



DKS
Design (per) Semiotics

il credibile e l'incredibile

**architetture
dell'immaginazione**

**2026
CONFERENCE**



DESIGN (PER) SEMIOTICS 2026 CONFERENCE

IL CREDIBILE E L'INCREDIBILE: ARCHITETTURE DELL'IMMAGINAZIONE.

**Roma
Ottobre
2026**

↳ Il tema della **DxS: Design (per) Semiotics Conference** nella sua terza edizione 2026 indaga il binomio **credibile/incredibile** come *regimi di senso costruiti attraverso la prassi narrativa ed estetica*.

A partire da questo perimetro concettuale, la capacità di “credere” può essere pensata e tradotta in un modello evolutivo che organizza sistemi di idee attorno a una certa narrazione o estetizzazione dell’esperienza. La credenza si configura, così, non solo come atto cognitivo che produce **effetti di verità** (vedi ad esempio Barthes 1968, Greimas 1983 e Foucault 1977), ma anche come **passione epistemica** (Parret 1986) che orienta il rapporto tra Soggetto e Oggetto. Narrazioni ed estetiche, dunque, non si limiterebbero a rappresentare il reale, quanto più (ri)costruire un’**impressione del reale** (Barthes 1980) attraverso grammatiche linguistiche e visive che rendono l’incredibile un’esperienza pienamente sensibile. Credere non appare un dato statico, ma un’adesione fiduciaria, un **movimento euforico** che genera comunione tra testo e fruitore (Greimas & Fontanille 1991; Fabbri 1998; Landowski 2005).

Entro questa dialettica credibile/incredibile, l'uomo riesce a riconoscere e a generare nuove narrazioni ed estetiche tanto nella dimensione del possibile quanto dell'impossibile, aprendo la strada ad una profonda commistione tra il dominio del reale e quello del fantastico. In tal senso, il design opera come la costruzione di un «lector in fabula» (Eco 1979), un modello operativo in grado di anticipare le mosse interpretative del fruitore e, al tempo stesso, un invito alla sospensione dell'incredulità. E proprio nei termini di una tale dialettica può emergere il **dispositivo immaginifico** – molto spesso, più evidente nella declinazione categoriale dell'incredibile, cioè in quelle storie e visioni apparentemente più distanti dall'esperienza del reale. Ma l'immaginazione non si dà quasi mai come “termine nullo”, quanto più come l'insieme delle narrazioni e delle estetiche che, pur afferendo al dominio del fantastico, mantengono la proprietà di essere pensabili, e dunque **progettabili** (Bachelard 1943; Castoriadis 1975; Munari 1977; Calvino 1988; Mari 2001). L'immaginazione è il laboratorio in cui **storie e visioni trasformano il fantastico in una struttura antropologica dotata di senso** (Durand 1960; Doležel 1998).

Dunque, i poli semiotici della **credibilità** (dal latino *credere*, originariamente legato all'idea del “porre fiducia” o meglio “dare il proprio cuore”) e **incredibilità** (laddove il prefisso *in-* non indicherebbe necessariamente una negazione dell'esistenza quanto più una sfida alle aspettative enciclopediche della comunità) si rivelano i cardini funzionali che sostengono il campo dell'immaginazione. Quest'ultima, dalla radice **imago** (“immagine”, ma anche “simulacro” o “rappresentazione”), può essere intesa come spazio liminale in cui il design interviene con decisione per **dar forma a mondi possibili** (Wunenburger 2003).

I meccanismi del design, infatti, agendo come mediatori tra percezione e fantasticazione – si pensi alle pratiche del **design speculativo** (Dunne & Raby 2013) o alla capacità della speranza progettuale di prefigurare il “non-ancora” (Maldonado 1970) – si danno come inneschi naturali alla tensione tra credibile e incredibile. Il progetto trasforma, così, lo spazio dell'impossibile in un oggetto di riflessione semiotica, dove l'incredibile cessa di darsi esclusivamente come luogo-altro, fuori dal mondo, per farsi **utopia concreta**, in grado di risemantizzare il presente attraverso storie e visioni del possibile.

La sfida teorica, oggi, risiede nel comprendere come il binomio credibile/incredibile si articoli produttivamente nelle sue molteplici sfaccettature esperienziali, aprendo così uno spazio di indagine per riflessioni e contributi volti a decodificare le sue strutture e dinamiche contemporanee.

↘ **Keywords:**

credibile – incredibile – immaginazione – semiosi – progetto

↘ Bibliografia

- Bachelard G. (1943). *L'air et les songes. Essai sur l'imagination du mouvement*. Corti, Paris.
- Barthes R. (1968). «L'effet de réel». In *Communications*, 11, pp. 84-89.
- Barthes R. (1980). *La Chambre claire: Note sur la photographie*. Seuil, Paris.
- Calvino I. (1988). *Lezioni americane. Sei proposte per il prossimo millennio*. Garzanti, Milano.
- Castoriadis C. (1975). *L'institution imaginaire de la société*. Seuil, Paris.
- Doležel L. (1998). *Heterocosmica: Fiction and Possible Worlds*. Johns Hopkins University Press.
- Dunne A., Raby F. (2013). *Speculative Everything: Design, Fiction, and Social Dreaming*. MIT Press, Cambridge.
- Durand G. (1960). *Les Structures anthropologiques de l'imaginaire*. PUF, Paris.
- Eco U. (1979). *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Bompiani, Milano.
- Fabbri P. (1998). *La svolta semiotica*. Laterza, Bari.
- Foucault M. (1977). *Microfisica del potere*. Einaudi, Torino.
- Greimas A.J. (1983). *Du sens II. Essais sémiotiques*. Seuil, Paris.
- Greimas A.J., Fontanille J. (1991). *Sémiotique des passions. Des états de choses aux états d'âme*. Seuil, Paris.
- Landowski E. (2005). *Les interactions risquées*. Limoges, Pulim.
- Maldonado T. (1970). *La speranza progettuale. Ambiente e società*. Einaudi, Torino.
- Mari E. (2001). *Progetto e passione*. Bollati Boringhieri, Torino.
- Munari B. (1977). *Fantasia*. Laterza, Bari.
- Parret H. (1986). *Les passions. Essai sur la mise en discours de la subjectivité*. Mardaga, Bruxelles.
- Wunenburger J.J. (2003). *L'imaginaire*. PUF, Paris.

↘ La Direzione del Gruppo di studio DxS: Design (per) Semiotics seleziona **abstract per proposte di intervento** da parte di studenti, dottorandi, ricercatori, docenti e professionisti nei seguenti ambiti disciplinari:

- **Teoria e storia del design, del design della comunicazione visiva, dell'illustrazione e dell'arte.**
- **Filosofia, socio-antropologia e semiotica del design, del design della comunicazione visiva, dell'illustrazione e dell'arte.**
- ***Visual Studies* e fenomenologia dell'immagine.**
- **Scienze della comunicazione e dei media.**
- **Socio-antropologia dei processi culturali e comunicativi.**
- **Psicologia e neuroscienze cognitive applicate al design, al design della comunicazione visiva, all'illustrazione e all'arte.**

↘ Gli **abstract delle proposte di intervento** dovranno pervenire via email alla Segreteria del Gruppo di studio DxS: Design (per) Semiotics **info dxs@art-bit.net** in un unico documento **formato PDF** e strutturato come segue:

- **NOME e COGNOME**
- **AFFILIAZIONE UFFICIALE**
(se non presente, indicare "indipendente")
- **CONTATTO EMAIL E TELEFONICO**
- **TITOLO ABSTRACT** (max 100 battute, spazi inclusi)
- **CORPO ABSTRACT** (max 1.000 battute, spazi inclusi)
- **Da 3 a 5 KEYWORDS**
- **BREVE BIOGRAFIA** (max 800 battute, spazi inclusi)

↘ La presentazione orale degli interventi relativi agli abstract selezionati per la DxS Conference avrà una **durata insindacabile di 20 minuti**, a cui si aggiungono 10 minuti per eventuali domande e risposte. Durante la presentazione orale sarà possibile proiettare slide o altri contenuti multimediali previo coordinamento con la Segreteria del Gruppo di studio DxS: Design (per) Semiotics.

↘ **SCADENZE**

Consegna abstract: **15 maggio 2026**

Notifica accettazione abstract: **30 giugno 2026**

DxS Conference 2026: **ottobre 2026**

↘ **CONTATTI**

Gruppo di studio DxS: Design (per) Semiotics

Segreteria: **info_dxs@art-bit.net**