

# DEEPS Design by Cecilia POLIDORI - Design and Evolution of Experimental Prototypes Suggested - 2, 2°

LABORATORY DESIGN methods by use of creative platforms - Interactive Systems for the Creation and Evolution of Web Platform Projects, Prototyping, Communication Strategy, Crowdsourcing Design, Processing Platforms, an experimental project on interoperability of research and teaching of Data-Design conducted through innovative scenarios and forms of organization of the processes of interactive and collective learning. PROJECTS, EXPERIMENTS AND PROTOTYPES WITH DIFFERENT MATERIALS.

Home page | [bibliografia di approfondimento: 7 post.](#) | [quadro presenze attive Lezione n 9 del 15 I ed elenco iscritti aggiornato al 14 I 2014](#)

[Lezione 8: Christmas Design & Laboratory - Christmas wreath design - normativa & esiti Esercitazione dell'11 XII](#) | [Auguri di Buon 2014 fatti e ricevuti](#)

[alcuni esiti Ghirlanda Design](#) | [Lezione 9 del 15 gennaio - parte 1: Lista della spesa & parte 2: Ghirlanda Design](#)

**[Food design & Grocery List - la lista della spesa di Michelangelo Buonarroti + 6 post, 2 & aggiornamento Domenica 19 1 h 15:25](#)**

[appunti Lezione 10 del 5 marzo in preparazione - gli anni '60: 1967 metallo & plastica](#)



[deepsdesignbycp@gmail.com](mailto:deepsdesignbycp@gmail.com)

prima piattaforma didattica web:

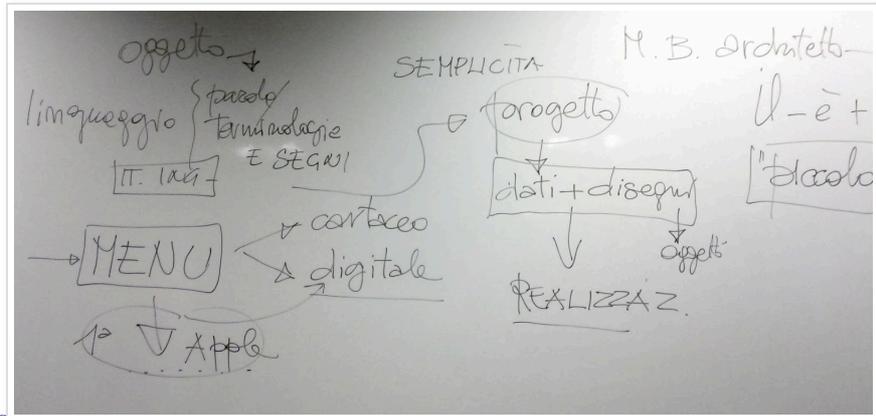


[DEEPS Design by Cecilia POLIDORI - Design and Evolution of Experimental Prototypes Suggested - 2](#)

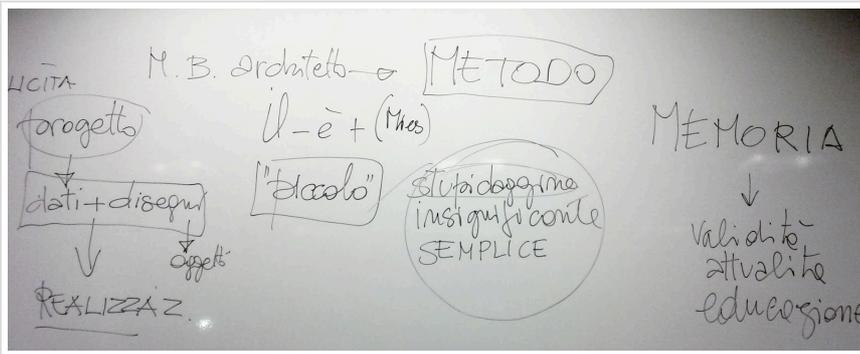
English version - click on



**[Food design & Grocery List - la lista della spesa di Michelangelo Buonarroti + 6 post, 2 & aggiornamento Domenica 19 1 h 15:25](#)**



DEEPS Design: Lezione 9 del 15 gennaio - parte 1: **Lista della spesa**



ragionando sul **TEMA** del post: **DEEPS Design 2°: Food design & Grocery List - la lista della spesa di Michelangelo Buonarroti.**

I commenti e relativi spunti, uniti a quelli condotti in aula ("Faremo a nostra volta una lista degli aspetti che ne emergono, vedi quelli già affrontati nei: **commenti**" e molti altri che ancora non sono stati espressi) permettono agli Autori la possibilità di creare un post sull'argomento - vedi schema alla lavagna.

Infatti, avevo scritto: "Tutti coloro che vorranno formulare un loro pensiero su **commenti** entro **martedì 14 gennaio h 12:30 avranno la possibilità di farne un post e, quindi, invitati come Autori.**" Quindi chi tra gli Autori vuole affrontare uno o più aspetti di questa discussione potrà farlo.



6

domenica 19 gennaio 2014

**Lista della Spesa di Michelangelo: un linguaggio universale ed un progetto semplice**

**ok, straordinario**  
**ho corretto, impaginato etc. è perfetto, valido, interessante, va in bibliografia di approfondimento oltre che in Food design & Grocery list.**  
**cp**

Come per la progettazione del riso verde non si può mettere la pentola sul fuoco senza l'acqua o preparare il condimento dopo aver cotto il riso.  
 Se però c'è qualcuno capace di dimostrare oggettivamente che è meglio cambiare l'ordine di qualche operazione, il designer è sempre pronto a modificare il suo pensiero di fronte all'evidenza oggettiva, ed è in questo modo che ognuno può apportare il suo contributo creativo nella strutturazione di un metodo di lavoro che tende, come si sa, a raggiungere il massimo risultato con il minimo sforzo."

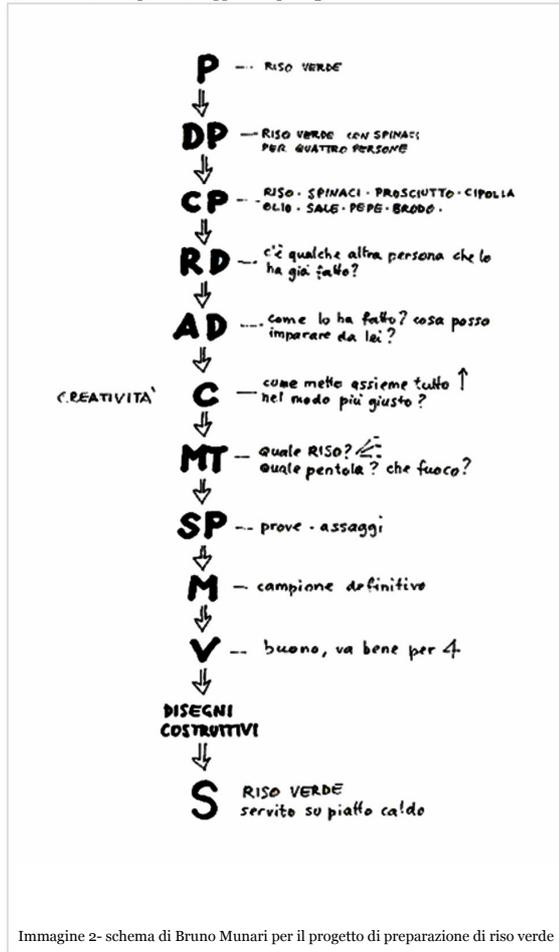
Bruno Munari, *Da cosa nasce cosa*, editori Laterza, Roma, 2005, pag.60

Anche una **semplice** lista della spesa destinata a un servo analfabeta può celare un progetto e un ingegno da designer. Una lista della spesa è un progetto che condurrà alla realizzazione finale del cucinare, ma che in questa fase si può definire



Foto 1- Sebastiano del Piombo, *Ritratto di Michelangelo che indica i suoi disegni*, 1500 circa

ancora **flessibile**: la scelta dei prodotti varia e una volta stabiliti dovranno essere acquistati più o meno contemporaneamente per completare un certo tipo di vivanda. A questo punto, i punti fissi sono i prodotti scelti per desinare e le fasi di lavorazione. Tuttavia può variare il metodo di lavorazione e ogni componente ancora potrà essere combinato, manipolato, soggetto a più **sperimentazioni**.



- Legenda:  
 P= Problema;  
 DP= Definizione del Problema;  
 CP=Componenti del Problema;  
 RD= Raccolta Dati;  
 AD= Analisi dei Dati;  
 M= Materiali Tecnologia;  
 S= Sperimentazione;  
 M= Modelli;  
 V= Verifica;  
 S= Soluzione.

L'analisi della lista della spesa di Michelangelo mi conduce alla considerazione di diversi aspetti.

**Primo aspetto: la memoria**

Certamente il disegno ha un linguaggio universale, è una forma di comunicazione comune, permette di descrivere oggetti, di spiegare condizioni, di raggiungere un contatto anche laddove la lingua attraverso le parole non riesce. Quindi, sicuramente il pratico Michelangelo, noto anche per il suo acume, avrà ingegnato questa soluzione per risolvere i problemi di lettura, e aggiungerei memoria, del servo. Sottolineo quest'ultimo fattore (la memoria) perché, osservando attentamente *La lista*, non tutti i nomi corrispondono a un disegno esplicito: "tortelli", "quartuccio di bruschini", "spinaci", oppure non tutti i nomi sono espressi da un disegno esattamente corrispondente: "due minestre di finocchio" sono rappresentate da due scodelle colme di cibo.

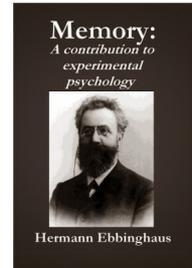


Foto 3 - testo di Hermann Ebbinghaus, *Un contributo alla Psicologia sperimentale*

Alla fine dell'Ottocento un filosofo e psicologo tedesco, **Hermann Ebbinghaus**, sperimentò una serie di studi sulla memoria e sull'apprendimento e l'associazione legata al processo di memorizzazione, teoria ripresa e contraddetta dagli **psicologi della Gestalt** nei primi anni del Novecento.

Quest'ultimi sostenevano che la memoria fosse strettamente connessa alla percezione e all'esperienza: la percezione visiva di singoli elementi, ad esempio dei punti, può portare al riconoscimento di una forma più o meno complessa: stella, etc.

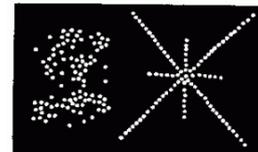


Immagine 4 - studio di percezione: più punti vicini vengono associati a una forma

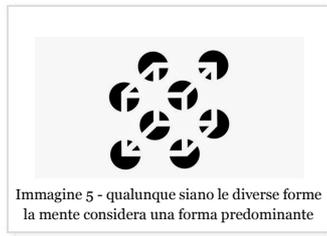


Immagine 5 - qualunque siano le diverse forme la mente considera una forma predominante

Pertanto è probabile che, pur non conoscendo ovviamente queste cognizioni, Michelangelo le abbia intuite e, per il cibo non corrispondente ad alcun disegno, abbia stabilito di inserirli per ultimi nella lista: "tortelli", perché il servo potesse ricordare che quell'ultima parola fosse proprio "tortelli".

Ne consegue il **Secondo aspetto: la fantasia** del servo e di Michelangelo.

**"Il prodotto della fantasia, come quello della creatività e della invenzione, nasce da relazioni che il pensiero fa con ciò che conosce [...] La fantasia quindi sarà più o meno fervida se l'individuo avrà più o meno possibilità di fare relazioni. Un individuo di cultura molto limitata non può avere una grande fantasia, dovrà sempre usare i mezzi che ha, quello che conosce, e se conosce poche cose tuttalpiù potrà immaginare una pecora coperta di foglie invece che di pelo."**

Bruno Munari, *Fantasia*, Editori Laterza, Bari, 2006, pag. 29 dalla riga n 1 alla riga n 30

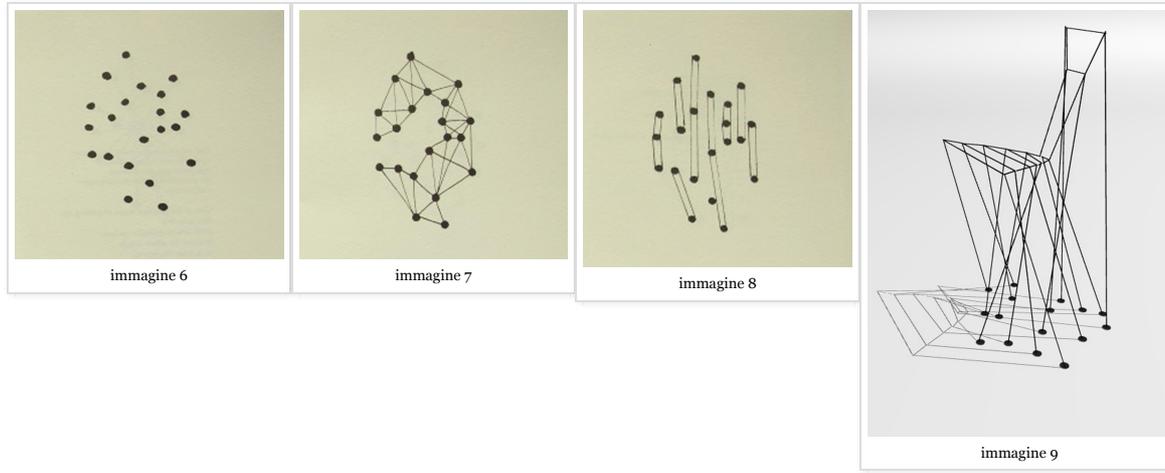


Immagine 6 -7- 8- 9- Esperimento di Bruno Munari con ventuno punti

**Il problema basilare quindi, per lo sviluppo della fantasia, è l'aumento della conoscenza, per permettere un maggior numero di relazioni possibili tra un maggior numero di dati.** Questo naturalmente non significa che, automaticamente, una persona molto colta sia anche una persona con molta fantasia."

Bruno Munari, *Op.cit.*, pag. 35 dalla riga n 4 alla riga n 9.

**Terzo aspetto: informazioni storiche e geografiche**

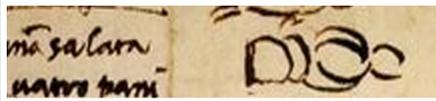


Immagine 10 - disegno di "salama" della lista della spesa di Michelangelo

L'analisi di questo foglio dice di cosa si cibasse Michelangelo e, soprattutto, rappresenta un'informazione su quale fosse il cibo consumato nel Cinquecento, per taluni aspetti anche come si accostassero i sapori, e dà indizi di alimenti che conducono alla conoscenza che si tratti di cibo italiano, come il vino Bruschino o il salame tipico.

**Quarto aspetto: riuso**

Il foglio considerato viene riutilizzato più volte, per più liste della spesa e il retro del foglio lascia intravedere altre scritte di altro genere.

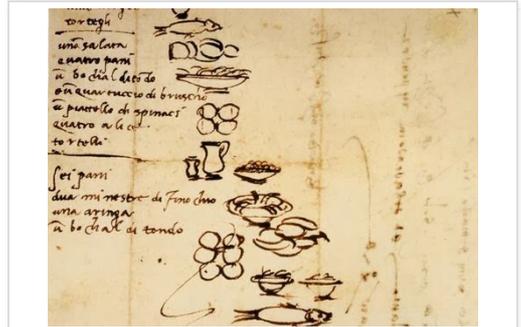


Immagine 11 - foglio della lista tripartito e in cui traspaiono scritte del retro

**Quinto aspetto: il Food design**

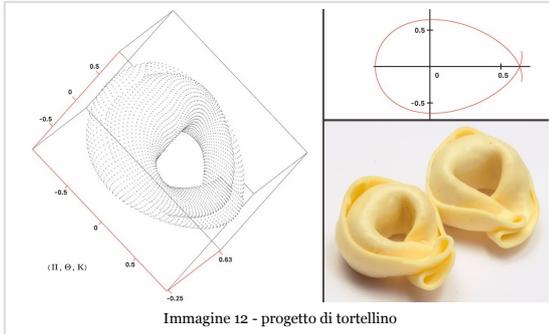


Immagine 12 - progetto di tortellino

Tutti i su citati aspetti riconducono al Food design: il cibo schizzato da Michelangelo che già è progetto, e fantasia, creatività, ed **invenzione** permette la produzione di qualcosa di nuovo e aiutano il servo **alla associazione mentale** e **alla comprensione**; il cibo, come il disegno, è un elemento che accomuna gli uomini, e al tempo stesso esso può indicare una determinata **localizzazione geografica**, la **cultura** delle popolazioni locali.

"Il Food design si avvale di studi progettuali e ricerche tecnologiche ed alimentari che precedono la produzione.

**Il risultato sono manufatti di uso alimentare che, salvo per le materie prime utilizzate e per la finalità del prodotto stesso, sono del tutto identici a un prodotto di disegno industriale, sia per quanto riguarda il percorso progettuale, sia per quanto riguarda il processo produttivo.**

[...] **Gli Atti Alimentari** sono dunque il luogo in cui si inverano i valori fondamentali di una epoca e di una cultura tanto che attraverso il loro studio è possibile delineare le caratteristiche di una cultura, ma non è possibile il processo inverso. [...] **Sono un sistema complesso strutturato come un linguaggio.** In quanto tale essi sono suscettibili di progettazione negli elementi grammaticali (morfologia dei segni), sintattici (relazioni interne tra segni), semiotici (relazione tra segni e gli oggetti a cui si riferiscono) e pragmatici (relazione tra il sistema dei segni e il parlante) ovvero possono essere pensati nella prospettiva di un obiettivo condiviso, possono essere quindi, trattati come scientifici e di fatto progettati. **Progettare gli Atti Alimentari** significa modellare risposte consapevoli attorno ai bisogni espressi dalle tre componenti del suo sistema mediando tra mondo e corpo. Poiché l'uomo è sempre il prodotto dell'ambiente e dell'educazione e ogni molecola di cibo che introduce nel suo corpo porta sempre e inevitabilmente con sé una particella di mondo. La Progettazione degli Atti Alimentari implica la capacità di gestione delle produzioni tecniche che l'uomo ha messo in atto per superare lo stato di natura, la conoscenza della cultura e dei linguaggi secondo cui rappresenta se stesso e la struttura della società in cui essi acquistano senso creando l'identità.

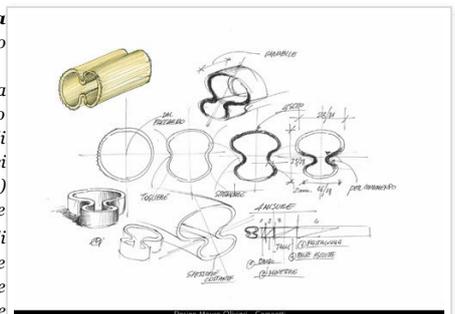


Immagine 13 - progetto di pasta del designer Mauro Olivieri

Si può definire Food design la progettazione (e quindi tutto ciò ad essa legata: ricerche alimentari, antropologiche, comunicative, psicologiche e pratiche) del prodotto alimentare finito, o parte di esso, alla quale viene associata, come avviene in ogni campo della progettazione e produzione in massa, lo studio dei sistemi produttivi e distributivi e dei relativi supporti correlati utili al consumo e alla fruizione dei prodotti agro-alimentari in una prospettiva sia culturale che materiale. A questi si aggiungono sistemi di comunicazione e promozione del prodotto finito, servizi e eventi correlati, frutto di marketing o esigenze aziendali."

Dal web: [http://it.wikipedia.org/wiki/Food\\_design](http://it.wikipedia.org/wiki/Food_design)

Quello del Food design è quindi un progetto realizzato con il cibo e include tutto ciò che riguarda il mondo del cibo: tiene conto dell'esperienza sensoriale del gusto e della vista, oppure permette di realizzare gli strumenti utili per cucinare o per consumare. **Permette di riciclare il cibo** per realizzare nuovi prodotti (come le decorazioni), e gioca con il riconoscimento (attraverso la memoria) di oggetti gradevoli, elaborati con il cibo stesso.

Non tralasciando che anche il **packaging** progettato per avvolgere il cibo spesso viene riciclato.



Foto 14 - posate ergonomiche di Gio Ponti per la Krupp italiana, Milano, 1951



Foto 15 - Enrique Sardi, il pasticcere Lello Parisi e il Team Lavazza



Fonti foto

- 1- <http://www.daringtodo.com/lang/it/2011/10/14/grandi-mostre-michelangelo-e-raffaello-nella-roma-del-500/>
- 3-<http://www.barnesandnoble.com/w/memory-a-contribution-to-experimental-psychology-hermann-ebbinghaus/1103341399?ean=2940015692525>
- 14- <http://diegoterna.wordpress.com/2012/04/25/il-design-spiegato-a-me-stesso-3/>
- 15- <http://www.buoni-pasto.it/cookie-cup-per-un-sabato-in-dolce-compagnia/>
- 16- <http://www.architettureecosostenibile.it/design/arredamento/buccia-arancia-scarto-riciclo-751.html>

Fonti immagini

- 2- Bruno Munari, *Da cosa nasce cosa*, editori Laterza, Roma, 2005, pag. 62
- 4 - <http://www.lettere.unimi.it/dodeca/bozzi/cap2pb.htm>
- 5- <http://www.timetocomm.com/news/teoria-della-gestalt/>
- 6-7-8-9- <http://design-matin.com/munari-point-trait-chaise/>
- 10-11- <http://deepsdesignbyceciliapolidoriz-2.blogspot.it/p/a.html>
- 12- <http://www.finedininglovers.com/photo/art-design/food-design-pasta/pasta-design-tortellini/>
- 13- <http://www.pastificiodicampi.it/blogs/malfadina/2013/01/food-design-ecco-i-campotti-by-mauro-olivieri.html>

Marina Arillotta - Pubblicato da Marina Arillotta a 1/16/2014  
09:38:00 PM

corretto e ripostato cp

Foto 16 - vasi ottenuti da riciclo di buccia d'arancia

Pubblicato da Marina Arillotta a 1/19/2014 01:58:00 PM

5

domenica 19 gennaio 2014

## MENU: dalla carta al digitale

**Ho rimpaginato il tutto, tagliato, imparato anche.**

**interessante, va in *Food design & Grocery list*, ma non in bibliografia rimanendo un aspetto marginale poiché, per quanto valido, ben impostato, è tutta una citazione e nessun riferimento al tema in oggetto: la lista di Michelangelo, ma piuttosto la storia dell'accesso a pasti pronti a tavola.**

cp

### MENU: dalla carta al digitale

La lista della spesa di Michelangelo ipotizzata come menù.



Foto 6

*"I menu sono... legati a momenti di breve durata - il tempo di un pranzo o di una cena - ... destinati a vita effimera e breve, ma non di rado la storia si scrive a tavola e incontri importanti o decisioni epocali ... quasi che la storia non possa "fare a meno" di una certa dose di convivialità per fluire e determinare il proprio corso.*

*La nascita del menu, inteso come cartoncino posto a tavola a disposizione dei convitati, è relativamente recente.*

*Il termine francese non vuol dir altro che **minuta**, ovvero l'appunto che il capo cuoco o il maggiordomo stilava ogni giorno... in base alla disponibilità della dispensa, del mercato e della propria creatività.*

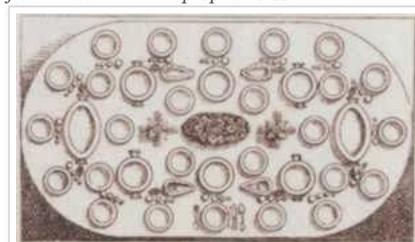


Foto 1 - Servizio alla francese



Si fa comunemente risalire il suo uso all' inizio dell'Ottocento, con la trasformazione dal "servizio alla francese" al "servizio alla russa". Oggi abituati a quest'ultimo, non ci rendiamo conto di quanto innovativo e sorprendente sia stato all'epoca.

Nel "servizio alla francese" tutte le portate erano disposte contemporaneamente a tavola, a disposizione dei commensali, che potevano servirsi liberamente da sé o con l'aiuto dei domestici. Per i piatti caldi vi era il sostegno di utili **rechauds** (scaldavivande) che mantenevano in temperatura i cibi.

L'allestimento della tavola era molto scenografico: vassoi, campane, zoccoli con ricchissime decorazioni... vi era addirittura una categoria di decoratori chiamata **sableurs** che disegnavano sulla tavola tappeti artistici con sabbia colorata, polvere di marmo, vetri frantumati, polveri di zucchero, briciole di pane.

... Nel 1810 il principe russo **Alexandre Boris Kourakin** (1752-1818) ambasciatore straordinario... di Russia a Parigi, nella sua residenza di Clichy,... Parigi, imposta per la prima volta i suoi pranzi abolendo l'abituale presenza di tutti i piatti contemporaneamente in tavola, ma facendoli uscire in successione prestabilita dalla cucina, metodo che si rivelò più pratico e conveniente... e decretando la nascita del menu."

(Domenico Musci, "L'evoluzione del primo piatto attraverso la lettura dei menu storici", 1 Ottobre 2011.

Foglio, <http://www.academiabarilla.it/biblioteca-gastronomica/evoluzione-primo-piatto-attraverso-lettura-menu/default.aspx>

Esempi di menu:



Foto 2

"Rarissimo menu del 1° marzo 1848 - uno dei più antichi della collezione di Accademia Barilla - per il pranzo "alla russa" offerto dal Corpo Decurionale della Città di Torino a cinquanta convitati in occasione delle celebrazioni per lo Statuto Albertino, che verrà proclamato ufficialmente tre giorni dopo."

Biblioteca Gastronomica Accademia Barilla - Collezione di menu storici "Livio e Wilma Cerini di Castegnate" Italia - Avvenimenti," da Domenico Musci, op. cit.

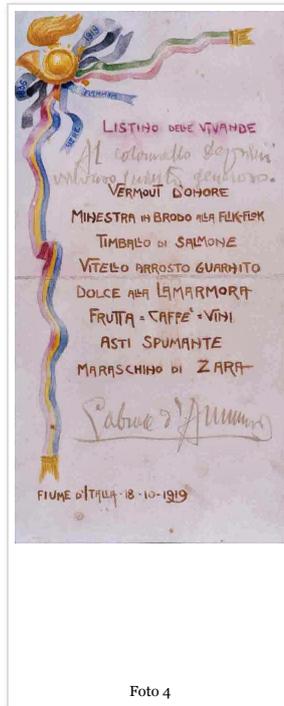


Foto 4

"Menu del pranzo offerto a Roma il 26 febbraio 1906 da Casa Savoia... gusto Liberty e dorature a rilievo, del tutto inusuale fra gli austeri cartoncini di Corte... un Consommé de volaille en tasse, espressa ancora in francese, come di consuetudine fino al 1907, quando Vittorio Emanuele decretò l'uso dell'italiano nella compilazione della lista.

Biblioteca Gastronomica Accademia Barilla - Collezione di menu storici "Livio e Wilma Cerini di Castegnate" Italia - Regno d'Italia - Casa Savoia" da Domenico Musci, op. cit

"Listino delle vivande" del 18 ottobre 1919 scritto e dipinto a mano a Fiume d'Italia con firma di Gabriele d'Annunzio e dedica autografa... a poco più di un mese dall'occupazione di Fiume da parte del Poeta-soldato e di un manipolo di legionari, a pochi giorni dall'incontro con Mussolini, giunto in aereo da Novi Ligure e dall'appuntamento con Badoglio, Commissario straordinario del Governo italiano che inutilmente cercava di far terminare l'impresa, d'Annunzio si concede un abbondante pasto nella sala da pranzo del vecchio Palazzo del Bano Ungherese.

Biblioteca Gastronomica Accademia Barilla - Collezione di menu storici "Livio e Wilma Cerini di Castegnate" Italia - Personaggi - Scrittori." da Domenico Musci, op. cit

"Menu del 28 novembre 1977 a Vergiate (Varese) in casa del pittore Enrico Baj (1924-2003) una litografia di uno dei famosi generali, tanto cari all'artista, viene sovrastampata con le portate di un servizio originale per scelta e di straordinaria qualità. Firmato a matita da Baj è stato realizzato in soli venti esemplari ed è rarissimo. In 6 antipasti, Tagliolini freschi ai tre sapori: un tris di pasta all'uovo fatta in casa e cucinata asciutta. [Biblioteca Gastronomica Accademia Barilla - Collezione di menu storici "Livio e Wilma Cerini di

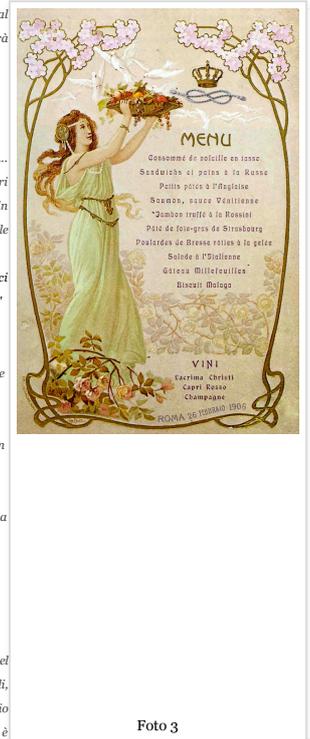


Foto 3

Castegnate" Italia - Personaggi - Disegnatori e pittori].", (da Domenico Musci, op. cit)

"Quando agli inizi del XIX secolo si impose il servizio "alla russa"... Nascevano gli antenati dei menu odierni... per risultare indimenticabili ed unire alla bontà delle proposte gastronomiche bellezza e originalità.

... menu si faceva verbale, con il ristoratore a recitare i piatti del giorno e a enfatizzare questa o quest'altra portata, oppure veniva scritto col gesso su una lavagnetta, oppure ancora... lista rilegata... da presentare in abbinamento alla carta dei vini.

... Oggi in alcuni ristoranti grazie all'apporto di **tablet** e/o tavolini con schermo touch, è già possibile fare a meno del menu cartaceo e lanciarsi nel mondo delle **ordinazioni 2.0**, con ineguaglianti vantaggi... Grazie al digitale si possono sfogliare le fotografie dei piatti e leggere tutte le informazioni su apporto calorico, ingredienti presenti e magari anche provenienza... poter segnalare in anticipo piatti e vini non disponibili... informazioni a corredo... in varie lingue.

Guardando il fenomeno dei menu digitali in prospettiva... si aprono scenari... un collegamento nuovo tra la cucina e tavolo... feedback immediato... risparmi di costi e di tempo..."

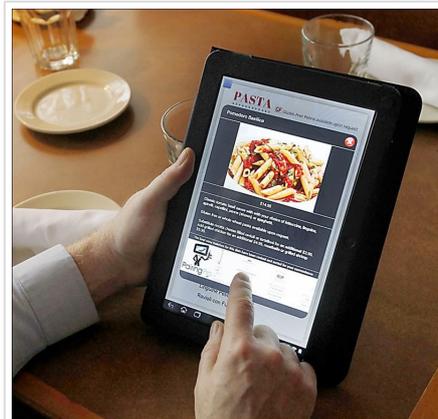


Foto 7

(Francesco Benincasa, "Dalle lavagnette ai fogli di carta, dal menu recitato dall'oste fino al tablet, le modificazioni del menu e le prospettive future.", La Stampa, 9



Foto 5

Settembre 2011

<http://www3.lastampa.it/cucina/sezioni/notizie/attualita/articolo/lstp/417828/>

Fonti foto:

1 [http://www.jourdelo.it/numeri/02\\_ottobre\\_dicembre\\_2005/il\\_cuoco\\_di\\_maria\\_higia.htm](http://www.jourdelo.it/numeri/02_ottobre_dicembre_2005/il_cuoco_di_maria_higia.htm)2-3-4-5: <http://www.academia-barilla.it/biblioteca-gastronomica/evoluzione-primo-piatto-atravverso-lettura-menu/default.aspx>6 <http://www.imenucards.com/blog/wp-content/uploads/tablet-menu.jpg>7 <http://www.ourtownperryburg.com/Retail/2013/03/07/Restaurants-cook-up-cool-with-digital-menus.html>

Pubblicato da Antonio Belmonte a 1/19/2014 12:42:00 PM

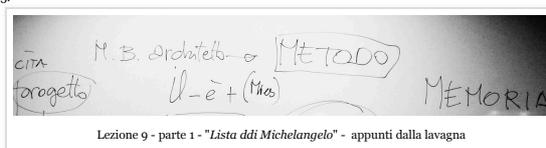
4

domenica 19 gennaio 2014

**Quel M.B.A. mi ha fatto sentire importante** Pubblicato da michele bagnato a 1/18/2014 01:13:00 PM

**caro M B Arch,  
il post è divertente. ok ma  
le immagini sono atroci: ALZI 'ste serrande e provi a rifarle.  
cp**

*"I muri non sono soltanto quelli che sono. Sono anche quello che vorremmo che fossero: supporto di speranze, protezione del presente, cassaforte di memoria o anche previsione di rovina"*

Ettore Sottsass, *Foto dal finestrino*, ADELPHI, Milano, 2009 1a ediz., pag.15.

Lezione 9 - parte 1 - "Lista di Michelangelo" - appunti dalla lavagna

Devo ammettere, che grazie a questa nota della prof.: "**M.B. architetto**" sulla lavagna - che ho bonariamente inteso come Michele Bagnato architetto - mi ha fatto riflettere sui miei stati di schizofrenia, alcuni dei miei amici/colleghi che entrano per la prima volta nella mia stanza esclamano la faticosa frase: "Tu non stai bene".

Beh. da oggi in poi potrò rispondergli accostandomi a **Michelangelo**, perchè a quanto pare godo di una caratteristica in comune, guardate qua:

**La stanza segreta di Michelangelo.**

*"Qualcuno ne ha sentito parlare, per altri invece è davvero una scoperta del tutto nuova, perché la **stanza segreta di Michelangelo**, dove l'artista rimase nascosto per tre mesi durante l'assedio di Firenze nel 1529, è un tesoro non visibile al pubblico (almeno ai visitatori in carne e ossa)".*

Sara Filippi, "Come entrare nella stanza segreta di Michelangelo a Firenze", sul blog *TeladoloFirenze*,

6 dicembre 2013.

dal web: <http://www.teladoloifirenze.it/arte-cultura/come-entrare-nella-stanza-segreta-di-michelangelo-a-firenze/>Com'è fatta la **stanza segreta di Michelangelo** a Firenze?

*"Una stanza di sette metri per due, le cui pareti **Michelangelo** usò come supporto per diversi disegni a carboncino. Ci sono studi delle statue della **Sacrestia Nuova**, una testa di cavallo, la testa del **Laoconte**, **ripensamenti sul David** e altri soggetti. **Michelangelo** nei giorni che passò in questo luogo angusto non smise di essere lui, studiò, ricordò, pensò e rimuginò sul suo lavoro e su ciò che aveva visto, realizzato o progettato".*

(da: Sara Filippi, op. cit.)

Ma adesso viene il bello...

Com'è fatta la **stanza non segreta di Michele** a Reggio Calabria?

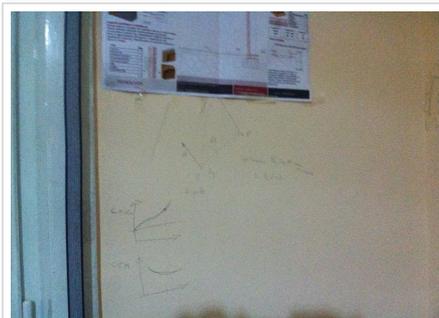
Un modesta stanza di quattro metri per quattro, (e sui metri quadri siamo lì).



foto1



studio sulla ponderazione polieletta del David.



studi sulla legge di hooke

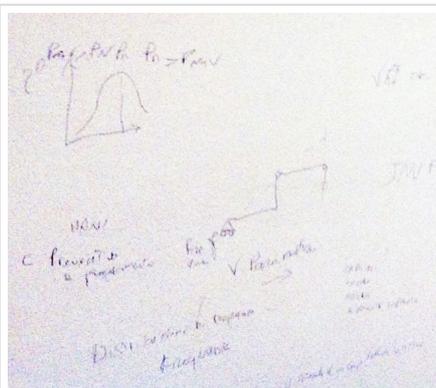
foto3



disegno post. concerto 16/08/2011

Anche io le mie pareti le uso come supporto per diversi disegni ripensamenti o note, non avendo il garbo di prendere foglio e penna, perchè penso che un tratto sulle pareti è un tratto eterno, nei giorni (tanti) che passo qui a Reggio, annoto sui muri della mia stanza ricordi, formule, ripensamenti, pensieri d'amore, disegni e tant'altro, e visto che anche **Michelangelo** lo fece in un periodo poco bello della sua vita, continuerò a farlo fin quando il padrone di casa non mi butterà fuori.

Publicato da [michele bagnato](#) a 1/18/2014 01:13:00 PM



disegni. settimana prima dell'esame di Statica

Publicato da [michele bagnato](#) a 1/19/2014 10:23:00 AM

3

sabato 18 gennaio 2014

**Lista della Spesa di Michelangelo Buonarroti: "l'eccellenza nelle grandi cose si fonda sull'eccellenza del piccolo"**

Publicato da [Vincenza Triolo](#) a 1/18/2014 07:29:00 PM

**già solo la prima vignetta valeva il post, che ho messo sulla piattaforma, poi ho letto il tutto: davvero un ottimo lavoro. cp**

Lista della Spesa di Michelangelo Buonarroti: "l'eccellenza nelle grandi cose si fonda sull'eccellenza del piccolo"





FOTO 1 - Studio e riflessioni

La lista della spesa di Michelangelo Buonarroti è sia segno sia testo, pensata per il servo analfabeta che non sa leggere il testo accanto ai cibi, può essere interpretata anche come ricettario o menu giornaliero visto la ripartizione con cui è stata eseguita.

La lista della spesa di Michelangelo è un foglietto che a prima vista per un osservatore poco attento potrebbe non voler dir nulla, ma in realtà è ricca di significato, tanto da poter affermare che l'eccellenza di Michelangelo come progettista si fonda sull'eccellenza nel piccolo; quindi *il meno è più*. La lista è un buon progetto perché pensata non solo per il servo analfabeta, ma per più utenti. Osservando la lista della spesa di Michelangelo più approfonditamente mi conduce a un metodo progettuale che segue il seguente schema logico: vedi FOTO 2 - Schema n.1 primo studio.

O meglio ancora introducendo nello schema altri elementi si ha:

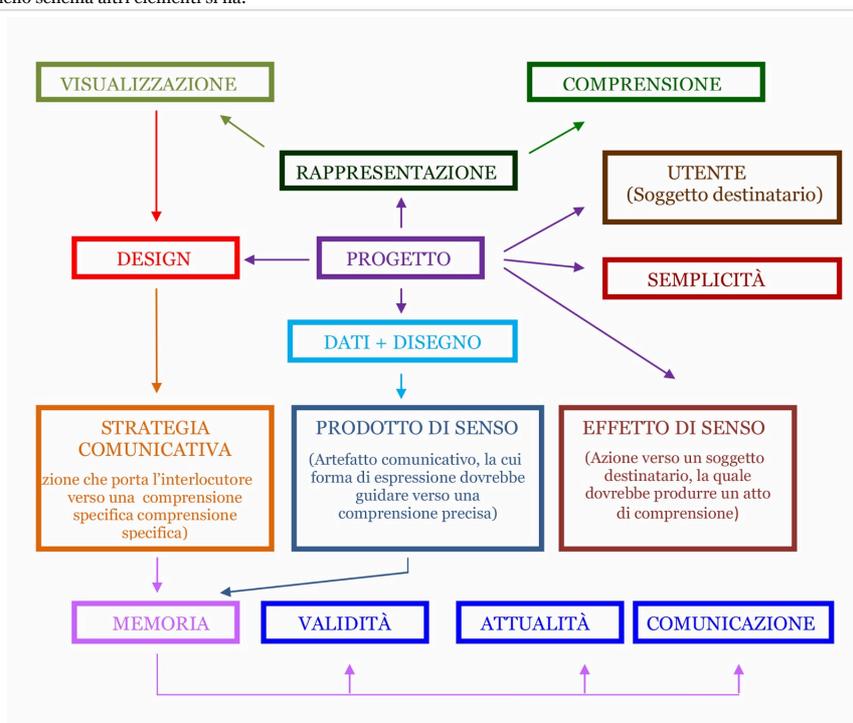


FOTO 3 - Schema n. 2 evoluzione dopo un confronto

La lista rappresenta un progetto, realizzato con fantasia, creatività invenzione, efficace in un contesto dove i cibi rappresentati sono funzionali all'ambiente di consumo (come il salame tipico, il Bruschino) e all'esigenza di Michelangelo (un bocal di vino, due minestre di finocchio) in qualità di utente, per cui in diversi momenti e situazioni di consumo in un determinato periodo. Allora la lista di Michelangelo riconduce al **Food Design** quella disciplina che si occupa di sistema-cibo analizzandone i nuovi bisogni e i mutamenti dicotomici che ne indirizzano le tendenze di produzione e di consumo.

Paolo Barichella – (professionista nel campo internazionale nel Food Design) afferma:

*"Food Design è la capacità di progettare proposte e soluzioni alimentari efficaci in un contesto dove il prodotto sia funzionale al tipo di ambiente di consumo, e soprattutto all'esigenza dell'utente in diversi momenti e situazioni di consumo. Gli strumenti per la trasformazione, conservazione, veicolazione, servizio ed il consumo del prodotto alimentare devono essere pensati con il fine di instaurare uno stretto rapporto volto a migliorare inequivocabilmente le caratteristiche del prodotto alimentare. Solo quando vengono studiate attentamente tutte le caratteristiche di un prodotto alimentare o si progetta con la stessa materia edibile si può parlare di food*

design. In una sola affermazione possiamo dichiarare che Food Design è Progettazione consapevole di interfacce e strumenti funzionali, complementari all'atto di alimentarsi, che possono spesso consistere nell'alimento stesso".

da rivista \_NexMag, "Food Design – La sostenibile leggerezza del gusto. Incontro con Paola Baricella", web: <http://thesignstudio.wordpress.com/fooddesign-la-sostenibile-leggerezza-del-gusto/>

Ma più semplicemente si può affermare che il Food Design è il rapporto tra forma e contenuto del cibo dove la creatività converge con la produzione industriale.

Perché Food Design vuol dire progettare il luogo dove viene consumato il cibo, il modo in cui viene consumato (Experience Design), il suo involucro (Packaging), la sua stessa forma (Edible Design), l'essenziale è che sia sempre e solo il prodotto alimentare a essere il vero soggetto protagonista da cui scaturiscono tutte le scelte.

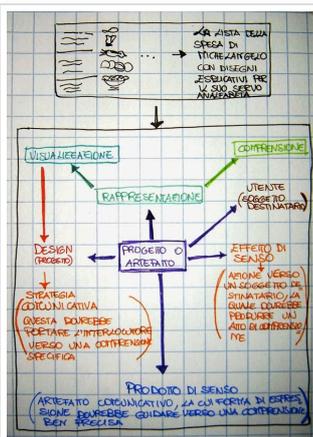


FOTO 2 - Schema n.1 primo studio



FOTO 4 - Food Design - quando il cibo prende forma

Si pensi al caffè al modo in cui è consumato, al suo involucro, al fatto che è sempre il vero soggetto protagonista e al ciclo produttivo che dipende da questo prodotto.

L'espresso italiano o il caffè con la moka è conosciuto anche all'estero, e molti stranieri finito il loro soggiorno in Italia, al loro rientro portano con sé una moka e qualche confezione di caffè italiano, tra i più richiesti il Lavazza.



FOTO 7 - Spot pubblicitario per Lavazza con Enrico Brignano

La moka macchinetta per la preparazione del caffè, inventata da Alfonso Bialetti nel 1933, prodotto del disegno industriale italiano famoso in tutto il mondo, è presente nella collezione permanente del Triennale Design Museum di Milano e del MoMA di New York. Ancora in produzione, il progetto rimane tuttora invariato nella sua totalità dopo ottant'anni e la sua produzione avviene ancora in Italia. da web: <http://it.wikipedia.org/wiki/Moka>



FOTO 5 - Moka



FOTO 6 - Caffè: logo design

Si pensi poi agli spot pubblicitari del caffè, in tutti il prodotto alimentare è il vero soggetto protagonista da cui scaturiscono tutte le scelte. Chi non ha mai ricordato almeno una volta nella sua vita gli spot pubblicitari del Lavazza, azienda italiana conosciuta nel mondo per la sua produzione di caffè, bevendone una tazzina?



FOTO 8 - Spot pubblicitario per Lavazza con Julia Roberts - Paolo Bonolis e Luca Laurenti

L'ultima tendenza del Food Design attende a trasformare il cibo in arte emozionale è il Coffee Design e l'impresa è affidata proprio allo storico marchio italiano *Lavazza* conosciuto nel mondo.

Il concetto di coffee design Lavazza l'ha lanciato quindici anni fa con l'ormai storica collaborazione con Ferran Adrià, ma che affonda le sue radici in un periodo più lontano, nel 1979, quando l'azienda creò il Training Center, la scuola dell'espresso dove, negli anni sono state realizzate e commercializzate numerose ricette e sperimentazioni di gusto a base di caffè. Già da allora l'azienda ha manifestato la sua affinità con l'alta gastronomia, e a quella con Adrià sono seguite collaborazioni con altri grandi nomi della ristorazione italiana: Carlo Cracco, Davide Oldani, Massimo Bottura, Antonino Cannavacciuolo. Senza dimenticare il maestro cioccolatiere Guido Gobino.

FOTO 9 - Lavazza - Antonino Cannavacciuolo, Michel Bras, C

La ricerca di gusto va di pari passo con quella legata ai "tools", oggi rendere la degustazione, un'es la ECup del 2012. Quest'anno a Host, l'azienda Cracco e Rapissino, di Giovan **CoffeeKirec** è una galletta a una mousse dolce di sedano r - Lavazza e il coffee design: <http://www.dolcesalatoweb.it/2>

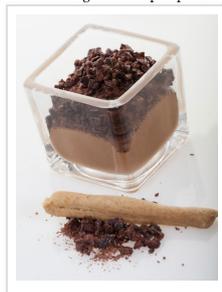


FOTO 10 - Coffeekirec Rapissino



Espoon, il cucchiaino forato realizzato da Davide Oldani nel 2010 e creazioni d'autore. Coffeekirec, di Matteo Baronetto del Ristorante natura dei popcorn, unita a cacao, zuccheri e caffè. **Rapissino** è are su un originale grissino al caffè, da dolce salato web, Visti a Host

Anche l'Expo del 2015 e la recente tendenza della gastronomia di alto livello volgono lo sguardo al Food Design non solo tra il rapporto tra cibo e alimentazione, ma anche in riferimento all'applicazione del Design all'intero del settore: dagli oggetti per la preparazione e il consumo delle pietanze, agli spazi dedicati al mangiare, fino alla presentazione di "oggetti commestibili", quindi in questo ambito si possono avere due categorie di Design, da un lato il **Design per il rito del cibo** (con la progettazione di oggetti per la condivisione del cibo agli ambienti per il consumo conviviale) e dall'altra il **Design per la funzione del cibo** (con progetti che vanno dall'oggetto commestibile agli oggetti per il consumo del cibo individuale).

All'Expo del 2015 a Milano illycaffè presenta il **Coffee Culture Global Tour** e la propria presenza in qualità di advisor culturale del mondo del caffè con uno slogan il caffè italiano alla conquista del mondo, in uno dei nove padiglioni tematici che l'appuntamento del 2015 dedica a specifici alimenti e argomenti relativi al tema "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita".

Illycaffè ha annunciato un importante tour mondiale che celebrerà il caffè e divulgherà la cultura della nera bevanda, tanto diffusa (è la seconda commodity al mondo dopo il petrolio) ma poco conosciuta nelle sue tante affascinanti peculiarità. Il Tour coinvolgerà nove città, tre continenti e venti mesi per arrivare alla data dell'inaugurazione dell'Expo Milano 2015 dedicato al tema Nutrire il Pianeta/Energia per la Vita in cui il caffè sarà uno dei protagonisti. Illycaffè è stata incaricata della gestione dei contenuti culturali legati al caffè.

Con il patrocinio dell'International Coffee Organization, il tour porterà in ogni città la conoscenza del mondo del caffè sotto diverse angolature:

- il percorso dal chicco alla tazzina;
- la creatività che nasce e si sviluppa attorno alla tazzina di caffè (arte, letteratura, ...);
- la cultura e le tradizioni dei Paesi coltivatori e di quelli consumatori;
- caffè e piacere (sensoriale, intellettuale, sociale);
- caffè e sostenibilità (economica, ambientale, sociale);
- caffè e salute (le virtù della bevanda che allietta la vita).

Il tour è stato inaugurato il 9 settembre 2013 a Belo Horizonte (Brasile) in occasione del 50mo anniversario dell'International Coffee Organization, la principale organizzazione intergovernativa che unisce Paesi esportatori e importatori, con una mostra delle foto che Sebastião Salgado, fotografo brasiliano che si occupa soprattutto di reportage di impianto umanitario e sociale, ha realizzato per illycaffè negli ultimi dieci anni raccontando la realtà rurale dei coltivatori di caffè in tutto il mondo.



FOTO 12 - Simulazione digitale spazio espositivo



FOTO 11 - LOGO Expo del 2015 a Milano



FOTO 13 - Sebastião Salgado approdato non giovanissimo al mondo della fotografia, con alle spalle studi di economia, si getta su temi scottanti, come la povertà e i diritti dei lavoratori, passando per gli effetti distruttivi dell'economia di mercato nei Paesi in via di sviluppo.

Proprio Sebastião Salgado insieme al coltivatore José Carlos Grossi saranno i due ambasciatori per il Brasile di quest'iniziativa, in una staffetta ideale che terminerà a Milano nel gennaio 2015 e vedrà coinvolti, in ogni Paese del tour, uniti, un testimonial locale chiamato ad interpretare i valori che caratterizzano il mondo di illy e un rappresentante degli stakeholder dell'azienda.

Con un diverso tema diverso a ogni appuntamento, il tour toccherà le seguenti città:  
**2014:** New York (febbraio) - Seul (aprile) - Shanghai (giugno) - Bogotà (settembre) - Dubai (ottobre/novembre);  
**2015:** Londra (febbraio) - Berlino (marzo) - Parigi (aprile);



FOTO 14 - illycaffè

illycaffè è stato scelto da Expo Milano 2015 come partner grazie all'esperienza e le relazioni maturate dall'azienda in ottant'anni di storia: un patrimonio unico che ha portato illy a essere riconosciuta in tutto il mondo come specialista dell'autentico espresso italiano. La profonda conoscenza del mondo del caffè e dei Paesi coltivatori, la ricerca dell'eccellenza, l'innovazione, l'orientamento allo sviluppo sostenibile, la capacità di creare eventi culturali e artistici sono le ragioni che hanno necessariamente portato la scelta sull'azienda triestina. Verrà proposto un percorso nel mondo del caffè fatto di aree espositive e di un fitto calendario di eventi rivolti ai visitatori di Expo Milano 2015: dagli incontri divulgativi alle degustazioni, dai convegni all'intrattenimento.

Nell'area comune sarà esposto il reportage di Sebastião Salgado, omaggio alle persone, alla storia, alle tradizioni e alla natura dei Paesi da cui proviene il caffè. Un viaggio fotografico attraverso i Paesi produttori di caffè realizzato per illy a partire dal 2002 con l'intento di raccontare la vita e il lavoro dei coltivatori e la bellezza di quelle regioni. Attraverso strumenti multimediali e modalità interattive sarà poi possibile condividere l'esperienza del mondo del caffè in tempo reale anche al di fuori del sito espositivo e con i Paesi ospiti.

Una particolare attenzione alla sostenibilità caratterizzerà l'intero progetto. Gli allestimenti saranno realizzati in materiali ecosostenibili: polvere di caffè esausta darà forma a oggetti di uso comune o a speciali allestimenti e saranno realizzati capi di abbigliamento in fibra di caffè.

Per completare l'esperienza dell'espresso, affiancando il piacere estetico a quello gustativo, sarà creata per l'occasione una collezione di tazzine decorate dedicate a Expo Milano 2015. [...]

[...] In 80 anni di storia, illycaffè ha apportato alcune delle innovazioni fondamentali nel settore: dalla macchina per espresso (come è intesa oggi e cioè a pressione), alla pressurizzazione delle confezioni, all'introduzione del caffè porzionato. La ricerca scientifica e l'innovazione tecnologica sono state principio guida nella continua ricerca della perfezione. [...]

da Expo 2015 area stampa web: <http://www.expo2015.org/area-stampa/comunicati-stampa/il-caffe-italiano-alla-conquista-del-mondo>

## FONTI ICONOGRAFICHE

FOTO 1 – Fumetto di Vincenza Triolo.  
 FOTO 2 – Schema n.1 Vincenza Triolo.  
 FOTO 3 – Schema n.2 Vincenza Triolo.  
 FOTO 4 – <http://neus.biancolavoro.it/professionisti/1456-diventare-food-designer>  
 FOTO 5 – <http://it.wikipedia.org/wiki/Moka>  
 FOTO 6 – [http://it.123rf.com/photo\\_9609379\\_caffe-e-te-simboli-e-icone-per-il-food-design.html](http://it.123rf.com/photo_9609379_caffe-e-te-simboli-e-icone-per-il-food-design.html)  
 FOTO 7 – <http://blog.libero.it/Ssimona/commenti.php?msgid=11012463>  
 FOTO 8 – [http://www.dagospia.com/mediagallery/dago\\_fotogallery-71794/304257.htm](http://www.dagospia.com/mediagallery/dago_fotogallery-71794/304257.htm)  
 FOTO 9 – <http://weandthecolor.com/lavazza-inspiring-chefs-2014-calendar-photography-martin-schoeller/32153>  
 FOTO 10 – <http://www.dolcesalatoweb.it/2013/11/visti-a-host-lavazza-e-il-coffee-design/>  
 FOTO 11 – <http://www.expo2015.org/expo-2015>  
 FOTO 12 – <http://www.expo2015.org/area-stampa/comunicati-stampa/il-caffe-italiano-alla-conquista-del-mondo>  
 FOTO 13 – <http://www.nikonland.eu/forum/index.php?topic/11577-sebastiao-salgado/>  
 FOTO 14 – <http://www.italianfoodnet.com/ita/notizie-enogastronomiche/articolo/pluniversity-del-caffe-apre-la-prima-sede-in-grecia>

Publicato da Vincenza Triolo a 1/18/2014 07:29:00 PM

2 giovedì 16 gennaio 2014

"Dove c'è Barilla c'è casa" - Pubblicato da Francesca Muscherà a 1/16/2014 11:10:00 AM



**vorrei, parafrasando il titolo, dire "urka! "dove c'è cibo c'è design da paura" visto quanto i miei allievi si scatenino sul soggetto. Francesca, che dire: fantastico post che corre in DEEPS Design: bibliografia di approfondimento. cp**

Un grande esempio di comunicazione pubblicitaria è certamente quello che da anni dà l'azienda Barilla, che ogni giorno rievoca le tradizioni gastronomiche italiane con uno slogan ormai storico: **"Dove c'è Barilla c'è casa"**.

Slogan in vigore da un trentennio ma che si è sedimentato nelle menti degli italiani. Una di quelle cose che funzionano, piacciono o meno: perché corrispondono a un immaginario, perché raccontano qualcosa, perché raggiungono il punto giusto sul fondo della memoria collettiva e là mettono radici.

"Barilla è un'azienda multinazionale italiana fondata nel 1877 a Parma, in strada Vittorio Emanuele, come bottega che produceva pane e pasta da Pietro Barilla, discendente di una famiglia di panettieri".

Dal Web: <http://it.wikipedia.org/wiki/Barilla>

La ditta nel corso degli anni si è ingrandita, diventando la più grande azienda del settore alimentare, leader mondiale della pasta secca, dei sughi pronti in Europa, dei prodotti da forno in Italia e dei pani croccanti nei paesi scandinavi.

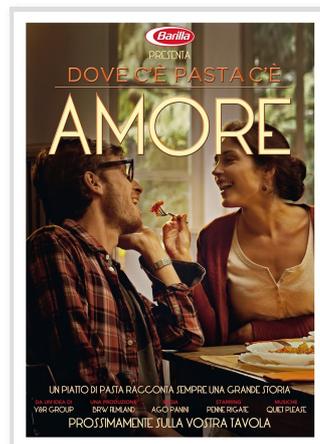


**"Lo slogan utilizzato dalla casa produttrice è molto diverso all'estero:** negli Stati Uniti d'America la Barilla è conosciuta come *"The choice of Italy"* (trad. *La scelta dell'Italia*), mentre in francese ne viene utilizzato uno simile, *"Les pâtes préférées des Italiens"* (trad. *La pasta preferita degli italiani*). In russo è semplicemente tradotto dall'italiano: *"Там где есть Барилла там дом"* cioè "Dove c'è Barilla, c'è casa".

Dal Web: <http://it.wikipedia.org/wiki/Barilla>

La Barilla riesce, attraverso diverse forme comunicative, ad esprimere gli stessi concetti. L'ingrediente fondamentale degli spot sono la semplicità, un sottofondo di

poesia, che colpiscono sempre gli aspetti emozionali.



Dietro questa semplicità c'è sempre un grande studio:



La storia siamo noi:  
Pietro Barilla - La pubblicità dei buoni sentimenti:  
<http://www.lastoriasiamonoi.rai.it/puntate/pietro-barilla/695/default.aspx>

le scene ad effetto, le immagini... Il Visual è come se si trasformasse in testo e narrasse la storia della cucina italiana che sa stupire anche con piatti di veloce preparazione, e che riesce anche ad avere una qualità che nessuna cucina del mondo ha: quella lentezza, **quella ritualità che fa sentire sempre tutti "a casa"**.



Perché no? Potremmo definire gli spot della Barilla come mezzi di comunicazione che rientrano a pieno nell'ambito del Food Design, in quanto studiati, progettati, e il cui messaggio giunge sempre a destinazione.

"Il **Food design**, traducibile come "**progettazione del cibo**" (o **Progettazione degli Atti Alimentari**) è la disciplina del **design industriale** che si occupa dell'ideazione e progettazione di alimenti, o parti di **prodotti alimentari complessi...** Alla disciplina prettamente progettuale negli anni si sono affiancati anche altri sistemi di presentazione del prodotto come il marketing e la comunicazione pubblicitaria, anche l'imballaggio ha assunto un ruolo determinante nella presentazione del prodotto progettuale".

Dal web: [http://it.wikipedia.org/wiki/Food\\_design](http://it.wikipedia.org/wiki/Food_design)

**Come un prodotto può essere lo specchio di una rivoluzione sociale: Mina e gli spot del 1965-67**



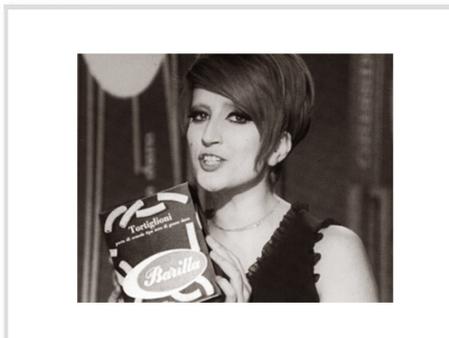
Spot della Barilla del 1967: <http://27esimaora.corriere.it/articolo/quando-la-pubblicita-barilla-con-mina-raccontava-altre-storie/>

**Gli anni '60** per la Barilla iniziano con dei rinnovamenti: oltre l'ingrandimento dell'azienda e l'assunzione di nuovi dipendenti, siamo del periodo in cui si comprende che gli spot pubblicitari sono un ottimo mezzo di comunicazione e si inizia a ritenere importante lo sviluppo d'immagine.

Nel 1965 l'azienda attuò una buona politica di comunicazione: infatti, nei suoi Caroselli inserì la figura di Mina, che ebbe un grande successo sia personale, sia per la diffusione commerciale della Pasta Barilla.

"C'è stato un tempo in cui l'azienda emiliana –sotto la guida illuminata di Pietro Barilla (1913-1993)- non solo ha incarnato un'idea di Italia in cui tutti potevano riconoscersi ma ha anche scelto consapevolmente di guardare in avanti, provando a **immaginare e raccontare una società in via di modernizzazione in cui le donne non erano identificate soltanto come massaie ma stavano diventando sempre più protagoniste.**

Da allora sono passati quaranta o al massimo cinquant'anni. Ma sembrano secoli se proviamo a confrontare scelte di campo e modalità di narrazione.



Si tratta di uno spot del 1967 e nel messaggio promozionale è presente un'autentica rivoluzione linguistica e culturale: non solo Mina si rivolge alla spettatrice con il tu, ma la invita a preparare la pasta per il suo uomo e per i suoi ragazzi, non per suo marito e i suoi figli. E allora come oggi la mente corre da una parte al titolo di uno dei più grandi successi della cantante – È l'uomo per me (1964)- e dall'altra alle vicende personali che fecero dell'artista un simbolo di emancipazione femminile.

Mina, la più trasgressiva, moderna e sexy delle celebrità degli anni Sessanta, era stata ingaggiata come testimonial dall'azienda emiliana nel 1965: un anno di svolta per la sua carriera. La cantante venticinquenne era infatti appena rientrata in televisione dopo esserne stata bandita per più di un anno a causa della sua relazione irregolare con l'attore Corrado Pani, all'epoca già sposato.

Nel 1965 la popolarità di Mina era alle dunque alle stelle, eppure ingaggiarla come testimonial fu una scelta di marketing abbastanza azzardata.

Cosa c'entrava Mina con la pasta, la casalinga e la famiglia tradizionale italiana? Poco o nulla.

Mina rappresentava però un modello di donna moderna e indipendente. E sceglierla come testimonial dimostrò che la Barilla intendeva farsi interprete del **cambiamento in atto nella società** proprio in un momento storico in cui il paese reale era lontano anni luce dal paese legale".

Dal web: <http://27esimaora.corriere.it/articolo/quando-la-pubblicita-barilla-con-mina-raccontava-altre-storie/>

L'investimento nella comunicazione fatto negli anni '60 lascerà tuttavia un'impronta durevole nel costume e nei consumi degli italiani. Uno spot di un



semplicissimo prodotto come la pasta che partecipa ad una svolta decisiva nella situazione della donna.

Mina lavora con la società emiliana fino alla crisi economica che ha investito il paese negli anni '70, ma gli spot girati hanno lasciato un'impronta tangibile negli usi e nei costumi degli italiani: alla fine della crisi troveremo una donna

seduta a gustare la pasta e non a servirla, ma questa è un'altra storia.



Publicato da Francesca Muscherà a 1/16/2014 11:10:00 AM

1 mercoledì 15 gennaio 2014

**Il menu di Michele** - Publicato da michele bagnato a 1/15/2014 09:05:00 PM

**I'm not English, but only roman guy, so I won't say: YUMMY, instead I don't know what about, and I'm licking my whiskers thinking it. I'm ready to taste it! really me too!**

**Non sono inglese, solo romana e vorrei dire: Squisito, leccornia, gustoso, mi sto leccando i baffi al solo pensiero, sul serio! vorrei assaggiarlo. cp**

*"E' un errore condannare la gastronomia. La cultura dipende dalla gastronomo. L'unico tipo di immortalità che desidero per me sta nell'inventare una buona salsa.[...] Non riesco a sopportare quelli che non prendono seriamente il cibo. Tutti gli uomini sono dei mostri; non c'è altro da fare che cibarli bene: un buon cuoco fa miracoli".*

Oscar Wilde, *L'importanza di chiamarsi Ernesto*, BUR, Milano, 1990 1a ediz., pag 15.

Il tema del cibo mi è molto caro, e credo di dimostrarlo fisicamente, quindi vorrei illustrare ad un qualsiasi cuoco tramite **Dati e Disegni**, come dovrebbe cucinarmi il piatto preferito:

**I Pipi Fritti:**



foto2

**ingredients: (ingredienti)**

- oil (olio)
- 1 kg of calabria's peppers (peperoni calabresi)
- 4 tablespoons of olive oil (4 cucchiari d'olio)
- 1 fresh tomato (1 pomodoro fresco)
- 2 cloves of garlic (2 spicchi d'aglio)
- salt to taste (sale quanto basta)

**Preparation. (Preparazione).**



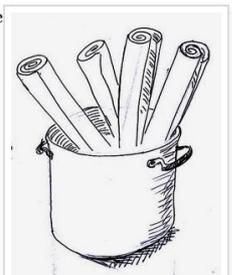
pan

1) take a frying pan.  
(prendere una padella per friggere).

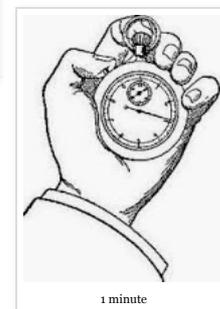


oil

2) pour 4  
tablespoons of  
olive oil.  
(versare 4  
cucchiari d'olio).



disegno 1



1 minute

3) heat the oil for  
about 1 minute.  
(scaldare l'olio  
per un minuto  
circa).

4)put 1 kg of Calabria's peppers in a pan and let them fry for 15 minutes.  
(mettere 1kg di peperoni calabresi in padella e lasciare friggere per 15 minuti).

5) half cooked add 1 fresh tomato and 2 cloves of garlic.  
(aggiungere a metà cottura 1 pomodoro fresco e 2 spicchi d'aglio).



impiatto

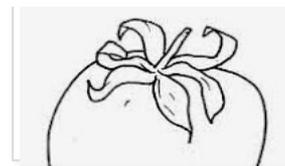
Notes: Stir constantly with a wooden spoon, and add salt to taste.

(note: Mescolare costantemente con un mestolo in legno, e aggiungere sale quanto basta).

**Serve. Impiattare.**

If your mother let you do it eat the food directly in the pan, avoiding dispersion of the oil is the best ingredient.

(Se vostra madre ve lo consente mangiate la pietanza direttamente in padella, evitando di disperdere l'olio che è l'ingrediente migliore).



garlic

Publicato da michele bagnato a 1/15/2014 09:05:00 PM

Consiglialo su Google

**Nessun commento:**

**Posta un commento**

Inserisci il tuo commento...

Commenta come:

[Home page](#)

Iscriviti a: [Post \(Atom\)](#)

#### Archivio blog

▼ 2014 (36)

▼ gennaio (36)

[OP DOT wreath ^^](#)

[Ghirlanda Felt Tube ^^](#)

[^ Ghirlanda per Aida Roseto](#)

[Red-Eclipse ^^](#)

[Ghirlanda Eclisse di Angela Santoro ^^](#)

[ATTENZIONE ALLA STESURA DEL POST](#)

["pelle" o progetto di oggetti](#)

[GHIRLAN-DADA \\*](#)

[Ghirlanda ICE & EYE ^^](#)

[fatevi vivi! ancora commenti nuovi aggiornamento](#)

[Ghirlanda "Good Design" ^^](#)

Ghirlanda "cube olive leaves" ^^  
 "Una ghirlanda a pois" ^^  
 la ghirlanda "Red & Black" ^^  
 \*Semplificare, Complicare...Quando il progettista ...  
 Pizza, tra tradizione e internazionalità \*  
 \* Lista della Spesa di Michelangelo: un linguaggio...  
 MENU: dalla carta al digitale \*  
 Quel M.B.A. mi ha fatto sentire importante. \*  
 Martini \*  
 La cucina in Italia e all'estero \*  
 \* Lista della Spesa di Michelangelo Buonarroti: "L...  
 Gae Aulenti, architetto designer, donna \*  
 "Dove c'è Barilla c'è casa" \*  
 Il menu di Michele \*  
 La mia e-mail di sostegno per la Prof.  
 riuscire ad esprimere le proprie intenzioni, la "G...  
 Food design & Grocery List - la lista della spesa ...  
 quando uno scatto è buono... la foto di Carmela  
 appunti Lezione 9 del 15 gennaio  
 Lampada Eclipse di Vico Magistretti  
 Il Design di Vico Magistretti  
 per Michele  
 prove ghirlanda e icone scelte ^^  
 auguri ricevuti...( in costruzione ) BUON 1° DE...  
 per Vincenza... & icone

► 2013 (12)

#### Collaboratori

-  [Andrea Menguzzato](#)
-  [Alessia Chillemi](#)
-  [Francesca Muscherà](#)
-  [antonina marguccio](#)
-  [cecilia polidori](#)
-  [michele bagnato](#)
-  [Stefania Caporale](#)
-  [aida roseto](#)
-  [Caterina Chiofalo](#)
-  [alessandra baffo](#)
-  [Valentina Startari](#)
-  [DESIGN MANHATTAN - MANHATTAN](#)
-  [andrea luigi stilo](#)
-  [Roberta Cuzzola](#)
-  [Valentina Franco](#)
-  [Antonino Sinieropi](#)
-  [Marina Arillotta](#)
-  [Maria Rita Ollio](#)
-  [Stefania Buccafurri](#)
-  [Carmela Coletta](#)
-  [Elisa Chiara Recupero](#)
-  [Sara Mazzeo](#)
-  [Vincenza Triolo](#)
-  [simona cutri](#)
-  [Anna Di Salvo](#)
-  [Angela Branca](#)
-  [Antonio Belmonte](#)
-  [marco petrolo](#)

ALL IMAGES ON THIS SITE COPYRIGHT ©2013-14 CECILIA POLIDORI OR THEIR RESPECTIVE OWNERS. Modello Simple. Powered by [Blogger](#).