

NESSI.
APPUNTI PER

L'ECOSISTEMA
DIGITALE

DELL'
UNIVERSITÀ

A CURA DI
GIANNI SINNI


anteferma

NESSI. APPUNTI PER L'ECOSISTEMA DIGITALE DELL'UNIVERSITÀ

A CURA DI GIANNI SINNI

NESSI. APPUNTI PER L'ECOSISTEMA DIGITALE
DELL'UNIVERSITÀ

A cura di
Gianni Sinni

ISBN 979-12-5953-191-9 (digitale Open Access)
DOI: 10.57623/979-12-5953-191-9

Pubblicazione del progetto “L’evoluzione della UX/UI
per EDU – Ecosistema Digitale dell’Università”, finanziato
sui Fondi per la ricerca luav 2023 – Linea 2/b.

Con i contributi di
Alberto Bassi, Fiorella Bulegato, Elvio Carini, Luca Casarotto,
Giulia Ciliberto, Pietro Costa, Andrea Lancia, Giovanni Foppiani,
Luciano Perondi, Irene Sgarro, Gianni Sinni, Annapaola Vacanti

Redazione
Giulia Ciliberto

Progetto grafico
Irene Sgarro

Copertina
Giovanni Foppiani, Irene Sgarro

Editore
Anteferma Edizioni Srl
via Asolo 12, Conegliano, TV
edizioni@anteferma.it

Prima edizione
dicembre 2024

Copyright



Quest’opera è distribuita con Licenza Creative Commons
Attribuzione – Non commerciale – Condividi allo stesso modo
4.0 Internazionale

PARTE 1 IL CONTESTO

- 10 Pietro Costa, Annapaola Vacanti
Università come PA della ricerca.
L'opportunità per una (difficile) trasformazione digitale
- 20 Luca Casarotto
Progettare servizi student-centered e professor-centered:
le evidenze dalla user research
- 32 Giulia Ciliberto
Information design a supporto dell'identità visiva
nel contesto dell'istruzione superiore

PARTE 2 IL PROGETTO

- 40 Alberto Bassi
Un progetto per la comunicazione istituzionale dell'Università luav di Venezia
- 44 Gianni Sinni
Elastico, coerente, abilitante. Per un modello di ecosistema universitario
- 56 Irene Sgarro
La trasformazione digitale nella pubblica utilità.
Analisi e progettazione di un ecosistema dei servizi digitali per luav
- 84 Elvio Carini
Web Components per la comunicazione digitale integrata:
un modello interoperabile

PARTE 3 GLI APPARATI

- 94 Fiorella Bulegato
Breve storia dell'identità grafico-visiva luav, 1995-2008
- 122 Andrea Lancia, Luciano Perondi
Alla ricerca della font. Evidence Based Design in azione: un bastone vale l'altro
- 132 Giovanni Foppiani
Arcipelaghi digitali. Cartografia dei servizi luav

Fra le implicazioni connesse al fenomeno dei Big Data – ossia all'aumento esponenziale del volume dei dati a cui, nel giro di pochi anni, ha condotto la sempre crescente propagazione dell'uso delle tecnologie digitali – rientra a pieno titolo anche l'impatto nei confronti del contesto legato all'istruzione superiore.

Sebbene l'indagine in merito alla comunicazione dei dati accademici rimandi a una tradizione secolare (Lawn, 2013), la rilevanza di tale ambito di intervento sta aumentando a un ritmo sempre più serrato, in relazione alla diffusione di nuove tecnologie di produzione, raccolta e analisi delle informazioni. Alla luce di tale scenario, le realtà operanti nel contesto di riferimento qui delineato – quali università, accademie e centri di ricerca – necessitano sempre più spesso di integrare pratiche di visualizzazione di dati e informazioni a supporto delle proprie strategie di comunicazione istituzionale.

Il progetto d'identità visiva può rivestire un ruolo cruciale per sostenere l'implementazione di tali strategie, incorporando principi di convergenza e divergenza, singolarità e collettività, assimilazione e differenziazione utili a favorire la percezione integrata di molteplici unità di significato (Floch, 1995).

Il presente contributo mette in luce, portando a esempio alcuni casi tratti del panorama internazionale delle istituzioni accademiche, differenti modalità secondo cui l'information design possa svolgere un ruolo determinante nel configurarne, veicolare e consolidarne l'identità visiva. La selezione di esempi riportati tiene conto di approcci alla visualizzazione dei dati volti a trasmettere non solo numeri e quantità, ma anche componenti qualitative e semantiche (Burgio e Moretti, 2017) strumentali a consolidare la riconoscibilità e la reputazione di tali istituzioni nel panorama di riferimento.

IMMEDESIMAZIONE

La proliferazione dei canali di diffusione di informazioni, e d'altro canto la crescente specializzazione dei settori di formazione e ricerca, determinano l'esigenza di approcci al progetto d'identità visiva che interpretino i dati come punto di partenza per lo sviluppo di nuove forme di interfaccia (Marcus, 2015). Le competenze legate all'information design possono proficuamente innestarsi entro tale orizzonte di progettualità, rendendo possibile la trasposizione in forma visuale di tassonomie e gerarchie di elementi caratterizzanti a partire dai quali impostare le strategie di comunicazione istituzionale.

Espressivo di tale attitudine è il progetto d'identità visiva realizzato dall'agenzia di comunicazione australiana Houston Group per la University of Technology Sydney (UTS), ateneo improntato a un ampio spettro di discipline afferenti alla sfera delle scienze informatiche, economiche, naturali e sociali. Alla base del progetto risiede l'intento di rappresentare l'integrazione fra creatività e tecnologia, prerogativa caratterizzante della missione dell'università, enfatizzando le potenzialità che l'information design può offrire nel dar forma a ciò che non risulterebbe altrimenti visibile e tangibile; a tal fine è stato sviluppato il software "UTS Visualiser", programmato per convertire dati qualitativi e quantitativi inerenti alle attività di didattica, ricerca e divulgazione condotte in seno all'ateneo in un sistema di grafiche interattive, utilizzate trasversalmente a tutte le iniziative di comunicazione¹.

Una simile attitudine implica una considerazione dell'information design quale fondamento per un progetto d'identità visiva entro cui l'intera comunità accademica – facoltà, docenti, studenti, personale amministrativo e altri – possa direttamente e attivamente immedesimarsi (Whisman, 2009).

FORMAZIONE

Negli ultimi anni, numerose istituzioni a livello mondiale hanno iniziato a integrare nei propri sistemi di identità visiva direttive specificamente finalizzate alla visualizzazione delle informazioni, riconoscendo la crescente importanza dell'uso dei dati e il valore di comunicarli appropriatamente (Cesal, 2019). Tale impostazione presuppone la possibilità di formare gli individui operanti all'interno e a supporto di tali organismi in merito a principi basilari di information design, nell'ottica di abilitarli a produrre autonomamente visualizzazioni di qualità prescindendo dai rispettivi livelli di competenza in materia di progettazione grafica.

Risulta in questo senso significativo l'esempio delle linee guida redatte dalla University of Missouri al fine di garantire uniformità e accessibilità nelle visualizzazioni di dati prodotte trasversalmente a tutte le attività di comunicazione, divulgazione e disseminazione scientifica attuate dall'ateneo. Le linee guida forniscono indicazioni dettagliate in merito alle tipologie di grafici e diagrammi più idonee per rappresentare in modo efficace e professionale differenti categorie di dati accademici, assicurando al tempo stesso compatibilità con la fruizione da parte di utenti affetti da ipovisione e daltonismo. Inoltre, nel definire standard precisi in merito a combinazioni di colori e caratteri tipografici, le linee guida risultano complessivamente congruenti con l'identità visiva dell'università, sviluppata sotto la supervisione di Carnegie, agenzia specializzata in branding e marketing per l'istruzione superiore².

Nel rimarcare il ruolo dell'information design per la comunicazione istituzionale, questo genere di approcci mette in luce la necessità di istituire protocolli specifici atti a codificarne le regole di utilizzo e implementazione, preservando un equilibrio fra istanze identitarie e funzionali entro una cornice orientata alla multimodalità (van Leeuwen, 2021).

TRASPARENZA

L'avvento della transizione digitale ha generato profonde ripercussioni sulla comunicazione strategica delle istituzioni operanti nel contesto dell'istruzione superiore, contribuendo a ridefinire le modalità attraverso cui tali entità interagiscono con il pubblico veicolando la propria missione e i propri valori istituzionali. In particolare, al processo di digitalizzazione delle tecnologie ha fatto riscontro una progressiva “datificazione” degli ecosistemi educativi, in riferimento a cui la comunicazione dei

1

Per maggiori informazioni in merito al progetto sviluppato da Houston Group per UTS si rimanda a <https://houstongroup.com.au/projects/uts/> (ultima consultazione novembre 2024).

2

Per consultare le linee guida per la visualizzazione dei dati redatte dalla University of Missouri si rimanda a <https://muanalytics.missouri.edu/data-visualization-style-guidelines/> (ultima consultazione novembre 2024).

dati digitali è divenuta parte integrante nella gestione delle pratiche e delle politiche connesse con l'istruzione (Williamson, 2017).

Interessante a questo proposito è il progetto di *dashboard* sviluppato dalla Universidad Técnica Federico Santa María, politecnico con sede a Santiago del Cile, Valparaíso, Concepción e Rancagua, al fine di presentare informazioni aggiornate e verificabili in merito ai propri processi di ammissione agli studi. Nel 2018, il Ministero dell'Istruzione cileno ha avviato una revisione del sistema di accesso all'istruzione superiore, identificando la trasparenza nella comunicazione dei dati come un requisito fondamentale nell'applicazione di criteri chiari e uniformi da parte di università, istituti professionali e centri di formazione tecnica. La *dashboard* adempie a questo mandato tramite un sistema di visualizzazioni interattive navigabili secondo indicatori quali numero di studenti iscritti, punteggi di selezione, distribuzione nei corsi e ulteriori metriche istituzionali, impiegando *palette* cromatiche e tipografiche in linea con l'identità visiva dell'ateneo³.

Tale genere di iniziative è rappresentativo di come l'information design possa favorire la messa in atto di una visione integrale e integrata dell'infrastruttura dei dati relativi alle singole realtà accademiche, presupponendo un coordinamento a monte fra più soggetti istituzionali (Borgman e Brand, 2022).

CONCLUSIONI

Nell'arco di questo breve saggio si è visto come, negli anni recenti, l'information design si stia attestando come una componente strategica per la costruzione, il consolidamento e l'evoluzione dell'identità visiva delle istituzioni accademiche, contribuendo a orientare il loro dialogo con il pubblico e la società. Esempi come quelli riportati evidenziano come tale attitudine possa fruttuosamente far fronte all'esigenza di tradurre insiemi complessi di dati attraverso forme accessibili e significative, avvalorando una considerazione del progetto d'identità visiva come trasmissione di significato oltre che come forma di rappresentazione (Barnard, 2005).

Secondo tale accezione, l'information design non si limita a rappresentare informazioni e a supportare l'efficacia comunicativa, ma diviene un vero e proprio strumento di mediazione culturale, in grado di riflettere e promuovere i valori istituzionali sia all'interno delle comunità accademiche che verso l'esterno: una prospettiva, questa, particolarmente rilevante nel momento in cui la fiducia nel ruolo culturale e formativo dell'istruzione superiore non è più assicurata dalla tradizione delle sue istituzioni, ma viene costantemente conquistata e legittimata proprio attraverso azioni comunicative attuate in modo coeso, chiaro e accessibile (Dal Buono e Fortezza 2017).

Solo attraverso un approccio condiviso e collaborativo, che preveda l'implementazione di opportune infrastrutture informative e normative, si potrà

pienamente apprezzare il potenziale di questa disciplina nel plasmare il futuro della comunicazione istituzionale di università, accademie e centri di ricerca.

In definitiva, la possibilità di integrare pratiche di information design a supporto dell'identità visiva nel contesto dell'istruzione superiore rappresenta una preziosa opportunità per rilanciare il potenziale insito nella visualità come canale privilegiato di trasmissione, e valutazione, della conoscenza (Drucker, 2014).

- Barnard, M. (2005). *Graphic Design as Communication*. Londra: Routledge.
- Borgman, C.L., Brand, A. (2022). Data blind: Universities lag in capturing and exploiting data. *Science*, n. 378, pp. 1278-1281.
- Burgio, V., Moretti, M. (2017). Infographics as Images: Meaningfulness beyond Information. *Proceedings*, n. 1, pp. 891-904.
- Cesal, A. (2019). *What Are Data Visualization Style Guidelines?. Nightingale* <https://medium.com/nightingale/style-guidelines-92ebe166addc> (ultima consultazione novembre 2024).
- Floch, J.M. (1995) *Identités Visuelles*. Parigi: Presses Universitaires de France.
- Dal Buono, V., Fortezza, F. (2017). Universities' Experience with Brand. The Role of Design in Managing University Communication and Branding. *The Design Journal*, n. 20, pp. 705-720.
- Drucker, J. (2014). *Graphesis: Visual forms of knowledge production*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Floch, J.M. (1995). *Identités Visuelles*. Presses Universitaires de France: Parigi.
- Lawn, M. (2013). *The Rise of Data in Education Systems: Collection, Visualization and Use*. Providence (RI): Symposium Books Ltd.
- van Leeuwen, T. (2021). *Multimodality and Identity*. Londra: Routledge.
- Marcus, A. (2015). Branding 101. In Marcus, A. (a cura di), *HCI and User-Experience Design: Fast-Forward to the Past, Present, and Future*. Londra: Springer, pp. 125-133.
- Whisman, R. (2009). Internal branding: A university's most valuable intangible asset. *Journal of Product & Brand Management*, n. 18, pp. 367-370.
- Williamson, B. (2017). *Big Data in Education: The digital future of learning, policy and practice*. Londra-Thousand Oaks (CA): SAGE Publications Ltd.

ALBERTO BASSI

Si occupa di storia e critica del design ed è professore ordinario all'Università luav di Venezia e delegato del Rettore alla Comunicazione. Coordina il corso di laurea magistrale in Product, visual e interior design. Ha scritto numerosi libri, fra cui *La luce italiana* (Electa, 2004), *Design anonimo in Italia. Oggetti comuni e progetto incognito* (Electa, 2007), *Food design in Italia. Il progetto del prodotto alimentare* (Electa, 2015) - premiato con il Compasso d'oro ADI nel 2108 -, *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso* (Il Mulino, 2017). È Presidente del Cluster tecnologico nazionale MinIt-Made in Italy ed è fondatore della Rete Innovativa Regionale del Veneto Face-Design, di cui è coordinatore scientifico. Ha fatto parte di progetti di ricerca nazionali e internazionali; attualmente coordina la presenza dell'ambito di design luav dentro l'ecosistema dell'innovazione Inest-PNRR.

FIORELLA BULEGATO

Storica del design, architetto e dottore di ricerca in disegno industriale, è professoressa associata all'Università luav di Venezia. Si occupa in particolare di storia del graphic design, di museologia ed esposizione del design. Fra i suoi volumi, la curatela di *Salvatore Gregoriotti. A fifty-year project* (con A. Bassi, Skira, 2017).

ELVIO CARINI

Diplomato in Nuove Tecnologie per le Arti all'Accademia di Belle Arti di Venezia (2011) e con un Master in Sound Design alla Leeds Beckett University (2015), la formazione trasversale gli ha permesso di sviluppare un approccio multidisciplinare nell'intersezione tra UI design e sviluppo *frontend*. Libero professionista dal 2016, dal 2023 è ricercatore presso l'Università luav di Venezia.

LUCA CASAROTTO

Professore associato presso l'Università luav di Venezia. Dal 2009 svolge attività di ricerca su tecnologie innovative, nuovi processi produttivi, Industria 4.0 e 5.0, intelligenza artificiale, materiali polimerici e digitalizzazione per processi ambientali e sostenibili.

GIULIA CILIBERTO

È ricercatrice a tempo determinato di tipo A presso l'Università luav di Venezia, dove è attualmente titolare del Laboratorio di Comunicazione Visiva d'Interni. Si occupa di ricerca e progettazione nell'ambito della comunicazione visiva, con un'attenzione alla valorizzazione del patrimonio intangibile d'impresa attraverso gli strumenti dell'information design. In qualità di progettista ha collaborato con istituzioni italiane e straniere quali l'Unione Matematica Italiana, l'Associazione Italiana degli Storici del Design, la Società Italiana degli Urbanisti, l'Institute of Network Cultures (Amsterdam), la Societat Catalana d'Història de la Ciència i de la Tècnica (Barcellona).

PIETRO COSTA

Designer e dottore di ricerca, è ricercatore presso l'Università luav di Venezia. Dal 2015 è impegnato in attività di ricerca, partecipando a progetti nazionali e internazionali in collaborazione con aziende e istituzioni accademiche. La sua principale area di ricerca è l'interaction design in relazione alla sostenibilità ambientale e sociale, con un focus specifico sulla transizione ecologica e digitale.

GIOVANNI FOPPIANI

Designer e ricercatore presso l'Università luav di Venezia, si occupa di ecosistemi tecno-sociali. La sua ricerca si focalizza sulla sostenibilità digitale e sull'innovazione sociale, con l'obiettivo di potenziare le capacità di comunicazione di brand, istituzioni pubbliche e organizzazioni del terzo settore ibridando metodi di service design e di design della comunicazione.

ANDREA LANCIA

Ha conseguito nel 2023 la laurea magistrale in Design della comunicazione, del prodotto e degli interni all'Università luav di Venezia, dove è attualmente assegnista di ricerca. Ha recentemente collaborato con AIS Design Journal. Durante il periodo universitario ha svolto attività di ricerca nell'ambito del progetto *Ecosistema Digitale dell'Università (EDU)*.

LUCIANO PERONDI

Professore associato di design della comunicazione. Type & information designer dal 1998. I suoi principali campi di studio sono i processi di scrittura e lettura, la storia della scrittura e il suo utilizzo non lineare (sinsemia).

IRENE SGARRO

Designer e ricercatrice, lavora nei campi della progettazione grafica e dello sviluppo web. Ha conseguito il diploma specialistico in design per l'editoria presso l'ISIA di Urbino e collaborato con diversi studi grafici, occupandosi di progetti per istituzioni, festival, musei e aziende. Dal 2020 è collaboratrice alla didattica e dal 2022 assegnista di ricerca nell'ambito del progetto *Ecosistema Digitale dell'Università (EDU)* presso l'Università luav di Venezia.

GIANNI SINNI

Professore associato di design della comunicazione, si occupa prevalentemente di design per la pubblica utilità e per il settore pubblico. Referente per i sistemi informativi dell'Università luav di Venezia, è il responsabile scientifico del progetto *Ecosistema Digitale dell'Università (EDU)*.

ANNAPAOLA VACANTI

Ricercatrice presso l'Università luav di Venezia e Ph.D in Design, si occupa di interazione uomo-tecnologia, esplorando l'intersezione tra fattori umani, sviluppo tecnologico e impatto sociale ed ecologico di quest'ultimo. Parallelamente alla carriera accademica, organizza TED×Genova, evento autonomo sotto licenza ufficiale TED per la diffusione locale di idee di valore.

Il volume esplora il progetto di un ecosistema digitale delle università, offrendo una riflessione critica sulla trasformazione digitale nel contesto accademico a partire dall'esperienza avviata dall'Università luav di Venezia. Articolato in tre sezioni, il volume analizza l'importanza di un approccio sistemico e *user-centered* nella progettazione di piattaforme digitali, di applicativi e delle interfacce rivolte a studenti, a docenti e al personale amministrativo. Attraverso contributi teorici e operativi, la pubblicazione approfondisce temi come la sostenibilità digitale, la coerenza visiva della comunicazione e l'integrazione tecnologica e descrive, attraverso la metafora dei "nessi", l'interconnessione tra attori, servizi e infrastrutture, stimolando una visione integrata e sostenibile del digitale e proponendo soluzioni innovative.