
opinione, F3
ordine fisico, I5
ordine logico, I5
organizzazione unità, L2

P
pagina, H5
pagine monografiche, K4
percezione selettiva, E1
percezione visiva, K2
perlocutorio, G2
personalità, I4
pertinenza, I1
piano della fotografia, J6
poetica, H3
politica, K4
potenziale grafico, K2
potenziale immaginifico, J2
potenzialità d'acquisto, D1
pregnanza, K3
prima pagina, J4
produzione, A5
profitti, C2
proporzione, H5
pseudonotizia, E4
pubblicità, B2
pubblico, D1
punto di vista, J4
punto focale, F2

Q
qualità visiva, J4

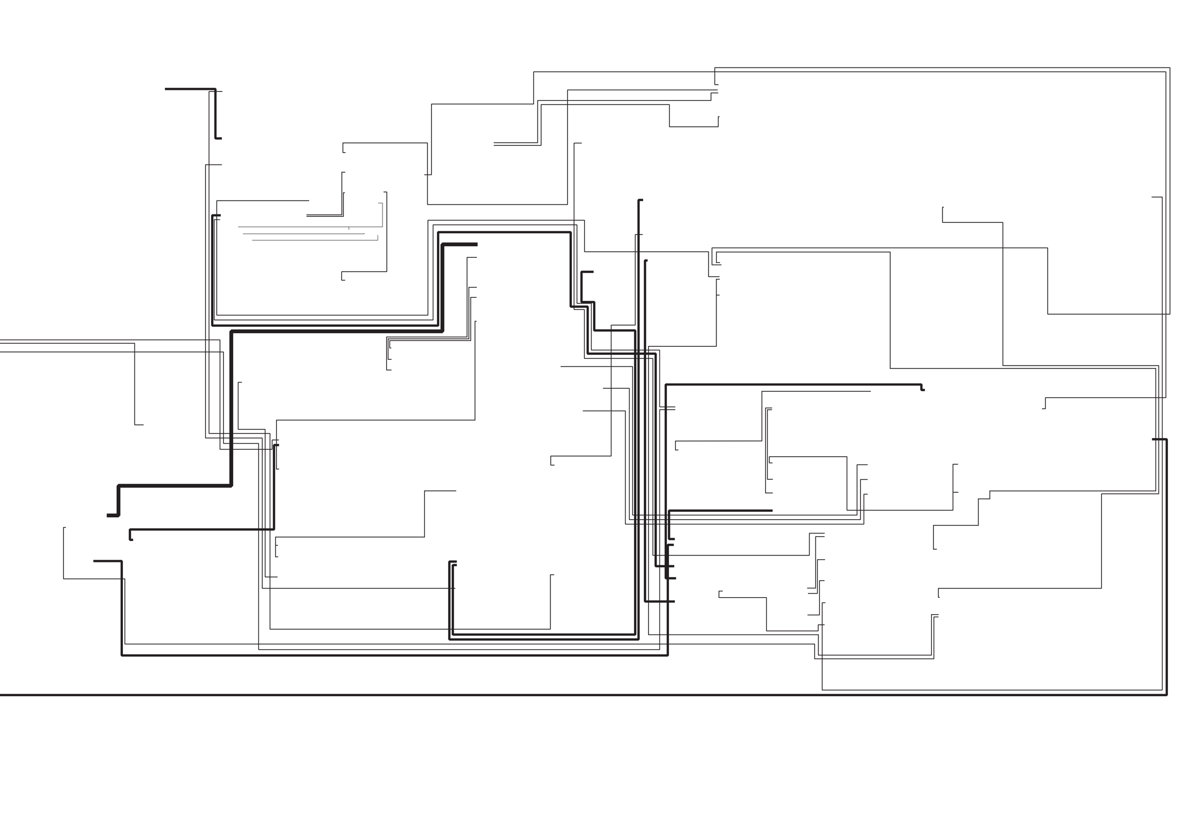
R
radio, B1
raggruppamento, F5
rappresentazione, J1
readership, D2
realtà sociale, D4
redattore capo, C5
redazione, C5
redesign, A3
referenziale, G3
referenziale, H3
registro linguistico, I2
registro visivo, I2
regular, K5
responsabili, C5
rete informativa primaria, E4
retini, J6
ricezione, F5
rientro, K5
riferimento genere, K2
riga, H4
ritmo, H5

S
sans serif, K5
scelte lessicale, K2
schema, K5
scienze, K4
scrittura lineare, H1
seconda pagina, K4
segmentazione, L2
senso, I1
serif, K5
shock, B4
significante, H2
significato, H2
sillabazione, K5
simmetria, I6
simulazione, E5
sintassi, I5
skills, B4
soggetto della fotografia, J6
somiglianza, K2
sommario, K5
sottotitolo, K5
spalla, K5
spaziatura, K5
spazio disponibile, E3
spazio, D4
sperimentazione, B3
spettacolo, K4
sport, K4
stampa, A5
stereotipi di formato, D2
stile, I5
stile, K5
strategie linguistiche, K2
strumenti informatici, A5
struttura, I5
sviluppo del concept, C6

T
tabloid, H4
tabs, J6
televideo, B1
televisione, A1
tema visivo, F2
tematizzazione, D5
tempo, C4, D4, E2
terza pagina, K4
testata, I4
testo, J5
thin, K5
timbro, H6
tipo di carta, H4
tipografia, J5
tipologia della fotografia, J6
titolo, K5
tono, H6
topocalizzazione, D5
torte, L6
trasformazione, D5

V
valutativo, G3
vicedirettore, C5
vicinanza, K2
vignetta, K5

W
websites, B2

Bibliografia *Robert Bringhurst*, THE ELEMENTS OF TYPOGRAPHIC STYLE; *Warren Chappell & Robert Bringhurst*, BREVE STORIA DELLA PAROLA STAMPATA; *Jan Tschichold*, LA FORMA DEL LIBRO; *Antonio e Ivana Tubaro*, LETTERING STUDI E RICERCHE *Bindelli Lussu Iacobelli* FARSI UN LIBRO; *lectures di Giovanni Lussu*, WORKSHOP ottobre 2004, presso il POLITECNICO DI MILANO; *Massimo Bonfantini*, BREVE CORSO DI SEMIOTICA; *Ugo Volli*, IL LIBRO DELLA COMUNICAZIONE; *Gaetano Kanitzsa*, GRAMMATICA DEL VEDERE; *Marino Livolsi*, LA FABBRICA DELLE NOTIZIE; *Umberto Eco*, LE FORME DEL CONTENUTO; *Umberto Maria Bottino*, PUBBLICARE GIORNALI E PERIODICI; *Piero Ottone*, IL BUON GIORNALE; *Vittorio Roidi*, LA FABBRICA DELLE NOTIZIE; *Bonfantini Ponzio*, SEMIOTICA AI MEDIA; *Calabrese Volli*, COME SI LEGGE UN GIORNALE; *Lombardo Pignatel*, LA STAMPA PERIODICA IN ITALIA; *Giancarlo Salemi*, EL PAIS LE RAGIONI DI UNA SVOLTA; *Andrea Moroni*, ALLE ORIGINI DEL CORRIERE DELLA SERA; *Giovanni Gozzini*, STORIA DEL GIORNALISMO; DESIGN 2020: VISION OF THE NEWSPAPER OF THE FUTURE; *Steven Ames*, ELEMENTS OF NEWSPAPER DESIGN; *Society for News Design*, THE BEST OF NEWSPAPER DESIGN; *Roger Black*, CONTEMPORARY NEWSPAPER DESIGN; EYE MAGAZINE, *no. 40-44-50-54*; IDEA *no. 305*, TYPE DESIGN TODAY; *Mario Garcia*, PURE DESIGN; *Anthony Smith*, GOODBYE GUTENBERG: THE NEWSPAPER REVOLUTION OF THE 1980S; *Edward Tufte*, ENVISIONING INFORMATION

Composta in *Knockout*, *Gotham*, *Requiem*, *Hoefler Text* disegnati da Jonathan Hoefler e Tobias Frere-Jones (http://www.typography.com)