Titolo / **La Biennale di Venezia 1962-2001. Quarant'anni di progetto grafico per le arti**
Autore / **Laura Tonicello**
Università / **IUAV, Venezia**
Corso di Laurea / **Laurea specialistica in comunicazioni visive e multimediali**
Anno Accademico / **2006/2007**
Relatore / **Prof. Carlo Vinti**
Supervisione della parte grafica / **Prof. Enrico Camplani**

Non solo d'arte si è alimentata la storia della Biennale di Venezia, ma anche dei cambiamenti sociali e di costume, di scelte politiche e delle posizioni assunte da diversi uomini della cultura italiana: da alcuni che ne hanno diretto i vertici e da altri che ne hanno criticato le scelte.
A partire dall'anno della sua inaugurazione l'Esposizione internazionale d'arte biennale di Venezia ha registrato la storia delle arti e del gusto di tre secoli: dal 1895, anno della sua fondazione, attraverso tutto il Novecento con le nuove correnti artistiche e le Avanguardie storiche, attraversando due conflitti mondiali che ne sospesero la biennale cadenza, fino ai giorni nostri.
Questa tesi tenta di ripercorrere parte di questa storia, dal 1962 al 2001, attraverso il lavoro di quegli uomini la cui professionalità ha contribuito a veicolare il progetto culturale dell'istituzione veneziana attraverso la comunicazione e la promozione. Un lavoro di ricerca di questo tipo - o almeno un primo tentativo in questa direzione - è stato portato avanti per la Triennale di Milano in occasione della la mostra, organizzata presso il Palazzo dell'Arte nel 2004.
Qui era esposto parte del materiale promozionale che fin dalla nascita della Triennale, è stato prodotto da nomi di fama internazionale per gli eventi e le mostre organizzate dall'istituzione milanese.
Tale esposizione sulla Triennale, curata da Mario Piazza e Silvana Annicchiarico, è stata possibile grazie ad un lavoro di archiviazione che ha funzionato nel tempo e grazie alla piena accessibilità di tutti i materiali, ancora oggi in corso di conservazione.
Il piccolo catalogo pubblicato in occasione della mostra, racccoglie quindi un patrimonio della storia della grafica, che consente di capire la funzione e l'evoluzione della comunicazione di una delle istituzione culturali più importanti e attive d'Italia.
Per la Biennale di Venezia non esiste ancora niente di simile, forse a causa dei legami un po' meno stretti con la cultura del design.

MODALITÀ DI RICERCA

L'approccio seguito in questo lavoro di ricerca, ha dovuto tenere conto di una difficoltà di base, non presente nel caso della Triennale di Milano: la scarsa accessibilità dei documenti e di molte fonti storiche relative alla Biennale di Venezia. Infatti quando questa tesi fu scritta, lo stato dell'A.S.A.C. (Archivio storico delle arti contemporanee) di Venezia, in cui sono conservati anche i materiali promozionali della Biennale, non permise la consultazione di alcun documento visivo per questa ricerca.

Questo fa si che parte delle immagini contenute in questa tesi siano state recuperare in testi già editi.

Fortunatamente quasi tutti i progettisti che hanno collaborato con l'istituzione veneziana dagli anni Sessanta in poi sono ancora attivi ed hanno fornito la loro preziosa testimonianza per questo lavoro di ricerca. Rilasciando interviste con grande disponibilità, essi hanno dato un contributo fondamentale alla ricostruzione storica che si è tentata in questa tesi.

Nell'affrontare il tema della comunicazione istituzionale della Biennale di Venezia, si è scelto di circoscrivere un arco di anni ristretto per evitare i rischi di una panoramica troppo vasta e di conseguenza superficiale.

Allo scopo di sfuggire ad un approccio meramente compilativo, che rischiava di risolversi in una sequenza cronologica di esperienze e di nomi non indagati criticamente, si è preferito individuare innanzitutto il momento in cui l'immagine dell'ente veneziano ha assunto caratteri di modernità e professionalità in linea con la progressiva affermazione in Italia della cultura del progetto grafico.

Questo momento si è individuato nel 1962: l'anno in cui Massimo Vignelli venne chiamato da Wladimiro Dorigo a collaborare con la Biennale di Venezia. L'intervento di Vignelli, segna infatti un momento di svolta nell'identità visiva della Biennale per l'utilizzo di un metodo razionale e rigoroso che trova giustificazione in gran parte nelle nascenti teorie sulla corporate image.

Da questo momento in poi, la grafica e il visual design entrano a pieno titolo tra i settori di interesse della Biennale, non solo come strumento di promozione o strategia di comunicazione, ma anche e in più occasioni, come campo di indagine, come settore in mostra.

Tutto ciò è stato reso possibile grazie alla contemporanea interazione di più protagonisti: da una parte, i molti grafici che si sono susseguiti nel lavoro sull'immagine della Biennale, figure professionali quasi sempre coinvolte nel progetto culturale come attori e non come semplici esecutori.

Dall'altra, gli uomini di cultura posti alla direzione dell'istituzione, che spesso, in qualità di committenti, hanno determinato o influito fortemente sulle scelte progettuali, prendendo anche decisioni coraggiose e rendendo così possibili molti cambiamenti.

Significativo da questo punto di vista, è il ruolo ricoperto da alcuni presidenti, come Carlo Ripa di Meana, Paolo Portoghesi e Paolo Baratta, i quali hanno saputo approfittare della propria carica per coinvolgere l'intero corpo organizzativo nella nascita di un progetto culturale esteso, che, come si vedrà, coinvolgeva pienamente anche la dimensione della grafica e della comunicazione.

I materiali grafici prodotti nella storia della Biennale di Venezia hanno contribuito fortemente a definirne e veicolarne l'identità presso il pubblico. Più che l'immagine istituzionale dell'Ente, è la grafica delle singole edizioni che si configura come l'oggetto di studio di maggiore interesse all'interno di questo lavoro.

Ciò avviene soprattutto per la capacità più volte dimostrata di far coincidere la comunicazione visiva con un preciso progetto culturale, quel progetto cui i designer grafici a loro volta hanno saputo dar voce e corpo.

STRUTTURA DELLA RICERCA

Dopo una parte introduttiva che ripercorre brevemente la storia e l'evoluzione dei primi artefatti comunicativi che hanno come progenitori i cartelloni illustrati ad opera di illustratori e artisti chiamati a promuovere l'evento espositivo, il primo capitolo della tesi tratta del nuovo approccio al progetto grafico introdotto da Massimo Vignelli a partire dall'inizio degli anni Sessanta.
L'intervento di Vignelli, e in seguito di Studio Unimark, introduce la comunicazione della Biennale alla grafica moderna e ai primi tentativi di immagine coordinata, estendendo il progetto di immagine ai diversi settori artistici di cui l'Ente si compone.
Nel secondo capitolo si affrontano i temi del ruolo della grafica nel dibattito sociale che coinvolse anche l'Esposizione veneziana negli anni Settanta. Sarà l'intervento di Gregorietti a dare una nuova identità alla Biennale attraverso il nuovo marchio commissionato dal presidente Carlo Ripa di Meana. Poi Pierluigi Cerri attraverso un progetto che sfrutta la funzionalità del modulo e della compositrice per i testi IBM Composer, saprà dotare la comunicazione per la Biennale di grande flessibilità oltre ad una forte visibilità, con il sistema di segnaletica e di esposizione dei manifesti in appositi leggii progettati per l'edizione 1976.
La collaborazione con Francesco Messina e Ferruccio Montanari aprirà le porte al primo intervento straniero nel progetto grafico istituzionale dell'Ente, chiamando a collaborare dall'America Milton Glaser, che diede nuova vitalità all'immagine della Biennale.
Il terzo capitolo vuole ripercorre le occasioni in cui il progetto grafico fu materia di indagine e discussione attraverso le mostre organizzate negli anni, coinvolgendo professionisti italiani e internazionali al dibattito sul design grafico.
Il quarto capitolo è dedicato infine al lavoro di Enrico Camplani e Gianluigi Pescolderung di Studio Tapiro, chiamati da Paolo Portoghesi nel 1983 a iniziare una collaborazione che, passando attraverso il Centenario, è arrivata fino ai primi anni del 2000.
Una lunga collaborazione, dunque, durante la quale i due grafici sono stati coinvolti nel progetto culturale dell'istituzione attraverso il continuo confronto con i direttori di settore.
L'esame dei risultati raggiunti in quegli anni dimostra come la comunicazione partecipò attivamente alle diverse manifestazioni della Biennale, interpretandone i temi e coinvolgendo la città.
Anche in quest'ultima parte, come già nei capitoli precedenti, la tesi si è concentrata principalmente sull'analisi delle relazioni tra progetto grafico e progetto culturale, mettendo in evidenza i modi e le strategie con cui la Biennale ha saputo coinvolgere la grafica per dare risonanza al suo messaggio artistico-culturale e farlo arrivare efficacemente al pubblico.

RISULTATI

Dal 1895, anno di inaugurazione, ad oggi, l'Esposizione internazionale d'arte di Venezia ha mutato innumerevoli volte strategia di comunicazione e ha saputo far coincidere i cambiamenti d'immagine con il mutare delle esegenze storiche. La Biennale è un grande contenitore di eventi e come negli anni sono cambiate e si sono succedute le correnti artistiche e il gusto contemporaneo, le differenti scelte comunicative che nei decenni si sono alternate hanno contribuito a veicolare con maggiore unità e forza il messaggio culturale, estendendolo al campo visivo.
Da questo punto di vista appare impossile parlare di immagine coordinata, un approccio tentato negli anni ma superato dalle esigenze di continui cambiamenti, comunicativi, storici e autoriali di una manifestazione che ogni due anni è chiamata a rinnovarsi.

Da qui la necessità di alternare la collaborazione dei progettisti chiamati a progettare l'immagine delle manifestazioni della Biennale, anche se negli anni ci sono state collaborazioni protrattesi per diverse edizioni.
Potrebbe sembrare difficile comprendere come un'istituzione culturale dalla lunga tradizione come la Biennale abbia potuto più volte cambiare marchio istituzionale al succedersi di cariche presidenziali.
Questi cambiamenti sono invece da ritenersi coerenti con i mutamenti che la Biennale ha affrontato sotto diversi aspetti: della comunicazione, del contesto storico, dei cambiamenti del gusto e della ricerca nel campo della comunicazione.
L'intervento moderno e all'avanguardia di Massimo Vignelli apre la Biennale a una comunicazione nuova avvalendosi di un'immagine internazionale superando i limiti che la legavano ad un'estetica e ai simboli della tradizione lagunare. Nelle teorie sull'immagine coordinata, con Studio Unimark, l'identità della Biennale guadagna ordine e pulizia, concentrando il progetto visivo sul nome dell'istituzione riassunto nella B e il numero dell'edizione, protagonista dei manifesti e declinato volta per volta con abilità.
L'intervento di Unimark per la Biennale oltre a portare la grafica moderna all'interno dell'istituzione, segna dieci anni di collaborazione che documenta una sensibilità e un attenzione da parte dell'istituzione veneziana al settore della comunicazione.
Da questo momento in poi, l'attenzione per il progetto grafico, la comunicazione e la promozione dell'istituzione veneziana, rimarrà sempre al centro del progetto culturale della Biennale.
I grafici saranno coinvolti nel progetto di rinnovamento culturale, veicolando attaraverso l'immagine i temi di dibattito e le scelte curatoriali.
Questa partecipazione è visibile nel risultato di alcuni interventi significativi in questo senso. Quando Ripa di Meana decide di dedicare la Biennale alla situazione cilena, l'istituzione sta iniziando un lungo cambiamento che coincide con i cambiamenti sociali in corso, che vedono la Biennale aprirsi alla discussione ed il confronto su molti temi, dal rapporto tra arte e società, istituzione culturale e pubblico, discussione politica e contestazione.
Ma tutto questo rimetteva in discussione anche il ruolo dell'istituzione veneziana nei confronti del pubblico che frequentava l'esposizione.
E in questo rapporto si inaugurava la necessità di coinvolgere una fascia più ampia di pubblico e ripensarne di conseguenza il modo con cui comunicare a nuove fasce d'utenza.
La richiesta di una nuova immagine istituzionale si inseriva in un progetto di rinnovamento che Ripa di Meana aveva bene in mente e dal marchio si estendeva ad un nuovo linguaggio che teneva conto dei temi affrontati e delle nuove esigenze dell'istituzione.
Nello stesso modo Francesco Messina e Ferruccio Montanari, saranno coinvolti nella Biennale del dissenso culturale in cui la comunicazione al di là della funzione informativa, aderisce al progetto culturale estendendolo al campo visivo.
Al progetto totale aderisce anche la formula di Paolo Portoghesi che chiama i grafici Enrico Camplani e Gianluigi Pescolderung di studio Tapiro a tradurre visivamente le tematiche in mostra con un approccio postmoderno in linea con il progetto culturale di Portoghesi.
Ed anche quando Paolo Baratta presidente, decide di restituire unità ai settori artistici di cui la Biennale si compone, sarà tramite la programmazione degli eventi integrata al progetto d'immagine che questo progetto otterrà buoni risultati.
Questi esempi dimostrano come la collaborazione di diversi fattori abbiano concorso assieme alla realizzazione di unità nell'identità istituzionale della Biennale di Venezia.
Un'unità che non è da ricercare nella continuità dell'uso di elementi visivi, del marchio o del carattere tipografico istituzionale intesi come elementi

di un'immagine coordinata, ma nell'interazione tra figure intellettuali che hanno saputo coinvolgere il progettista grafico nel progetto culturale rendendolo protagonista delle tensioni e delle tematiche affrontate nelle diverse edizioni della Biennale.
Della cadenza biennale, i curatori come i progettisti hanno saputo aprofittare, per rinnovare il progetto culturale a tagliare i legami con il passato a favore di una contemporaneità, con scelte coraggiose.
Questa tesi ha tentato di ripercorrere la storia degli ultimi cinquant'anni di collaborazioni tra la Biennale e i progettisti chiamati a tradurre visivamente il messaggio culturale, mettendo sempre al centro i rapporti che sono intercorsi tra il progettista e le figure curatoriali contestualizzando le scelte prodotte all'interno del più ampio e complesso sistema organizzativo degli eventi della Biennale.
Molti libri sono stati scritti sulla Biennale, ma nessuno fin'ora ha tentato di ricostruirne la storia attraverso il progetto visivo e la produzione grafica che l'evento pubblico ne ha conseguito. Produzione che ha visto molti nomi della grafica italiana ed internazionale e raccolta la testimonianza diretta dei protagonisti che hanno collaborato alla stesura di questa ricerca.
Ma questa tesi di laurea è solo l'inizio di un lavoro che deve assolutamente proseguire specialmente ora che l'A.S.A.C. ha riaperto al pubblico trasferendo i materiali presso il Padiglione delle Esposizioni ai Giardini della Biennale. Ampliare e proseguire i temi su cui si è incentrato questo lavoro significa ricostruire un storia che fin ora è apparsa in maniera frammentaria e spesso senza tenere conto del contesto e del progetto culturale nel quale si situava l'intervento dei progettisti grafici.
L'obiettivo fondamentale che si è tentato di perseguire in questa tesi è stato di analizzare i modi in cui la grafica è diventata estensione del messaggio culturale dell'istituzione.

Carlo Vinti
Carlo Vinti si occupa da alcuni anni di ricerca storica nell'area del design e della comunicazione visiva. Nel 2006 ha conseguito il titolo di dottore di ricerca in Teoria e storia delle arti presso la Scuola studi avanzati di Venezia e dallo stesso anno insegna Storia della grafica e delle comunicazioni visive presso la Facoltà di design e arti dello IUAV.
Ha tenuto corsi in diverse scuole e istituzioni universitarie e ha partecipato a vari convegni internazionali sulla storia del design e della comunicazione di impresa.
Tra i temi che ha indagato più da vicino, il dibattito sulla nuova tipografia nelle riviste di arti grafiche italiane, l'immagine della grande industria nell'Italia del secondo dopoguerra e la relazione controversa tra progettisti grafici e pubblicitari dagli anni '50 agli anni '70. Ha curato recentemente la mostra "I colori del ferro. Libri e riviste alla Cornigliano-Italsider" tenutasi nella sede della Fondazione Corrente di Milano (18. 11. 2009 – 27.01.2010).
Ha pubblicato il volume Gli anni dello Stile Industriale: 1948-1965. Immagine e politica culturale nella grande impresa italiana (Marsilio, 2007), oltre a diversi saggi e articoli in riviste come "Étapes. Design et culture visuelle", "Disegno Industriale", "Journal of Historical Research in Marketing", "Progetto Grafico" e "Vingtiéme Siécle. Revue d'histoire".
Recentemente ha curato con Giorgio Bigatti il sito www.houseorgan.net e il libro "Comunicare l'impresa. Cultura e strategie dell'immagine nell'industria Italiana" (Guerini e associati 2010).

Laura Tonicello
e mail laura.tonicello@gmail.com
www. latoalto.blogspot.com
www. latoalto.com

Bibliografia

Romolo Bazzoni , **I 60 anni della Biennale di Venezia**, Venezia, Lombroso, 1962.

Henrion e Parkin, **Design Coordination and Corporate Image**, StudioVista-Reinhold Pubblishing Corporation, London-New York 1967.

La Biennale di Venezia, **36° Esposizione Internazionale d'arte**, catalogo generale della mostra, Venezia, 1972.

Albe Steiner, **Grafica sperimentale per la stampa alla 36° Biennale di Venezia**, in "Lineagrafica", n. 4, 1972.

Milton Glaser, **Graphic design**, prefazione di Jean Michel Folon, New York : the Overlook press, 1973.

Biennale di Venezia, **Annuario 1975, eventi del 1974, La Biennale di Venezia**, a cura dell'Archivio storico delle arti contemporanee, La Biennale di Venezia, 1975.

Biennale di Venezia, **Annuario 1976, eventi del 1975, La Biennale di Venezia**, a cura dell'Archivio Storico delle Arti Contemporanee, La Biennale di Venezia, 1976.

Michel Folon, **Milton Glaser il mestiere del grafico**, Milano, Rizzoli.

La Biennale di Venezia, **37° Esposizione internazionale d'arte**, catalogo generale della mostra, 2° vol. Venezia, 1976.

Pierluigi Cerri (a cura di), **Autentico ma contraffatto. Cinque graphic designer**, catalogo della mostra, edizioni la Biennale di Venezia, Electa/Martellago, Venezia, 1977.

Albe Steiner, **Il mestiere di grafico**, Einaudi, Torino, 1978

Biennale di Venezia, **Annuario 1978, eventi del 1976 e 1977, La Biennale di Venezia** ; a cura dell'Archivio storico delle arti contemporanee, La Biennale di Venezia, 1978.

Biennale di Venezia, **Annuario 1979, eventi del 1978, La Biennale di Venezia**; a cura dell'Archivio storico delle arti contemporanee, presentazione di Giuseppe Galasso, Venezia, La Biennale di Venezia, 1979.

Pierluigi Cerri, Clinio Trini Castelli, **Un sistema di messaggi quotidiani**, in "Rassegna", n. 6, 1980.

Giovanni Anceschi, **Monogrammi e figure : teorie e storie della progettazione di artefatti comunicativi**, La casa Usher, Firenze - Milano, 1981.

Enzo di Martino e Paolo Rizzi, **Storia della Biennale di Venezia 1895-1982**, Electa, Milano, 1982.

La Biennale di Venezia, **41° Esposizione Internazionale d'arte**, catalogo generale della mostra, Venezia, 1984.

AA.VV., **Visual Design. 50 anni di produzione in Italia, catalogo della mostra Visual Design 1933-1983. 50 anni di produzione in Italia**, Milano, ottobre 1983, Milano, 1984.

Giovanni Anceschi, **Prima biennale della grafica : propaganda e cultura: indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni settanta ad oggi**, Mondadori, Milano, 1984.

Gertrude Snyder, Alan Peckolick, Herbert Lubalin Art director, **Graphic designer and Typographer, American Showcase**, inc. New York, 1985.

Giovanni Anceschi, Aldo Colonetti, Giulio Guberti, **Urbano visuale: 10 anni di grafica pubblica a Ravenna**, Essegi, Ravenna 1987.

Adriano Donaggio, Biennale di Venezia. **Un secolo di storia**, Art Dossier Giunti, Firenze 1988.

La Biennale di Venezia, **43° Esposizione internazionale d'arte**, catalogo generale della mostra, Venezia, 1988.

Gaddo Morpurgo , **La carta della Biennale**, in "Lineagrafica", n. 1, 1986.

Giovanni Anceschi, **L'era del rimescolamento**, in "Lineagrafica", n. 3, 1987.

AA.VV., **Images d'utilite publique**, catalogo della mostra al Centre Pompidou, Paris, 1988

Giovanni Anceschi, **La pubblica utilità a confronto**, in "Lineagrafica", n. 1, 1988.

Achille Castiglioni, Roberto Sambonet, Aldo Colonnetti, **Scritti di Heinz Waibl**, Edinvest, Milano, 1991.

Jean Marie Floch, **Semiotica, marketing e comunicazione: dietro i segni, le strategie**, Milano, Franco Angeli, 1992

Olaf Leu, **Corporate Design/Corporate Identity**, Bruckmannn, Munchen 1994

Mara Campana, **In mostra**, in "Lineagrafica", n. 292, luglio, 1994

M. Goj, **Dizionario di Marketing e comunicazione**, Mondadori, Milano 1995

Budillon Puma Pascale, **La Biennale di Venezia dalla guerra alla crisi : 1948-1968**, Bari, Palomar, 1995

La Biennale di Venezia, Le Esposizioni Internazionali d'arte 1895 - 1995, Electa, Milano 1995.

Giovanni Baule, **I muri della Biennale**, in "Lineagrafica", n. 6, 1995.

La Biennale di Venezia, **Le Esposizioni Internazionali d'arte 1895-1995**, Electa, Milano 1995.

La Biennale di Venezia, **L'arte contemporanea: forma e riforma della Biennale: atti del convegno: isola di San Giorgio Maggiore**, Venezia, 14 dicembre 1996, organizzato dalla Fondazione Bevilacqua La Masa, 1996

Jean Marie Floch, **Identità visuale**, Franco Angeli, Milano 1997.

AA.VV., **La Grafica in Italia**, Leonardo Arte, Milano, 1997.

Tano D'Amico, **Gli anni ribelli 1968-1980, Storia fotografica della società italiana**, Editori Riuniti, Roma, 1998

Cristina Tanerna e Marco Rauch, **Milton Glaser, Venezia**, catalogo della mostra, Nuages Edizioni, Milano, 2000.

Milton Glaser, **Art is work: graphic design, interni, oggetti e illustrazioni**, Leonardo arte, Milano, 2000.

Enrico Camplani e Gianluigi Pescolderung, **Graphic art for the arts, Tapiro's designs for the Venice Biennale**, catalogo della mostra alla DDD Gallery, Osaka, Aprile 2002.

Enzo di Martino, **Storia della Biennale di Venezia 1895-2003**, Papiro Arte, 2003.

Enrica Roddolo, **La Biennale. Arte, polemiche, scandali e storie in laguna**, Marsilio, Venezia, 2003.

Francesco Ermanno Guida, **Comunicazione coordinata per i beni culturali: 4 progetti italiani**, Valentino Editore, Casamivviola Terme, 2003.

Silvana Annicchiaricco e Mario Piazza, **Come comete**, catalogo della mostra, Edizioni la Triennale, Charta, Milano, 2004.

Stefano Rolando, **La comunicazione di pubblica utilità**, Franco Angeli, Milano, 2004.

Massimo Vignelli, **Lella e Massimo Vignelli: design is one**, Images publishing, 2004.

Mara Campana, **Comunicare il museo**, in "Lineagrafica", n. 352, luglio-agosto, 2004.

Seymour Chwast, **The Push Pin Graphic: a quarter century of innovative design and illustration**, edited by Steven Heller and Martin Venezky; introduzione di Milton Glaser, Chronicle books, San Francisco, 2004.

Olivieri Tullia, **La comunicazione nei beni culturali. Il caso Biennale di Venezia**, Tesi di Laurea IUAV Venezia, relatore Carlo Branzaglia, 2005.

Vanni Prasca, Dario Russo, **Corporate Image: un secolo d'immagine coordinata dall'AEG alla Nike**, Lupetti, Milano, 2005.

Carlo Vinti, **Modiano e la Mostra grafica alla VII Triennale**, in Progetto Grafico, n. 4/5, Febbraio 2005, pp. 50-63.

Andrea Bosco, Elena Scatamburlo (a cura di), **Buena Vista. Un secolo di grafica cubana**, catalogo della mostra, Mazzotta, Milano, 2006.

Davide Lorenzon, **Fuori dal comune**, in "Lineagrafica", 364, luglio-agosto, 2006.

Alberto Lecaldano, **Per la grafica di pubblica utilità**, in "Progetto grafico", n. 9, dicembre, 2006.

Giovanni Anceschi, **Pubblica utilità per la disciplina**, in "Progetto grafico", n. 9, dicembre, 2006.

Gaddo Morpurgo, **Una stagione di cultura**, in "Progetto grafico", n. 9, dicembre, 2006.

Angus Hyland, Emily King, c/id, **Visual Identity and Branding for the Art**, Laurence King, London, 2006.

Stefano Caprioli, Pietro Corraini, **Manuale di immagine non coordinata**, Edizioni Corraini, Mantova, 2006.

Daniele Baroni e Maurizio Vitta, **Storia del design grafico**, Longanesi, Bergamo, 2006.

Longo Anna, **Esposizione internazionale d'arte La Biennale di Venezia 1997-2005 : strategie e risultati nella comunicazione**, Tesi di Laurea IUAV Venezia, relatore Angela Vettese; correlatore Roberto Masiero; 2006

Gaddo Morpurgo (a cura di), **Tra i segni di una comunità nella Venezia di Sandro Zen**, Stampa Grafiche Veneziane, Venezia, 2007.

Massimo Vignelli, **Vignelli from A to Z**, Books international, 2007

Ferrara Cinzia, **La comunicazione dei beni culturali : il progetto dell'identità visiva di musei, siti archeologici, luoghi della cultura**, Lupetti, Milano, 2007.

Sitografia

biennaledivenezia.org
unimark-international.com
triennale.it
aiap.it
linotype.com