



**BASSon
TITLES**

L'arte di
Saul Bass

BASSon**TITLES**

L'arte di Saul Bass

Ideazione e testi: Massimo Malaguti (PST Galileo)
Graphic design: Lisa Pravato (Scuola Italiana Design)

© PST Galileo 2010

Riproduzione consentita con citazione della fonte

Printed by **LABORATORI**

BASS on TITLES
L'arte di Saul Bass



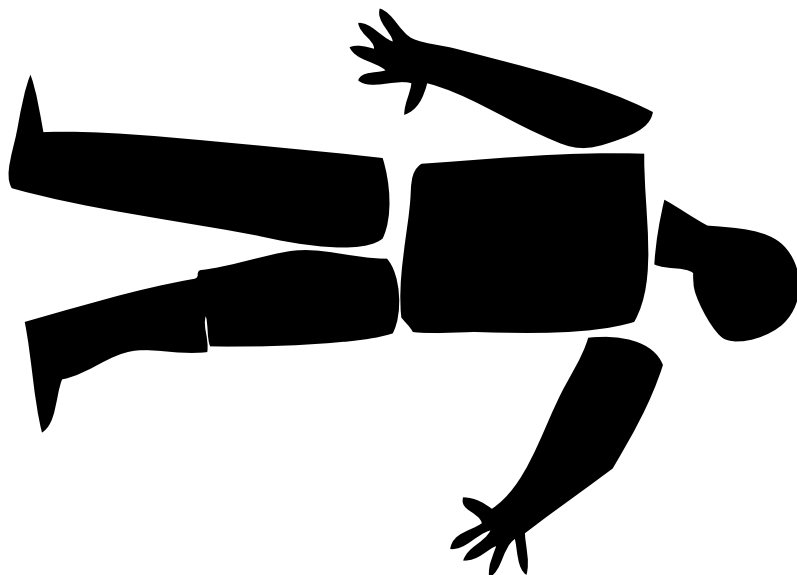
BASS on TITLES

L'arte di Saul Bass

A cura di Massimo Malaguti

Indice

Premessa	7
Introduzione	8
Bass, Preminger e la “motion graphics”	9
Bass e Hitchcock	16
Dopo Hitchcock: la maturità	21
Gli anni '90: l'uomo che visse due volte	28
Elenco dei film citati	32
Per chi vuole saperne di più...	33



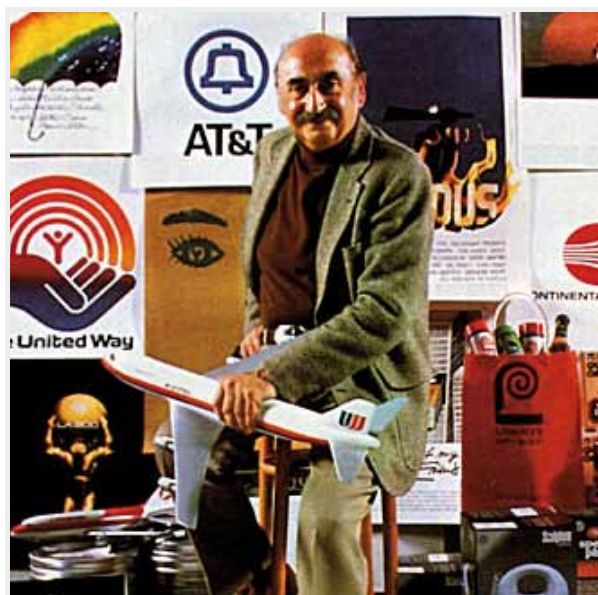
Premessa

Saul Bass (1920 – 1996) è stato uno dei più importanti protagonisti della grafica e della comunicazione del XX secolo.

Autore dei marchi e dell'immagine di alcune tra le più importanti aziende americane (tra cui United Airlines, Bell, Quaker Oats), Saul Bass deve la sua popolarità internazionale alla realizzazione dei titoli di testa di numerosi films di successo, nei quali ha espresso una creatività e una capacità di sintesi che gli sono valse l'attenzione dei più famosi registi di Hollywood.

Questa pubblicazione, realizzata in occasione dei vent'anni di Scuola Italiana Design per RAM 2010 - Ricerche Artistiche Moderne - in collaborazione con l'Assessorato alla Cultura del Comune di Padova, ripercorre la storia della straordinaria carriera di Saul Bass come autore di titoli di testa, attraverso una scelta delle sue più importanti e significative realizzazioni.

Saul Bass



Introduzione

Per comprendere meglio il contributo fondamentale di Bass al successo e alla “visibilità” delle opere cinematografiche cui ha prestato la propria arte, è opportuno svolgere alcune considerazioni preliminari sul ruolo che veniva attribuito ai “titoli di testa” prima del suo apporto.

All'epoca dei primi film del cinema muto, i titoli di testa semplicemente non esistevano. Agli inizi del '900 infatti essere un attore cinematografico era considerato addirittura disdicevole, come era accaduto nel passato per gli attori di teatro. Gli interpreti delle prime pellicole non desideravano quindi nemmeno comparire nella comunicazione destinata al pubblico.

I titoli di testa manifestavano per conseguenza un approccio “statico” e minimale. Si trattava di una serie di “cartelli”, scritti o disegnati, che presentavano al pubblico il titolo, qualche volta gli attori, il produttore ed il regista del film.

Persino Alfred Hitchcock si dedicò alla realizzazione di questi cartelli come primo lavoro nel mondo del cinema, presso la casa di produzione inglese “Famous Pictures”.

I titoli di testa nella loro accezione più moderna nascono negli anni '20 e '30 con l'avvento dello “star system” e della grandi “majors” di Hollywood, le case di produzione che fecero del cinema la più grande industria culturale del XX secolo.

Gli attori iniziano a costituire le principali “motivazioni di acquisto” del prodotto cinematografico. Le immagini pubblicitarie e i titoli di testa diventano gli strumenti fondamentali per la comunicazione al pubblico dei contenuti e dei protagonisti dei film.

I “titoli di testa” assumono quindi una nuova importanza nel supportare la comunicazione del prodotto cinematografico, in coordinamento con le locandine e i trailers.

Bass, Preminger e la “motion graphics”

Saul Bass iniziò a lavorare negli anni '50 nel campo della grafica pubblicitaria cinematografica. Il suo stile essenziale non piaceva alla Hollywood di allora: il minimalismo grafico di Bass era inadeguato a descrivere la magniloquenza del cinema “kolossal” e delle grandi produzioni hollywoodiane.

Nel 1954 Bass realizza i titoli di testa di *Carmen Jones* di Otto Preminger, mostrando in quella occasione una “visione” che in seguito verrà sviluppata e applicata in numerose occasioni. Come accadrà ancora in futuro con Preminger, Bass realizza infatti per i titoli di testa anche il “logo” del film, composto dall'immagine di una rosa e dal particolare “lettering” del titolo.

Questi elementi diventano funzionali anche alla comunicazione pubblicitaria stampata (locandine, manifesti, inserzioni sui giornali).

La copertina del disco
con la colonna sonora
di *Carmen Jones*



Bass da' quindi un'interpretazione molto moderna ai titoli di testa, che fanno parte di un progetto esteso di "comunicazione coordinata". Il prodotto cinematografico è caratterizzato da un'immagine che ne supporta l' "identità" e che comunica i contenuti e le informazioni fondamentali della pellicola.

Il logo "rose e fiamme" di *Carmen Jones* apparirà tra l'altro, oltre che sui cartelloni pubblicitari, anche sulla copertina del disco a 33 giri della colonna sonora del film.

Nel 1955 Saul Bass realizza i titoli di testa di *The Big Knife* di Robert Aldrich.

In questi titoli, per la prima volta, viene riconosciuto il contributo specifico di Bass. La scritta "Titles by Saul Bass" accredita l'opera e l'apporto creativo di Bass, oltre a sottolineare l'importanza specifica dei titoli di testa stessi.

In *The Big Knife* inoltre la sequenza dei titoli di testa è espressamente girata in funzione della grafica dei titoli, che si integrano dinamicamente con il girato.



Gli anni '50 segnano la nascita della “motion graphics”, che costituisce lo strumento tecnico ed espressivo con cui Bass afferma il proprio particolare stile grafico.

Con il termine “motion graphics” si intende l’animazione cinematografica di elementi grafici. Questi elementi diventano nell’interpretazione di Bass i “segni” utilizzati per la comunicazione del film.

Per animare gli elementi grafici dei titoli di testa Bass non ricorre al “disegno animato” della tradizione disneyana, ma compie una scelta puramente “cinematografica” utilizzando una tecnica nota sino dagli albori del cinema: si tratta della “stop motion”, o animazione “a passo uno”.

Nella stop motion l’animazione di un elemento grafico (ma può trattarsi anche di un oggetto, o di un essere vivente) avviene scattando fotografie dell’elemento da animare in posizioni diverse.

Le immagini così ottenute, ricomposte come singoli fotogrammi in sequenza, danno quindi l’illusione del movimento. In tal modo è possibile “costruire” animazioni altrimenti impossibili da realizzare con riprese dal vero.

Non a caso la “stop motion” fu applicata sin dai tempi del cinema muto per realizzare i primi “effetti speciali” (come nel caso del *Viaggio nella Luna* di Meliès del 1903).

Con questa tecnica Bass nel 1955 gira uno dei più famosi titoli di testa della sua carriera: *L’uomo dal braccio d’oro* di Otto Preminger.

Ancora oggi la visione dell’immagine grafica apparentemente semplice ed altamente espressiva del braccio contorto e “malato” richiama immediatamente il film ed il tema della droga, oggetto della pellicola.

Il “braccio” stilizzato che appare alla fine della sequenza grafica dei titoli di testa diviene il “logo” del film, che sarà utilizzato nella comunicazione al pubblico della pellicola.

Oltre a segnare la nascita della “motion graphics”, *L'uomo dal braccio d'oro* afferma definitivamente il ruolo dei titoli di testa, che presentano allo spettatore la tematica del film, creando la tensione e l'aspettativa adeguata nei confronti del film stesso.

Da semplice annuncio dell'inizio del film, i titoli di testa grazie alle innovazioni di Saul Bass assumono la funzione di introdurre lo spettatore, che proviene da un'esperienza e da una realtà totalmente diverse, nella dimensione virtuale del racconto cinematografico, trasportandolo progressivamente all'interno della vicenda narrata sullo schermo.



Questa nuova funzione dei titoli di testa viene apprezzata a tal punto che, nelle bobine destinate ai proiezionisti, comincia ad essere applicata una scritta che dice “Spegnere le luci in sala **prima** della partenza dei titoli di testa”.

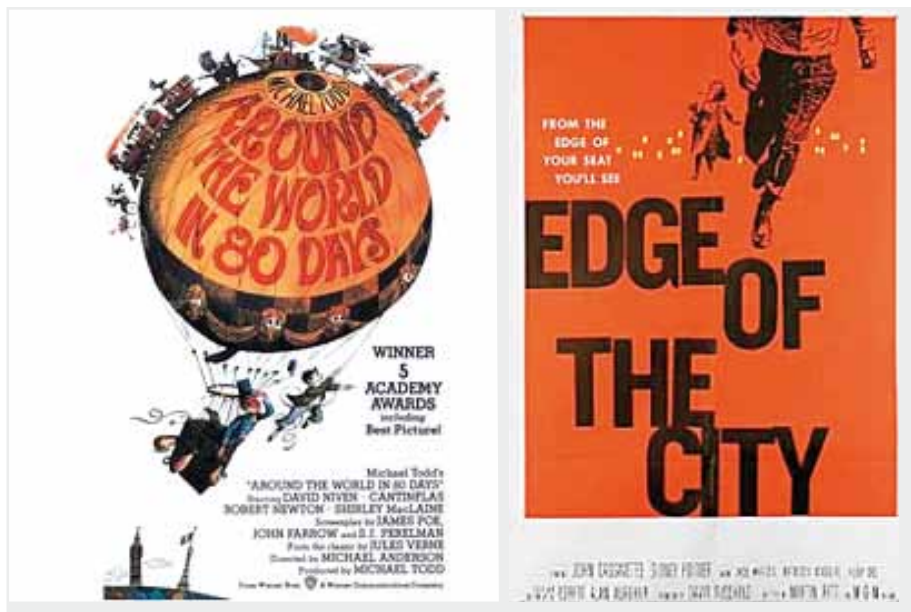
Nella fruizione “popolare” dello spettacolo cinematografico i titoli di testa venivano infatti utilizzati principalmente come intermezzo per consentire agli spettatori ritardatari di sedersi ai loro posti, e servivano quindi solo per “annunciare” l'imminente inizio del film.

Nel 1955 Bass realizza i titoli di testa di *Quando la moglie è in vacanza* di Billy Wilder, con una animazione grafica particolarmente colorata e dinamica che introduce al tema “leggero” del film.



Nel 1956 è la volta del *Giro del mondo in 80 giorni* di Michael Anderson, per cui Bass realizza la lunga sequenza di titoli di coda.

Si tratta di un filmato di animazione che in realtà “riassume” tutto il film, mostrando con grande eleganza attori e situazioni caratteristiche della pellicola.



Nel 1957 Bass produce i titoli di *Edge of the city* di Martin Ritt, un film realista di ambiente operaio. Bass gira l'intera sequenza di apertura, che supporta i titoli di testa, avvicinandosi ancor di più alla forma espressiva vera e propria della regia cinematografica. Sempre nel 1957 collabora con Stanley Kramer per *Orgoglio e passione*: i titoli di testa sono ancora di ispirazione grafica.

Bass utilizza alcune immagini tratte da dipinti di Goya, virate in rosso, per richiamare il tema della guerra: il film tratta dell'invasione napoleonica in Spagna agli inizi dell'ottocento.

Nel 1958 Bass lavora ai titoli di testa di *Cowboys* di Delmer Daves, una commedia in cui Jack Lemmon, suo malgrado, diventa un rude cowboy nel West selvaggio.



Nello stesso anno Bass realizza i titoli di testa di *The Big Country* di William Wyler.

Bass in questa occasione torna al "girato": la sequenza dei titoli di testa funziona da "prologo" alla vicenda, narrando la storia antecedente all'arrivo del protagonista nel West.



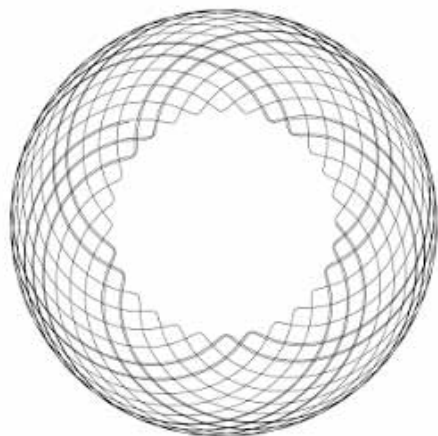
E' da notare come Bass non rinunci comunque ai motivi grafici, che nei titoli di testa di *The Big Country* sono rappresentati dai simboli utilizzati dai mandriani per marchiare il bestiame.

Bass e Hitchcock

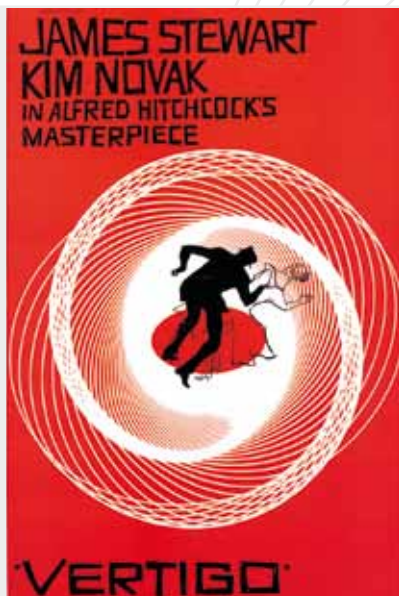
Con *Vertigo* del 1958 inizia la collaborazione di Saul Bass con Alfred Hitchcock. Bass aveva appena ricevuto il prestigioso premio dell'Art Director Club di New York, e la sua popolarità nel mondo della grafica e del cinema era al massimo livello.

Bass lavorerà per Hitchcock solo per tre film: *Vertigo*, *Intrigo internazionale* e *Psycho*. In tutti e tre i casi, la sua arte si sposa mirabilmente con la "tensione" della cinematografia di Hitchcock, anche grazie al contributo fondamentale di Bernard Hermann, uno dei più grandi compositori di musiche da films della storia del cinema.

I titoli di testa di *Vertigo* mostrano l'interesse di natura squisitamente grafica di Bass per le curve geometriche ripetitive e "tridimensionali" del matematico Jules Antoine Lissajous (1822 - 1880).



Una curva di Lissajous
disegnata con lo Spyrograph



Queste curve venivano disegnate in quegli anni con l'utilizzo di un apparecchio meccanico chiamato "Spyrograph".

Una spirale di Lissajous caratterizza il manifesto pubblicitario ed i titoli di testa del film, comunicando la sensazione di vertigine che ossessiona il protagonista (James Stewart), sospeso tra l'attrazione per una donna (Kim Novak) e la repulsione per i luoghi alti: l'approccio stesso dei titoli di testa è "psichedelico".

Va ricordato che in quegli anni non erano ancora disponibili le attrezzature e le applicazioni per la grafica computerizzata cui siamo oggi abituati, e la realizzazione degli effetti animati di questi titoli di testa richiese quindi un complesso lavoro di ripresa.



Un fotogramma dai titoli
di testa di *Intrigo Internazionale*

Nei titoli di testa di *Intrigo internazionale* (1959) Bass mostra un uso innovativo della ripresa cinematografica mista all'animazione grafica. La grafica dei titoli, le cui linee che si muovono e si incrociano alludono e introducono alla casualità dei “destini incrociati” che animano il film, si sposa con i profili degli edifici di New York, in particolare del Palazzo dell'ONU.

Hitchcock si rende conto che Bass non è solo un abile e creativo realizzatore di titoli di testa, ma è un vero e proprio “visual consultant”, in grado di dare un apporto determinante alle scelte visuali che danno il “tono” del film.

Nel successivo *Psycho* (1960) Bass realizza titoli di testa di grande eleganza geometrica e dinamicità che, sposandosi mirabilmente con la musica suggestiva e dal ritmo “staccato” di Bernard Hermann, precipitano lo spettatore nell'ossessione schizofrenica di Norman Bates, interpretato da Anthony Perkins.



Alfred Hitchcock si affidò a Bass anche come “visual consultant” di *Psycho*, le cui atmosfere cariche di tensione si sposavano particolarmente con la capacità di sintesi e di stilizzazione di Bass.

Bass curò in particolare la famosa scena della doccia, in cui il ritmo dei “tagli” (cinematografici e non...) e della musica contribuiscono in maniera fondamentale al “tono” dell’intero film.

Per questa famosa sequenza Bass disegnò uno storyboard che divenne celebre tra gli appassionati di Hitchcock e del cinema in generale. In seguito, Bass dichiarò di avere non solo ideato la sequenza, ma di averla anche girata direttamente.

La dichiarazione di Bass fece infuriare Hitchcock, che interruppe così con *Psycho* la propria collaborazione con Saul Bass.

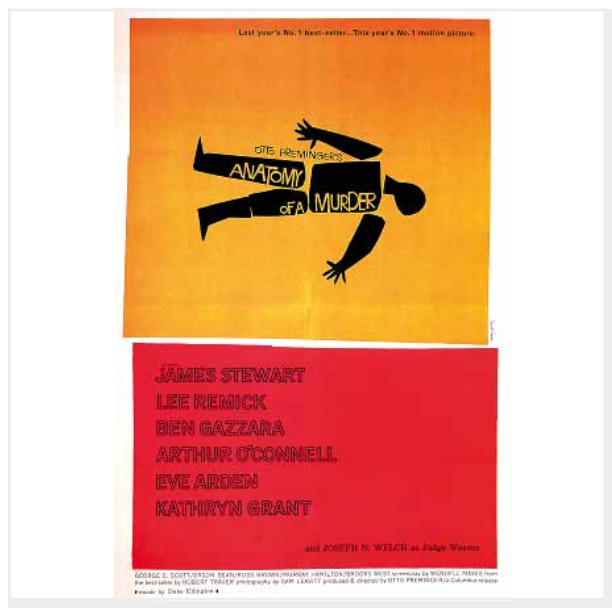


Lo storyboard
disegnato da Saul Bass
per la scena della
doccia in *Psycho* (1960)

Dopo Hitchcock: la maturità

Nel 1959 Bass aveva girato i titoli di testa di *Anatomia di un omicidio* di Otto Preminger, basati sull'impiego della "motion graphics".

Anche in questo caso, come per le precedenti collaborazioni con Preminger, Bass disegna il logo ed il lettering del titolo, che verranno quindi utilizzati in tutti i supporti di comunicazione del film al mercato.



Nello stesso anno di *Psycho*, il 1960, Bass realizza anche i titoli di testa di *Spartacus* di Stanley Kubrick, collaborando come consulente del grande regista americano: in particolare, Bass gira direttamente la famosa scena dell'allenamento dei gladiatori.

Questa prova gli vale il riconoscimento di "design consultant" (di Stanley Kubrick!) riportato nei titoli di testa del film.

L'istruttore dei
gladiatori segna sul
corpo di Spartacus
(Kirk Douglas)
i punti vitali in cui
colpire l'avversario

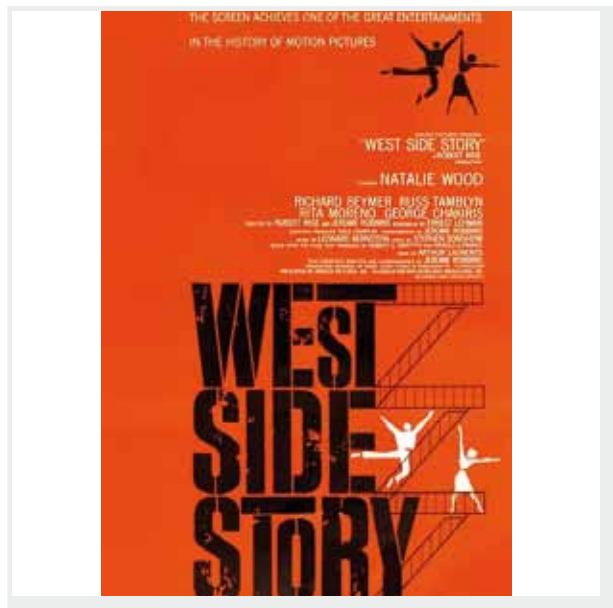


Nel 1961 Bass aveva realizzato già 25 titoli di testa per altrettanti importanti films di Hollywood, ed era il primo “titolista” ad avere ottenuto il proprio nome riportato nei titoli stessi del film con la qualifica di “Title designer”.

Oltre a titoli basati sulla “motion graphics”, Bass si era cimentato anche nei “live titles”, titoli di testa ottenuti non da rielaborazioni grafiche, ma da sequenze appositamente girate. Fu grazie a questi apporti cinematografici che assunse il ruolo di “visual consultant” per molte produzioni di Hollywood. I suoi “live titles” mostravano infatti la sua capacità di interpretare e riassumere in brevi sequenze il tema ed il “tono” del film.

Nel 1961 Bass produce i titoli di testa di *West Side Story* di Robert Wise, per cui crea una sequenza in cui i titoli appaiono come elementi “naturali” della location, basata nel quartiere del Bronx di New York.

Bass realizza anche i titoli di coda del film, che sono rappresentati come “graffiti” sui muri sporchi della location suburbana prescelta per la vicenda. I titoli sono particolarmente lunghi, per consentire al pubblico di “smaltire” l’emozione forte e negativa generata dal finale tragico della pellicola.



Il manifesto disegnato da Bass per *West Side Story*

Nel 1962 Bass prosegue il rapporto di collaborazione con Otto Preminger, realizzando i titoli di *Tempesta su Washington*. Bass mantiene l’approccio ai titoli già definito in passato con Preminger, disegnando il “logo” del film, che viene riportato oltre che nei titoli di testa anche nei poster e nel materiale di comunicazione del film.

Va notato l’effetto ottenuto nei titoli di testa dalla rappresentazione della bandiera americana, il cui sventolio ripetuto ed eccessivo allude alla critica al patriottismo esasperato oggetto del film.

Nel successivo *Walk on the wild side* (1962) di Edward Dmytryk Bass di fatto “comprime” il senso del film nei titoli di testa, girando la sequenza magistrale di un gatto mentre va in cerca della preda, che rappresenta la protagonista del film.



Il poster di *Tempesta su Washington* disegnato da Bass

Questi titoli di testa posero per la loro realizzazione notevoli problemi tecnici, dovuti alla necessità di filmare con continuità il movimento “finalizzato” di un animale. Steven Spielberg cercò da ragazzo di realizzare una “cover” di questi titoli utilizzando il proprio cane al posto del gatto. Racconta Spielberg che l’effetto fu disastroso: i movimenti del suo cane erano molto più sgraziati, e non alludevano a nessun “messaggio” da trasmettere allo spettatore.

Nel 1963 è la volta de *Il Cardinale* di Otto Preminger. I titoli di testa sono costituiti da una sequenza girata appositamente da Bass, con un lettering che si accompagna alla disposizione dell’inquadratura.

La sequenza mostra il protagonista che si muove da destra verso sinistra, un movimento che allude all’“allontanarsi verso il passato” rispetto al tempo presente vissuto dal pubblico.

Nel 1965 Bass realizza i titoli per altri due film di Otto Preminger: *In Harm's way* (Prima vittoria) e *Bunny Lake is missing* (Bunny Lake è scomparsa). Anche per questi due film Bass, oltre a girare i titoli di testa, disegna il “logo” del titolo, confermando nella collaborazione con Preminger la propria visione relativa alla comunicazione coordinata del film.

Particolarmente interessante dal punto di vista grafico è il secondo di questi due film, in cui i titoli vengono via via “scoperti” da una mano che strappa pagine di giornale.



I poster di *In Harm's way* e di *Bunny Lake is missing*

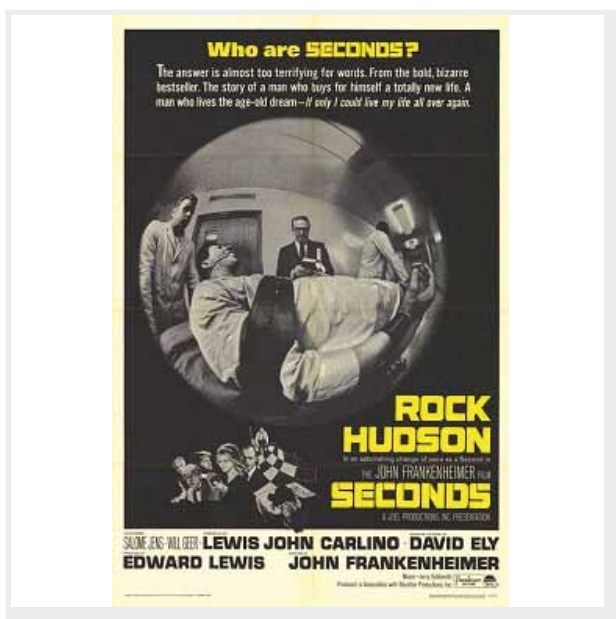
Per *Grand Prix* di John Frankenheimer (1966) Bass non solo gira i titoli di testa, ma agisce anche da regista per la seconda unità dedicata a filmare le corse automobilistiche. Bass girerà le sequenze delle corse in Europa, che veniva ritenuta il palcoscenico naturale (ben più degli USA) della Formula 1.

Per esprimere la tensione emotiva della gara, Bass usa la tecnica dello “split screen”, rappresentando contemporaneamente sullo schermo più momenti e situazioni della partenza e della gara.



L'impiego dello split screen in *Grand Prix*

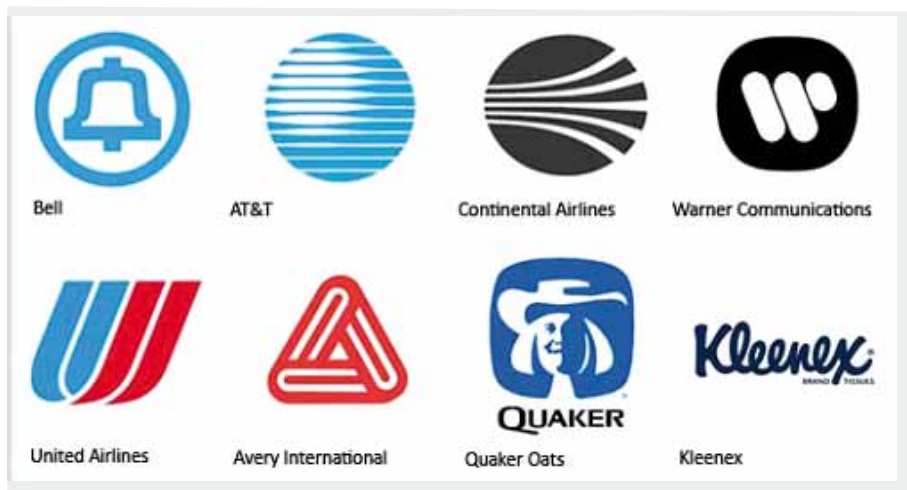
Nel 1966, ancora per Frankenheimer, Bass gira i titoli di *Seconds* (*Operazione diabolica*). Questa sequenza in bianco e nero quasi onirica descrive il tema del film meglio dell'intera pellicola, che racconta la vicenda di un uomo di 65 anni che si trasforma in un se' stesso più giovane.



A questo punto della sua carriera Bass vuole cimentarsi come regista, e abbandona la produzione dei titoli di testa. Inizia quindi a girare dei “corti”, tra cui *Why man creates* (1968) che vince il Premio Oscar per il miglior documentario animato.

In seguito gira il film di fantascienza *Phase four* (1974), che alla sua uscita non ebbe successo. Il film oggi è però considerato un vero “cult” dagli amanti della fantascienza.

Negli anni ‘70 si dedica quindi alla grafica pubblicitaria, disegnando alcuni marchi per grandi aziende come United Airlines, AT&T, Minolta.



Alcuni dei marchi disegnati da Saul Bass

Gli anni ‘90: l’uomo che visse due volte

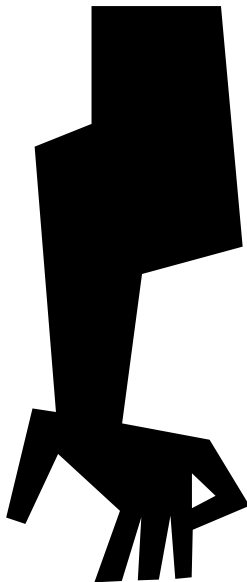
Nel 1990 Martin Scorsese incarica Saul Bass di realizzare i titoli di *Goodfellas*.

Scorsese è quasi stupito di poter lavorare con Bass, uno dei “miti” cinematografici del grande regista italo-americano, che da quasi vent’anni era scomparso dal mondo del cinema.

Bass lavora ancora con Scorsese per *Cape Fear* (1991), *L'età dell'innocenza* (1993) e *Casino* (1995).

Questi tre titoli giocano con la “texture” dell'immagine. Indimenticabile la scena di apertura di *Casino*, in cui Robert De Niro salta in aria per l'esplosione della sua auto, e vola tra fiamme rosse che simboleggiano l'inferno cui è destinato il protagonista del film.

Bass muore nel 1996, a 76 anni, lasciando in eredità al cinema di oggi uno stile e una tecnica di realizzazione dei titoli di testa e dell' “immagine coordinata” del film che continuano ad avere numerosi seguaci ed imitatori. I titoli di apertura di molte pellicole di Disney, Pixar, Dreamworks e Century Fox si ispirano attualmente al suo genio: films come *Monster Inc.*, *Catch me if you can* e *Panic Room* ne sono la prova.



THE END



Elenco dei film citati

- TO: *Carmen Jones*; R: Otto Preminger; P: 20th Century Fox; A: 1954
TO: *The big knife*; R: Robert Aldrich; P: United Artists; A: 1955
TO: *The man with the golden arm*; R: Otto Preminger; P: Otto Preminger Films; A: 1955
TO: *The seven year itch*; R: Billy Wilder; P: Charles K. Feldman; A: 1955
TO: *Around the world in 80 days*; R: Michael Anderson; P: Michael Todd Company; A: 1956
TO: *Edge of the city*; R: Martin Ritt; P: David Susskind Production; A: 1957
TO: *The pride and the passion*; R: Stanley Kramer; P: Stanley Kramer Productions; A: 1957
TO: *Cowboy*; R: Delmer Daves; P: Columbia Pictures Corporation; A: 1958
TO: *The Big Country*; R: William Wyler; P: Anthony Productions; A: 1958
TO: *Vertigo*; R: Alfred Hitchcock; P: Alfred J. Hitchcock Productions; A: 1958
TO: *North by Northwest*; R: Alfred Hitchcock; P: Metro-Goldwin-Mayer; A: 1959
TO: *Psycho*; R: Alfred Hitchcock; P: Shamley Productions; A: 1960
TO: *Anatomy of a Murder*; R: Otto Preminger; P: Carlyle Productions; A: 1959
TO: *Spartacus*; R: Stanley Kubrick; P: Bryna Productions; A: 1960
TO: *West Side Story*; R: Robert Wise; P: The Mirisch Corporation; A: 1961
TO: *Advise and consent*; R: Otto Preminger; P: Otto Preminger Films; A: 1962
TO: *Walk on the wild side*; R: Edward Dmytryk; P: Famous Artists Productions; A: 1962
TO: *The Cardinal*; R: Otto Preminger; P: Otto Preminger Films; A: 1963
TO: *It's a mad mad mad mad world*; R: Stanley Kramer; P: Casey Productions; A: 1963
TO: *In Harm's way*; R: Otto Preminger; P: Otto Preminger Films; A: 1965
TO: *Bunny Lake is missing*; R: Otto Preminger; P: Wheel Productions; A: 1965
TO: *Grand Prix*; R: John Frankenheimer; P: Cherokee Productions; A: 1966
TO: *Seconds*; R: John Frankenheimer; P: Gibraltar Productions; A: 1966
TO: *Phase four*; R: Saul Bass; P: Alced Productions; A: 1974
TO: *Goodfellas*; R: Martin Scorsese; P: Warner Bros. Pictures; A: 1990
TO: *Cape Fear*; R: Martin Scorsese; P: Amblin Entertainment; A: 1991
TO: *The Age of Innocence*; R: Martin Scorsese; P: Cappa Production; A: 1993
TO: *Casino*; R: Martin Scorsese; P: Universal Pictures; A: 1995

TO: Titolo originale;
R: Regia;
P: Produzione;
A: Anno;

Per chi vuole saperne di più...

Fonti

Questa pubblicazione si ispira ai contenuti della presentazione effettuata al Future Film Festival 2010 di Bologna da Kai Christmann, Docente di Web e Motion Design presso l'Università di Scienze Applicate di Duesseldorf (Germania).

Il lavoro di Kai Christmann può essere seguito all'interno delle attività di Design Films (www.designfilms.org), una organizzazione specializzata nello studio della grafica e del design applicati al cinema.

Bibliografia

Uncredited - Solana, Gemma e Boneu, Antonio - Index Book, 2007

Filmografia

TO: *Bass on Titles*; R: Saul Bass; P: PIAS UK - Pyramid; A: 2004

Referenze in Internet

Title Design Project <http://www.titledesignproject.com/>

The Art of Title Sequence <http://www.artofthetitle.com/>

The Movie Titles Still Collection <http://www.annyas.com/screenshots/>

**20th
YEAR
SID**



Il materiale illustrativo riprodotto in questo opuscolo è tratto da Internet, ed è proprietà dei rispettivi detentori dei diritti d'autore. La riproduzione è consentita nel rispetto dell'Articolo 70 comma 1 della legge 22 aprile 1941 n. 633 sulla Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio, modificata dalla legge 22 maggio 2004 n. 128, poiché la presente pubblicazione costituisce «riassunto, [...] citazione o [...] riproduzione di brani o di parti di opera [...]» utilizzati «per uso di critica o di discussione», e per mere finalità illustrative e per fini non commerciali, e non costituisce in alcun modo «concorrenza all'utilizzazione economica dell'opera stessa».



**20th
YEAR
SID**

Printed by **I LABORATORI**