

I
- - -
U
- - -
A
- - -
V

Università Iuav di Venezia

DIPARTIMENTO DELLE ARTI
E DEL DISEGNO INDUSTRIALE

DOTTORATO IN DESIGN DEL PRODOTTO
E DELLA COMUNICAZIONE

Artefatti comunicativi

di Giovanni Anceschi

Abstract a cura di RR

La nozione di artefatto comunicativo nasce negli anni '80, dopo un lungo periodo di ricerche nell'ambito delle discipline del progetto di comunicazione. L'espressione, coniata da Giovanni Anceschi, risponde all'evidenza che la trasmissione del pensiero sia supportata da oggetti, o da insiemi di oggetti, di natura differente rispetto agli artefatti del design di prodotto. Definire e differenziare gli oggetti della propria progettazione da parte del progettista della comunicazione significa anche ribadire e distinguere la propria identità professionale.

Tra gli oggetti di design e gli artefatti comunicativi ci sono, in effetti, punti di analogia, come suggerito già negli anni settanta da Tomás Maldonado, proprio quando i primi studi di teoria del progetto di comunicazione introducono la nozione di "sistema di segni" e il concetto di immagine coordinata. La definizione di artefatto comunicativo è nata dal concepire dall'individuazione di "semilavorati comunicativi", in analogia con il caso degli oggetti d'uso, un genere di ingredienti, ben distinguibili prima dell'era informatica, che nascevano dalle fasi della produzione di un oggetto grafico.

Dagli anni dell'affermarsi dell'eidomatica dopo Silicon Valley nasce la nozione di "interfaccia" e la storia degli artefatti comunicativi si sviluppa fino a comprendere la multimodalità. Il progetto di comunicazione può essere interpretato come una messinscena bidimensionale e si può parlare di "registica".