

**DESIGN (PER) SEMIOTICS
CONFERENCE 2024
BOOK OF ABSTRACT**

Roma, 14 giugno 2024

dxs

**DESIGN (PER) SEMIOTICS
CONFERENCE 2024
BOOK OF ABSTRACT**

Roma, 14 giugno 2024



DXS: DESIGN (PER) SEMIOTICS CENTRO STUDI

Il Centro studi su percezione, azione e significazione DxS: Design (per) Semiotics nasce nel gennaio 2024 con i prof. **Massimiliano Napoli** e **Paolo Buonaiuto**, e accoglie ricercatori, docenti e professionisti che trovano nel rapporto tra design e semiotica un modello analitico e operativo in grado di rispondere in modo efficace e flessibile ai temi della contemporaneità. In un mondo ormai orientato alla polverizzazione delle identità, in un milieu post-moderno in via di desertificazione, appare sempre più evidente la necessità di ripensare e attualizzare il rapporto tra individuo e ambiente a partire dalle relazioni di base entro cui percezione, azione e significazione giocano un ruolo fondamentale. In questa prospettiva, il Centro DxS trova la sua ragion d'essere e la sua vision: *pensare e costruire una direttrice di studio, ricerca e progettualità che faccia del rapporto tra percezione, azione e significazione l'elemento cardine dei Sistemi Umani, nonché l'istanza di base per una compenetrazione delle attuali discipline del design e della semiotica.*

Ogni anno, il Centro DxS organizza la **DxS Conference**: una giornata di riflessione e dibattito intorno a un tema annuale che coinvolge docenti, ricercatori, professionisti ed esperti da tutto il mondo. Al termine della DxS Conference potranno esserne pubblicati gli atti in modi e tempi congrui alle attività del Centro DxS.

DIREZIONE

Massimiliano Napoli è laureato in Comunicazione e Teoria dell'Informazione, dottore di ricerca in Scienze filosofico-sociali. Si interessa di processi di significazione e modelli di comunicazione in quelli che possiamo definire Sistemi Umani. Da una prospettiva semio-narrativa che integra aspetti e considerazioni sul piano biologico e cognitivo, analizza dinamiche di senso, linguaggi e forme di espressione nell'ambito dei comportamenti sociali, nel mondo dell'arte e dell'entertainment e nei fenomeni propri delle urban cultures. In particolare, lavora sul concetto di identità, sul rapporto tra individuo e ambiente, sulle forme artistiche "istituzionali" così come quelle espresse nel contesto street.

Insegna Semiotica dell'arte, Teorie della percezione e psicologia della forma e Teoria e tecnica dei nuovi media.

Paolo Buonaiuto è un designer della comunicazione visiva, art-director e visual designer con un'ampia esperienza che abbraccia la fondazione di uno studio multidisciplinare di design (art —bit design&c.) e la consulenza in progetti internazionali di signage e wayfinding per lo studio edgearch Zaidan+associates. Oltre ad essere docente a Roma Tre nel campo di Design e Turismo ha svolto ruoli di rilievo nel contesto accademico come coordinatore del triennio Design for Humans e docente alla RUFA (Rome University of Fine Arts), coprendo diversi moduli di design e progettazione grafica. È stato consulente presso COSMOB Spa. Relatore a prestigiosi eventi come i “Giovedì della Villa” presso Villa Médicis, è anche un attivo membro dell’AIAP, dove ha assunto il ruolo di consigliere nazionale. Distinguendosi per i suoi progetti è stato selezionato per l’ADI Design Index 2018 e ha ottenuto il premio per l’Eccellenza del Design sia nel Lazio che in Lombardia. Autore di influenti saggi sul design cromatico, tra cui “Design delle scelte cromatiche – Impatti visivi, contesti, progettazione grafica” nel libro “Il colore razionale”, Paolo ha inoltre vinto due German Design Awards nel 2024 grazie ai suoi progetti di signage e wayfinding in Arabia Saudita.

CONTACT

info_dxs@art-bit.net

DXS: DESIGN (PER) SEMIOTICS CENTRO STUDI

LA SINERGIA DXS
& ART –BIT

art –bit è una piattaforma virtuale che mette a sistema persone e idee per sviluppare nuove progettualità nell’ambito del design della comunicazione. Fin dalla sua nascita, art –bit “è sinonimo di passione per il proprio lavoro, competenza, apertura al nuovo, rispetto per l’altro” e nasce dalla consapevolezza che “insieme è meglio che da soli”.

Con questo spirito, nel 2024 art –bit si propone al **Centro DxS** come *ala progettuale in grado di supportare quelle ricerche di natura applicativa e sperimentale* che possono diventare determinanti in relazione alla matrice teorica approntata dal Centro studi. In questo senso, riteniamo che la sinergia tra art –bit e il **Centro DxS** rappresenti un possibile modello in grado di fondere con efficacia e solidità aspetti teorici quanto pratici della ricerca, offrendosi a docenti, ricercatori, studenti e professionisti come **potente collettore creativo capace di rispondere ad un’ampio spettro di criticità del contemporaneo.**

DXS: DESIGN (PER) SEMIOTICS CONFERENCE 2024

IL SEGNO TRA REALE E VIRTUALE

Il tema di lavoro che inaugura le attività annuali del **Centro studi DxS:Design (per) Semiotics** e la **DxS Conference 2024** si focalizza sull'analisi del segno nelle sue diverse modalità di esistenza in relazione al panorama contemporaneo che appare caratterizzato da aspetti reali e virtuali in continua compenetrazione e reciproca influenza. In questo III millennio che esprime sempre più (e in forme sempre nuove) taluni fenomeni socio-culturali e tecno-economici di polverizzazione delle relazioni e delle identità, e che appaiono drasticamente determinanti nella prospettiva dell'Umano, riprendere una certa tradizione filosofica ma anche progettuale legata allo studio essenziale del segno ci sembra senza dubbio un programma urgente

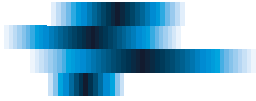
Il mondo virtuale messo in scena dal processo di digitalizzazione delle società, unitamente ai modelli economici g-locali privilegiati dalle economie tecnologicamente e industrialmente più avanzate, sta man mano abbracciando ogni ambito del vissuto, integrandosi al mondo reale con sempre maggiore continuità e profondità. E sono sempre più diffuse le situazioni in cui appare arduo stabilire con chiarezza il perimetro della rappresentazione digitale dell'Umano, le sue funzioni e proprietà entro cui sembra impossibile l'applicazione di approcci relazionali "tradizionali": ci confrontiamo costantemente con identità reali e virtuali al tempo stesso, e le modalità di interazione, così come i dispositivi di senso che mettiamo in gioco, ne assorbono tutti i vantaggi ma anche le criticità. In questa prospettiva, il Centro DxS, attraverso la DxS Conference 2024, vuole aprire uno spazio di riflessione e dibattito con interventi che possono includere campi di studio come la teoria del design e dell'illustrazione, la semiotica generale, visiva e dell'esperienza, la teoria e fenomenologia dell'arte e dei costumi, le scienze della comunicazione e dei nuovi media, la sociologia e antropologia dei processi culturali, la psicologia generale e le neuroscienze cognitive.

Al termine della DxS Conference 2024 saranno annunciate le modalità di pubblicazione degli atti e/o altri materiali, eventi e occasioni correlate al tema di lavoro dell'anno.

PRESENTAZIONE	Massimiliano Napoli, Paolo Buonaiuto.
KEY SPEAKER	Piero Polidoro.
MEMBERS' DESK	Paolo Buonaiuto, Piero Polidoro, Lorenzo De Rita, Alessandra Vitullo, Stefano Mosenà, Marco Aielli, Antonio D'Este.
YOUNG RESEARCHERS	Andrea Boncristiani, Camilla Cannuccia, Giulia Cantini, Giulia Chiriani, Valentina Formiconi, Bianca Marinotti, Angela Martina Alessia Mastrolonardo, Luca Merlini, Cecilia Peleggi, Lorenzo Puzielli, Marzia Votta.



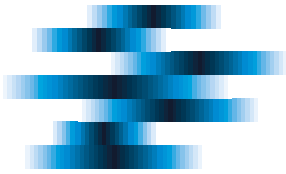
INDEX



Paolo Buonaiuto

Trasmigrazioni di senso:
l'azione come manifestazione del segno.

14



Piero Polidoro

Di scatole nere e ciò che vi accade.
Ovvero: come ho imparato a
non preoccuparmi e ad amare
l'intelligenza artificiale.

18



Lorenzo De Rita

Insignificanza mon amour.

22



Alessandra Vitullo

Religioni digitali:
ridefinire il sacro tra online e offline.

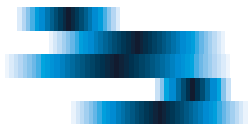
26



Stefano Mosena

Il segno come codice visivo.

30



Marco Aielli
Mappe digitali 2D e 3D:
evoluzione delle funzionalità e impatti
sull'interfaccia utente.

34



Antonio D'Este
La presenza e l'intelligenza
del cuore al servizio del segno.

38



INDEX



Andrea Boncristiani

Grafica istintuale: la misura del bello nell'anti-progettazione.

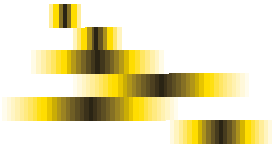
44



Camilla Cannuccia

Non premere quel pulsante rosso!

48



Giulia Chiriani

Dalla calligrafia alla tipografia digitale: riflessioni su un segno in evoluzione.

52



Bianca Marinotti

Il suono del segno: il visuale in musica.

56



Angela Martina Alessia Mastrodonardo

Al di qua e al di là dell'occhio.

60



Luca Merlini

L'ipersegno come nuova identità sensibile.

64



Cecilia Peleggi

La closure come spazio di simulazione mentale.

68



Lorenzo Puzielli

La potenzialità creativa della noia.

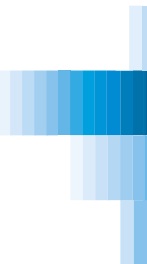
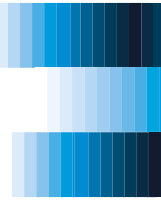
72



Marzia Votta

La distanza percettiva nella tecnologia immersiva.

76





MEMBERS' DESK

PAOLO BUONAIUTO

TRASMIGRAZIONI DI SENSO

L'AZIONE COME MANIFESTAZIONE

DEL SEGNO



TRASMIGRAZIONI DI SENSO: L'AZIONE COME MANIFESTAZIONE DEL SEGNO. PAOLO BUONAIUTO


Keywords

Segno, comunicazione, tecnologia e media digitali, dicotomie di senso, human-centered design, responsabilità dei designer.

Abstract

L'intervento intende approfondire il ruolo del segno nella comunicazione e interazione quotidiana, sottolineando la sua essenzialità nel trasmettere significati in varie forme – parole, immagini, gesti. Il testo si sofferma sulla distinzione tra reale e virtuale, definendo il primo come indipendente dalla percezione umana, e il secondo come un prodotto tecnologico non fisico. La trattazione evidenzia come i segni nel virtuale influenzino la percezione e comportamento umano, suggerendo che la realtà virtuale modella le nuove modalità di interazione sociale e culturale. L'intersezione di tecnologia e semiotica modella il nostro approccio ai media digitali, inducendo riflessioni sulla natura e l'agire delle immagini, come argomentato da Georges Didi-Huberman. L'articolo esplora come le immagini virtuali fungano da ponti tra realtà e virtualità, rivelando verità storiche e culturali tramite la loro capacità di evocare e svelare l'invisibile. Questo dibattito si estende alla discussione su come il design grafico e la semiotica possono essere utilizzati per indagare e sfruttare il confine sfumato tra il reale e il virtuale, stimolando così la visione e l'immaginazione in un mondo digitale sempre più pervasivo. Attraverso anche le citazioni delle teorie di Paul Virilio e Tomás Maldonado sulla velocizzazione della realtà e la produzione della realtà attraverso la tecnologia, rispettivamente, si discute l'impatto di queste teorie sulle percezioni contemporanee del tempo e dello spazio, e sulla continua trasformazione delle nostre esperienze quotidiane.

Anche il lavoro con gli Isotype di Neurath, Reidemeister e Arntz viene menzionato come esempio di come i segni possono essere utilizzati per una comunicazione visiva efficace e universale, sottolineando l'importanza del design nella semplificazione e nella trasmissione di dati complessi. Vengono oltremodo analizzate diverse dicotomie che illustrano l'intreccio tra il reale e il virtuale nel design grafico e nella comunicazione visiva.



Queste dicotomie, tra cui Pieno/Vuoto, Statico/Dinamico, e Naturale/Artificiale, servono a dimostrare come i designer possano sfruttare questi contrasti per creare esperienze vive che collegano efficacemente questi due mondi apparentemente opposti. L'autore conclude ponendo questioni cruciali sulla responsabilità dei designer di navigare consapevolmente questo paesaggio in evoluzione, bilanciando innovazione tecnologica con sensibilità critica verso gli effetti di tali tecnologie sulla percezione umana e interazione. Si pone l'accento sulla necessità di un design che sia non solo funzionale ed estetico, ma anche eticamente consapevole e human-centered, per garantire che il virtuale arricchisca la realtà senza soppiantarla.

Biografia

Paolo Buonaiuto dirige art –bit design&c., uno studio di visual design e comunicazione che gestisce l'intero processo di produzione della comunicazione visiva, dal design del brand all'immagine coordinata, promuovendo i valori identitari in ambito istituzionale, museale, culturale e di prodotto, con particolare attenzione alla segnaletica e al wayfinding.

È professore di Graphic Design e Colore del Graphic Design presso RUFA (Rome University of Fine Arts). Insegna anche Design e Turismo all'Università Roma Tre nel Master in Lingue e Comunicazione Interculturale nel Turismo. È membro professionista senior di AIAP dal 2007, dove ha ricoperto vari ruoli tra cui quello di consigliere nazionale.

Tra i suoi progetti chiave si annoverano l'identità visiva e la segnaletica per musei prestigiosi come Galleria Borghese e il Museo Nazionale di Castel Sant'Angelo, la comunicazione visiva per il Padiglione Italiano alla Biennale di Venezia, e progetti di wayfinding per il Ministero degli Esteri dell'Arabia Saudita e il terminal passeggeri dell'aeroporto di Ndola in Zambia. È stato riconosciuto come "Creative Designer" dalla Regione Lazio e ha ottenuto l'ADI Design Index per il progetto visivo della Rome International Graphic Design Week.

PIERO POLIDORI

DI SCATOLE NERE,

CIO CHE VI ACCADE:

OVVERO, COME HO IMPARATO

A NON PREOCCUPARMI

E AD AMARE

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE



DI SCATOLE NERE E CIÒ CHE VI ACCADE. OVVERO: COME HO IMPARATO A NON PREOCCUPARMI E AD AMARE L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE.

PIERO POLIDORO

Keywords

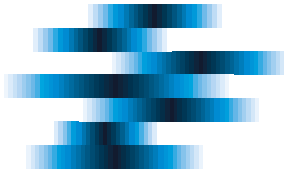
Intelligenza artificiale generativa, algoritmi, epistemologia.

Abstract

Quando si parla di intelligenza artificiale, e in particolare di intelligenza artificiale generativa, spesso l'approccio è quello di considerarla una "black box", cioè una scatola nera in cui avvengono cose che non possiamo comprendere (o che la maggior parte di noi non può comprendere). Capiamo che dando un certo input possiamo ottenere un certo output, ma non rinunciamo a comprendere come questo possa avvenire. Parlare di scatole nere non è una novità, né nel campo dell'IT né in quello più generale della tecnologia, e da un certo punto di vista è anche un ragionevole e salutare approccio epistemologico e metodologico.

Eppure con l'intelligenza artificiale sembra esserci stato un passaggio di livello: oggi non solo la maggior parte delle persone che usano una tecnologia non vuole o non può sapere come funzioni quella tecnologia, ma – si dice – anche gli stessi esperti che quella tecnologia l'hanno creata o la gestiscono, ignorano quali siano i suoi processi interni. Questa è una tesi affascinante, che certamente ci pone di fronte a uno scenario completamente nuovo e in un certo senso giustifica quel senso di smarrimento e addirittura inquietudine che spesso proviamo di fronte a questi argomenti. Ma non è detto che sia una tesi corretta o accurata. Che cosa significa dire che un sistema di intelligenza artificiale è opaco anche ai suoi stessi gestori? Siamo sicuri che ci sia davvero una scatola nera finale, che nessuno può aprire? Sarà interessante indagare questi aspetti, per sfatare alcuni possibili miti sull'intelligenza artificiale, sulla sua imperscrutabilità e su quelli che potrebbero essere i suoi sviluppi futuri. D'altro canto, però, è innegabile che l'approccio portato da queste tecnologie abbia cambiato, anche dal punto di vista epistemologico, il modo in cui guardiamo a certi problemi, come quello del linguaggio verbale, o quello della creatività.

Nella seconda parte di questo intervento, partendo dal ragionamento svolto nella prima parte, cercheremo di comprendere



cosa può insegnarci il successo delle intelligenze artificiali generative rispetto alle teorie del linguaggio su cui abbiamo lavorato finora. E quale impatto questo possa avere sul modo in cui non solo studiamo le forme di comunicazione, ma agiamo in esse, progettando e creando.

Biografia

Piero Polidoro è professore ordinario di Semiotica presso l'Università LUMSA di Roma, dove dirige il corso di laurea magistrale in Comunicazione, Innovazione ed Experience design. Si è laureato presso la Sapienza di Roma e ha conseguito il dottorato di ricerca in Semiotica con Umberto Eco e Patrizia Violi presso l'Università di Bologna; successivamente ha svolto una ricerca di post-dottorato presso l'Istituto di Scienze umane di Firenze (ora parte della Scuola Normale Superiore) sotto la guida di Omar Calabrese. I suoi principali campi di interesse sono la semiotica generale e visiva, la narrazione, i media digitali (ma lui preferisce chiamarli computazionali) e la user experience.

Lorenzo De Rita · Esperto in comunicazione e docente di ingegneria delle idee.

LORENZO DE RITA
INSIGNIFICANZA
MON AMOUR!



INSIGNIFICANZA MON AMOUR. LORENZO DE RITA


Keywords

Senso, senza senso, sensibilità, sensazione.

Abstract

Preparatevi a passare venti minuti assolutamente insignificanti in compagnia di uno che di semiotica e di design ne capisce meno di zero. Al punto da credere - e voler far credere - che il triangolo semiotico sia composto non da tre lati, ma da quattro: quelli del significato, del significante, della significazione e anche quello dell'insignificanza. L'insignificanza è il lato meno conosciuto di quel triangolo, anche perché è quasi invisibile; appare solo quando le relazioni tra i tre lati del triangolo per qualche motivo si interrompono, si complicano, si ingarbugliano (proprio come succede alle relazioni interpersonali) e così facendo finiscono per far perdere il significato alle cose che, appunto, diventano insignificanti. Cose che a quel punto riescono a comunicare solo la loro incapacità di comunicare. Perché se è vero che un segno è qualcosa che rimanda a qualcos'altro, un significato che significa un'altra cosa, quando una cosa non significa nulla, al nulla solo può rimandare, come una eco che propaga il vuoto di cui si circonda. Allargandolo all'infinito. Di questa "insignificanza" la nostra società ne è piena fino al collo. Basti pensare ai messaggi commerciali sempre più incomprensibili e assurdi, o alla banalità noiosa e senza rischi della comunicazione politica o anche a quell'ammasso di monologhi-dialoganti che sono la conversazione globale che avviene sui social networks. E più in generale la perdita di senso nel nostro lavoro, nelle nostre relazioni interpersonali, nel flusso stesso delle nostre giornate è sempre più tangibile e sempre meno gestibile. Lamentarsene è facile.

E infatti, è quello che fanno tutti. Sbagliando. Perché dare la colpa di tutto alla relazione sgangherata tra i lati dei nostri personali triangoli, non fa altro che rendere più presente ed evidente la mancanza di significato intorno a noi, quasi legittimandola. Ma è sbagliato anche per un altro motivo. Chi si occupa di immaginazione e di fantasia (di segni quindi) invece di criticarla dovrebbe amare questa insignificanza. Perché qualsiasi processo creativo



parte proprio da lì. Da cose minuscole, non importanti, vuote, invisibili; cose che aspettano solo noi e la nostra fantasia, la nostra attenzione emotiva per trovare un senso nuovo. L'insignificanza è il potenziale della meraviglia.

Biografia

Lorenzo De Rita è nato a Roma 56 anni fa, attualmente vive tra Roma e Amsterdam dove dirige The Soon Institute, un osservatorio sul futuro prossimo che studia nuove forme di comunicazione e prototipi di modelli per la società che verrà. Prima di occuparsi di innovazione e di comunicazione sperimentale, De Rita è stato Direttore Creativo di Colors Magazine (Benetton Group) e prima ancora ha avuto una lunga carriera nell'advertising trascorsa tra Roma, Milano, New York, Parigi e Amsterdam. Oggi De Rita è spesso in aule universitarie in Italia e all'estero come Visiting Professor di materie inventate da lui: Ingegneria delle Idee, Chimica della Fantasia, Imagenetics. Il suo ultimo progetto si chiama The Phosphorescent Room, il primo "Centro Studi sull'Immaginazione" in Italia. Uno spazio completamente dedicato a studiare, insegnare e sperimentare nuove forme di immaginazione, con l'obiettivo di rigenerare e riaccendere in aziende, istituzioni pubbliche e individui la voglia (l'energia mentale) di usare la propria fantasia per pensare l'impensabile e immaginare cose inimmaginabili.

ALESSANDRA VITULLI

RELIGIONI DIGITALI

RIDEFINIRE IL SACRO

TRA ONLINE:

E OFFLINE:

↘ RELIGIONI DIGITALI. RIDEFINIRE IL SACRO TRA ONLINE E OFFLINE. ALESSANDRA VITULLO

Keywords

Digital religion, internet, spazi sacri.

Abstract

«Le pratiche religiose quotidiane nelle città postsecolari possono collocarsi nei luoghi più inaspettati», scriveva il sociologo Massimo Rosati, sottolineando come anche le liturgie alla televisione, o le chatroom ponessero una nuova sfida alle istituzioni religiose: «può uno spazio sacro esistere nel cyberspazio?» era la domanda che il sociologo poneva.

Questo contributo tenta di delineare i contorni di una risposta. A distanza di quasi trent'anni dal suo esordio, lo studio della "digital religion", infatti, non è più considerata una bizzarra moda delle scienze umane, o un vezzo metodologico; al contrario, l'intensificarsi di gruppi religiosi che cercano di trasferire le loro pratiche, i loro linguaggi, le loro comunità, nell'ambiente digitale, hanno dimostrato saper riflettere cambiamenti sociali più ampi, legati non solo progresso tecnologico, ma anche alle trasformazioni del modo di vivere la religiosità da parte degli individui.

Le circostanze di emergenza sanitaria hanno di fatto rinforzato tali evidenze, sottolineando come molti fenomeni sociali e culturali presenti nel virtuale non siano meno reali di, o svincolati da, quelli legati all'ambiente offline, e nella loro analisi, lo studioso più attento non può certamente trascurare questo loro manifestarsi onlife.

Biografia

Alessandra Vitullo è ricercatrice e docente presso la Sapienza Università di Roma dove insegna Sociologia della comunicazione e Sociologia della migrazione. È responsabile scientifica del Laboratorio Religioni e Mutamento Sociale presso il dipartimento SARAS dell'Università Sapienza e co-direttrice del Network for New Media, Religion and Digital Cultures, presso la Texas A&M University. È stata ricercatrice e visiting scholar presso diverse università e centri di ricerca quali l'Università degli Studi di Milano "Bicocca", la Fondazione Bruno Kessler a Trento, la Texas A&M University, Uppsala University e la KU Leuven. Il suo ultimo libro "I Religionauti. Studiare l'homo religiosus al tempo del web" è stato pubblicato da Morcelliana nel 2021.

Stefano Mosena · Accademia di Belle Arti di Perugia Pietro Vannucci.

STEFANO MOSENA
IL SEGNO
COME CODICE:
VISIVO



IL SEGNO COME CODICE VISIVO.

STEFANO MOSENA

Keywords


Mesopotamia, Altamira, codice, incisione, traduzione, aura, immagini, Morandi, Hartung, Kiefer, AI, autore.

Abstract

Il segno è ed esprime da sempre un bisogno primordiale di comunicazione, la storia è un racconto fatto attraverso simboli che vogliono rappresentare; quando il gesto acquisisce una qualità linguistica? Il codice dell'arte non si colloca lontano rispetto a quello musicale, dove la nota è decodificata attraverso la scrittura che ne esprime il tempo: l'intensità e la durata.

Questa indagine proverà attraverso una infografica a chiarire l'importanza del linguaggio visivo, dalle sue regole, l'oggettività del codice e il suo percorso nel tempo. Cosa rende diversi due quadri di uno stesso periodo storico, e cosa c'è oltre l'effetto retinico della pittura: imparare, apprendere questo linguaggio è alla base per chi vuole comunicare attraverso le arti visive. I primordiali disegni delle grotte di Altamira non hanno un significato estetico, ma comunicativo, i segni incisi nelle tavolette d'argilla della Mesopotamia servivano per riportare o per annotare dei calcoli, erano svincolati da valori grafici. Il fonema quindi, diviene segno codificato per esprimere pensieri, conti, parole, oggetti, significati. In questo percorso incontreremo il segno inciso, la sua origine collocata nella storia d'oriente, ci permetterà di riflettere sul veicolo della stampa intesa come traduzione dell'opera e sul concetto di originale, passando attraverso la spiegazione dell'immagine e dell'aura insita nell'opera d'arte.

Si toccheranno i temi della riproduzione, dell'originale, della comunicazione grafica e dell'unicità imprescindibile del segno, strumento di comunicazione identitario. Si ribadirà quindi l'importanza di quell'operazione intellettuale che è la rappresentazione del sé, attraverso il segno, mettendo in evidenza artisti quali Morandi, Hartung e Kiefer, che con modi diversi certificano il primato di un gesto che non vuole tradurre ma trovare una espressione attraverso la dinamica, il tempo e l'intenzione. Tutto questo ci serve per ribadire un concetto fondamentale in un tempo domi-



nato dalle AI, l'idea è la fonte del linguaggio, si esprime attraverso la sensibilità umana con un codice mutevole, che parla la lingua di un singolo individuo/autore.

Biografia

Stefano Mosena nasce a Roma 18 /11 del 1977, si diploma in Pittura all'Accademia di Belle Arti di Roma. Collabora con l'Istituto Centrale per la Grafica dal 2003 al 2011. Con l'Enciclopedia Nazionale Treccani dal 2007 al 2010. È docente a contratto presso l'Accademia di Belle Arti di Roma dal 2010 al 2021.

Attualmente è docente di ruolo presso l'Accademia di Belle Arti di Perugia "Pietro Vannucci" per il settore di Grafica d'Arte dove insegna dal 2013. Si citano le seguenti mostre: 54° Esposizione d'Arte Internazionale della Biennale di Venezia presso Padiglione Italia alle Corderie dell'Arsenale di Venezia, 2011; "Arte Italiana" 1968-2007 Milano Palazzo Reale a cura di Vittorio Sgarbi e Maurizio Sciacaluga; "Vade Retro" curata da Vittorio Sgarbi ed Eugenio Viola presso palazzo della Ragione a Milano; "Mi Art 2007" mostra "Indicativo presente" a cura di Alessandro Riva, Luca Beatrice, Maurizio Sciacaluga, Milano; Premio Michetti, Fondazione Michetti mostra dal titolo "Alimento dell'Anima" a cura di Tiziana D'Acchille.

Marco Aielli · Progettista multimediale.

MARCO AIELLI

MAPPE DIGITALI 2D E 3D

EVOLUZIONE DELLE FUNZIONALITÀ

E IMPATTI

SULL'INTERFACCIA UTENTE



MAPPE DIGITALI 2D E 3D: EVOLUZIONE DELLE FUNZIONALITÀ E IMPATTI SULL'INTERFACCIA UTENTE. MARCO AIELLI

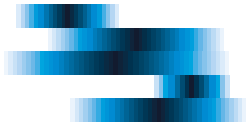
Keywords

Cartografia digitale, mappe, 2D, 3D, simulazione, esperienza, utente, design dell'interfaccia, sistema informativo geografico.

Abstract

Le mappe informatiche sono strumenti vitali per una vasta gamma di attività e servizi, che spaziano dal turismo alla gestione ambientale e alla sanità. Grazie alla loro precisione nel fornire dati geografici, sono diventate indispensabili per numerosi settori industriali. Anche gli utenti non professionali sono ormai abituati a usare questi servizi quotidianamente, rendendo necessario un costante miglioramento delle interfacce e delle funzionalità disponibili. Negli ultimi anni, il passaggio dalle mappe bidimensionali a quelle tridimensionali ha avuto un impatto significativo sulle interfacce utente e sull'interazione con questi strumenti digitali. Tali cambiamenti sollevano la necessità di condurre ulteriori ricerche per comprendere appieno tali dispositivi e la percezione che gli utenti hanno di essi. Ci proponiamo quindi di esaminare le differenze dal punto di vista dell'interfaccia e della percezione dell'utente fra mappe 2D e 3D, con un'attenzione particolare ai cambiamenti semiotici che si verificano nel passaggio da un formato all'altro. Ipotizziamo infatti che una delle implicazioni di tale evoluzione sia un cambio di paradigma, che porta in direzione di un modello simulativo piuttosto che uno rappresentativo, e che mette in evidenza le caratteristiche spettacolari piuttosto che quelle informative.

Lo studio si propone dunque di verificare le differenze di design fra le mappe bidimensionali e quelle tridimensionali attraverso una breve disamina della letteratura scientifica sul tema e un'analisi di interfaccia e user experience dei principali servizi commerciali di mappe, fra quelli che prevedono esplorazione geografica attraverso modelli tridimensionali. Ci aspettiamo che i risultati di questo studio preliminare forniscano una panoramica iniziale delle differenze nell'uso e nella percezione delle mappe 2D e 3D, identificando potenziali aree di interesse per ricerche future, come primo passo verso una maggiore comprensione delle



modalità comunicative degli strumenti di cartografia digitale e fungere da base per approfondimenti futuri.

Biografia

Marco Aielli è laureato in Arti e Scienze dello Spettacolo presso l'Università La Sapienza di Roma, con una tesi sulla performance poetica nella Lingua dei Segni, ed ha conseguito un master in Ingegneria del suono presso l'Università degli Studi di Roma 'Tor Vergata', con una tesi sull'estrazione di informazioni concettuali da testi per creare un ambiente di sonificazione. Ha tenuto per vari anni i corsi "Tecniche di scrittura del suono e delle immagini digitali", "Montaggio Audio" e "Audio Production-Fonica" presso l'Università degli Studi di Roma 'La Sapienza' ed è un esperto nel campo dell'audiovisivo e della tecnologia, con una vasta esperienza in progetti per importanti aziende del settore IT e multimediale. La sua carriera è stata dedicata all'intersezione tra informatica, prodotti multimediali e design dell'esperienza utente; attualmente è consulente per l'informatica, l'audiovisivo e le esplorazioni digitali dei beni culturali. Ha esperienza nel campo dell'audiovisivo della programmazione, con competenze in vari linguaggi di programmazione e tecnologie web, ha sviluppato applicazioni per dispositivi mobile ed ha lavorato su progetti di fotogrammetria ed esperienze virtuali 3D.

Antonio D'Este · Esperto in web marketing & counselor olistico.

ANTONIO D'ESTE:
A PRESENZA
DELL'INTELLIGENZA DEL CUORE:
AL SERVIZIO
DEL SEGNO



LA PRESENZA E L'INTELLIGENZA DEL CUORE AL SERVIZIO DEL SEGNO. ANTONIO D'ESTE


Keywords

Presenza, ascolto, cuore, segno, sistemico, esplorazione, sentire.

Abstract

Il confine tra reale e virtuale diventa ogni giorno più sottile e anche il gesto creativo, inevitabilmente, ne viene influenzato da più punti vista. La fusione tra semiotica e design, l'arte di creare soluzioni funzionali ed esteticamente piacevoli, crea il complesso e ricco mondo dei segni che, oltre a comunicare informazioni, trasmettono emozioni e valori. Partendo proprio da quest'ultimo aspetto diventa sempre più importante scoprire punti di riferimento ancora più profondi, che supportino e potenzino il gesto creativo stesso. Una ricerca che in modo trasversale e fuori dai canoni tradizionali, riconduca al concetto di centratura nel CUORE, come vero e proprio spazio metaforico, ma non solo, di presenza e intelligenza. Partire dal CUORE e dalla sua intelligenza/forza può infondere nel campo della creatività un'energia trasformativa e rivoluzionaria di grande impatto, potenziandone coerenza, efficacia e soprattutto autenticità. Evidenze scientifiche (HeartMath Institute - Istituto di matematica del Cuore di Boulder Creek, in California, collegato all'Università di Stanford) dichiarano che il Cuore ha una sua potentissima comunicazione energetica, ha un campo elettromagnetico cinquemila volte più forte di quello del cervello e si estende intorno al nostro corpo fino a una distanza di circa quattro metri. Il Cuore trasmette al cervello molti più stimoli di quanti ne riceva. L'applicazione pratica di alcune tecniche molto facili da assimilare, ma che richiedono un po' di cura e predisposizione ad un ascolto profondo, possono apportare un'enorme differenza nella realizzazione di progetti di design in quanto permettono di accedere ad uno spazio di ispirazione universale ancora più grande.

Affinando la capacità di "sentire" un segno all'interno di questo campo espanso di consapevolezza, sarà possibile sbloccare una riserva più profonda di ispirazione. Partendo da questo spazio e inoltrandosi in una visione più ampia attraverso l'utilizzo delle rappresentazioni sistemiche, si potrà accedere a una sorgente



universale di ispirazione, superando limitazioni e infondendo ai progetti una maggiore risonanza e significato. Le rappresentazioni sistemiche sono un potentissimo metodo di simulazione ed esplorazione fenomenologico/esperienziale dei sistemi che si colloca nella panoramica della scuola di Palo Alto, della Gestalt e della terapia familiare. (Bert Hellinger > Costellazioni Familiari ('80) - Analisi delle organizzazioni > Gunthard Weber - Coaching e consulenza manageriale Matthias Varga von Kibed e Insa Sparrer) Poterle applicare mentre si attua un processo creativo permette di anticipare e vivere in modo esperienziale la time line progettua- le, valutando le risorse a disposizione e quelle da recuperare per ottenere il risultato desiderato. Guardiamo avanti con speranza e ispirazione verso un mondo in cui i segni, guidati dall'intelligenza del Cuore e posti in una prospettiva sistemica, possano comunicare messaggi di bellezza, significato e trasformazione.

Biografia

Diploma commerciale & marketing, formazione aziendale, mentori eccellenti. Manager e imprenditore. 1990 Area Manager EU per Mantero Spa e brand internazionali, fonda 2 aziende fashion. 2000 italianmoda.com marketplace dell'export made in Italy, per il Financial Times tra le start up europee più innovative. 2002 know how sharing con stilisti emergenti: moda e web made in Italy. 2010/2017 durante l'esperienza nel mondo IT e della BI per pmi e gruppi retail, incontra il Buddismo, la meditazione e Attilio Piazza, così si avvicina al mondo olistico applicato a temi HR e formativi. 2021 Pubblica Personal Brandness il primo metodo non convenzionale dedicato a tutti coloro che desiderino sviluppare professione e brand personale in modo autentico, attraverso un profondo processo di auto conoscenza. Sviluppa workshop dedicati ad aziende e vari istituti formativi tra i quali il Rufa University Roma. Oggi consulente di direzione e formatore, si dedica al benEssere delle organizzazioni, alla leadership consapevole e all'integrazione human/digital. Utilizza l'approccio sistemico facilitando processi creativi d'innovazione e cambiamento.





YOUNG RESEARCHERS

Andrea Boncristiani · Teoria della comunicazione visiva
aboncristiani@gmail.com

**ANDREA
BONCRISTIANI
GRAFICA ISTINTUAL:
LA MISURA DEL BELLO
NELL'ANTI-PROGETTAZIONE**



GRAFICA ISTINTUALE: LA MISURA DEL BELLO NELL'ANTI-PROGETTAZIONE.

ANDREA BONCRISTIANI

Keywords

Grafica vernacolare, progettazione, bello, brutto, interessante, grafica istintuale.

Abstract

Con il presente contributo si vuole comprendere se e in che misura si può parlare del Bello nella grafica istintuale. Si procederà anzitutto offrendo una possibile definizione del termine “grafica vernacolare” (Tiziano Manna 2010) e quali artefatti ne costituiscono il corpus. In seguito, si individuerà una categoria all’interno di questo insieme, caratterizzata da una progettualità che chiameremo “istintuale”, talvolta giudicata negativamente, specialmente all’interno della comunità dei designer, poiché contraria ai canoni del buon design svizzero ed evidente nell’articolo *cult of ugly* scritto da Steven Heller in *Eye Magazine*.

La grafica istintuale, dal nostro punto di vista, può essere inquadrata come una anti-progettualità in cui spesso l’esecutore è all’oscuro dei canoni definiti del buon design. Di fatto, essa è guidata dall’istinto di comunicare un messaggio attraverso il suo artefatto comunicativo, nel quale la parte plastica è una risultante del libero background esperienziale, avulsa da un contesto disciplinare vero e proprio.

Le modalità secondo le quali gli abitanti di una specifica località geografica si interfacciano con tali artefatti, talvolta, hanno consolidato un framing ben preciso che non conduce più ad esser colpiti dall’oggetto proprio bensì un modello comunicativo monotono e quindi, potremmo dire, poco “interessante” reso evidente dalla costituzione di una sorta di “pulviscolo grafico cittadino” in grado di esprimere una dimensione strettamente umana e, in una certa misura, naturale della produzione visiva nel contesto urbano. Procederemo, dunque, con la definizione di quello che è un buon progetto grafico, analizzando artefatti che seguono i canoni del *Graphic Design* svizzero e dell’*international style*, e li confronteremo con i prodotti che seguono invece il “progetto istintuale”, in modo da provare ad individuare un set codificato di regole di definizione per questo “stile”. In questo

senso, proporremo una nuova concezione del Bello , seguendo le orme di Ralph Waldo Emerson , in particolare nell'affermazione: “Il segreto della bruttezza non consiste nell'irregolarità, ma nell'essere poco interessanti” (1860).

A partire da queste argomentazioni , potremmo dire che il Modernismo, come affermava Steven Heller in un suo intervento in *Eye Magazine* , ha creato una ricetta per la mediocrità. Se ci si scardina, dunque, dal canone del buon Graphic Design , la situazione potrebbe ribaltarsi vertiginosamente e così la “brutta” grafica istintuale potrebbe diventare, in una certa misura, genuinamente Bella.

Bibliografia

Manna T., 2010, *Appunti sulla grafica vernacolare*, in *independent.academia.edu*, online.

Heller S., 1993, *Cult of the ugly*, in *Eye magazine*, online.

J. Syquia, 2021, *A Post/Colonial And De/Colonial Filipino Graphic Design Maximal Manifesto*, Rhode Island School of Design degree project, Providence.

Negro A., 2012, *Dentro il disegno L'attività grafica nella scuola dell'infanzia*, Provincia autonoma di Trento, Trento.

Kinross R., 2023, *Tipografia Moderna*, Scritture e Zabar, Bari.

Vignelli M., *Il canone Vignelli*, Postmedia Books, Milano.

P. Pasolini, 2014, *Ragazzi di vita*, Garzanti, Milano.

Biografia

Andrea Boncristiani è uno studente del corso di Graphic Design presso la Rome University of Fine Arts. Nel corso degli anni ha sviluppato un forte interesse nell'ambito della comunicazione visiva. Dal gennaio 2024 è membro del gruppo Young Researchers del Centro studi DxS: Design (per) Semiotics, dove ha approfondito il tema della grafica vernacolare sviluppando una particolare attenzione nell'ambito dell'anti-progetto. Nel 2024 vince il concorso per la realizzazione del logo per la 74a Assemblea Nazionale di Federalberghi.

Camilla Cannuccia · Grafica e comunicazione visiva
camillacannuccia@gmail.com

**CAMILLA
CANNUCCIA
NON PREMERE:
DEL PULSANT:
ROSSO!**



NON PREMERE QUEL PULSANTE ROSSO! CAMILLA CANNUCCIA

Keywords

Flow, affordance, percezione, esperienza visiva, cognizione, progettazione grafica.

Abstract

In questo contributo, esporremo alcune riflessioni su flow e affordance nella progettazione grafica, in merito alla sua dimensione esperienziale. Cercheremo di individuare quelle componenti che più influiscono sull'efficacia emotiva e sensibile di un prodotto visivo. A tal proposito, metteremo in campo due concetti che ci sembrano particolarmente utili: quello di flow, così come ci viene offerto dallo psicologo Mihaly Csikszentmihalyi (1975, 1997), in relazione al concetto di affordance (Gibson 1979). L'obiettivo è stabilire una cornice analitica utile a comprendere in che modo, all'interno del processo di progettazione grafica, sia possibile creare esperienze visive coinvolgenti, fluide e soddisfacenti in termini esperienziali.

Difatti, Mihaly Csikszentmihalyi descrive il flow come uno stato mentale di massima concentrazione e coinvolgimento in una specifica attività, caratterizzato da una sensazione di controllo e padronanza. Per affordance, invece, James J. Gibson intende quelle peculiari proprietà degli oggetti (fisici e non) che suggeriscono ad un generico utente un quadro di azioni appropriate ai fini dell'interazione. Queste ultime, secondo la nostra ipotesi, appaiono particolarmente cruciali per stabilire le condizioni pratiche nell'esperienza del flow, facilitando (e, in una certa misura, migliorando) l'interazione ottimale, anzitutto percettiva, tra persona e oggetto. In questo senso, è facile intuire come l'analisi e la selezione di elementi grafici, cromie, composizioni, tipografie, ecc., influenzi in modo determinante i meccanismi percettivi, guidando il lettore nell'interazione (anzitutto visiva) con l'oggetto in uno stato di immersione e coinvolgimento esperienziale completo. A tal proposito e in conclusione, esporremo alcune implicazioni di questa prospettiva sulla pratica della progettazione grafica e i suoi possibili campi di applicazione, attraverso la breve analisi di alcuni esempi.



Bibliografia

Csikszentmihalyi M., 1975, *Play and intrinsic rewards*, in *Journal of Humanistic Psychology*, 15(3), 41–63.

A: senza autore, 1997, *Finding flow. The psychology of engagement with everyday life*, Basic Books, New York.

Gibson, J.J., 1979, *The ecological approach to visual perception*, Houghton Mifflin, Boston.

Biografia

Camilla Cannuccia studia Grafica e Comunicazione visiva presso il Quasar Institute For Advanced Design. Da marzo 2024 è membro del gruppo Young Researcher presso il Centro studi DxS: Design (per) Semiotics, dove studia teoria della percezione e psicologia della forma, applicata nell'ambito del graphic design. Nello specifico si occupa di approfondire il modo in cui le teorie di flow ed affordance possano divenire degli strumenti efficaci ed innovativi nel campo della progettazione grafica per creare esperienze più coinvolgenti, fluide e soddisfacenti per gli utenti.

Giulia Chiriani · Teoria della comunicazione visiva
giuliachiriani@gmail.com

**HULLA
CHRIAN
DALLA CALLIGRAFIA
ALLA TIPOGRAFIA DIGITALE:
RIFLESSIONI SU UN SEGNO
IN EVOLUZIONE:**

↘ DALLA CALLIGRAFIA ALLA TIPOGRAFIA DIGITALE: RIFLESSIONI SU UN SEGNO IN EVOLUZIONE. GIULIA CHIRIANI

Keywords

Società, calligrafia, tipografia digitale, stampa a caratteri mobili, errore, ciclicità.

Abstract

Con l'avvento delle nuove tecnologie, la tipografia ha attraversato delle trasformazioni significative, riflettendo e contemporaneamente influenzando le dinamiche sociali. Questi cambiamenti hanno suscitato reazioni, manifestando in questo ambito diversità di prospettive e approcci nei confronti dell'innovazione tecnologica. Il presente contributo si propone di evidenziare come dinamiche e strutture sociali intervengano nella ricerca e nell'applicazione delle tecniche di stampa, in particolar modo nell'utilizzo della tipografia, e, al contempo, supportino specifiche prospettive teoriche in questo campo di studi. Si dedicherà, inoltre, una particolare attenzione al concetto di "errore" in ambito tipografico. Verrà analizzato anzitutto il pensiero di Eric Gill il quale, analogamente a quanto affermato da William Morris, evidenzia meccanismi e critiche rispetto ai nuovi sistemi di stampa a caratteri mobili, ponendo al centro del dibattito i processi di industrializzazione e produzione di massa. In questo senso, egli sostiene una posizione che assegna alla calligrafia un ruolo centrale rispetto alle dinamiche creative e autoriali, a differenza della stampa seriale che tende a perdere tali tratti a vantaggio, invece, della rapidità e dell'efficienza produttiva.

Di altro avviso, Jan Tschichold rigetta la "vecchia tipografia" a favore della "Nuova tipografia" (cfr. Tschichold 1928) che tende a privilegiare la chiarezza del testo espresso tramite i caratteri lineari, laddove i tradizionali ornamenti della vecchia tipografia potevano spesso minacciarne la leggibilità. Questa posizione, però, verrà da egli stesso rimessa in discussione negli anni Sessanta, sottolineando l'evidente povertà processuale della tipografia "sperimentale" che, per molti versi, rifletteva una «insoddisfazione per l'esistente» (Tschichold 1966, in Falcinelli 2022: 133). Sarà interessante analizzare, infine, come, con l'avvento del computer, il type design subisca un processo di democratizzazione sep-

pur tornando nell'alveo di operatori specializzati nel campo della grafica. Questo aspetto, in particolare, è stato ben esaminato da Muriel Cooper e successivamente ripreso da Zuzana Licko e Rudy VanderLans; questi ultimi, alla fine del secolo scorso, torneranno ad evidenziare come la progettazione tipografica si sia notevolmente ampliata, richiedendo – come già anticipato da Tschichold – meno competenze e specializzazioni.

In definitiva, riprendendo il discorso di April Greiman sul valore dell'errore nelle applicazioni delle nuove tecnologie in ambito tipografico, si sosterrà come l'esattezza dell'apparato tecnico contemporaneo ricerchi, in qualche modo, una sorta di autenticità proprio attraverso quelle componenti che tentano di imitare l'artigianalità del tempo.

Bibliografia

Tschichold J., 1928, *Die neue Typographie, Ein Handbuch für zeitgemäß Schaffende*, Verlag des Bildungsverbandes der deutschen Buchdrucker, Berlino.

Tschichold J., 2022 [1966], «L'importanza della tradizione in tipografia», in Falcinelli R. (cura), *Filosofia del graphic design*, Einaudi.

Gill E., 2019 [1931], *Saggio sulla tipografia*, Ronzani Editore.

Cooper, M., 1989, *Computers and design*, in *Design Quarterly*.

Licko Z. & VanderLans R., 1989, *Ambition/Fear*, in *Emigre*, 11.

Greiman A., 1990, *Hybrid Imagery: The Fusion of Technology and Graphic Design*, New York.

Biografia

Giulia Chiriani studia Graphic Design presso la Rome University of Fine Arts (RUFA). Da gennaio 2024 è membro del gruppo Young Researcher presso il Centro studi DxS: Design (per) Semiotics, dove studia teoria della percezione visiva e più approfonditamente tipografia.

Si interessa nello specifico come il significato plastico dei caratteri tipografici ed il loro significato denotativo, plasmato dal contesto storico di appartenenza, ne influenzi l'utilizzo.

Bianca Marinotti · Semiografia e teoria della comunicazione visiva
bmarinotti26@gmail.com

BIANCA

MARINOTTI

IL SUONO

DEL SEGNO

IL VISUALE:

IN MUSICA



IL SUONO DEL SEGNO: IL VISUALE IN MUSICA. BIANCA MARINOTTI

Keywords

Suono, grafica, rappresentazione musicale, linguaggio Cardew.

Abstract

In questo intervento verrà analizzata e studiata la modalità attraverso cui il sonoro si traduce in grafica, e quindi in simboli, linee, colori, forme, nella sua rappresentazione. Al contempo, cercheremo di render conto delle molteplici e profonde connessioni che legano gli studi sul suono a quelli più propriamente focalizzati sulla grafica. Nello specifico, si procederà anzitutto indagando la necessità dell'uomo di trascrivere la musica attraverso un linguaggio in codice universale, con un'analisi storiografica che possa ripercorrere le principali tappe (Mila M., 1963, Breve storia della musica, Einaudi, Torino.; Gasperini G., 1988, Storia della semiografia musicale, Hoepli, Milano,).

Si passerà, dunque, ad un'analisi morfologica sia della notazione musicale tradizionale che di quella non convenzionale sviluppata attorno agli anni '50 del Novecento per indicare il modo in cui deve essere interpretato un brano (Cage J., 1969, Notations, Something Else Press). A tal proposito, si prenderanno in esempio alcune partiture musicali del compositore britannico Cornelius Cardew; in particolare, i due casi più noti della produzione di Cardew: la composizione di 193 pagine con disegni grafici "Treatise", del 1967, e una delle ultime composizioni scritte per la Scratch Orchestra, "The Great Learning" del 1971. In questo senso, sarà interessante notare come qualsiasi fenomeno sonoro possa diventare notazione musicale, decidendo in che modo interpretare e tradurre il codice visuale, verbale, grafico, gestuale rispetto al suo pari sonoro.

L'interpretazione e la traduzione di queste partiture, infatti, può essere guidata dal compositore con una legenda relativa al significato dei suoi simboli, o altresì liberamente. Il linguaggio Cardew, così, mette in relazione il concetto di "vita" a quello di improvvisazione: due forme in movimento, due forme sensibili ma legate fra loro nella possibilità di fallire, la vita con la morte, l'improvvisazione nell'errore. Ma è proprio questo specifico legame con la fallibi-



lità che rende tali manifestazioni espressive così uniche, creative e vitali. Il presente studio, in ultimo, desidera comprendere come, nell'ambito della contemporaneità, la musica ed il suo codice ci supporta nella comprensione dei modi in cui l'uomo produce i suoi segni e convive con essi nell'universo della semiosi, offrendo in ultima analisi una disamina di alcuni progetti grafici in cui elementi visivi e tipografia si servono del sonoro come elemento organico (ad esempio, Studio Dumbar, NN North Sea Jazz).

Bibliografia

Károlyi O., 1993, *La grammatica della musica*, Einaudi, Torino.
 Tarasti E., 2010, *I segni della musica*, Casa Ricordi, Milano.
 Cage J., 1969, *Notations*, Something Else Press, New York.
 Mila M., 1963, *Breve storia della musica*, Einaudi, Torino.
 Gasperini G., 1988, *Storia della semiografia musicale*, Hoepli.
 Stravinskij I., 2001, *Poetica della musica*, Edizioni Curci, Milano.
 Valle A., 2002, *La notazione musicale contemporanea. Aspetti semiotici ed estetici*, De Sono Associazione per la Musica, Torino.

Biografia

Bianca Marinotti è una studentessa di Graphic Design al terzo anno accademico presso la Rome University of Fine Arts. Nata a Roma nel 2002, dopo aver frequentato il liceo linguistico Cambridge (IS Lombardo Radice) spinta da una forte curiosità riguardante le lingue e le differenti culture che popolano il mondo, trovandosi in seguito di fronte alla scelta universitaria, ha deciso di voler rendere la sua passione nei confronti dell'arte e della comunicazione il suo futuro. Dal gennaio 2024 è membro del gruppo Young Reserarcher presso il Centro studi DxS: Design (per) Semiotics.

Angela Martina Alessia Mastrotonardo · Teoria della percezione e psicologia della forma
marty200103@gmail.com

ANGELA MARTINA

ALESSIA MASTROLONARDO

AL DI QUÀ

E AL DI LÀ

DELL'OCCHIO

↘ AL DI QUA E AL DI LÀ DELL'OCCHIO. ANGELA MARTINA ALESSIA MASTROLONARDO

Keywords Rappresentazione, immagini mentali, percezione visiva, Gestalt, geoni, forma, esperienza.

Abstract Obiettivo del presente studio è procedere ad una disamina della relazione tra rappresentazione mentale e percezione visiva. Nello specifico, si porrà particolare attenzione alla modalità attraverso la quale avviene il processo immaginativo e quali meccanismi cognitivi si ritengono maggiormente coinvolti nella creazione di immagini mentali. A questo scopo, verrà analizzato anzitutto il concetto di “rappresentazione” per come è proposto dai principali orizzonti teorici (per una rassegna, cfr. Galloni 2010), per poi procedere all’esplorazione delle immagini mentali, intese come uno specifico formato rappresentativo di cose o stati (Finke, 1989) che si manifestano in assenza di uno specifico stimolo sensoriale. Le immagini mentali sono fenomeni psicologici che in un certo modo simulano la realtà percepita sfruttando ciò che Umberto Eco (1997) definiva Tipi Cognitivi, o TC – ovvero, schemi visivi mentali prodotti a partire dall’esperienza del reale. Le percezioni visive, d’altro canto, si basano su acquisizione e codifica delle esperienze sensoriali che avvengono tramite il canale visuale e permettono di riconoscere, immagazzinare e categorizzare nella nostra memoria gli stimoli ambientali di ordine visivo. Immagini mentali e percezioni visive sembrano operare attraverso le medesime funzioni neurocognitive, con la differenza sostanziale della provenienza dello stimolo: la memoria nel primo caso, la realtà sensoriale nel secondo caso. La presente ricerca desidera accennare, inoltre, al processo che permette di riconoscere una rappresentazione visiva attraverso la sua forma: si porrà attenzione sul fatto che il riconoscimento di forme avviene molto probabilmente a partire da una serie di dinamiche complesse di elaborazione neurocognitiva che si realizzano in modo implicito e immediato nella nostra mente, permettendo la rilevazione di “immagini del mondo” nella loro totalità e coesione. In questo senso, verranno prese in considerazione la Gestalttheorie e gli

studi di Irving Biederman sul riconoscimento per componenti, rendendo evidente l'importanza delle leggi di unificazione figurale in relazione ai processi legati alla scomposizione di oggetti complessi in componenti semplici, "geoni". A supporto di tale disamina, verranno proposti dei casi esemplari nell'ambito del graphic design.

Bibliografia

- Eco U., 1997, *Kant e l'ornitorinco*, Bompiani, Milano
- Ferretti F., 2008, *Immagini mentali e pensiero creativo, La mente. Tradizioni filosofiche, prospettive scientifiche, paradigmi contemporanei*, Carocci, Roma
- Finke R. A., 1989, *Principles of Mental Imagery*, MIT Press, Cambridge USA.
- Galloni G., 2010, *Una rassegna sul formato della rappresentazione nelle scienze cognitive*, in *Dialegesthai*. Rivista telematica di filosofia, 12, online.
- Biederman I., 1987, *Recognition-by-Components: A Theory of Human Image Understanding*, *Psychological Review*.

Biografia

Angela Martina Alessia Mastrodonardo studia Graphic Design presso la RUFA (Rome University of Fine Arts), si occupa principalmente di approfondire la relazione tra rappresentazione mentale e percezione visiva, focalizzandosi sulla capacità di riconoscere un'immagine attraverso la sua forma. Dal gennaio 2024 è membro del gruppo Young Researcher presso il Centro studi DxS: Design (per) Semiotics, dove studia teoria della percezione e psicologia della forma nell'ambito del graphic design.

Luca Merlini · Teoria del brand
merliniluca25@gmail.com

LUCA
MERLIN
PERSEGNO
HOME NUOVA
IDENTITÀ SENSIBILE



L'IPERSEGNO COME NUOVA IDENTITÀ SENSIBILE. LUCA MERLINI

Keywords

Ipersegno, brand identity, Parfit, human-computer interaction.

Abstract

Lo studio propone il costrutto teorico di Ipersegno al fine di render conto di quei fenomeni di significazione, nell'ambito dello studio della brand identity, che concentrano in un singolo "segno complesso" una varietà di effetti di senso che vanno oltre la mera rappresentazione visiva di marca. L'Ipersegno, per come verrà esplorato e delineato, si manifesta così attraverso un comportamento paragonabile ad un organismo vivente – autoregolato, dinamico e ricco di formazioni espressive – che è il risultato di una coesa e continua integrazione di tecniche di visual design, sound design, motion design, creative coding e altre discipline, dando vita ad un'identità di brand in continua evoluzione, crescita e relazione con il suo pubblico. Attraverso una prima fase di analisi, ispirata alle teorie di Derek Parfit espresse nel suo libro "Reasons and Persons" sull'identità e sull'esperienza umana, esploreremo come il concetto di identità personale, intesa come "cristallizzazione dell'io", si confronta con la fluidità, l'autenticità e la generatività dell'Ipersegno.

Parfit, in "Reasons and Persons" descrive una visione dell'identità come una serie di relazioni e processi piuttosto che un'entità fissa, offre in questo senso una solida base teorica per comprendere l'Ipersegno come entità in costante mutamento, in grado di adattarsi alle esigenze e alle esperienze degli utenti. A scopo esemplificativo, verrà presa in considerazione l'installazione "Newfound Equilibrium" di Samsung, proposta al Fuorisalone 2024, esaminando le possibili interpretazioni offerte attraverso l'utilizzo del costrutto di Ipersegno, che si manifesta proprio in quello spazio immersivo e multisensoriale dove la tecnologia si rende partecipe dell'esperienza umana. L'installazione, sotto questa prospettiva, riflette la filosofia di "Samsung Design Identity 5.0: Essential Innovative Harmonious" attraverso cinque spazi che traducono linee guida di design in una composizione strategica di luci, suoni e interazioni digitali. Inoltre, come ulteriore contributo

alla costruzione di un orizzonte teorico e applicativo dell'Ipersegno, valuteremo una connessione con il concetto di "oltreuomo" di Friedrich Nietzsche, espresso per la prima volta nel suo libro "Così parlò Zarathustra" pubblicato nel 1883. In questo senso, l'Ipersegno offre una prospettiva rivoluzionaria sul design, creando una connessione più profonda tra uomo e tecnologia.

In ultima analisi, il contributo auspica nuove prospettive di studio e ricerca sull'interazione individuo-macchina e sull'espressione identitaria nel mondo contemporaneo, evidenziando un ulteriore potenziale costituito dall'adozione del costruito di Ipersegno.

Bibliografia

Parfit D., 1984, *Reasons and Persons*, Oxford University Press, Oxford, UK.

Nietzsche F., 1883, *Also sprach Zarathustra*, Verlag von Ernst Schmeitzner, Chemnitz, Germania.

Samsung Newsroom, 2024, *Essential Innovative Harmonious: New Design Identity for Samsung Electronics in 2030*, online.

Biografia

Luca Merlini è uno studente di Graphic Design al terzo anno accademico presso la RUFA - Rome University of Fine Arts. Nasce a Orvieto nel 2002, da sempre appassionato al mondo della comunicazione visiva e dai segni che la compongono, concentrandosi principalmente sui concetti di mutamento e trasmutazione in relazione al mondo del design. Dal gennaio 2024 è membro del gruppo Young Researcher presso il Centro studi DxS: Design (per) Semiotics.

Cecilia Peleggi · Teoria della narrazione visiva e del fumetto
cecypeleggi@gmail.com

**HECILI
PELEGH
LA CLOSURE COME SPAZI
DISIMULAZIONE MENTALE**



LA CLOSURE COME SPAZIO DI SIMULAZIONE MENTALE. CECILIA PELEGGI

Keywords

Fumetto, simulazione, simboli percettivi, immaginazione, closure.

Abstract

Nel presente contributo svilupperemo un'analisi preliminare dei principali meccanismi di simulazione mentale innescati dal segno nell'ambito della narrazione a fumetti e, in particolare, in relazione a quella che potremmo definire l'architrave su cui regge l'intero meccanismo sequenziale: la closure. Il fumetto, infatti, funziona come narrazione sequenziale attraverso un linguaggio specifico dove la closure rappresenta non solo lo spazio bianco tra una vignetta e l'altra ma un vero e proprio "tempo immaginifico" che circoscrive il campo d'azione in cui la mente del lettore si dipana. Grazie al meccanismo della closure, quindi, è possibile il completamento della narrazione, che altrimenti resterebbe drasticamente parziale e limitata alle poche informazioni percettive. In questo senso andrebbero interpretate le parole di E. Hemingway quando scrisse il suo racconto in sei parole – "In vendita: scarpette neonato, mai indossate" –, e cioè da questa capacità della mente umana di creare una struttura coesa e coerente a partire da una serie di dati minimi di natura testuale e, nel caso del fumetto, figurativa.

Ciò che appare interessante in questo fenomeno generativo "a compensazione del non-detto" è proprio la struttura narrativa emergente e, ancor più, come sia possibile prevedere e impostare tale processo attraverso l'eidetica del fumetto. A partire dalla teoria dei simboli percettivi di L.W. Barsalou (1999) e in considerazione delle proposte contenute nella teoria delle categorie plastiche di A.J. Greimas (Greimas e Courtés 2007), cercheremo di mettere in relazione la grammatica eidetica del fumetto con quei processi cognitivi che si ritengono maggiormente coinvolti nel processo di immaginazione e, più nello specifico, a fondamento della comprensione visiva (cfr. Kosslyn 1980).

Concluderemo, infine, con un accenno alle caratteristiche generali di "plausibilità del discorso" e alle modalità di immedesimazione insite nella narrazione (cfr. Cosentino 2012) che riteniamo

mo possano rendere conto delle proprietà di coesione e coerenza del livello emergente del discorso.

Bibliografia

- Barsalou L.W., 1999, «Perceptual symbol systems», in *Behavioral and Brain Sciences*, 22(4), 577–660.
- Cosentino E., 2012, *La mente narrativa. I fondamenti simulativi della comprensione e produzione del discorso*, Corisco.
- Greimas A.J., Courtés J., 2007 [1979], *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Mondadori, Milano.
- Kosslyn S.M., 1980, *Image and mind*, Harvard University Press.
- McCloud S., 2018 [1993-2006], *Capire, Fare E Reinventare Il Fumetto*, Bao Publishing, Milano.
- Legrenzi P., 2002, *Prima lezione di scienze cognitive*, Editori Laterza, Roma-Bari.
- Marraffa M., Paternoster A., 2011, *Scienze cognitive. Un'introduzione filosofica*, Carocci Editore, Roma.

Biografia

Cecilia Peleggi studia Grafica, Fumetto e Illustrazione presso la Rome University of Fine Arts. Si interessa di temi legati alle modalità di interazione tra segno, significato e narrazione, improntando la ricerca su nuove forme e linguaggi espressivi. Dal gennaio 2024 fa parte del Centro studi DxS: Design (per) Semiotics come Young Researcher, dove si occupa di narrazione visiva a partire dal linguaggio del fumetto e nelle sue varie declinazioni.

Lorenzo Puzielli · Sociologia del design
lorenzo.ventiquattro@gmail.com

LORENZO
PUZZELLI
LA POTENZIALITÀ
CREATIVA
DELLA NOVA



LA POTENZIALITÀ CREATIVA NELLA NOIA. LORENZO PUZIELLI

Keywords

Ispirazione, motivazione, social media, iperconnessioni, noia autentica, accidia.

Abstract

Nel nostro tempo dominato dalle tecnologie digitali, dove i social media permeano ogni aspetto della quotidianità, la noia e l'accidia assumono forme e rappresentazioni che alimentano nuovi spazi di vita, progettualità e atti di libera creazione. In questa sede, tenteremo una breve analisi esplorativa dell'intreccio tra questi stati d'animo e il meccanismo straniante dei social media che, se da un lato promuove dinamiche di drammatico isolamento sociale, dall'altro partecipa evidentemente alla costruzione di geometrie di senso che possono far emergere fenomeni creativi liberi, progetti e spazi eccezionalmente produttivi.

Procederemo, anzitutto, elaborando il tema attraverso tre opere che mettono in scena la noia/accidia in modo esemplare: *Fight Club* di Chuck Palahniuk, la *Comedia* di Dante Alighieri e *BoJack Horseman* di Raphael Bob-Waksberg. Dopo aver individuato i concetti di "noia" e "accidia", evidenzieremo le differenze etimologiche e concettuali, per passare successivamente alle loro rappresentazioni nelle tre opere letterarie. Seguiremo una linea interpretativa centrata sulla ribellione contro la noia e l'alienazione sociale (nel caso di *Fight Club*), la punizione divina (nel caso della *Comedia*) e la depressione apatica (nel caso di *BoJack Horseman*). La nostra indagine si concentrerà, quindi, sul ruolo dei social media come "dispositivi amplificatori" di noia e accidia che agiscono sull'individuo attraverso un complesso sistema basato su iperconnessione, assenza di autenticità e distrazione compulsiva; al tempo stesso, però, i social media si dimostrano anche degli utili facilitatori per l'attivazione di processi volti al potenziamento dell'ispirazione, dell'apprendimento e dell'innovazione.

In questo senso, intendiamo concludere sottolineando l'importanza della noia e dell'accidia come strumenti in grado eventualmente anche di potenziare le capacità creative dell'individuo, stimolandone la produttività e la forza espressiva, se inserite in

Bibliografia

un contesto volto alla premiazione della risolutezza e del valore dell'azione umana come elemento trasformatore.

Alighieri D., 1304-1321, *Comedìa*.

Bob-Waksberg R., 2014-2020, *BoJack Horseman*, Netflix.

Dobelli R., 2013, *The Art of Clear Thinking: Why Flawed Logic Puts Us All at Risk and How Critical Thinking Can Save the World*, Sceptre Books, Londra.

Harari Y.N., 2015, *Homo Deus: A Brief History of Tomorrow*, Dvir Publishing, Odessa.

Orlowski J., 2020, *The Social Dilemma*, Documentario Netflix.

Palahniuk C., 1996, *Fight Club*, W.W. Norton & Company, New York. Ed. cinematografica di Fincher D.

Putnam R.D., 2000, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York.

Biografia

Lorenzo Puzielli frequenta il corso di laurea di Graphic Design alla RUFA. Freelancer e UAS operator, Lorenzo ha unito in un'unica realtà il Visual Design alle operazioni con Drone sotto il nome di Quality Vision: un'agenzia di comunicazione che punta a seguire a 360° le idee del cliente, a partire dalla fase progettuale fino alla realizzazione. Dj per passione ma da un anno anche in carriera, ha suonato in alcuni locali noti a Roma chiudendo serate di vario genere. Da Marzo 2024 parte dei membri di DxS, studia le fasi dell'alienazione e di come la noia abbia un potenziale creativo smisurato: per Lorenzo lo stato di quiete di un corpo, unito ad un fattore psicologico di noia, rende l'individuo predisposto in maggior misura all'azione. Solo dal nulla, dopo una fase di stallo, è possibile creare qualcosa di nuovo.

Marzia Votta · Teoria della comunicazione visiva
marziavotta1@gmail.com

PARZIA
VOTT
A DISTANZA PERCETTIVA
NELLA TECNOLOGIA
IMMERSIVA

↘ LA DISTANZA PERCETTIVA NELLA TECNOLOGIA IMMERSIVA. MARZIA VOTTA

Keywords Distanza percettiva, esperienza, tecnologia, immersività, human-computer interaction.

Abstract Con il presente contributo intendo offrire una disamina dell'evoluzione delle interfacce hardware e software dei dispositivi telefonici rispetto alla loro capacità di "immergere" l'utente nell'esperienza d'uso, condizionando, dunque, non solo le modalità di applicazione stesse ma anche la relazione cognitiva che ne deriva. Nel corso di diverse generazioni, l'uso dell'apparecchio telefonico portatile (il c.d. "telefono cellulare") è cambiato rispetto alla sua prima adozione; dal primo modello Simon, lanciato nel 1992, ai primi schermi capacitivi di LG e iPhone. Il passaggio allo schermo capacitivo – cioè, uno schermo sensibile al tocco e dotato di meccanismi di feedback fisico, che permette all'utente di interagire con un'interfaccia grafica mediante le dita – ha aperto la strada ad una serie di nuove modalità di interazione, stimulate anche da una maggiore superficie dello schermo e nuove applicazioni, ma soprattutto nuove forme di "immersione" nell'esperienza del dispositivo. Lo sviluppo del telefono cellulare non ha ridefinito solo il modo con cui comunichiamo, ma in particolar modo il modo in cui operiamo nella quotidianità.

Ad oggi, infatti, il cellulare è un "assistente virtuale" parte integrante in ogni momento della giornata; quindi, appare comprensibile la necessità di un dispositivo capace di offrire una relazione ergonomica e cognitiva il più naturale possibile. Tale rapporto utente - dispositivo può essere regolato mediante un'accorta gestione di interazioni e feedback.

Una risposta non immediata da parte del dispositivo crea una sensazione di "separazione" dall'interfaccia che dà all'utente una percezione di distanza, generando un fenomeno di embrayage (cfr. Greimas e Courtés 2007) che lo proietta fuori dalla narrazione, e cioè fuori dall'esperienza. È proprio attraverso il sistema di reazione fisica immediata (audio, visiva, aptica, ecc.) da parte del dispositivo che avviene quel meccanismo di debrayage (ivi) in

cui la Macchina interagisce con noi, portandoci “dentro l’esperienza”. Il design delle interfacce touch risulta, dunque, il luogo privilegiato non solo per stabilire una reazione efficace e gratificante con il dispositivo ma anche per controllare quei processi di “immersione” nell’esperienza – che potrebbero facilitare la produzione di dopamina nel cervello – che probabilmente (A 2024) portano a forme di dipendenza basate sull’evasione dalla realtà. I telefoni touchscreen sono stati un’enorme risorsa per averci dato accesso alle informazioni in modo facile ed immediato, ma hanno anche permesso di introdurre nuove sfide.

Bibliografia

Pinotti A., 2021, *La storia dell’arte nello specchio dei Visual Studies e delle Digital Humanities*, Einaudi, Milano.
 Greimas A.J, Courtés J., 2007 [1979], *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Mondadori, Milano.
 A: senza autore, 2024, *Svelare il futuro: Un’immersione profonda nelle tecnologie di visualizzazione degli smartphone*, online.

Biografia

Marzia Votta studia Graphic Design presso la Rome University of Fine Arts. Si occupa principalmente di approfondire il rapporto Uomo-Macchina, centrando l’attenzione su interazione e distanza percettiva. Dal gennaio 2024 è membro del gruppo Young Researcher del Centro studi DxS: Design (per) Semiotics, dove si interessa di tematiche legate alla narrazione principalmente sui canali digitali e l’analisi delle basi cognitive nei diversi contesti online (social media, webapp/web experience, net art, net gaming, ecc.).

**DxS: Design (per) Semiotics
Conference 2024**
Roma, 14 giugno 2024

Book of Abstract

(C) 2024 – Centro studi DxS: Design (per) Semiotics

Centro studi DxS: Design (per) Semiotics
art-bit.net/design-x-semiotics

Direzione scientifica: Massimiliano Napoli, Paolo Buonaiuto.
Contact: info_dxs@art-bit.net

Young Researchers 2024: Andrea Boncristiani, Camilla Cannuccia, Giulia Cantini, Giulia Chiriani, Valentina Formiconi, Bianca Marinotti, Angela Martina Alessia Mastrolonardo, Luca Merlini, Cecilia Peleggi, Lorenzo Puzielli, Marzia Votta.

**DESIGN (PER) SEMIOTICS
CONFERENCE 2024
BOOK OF ABSTRACT**

Roma, 14 giugno 2024



AMKA Social Hub,
Via dei Reti 23A



Con il patrocinio



AIAP
associazione italiana design
della comunicazione visiva