



Andrea Pancher

Speculative design Viatora

Branding Crespi d'Adda

Editoria Franco Grignani, Thomas Demand

Game Design Tremotino

Kinetic Typography Koro

E se evadere dalla società non fosse più concesso? Viatora è un progetto di speculative design che si sviluppa a partire dal rito del pellegrinaggio, da noi analizzato nella sua accezione di evasione dalla società. Viatora è un movimento organizzato che promuove la spiritualità. Attraverso il kit "Itinero" aiuta i propri seguaci ad affrancarsi da una produttività dilagante e tornare ad un più equilibrato rapporto tra lavoro e momenti di ricerca interiore. Il movimento comunica due valori principali: solennità e rottura rispetto alla società produttiva in cui si inserisce. L'oggetto, realizzato utilizzando Arduino, un sensore di prossimità e un sensore galvanico, coinvolge l'utente in un'esperienza che lo spinge a riflettere.



Viatoria 2021

ruolo prodotto, branding, coding

link video



1 speculative design

team Arturo Brunetti, Alice Fuga, Stefano Gubiolo, Giulia Lisoni



[reddit.com/r/viatoria/](https://www.reddit.com/r/viatoria/)

Il manifesto

I. Noi vogliamo indagare noi stessi e connetterci al nostro io interiore.

II. L'evasione, l'essenzialità, l'umanità sono elementi fondanti della nostra dottrina.

III. La società esaltò fino ad oggi la produttività e l'efficienza. Noi vogliamo restituire l'importanza primaria della spiritualità umana.

IV. Noi vogliamo inneggiare all'uomo che non si annulla per sottostare alle logiche produttive, ma lotta per preservare la propria spiritualità.

V. Bisogna che l'homo viator si prodighi con costanza e intensità al culto dell'evasione.

VI. Noi vogliamo glorificare il peregrinaggio - più alta espressione del mondo - cui aspirare.

VII. Noi affermiamo che la magnificenza del mondo sia stata sempre culto di una vita fatta cioè la produzione. Gli homo viator dovranno interrompere l'efficiente meccanismo e tornare ad una realtà in cui sia consentito indagare se stessi.

VIII. Con la vittoria della produttività sullo spirito, è giunto il tempo di una trasvalutazione dei valori generati dall'ossessiva ricerca di maggior rendimento, pur di essere produttivi. Ecco tanto sono i beni: solo i contribuenti, gli efficienti, gli stacanovisti sono gli utili.

IX. Il primo passo di questo cammino verso una nuova società consiste nel riappropriarsi della nostra casa, dell'ambiente domestico, sbarazzandolo dagli attacchi degli schemi produttivi.

Per riscoprire il nostro cammino.

Viatoria Aderire

22.5k Membri 47 in linea

Pubblicato da u/Silvass 23 ore fa
1 Come riesci a bilanciare il lavoro con la tua salute?
Ehi ragazzi, immagino che questa domanda sia già metta a coloro che lavorano la maggior parte del loro tempo al computer o alla scrivania perché tendono ad avere più problemi di salute. Quindi tenere traccia della tua salute è un problema per te?

Pubblicato da u/ladyphass 19 ore fa
3 Non fare gli straordinari mi farà sembrare di non essere un giocatore di squadra?
Ok, quindi la società con cui sto lavorando in questo momento ha un accordo che deve essere rispettato per un progetto a cui sono assegnato. Sono un dipendente contingente e lavoro con loro tramite un'agenzia di personale per un call center. Ci vengono offerti straordinari, ma per qualche volta se ne è parlato. Di solito non ci vado a straordini, la mia salute mentale (posso soffrire solo con le persone che si lamentano in un giorno, specialmente nei mesi di cattiva salute mentale) Sono solo curioso di essere visto come non un giocatore di squadra perché lo non voglio fare un





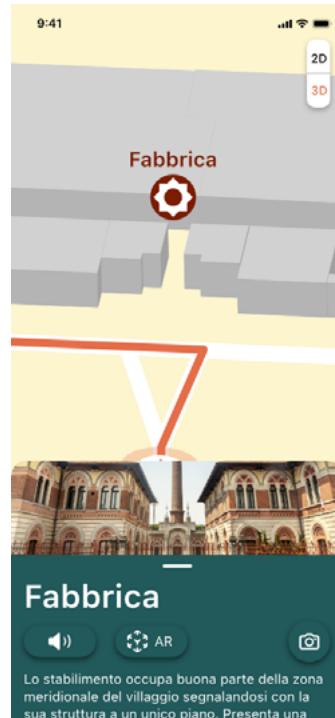
Il villaggio operaio Crespi d'Adda è sito unesco dal 1995. Il progetto mira a riqualificare la comunicazione del luogo attraverso la progettazione di una nuova identità visiva, una campagna d'affisione e un'applicazione per smartphone.

Il marchio, realizzato partendo dalla vista aerea del villaggio, esprime la modularità con cui è stato costruito il sito e viene ripreso nello sviluppo dell'identità visiva per essere utilizzato come ingombro e come maschera di ritaglio.

È stato inoltre realizzato un concept di applicazione per supportare la visita: l'utente può scegliere tra un percorso tradizionale o un'esperienza di gamification con la quale immergersi nella visita del luogo. L'intero progetto di rebranding è stato riassunto in un video.





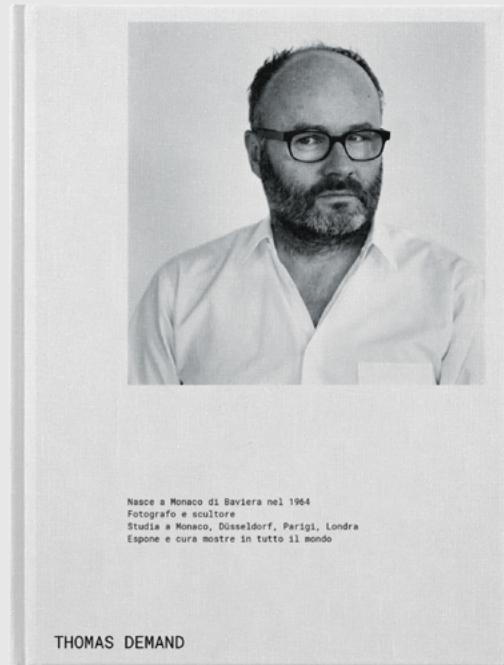


Il designer Franco Grignani è stato raccontato all'interno di una monografia, parte di una più vasta collana incentrata sul design, "Design Verso". La rivista è divisa in quattro sezioni che indagano le diverse discipline sperimentate da questo poliedrico artista, ognuna delle quali è stata affidata ad un componente del team. L'inserto presente all'interno della monografia consiste in un poster che racconta la figura di Franco Grignani attraverso gli occhi di altri otto grandi artisti e comprende un'estensione digitale. Un breve spot, realizzato tramite la tecnica dello stopmotion, presenta e promuove il lavoro svolto nella sua completezza.



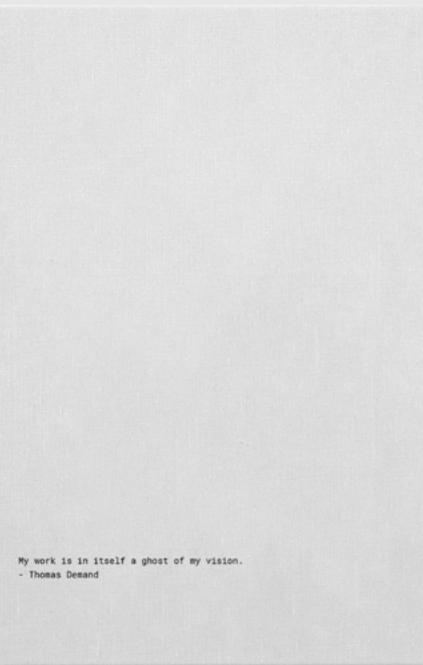


Thomas Demand è un lavoro di ricerca sull'omonimo artista. La copertina è una sorta di carta d'identità dell'artista e dichiara formalmente il tema trattato. Sin dalle prime pagine il lettore viene immerso nella produzione artistica di Demand, per poi descrivere il lungo processo creativo seguito dall'artista, il suo rapporto con la fotografia, la scultura e la sua idea di arte.



Nasce a Monaco di Baviera nel 1964
Fotografo e scultore
Studia a Monaco, Düsseldorf, Parigi, Londra
Espone e cura mostre in tutto il mondo

THOMAS DEMAND





Brunnaturm / Diving Board, 1994
Stampa cromogenica
150 x 118 cm



Treppenhaus / Staircase, 1994
Stampa cromogenica
150 x 118 cm



IL PROCESSO CREATIVO

Klasse / Tavari 322, 1990
Stampa cromogenica
150 x 220 cm



Design Beach #13, 2011
Stampa di modelli
Stampa a singolo
150 x 98 cm

Design Beach #14, 2011
Stampa di modelli
Stampa a singolo
150 x 98 cm

Il modello, spiega l'artista, è un potente strumento di comunicazione. Nella nostra società stiamo circondati da modelli: architettonici, industriali, scientifici... modelli che ci permettono di comprendere un mondo alieno: troppo grande per essere vissuto direttamente, una rappresentazione in grado di filtrare e ridurre le informazioni al punto focale. La scelta della carta non è casuale: utilizzare un materiale così leggero e traspirante come la carta di modello simbolico permette all'artista di instaurare un dialogo con lo spettatore e dialogare sul significato delle immagini. I modelli sono infatti oggetti che hanno sempre dovuto essere stati immortalati da Demand con fotocamere di grande formato: solo dopo il quale l'artista li disegna. Solo alcuni modelli sono poi utilizzati per la quotidianità di demolizione, tra questi quello realizzato per l'immagine "Quartier de la Gare" (1990) e quello per "Design Beach #14" (1990) presso Fondazione Prada a Milano. Si tratta della riproduzione di una grata dell'ufficio di Malcora, realizzata in acciaio e cemento armato, per cui tutte stesse siano state stratificate. Il modello, segnato in oltre 900.000 sezioni e stratificate.

Tremotino, fuga dall'abisso è un gioco platform sviluppato tramite una piattaforma basata sul linguaggio HTML5. Il racconto è stato analizzato e sintetizzato in alcune immagini render che lo riassumono e introducono il giocatore all'esperienza. Il finale, alternativo rispetto alla fiaba originale, costituisce l'incipit del gioco. Il platform si sviluppa in verticale ed è suddiviso in tre livelli, corrispondenti ad altrettanti checkpoint che permettono all'utente di riprendere il gioco da quel punto.



Tremotino 2020

ruolo coding, art direction

link [gioco](#)



5 game design

team Arturo Brunetti, Michela Brambilla, Alice Fuga, Stefano Gubiolo, Giulia Lisoni

Il video è stato realizzato per introdurre un elevator pitch riguardante il tema del sovraccarico informativo causato dalla moltitudine di informazioni presenti in rete. Attraverso l'utilizzo della tipografia cinetica che si sussegue a ritmo elevato vengono proposti una serie di dati che introducono lo spettatore nel contesto d'interesse.



tap

10mila gigabytes

1.24 miliardi di siti

siti

utenti

utenti connessi

utenti
CO



email andrea.pancher@gmail.com

telefono +39 3453321201

social [behance](#), [linkedin](#), [instagram](#)