

MAKIN' ITALY

**COLONIA
FIRENZE
BOLOGNA
BRUXELLES
TORINO
MILANO**

**A CURA DI
LUCREZIA NARDI E LIVIA DI NARDO**

Travelling Exhibition

INDICE

○ <i>La Nuova Intelligenza del Made in Italy</i> Livia Di Nardo	5
○ <i>Le radici di una identità creativa</i> <i>Made in Italy tra patrimonio, formazione e trasmissione del sapere</i> Filippo Pernisco	7
○ <i>Indagine multimetodo sulla Nuova Intelligenza del Made in Italy</i> Pietro Campiglia, Marialuisa Saviano, Felice Addeo, Vincenzo Esposito	11
○ <i>Makin’ Italy: un Manifesto per il Nuovo Made in Italy</i> Gianpaolo Barozzi e Giacomo Giobbia	15
○ <i>Il Marketing come Ecologia dell’Intelligenza</i> Fabio Fabbi	19
○ <i>L’intelligenza artificiale nel processo progettuale</i> Christian Ludovici	21
○ <i>Le intelligenze di cui abbiamo bisogno</i> Michele Capuani	25
○ <i>A passo d’uomo: l’Artigianato come antidoto alla società iperintelligente</i> Federico De Giuli	29
○ <i>Travelling Exhibition</i> Lucrezia Nardi	33
COLONIA: IMAGINARY FRAME Palladium, Colonia 21 Ottobre 2025	37
FIRENZE: AN HISTORICAL BACKGROUND Accademia Italiana, Piazza Pitti, Firenze 14 gennaio 2025	45
BOLOGNA: ARTIFICIAL LANDSCAPES IAAD. Bologna, ArteFiera I6-8 febbraio, 2026	73
BRUXELLES: SIMULTANEOUS NARRATIVES Parlamento Europeo, Bruxelles 4 marzo 2026	93
TORINO: THE LIVING LABORATORY Garage IAAD., Torino 11 marzo 2026	113
MILANO: CINEMATIC ASSEMBLY Bravery Bar, Milano 20-26 aprile, 2026	133
RINGRAZIAMENTI	149

LA NUOVA INTELLIGENZA DEL MADE IN ITALY

LIVIA DI NARDO

5

Nel 1563, pochi mesi prima della morte di Michelangelo, Giorgio Vasari fondava a Firenze l'Accademia delle Arti del Disegno — la prima istituzione formativa per le arti applicate della storia moderna. L'intuizione era al tempo stesso semplice e rivoluzionaria: sottrarre il sapere artigianale alla sua trasmissione silenziosa di bottega in bottega e tradurlo in un sistema condivisibile, insegnabile, capace di sopravvivere al genio individuale: in un medoto, una maniera. Le Accademie del Manierismo non nacquero per conservare il passato; nacquero perché il passato non andasse perduto mentre si costruiva il futuro.

Cinque secoli dopo, il progetto NIMI — La Nuova Intelligenza del Made in Italy — si muove sulla stessa soglia. Il Made in Italy ha raggiunto nel corso del Novecento una forma di eccellenza riconosciuta universalmente: la capacità tutta italiana di fondere estetica e funzione, materia e racconto, tradizione artigianale e visione progettuale. Oggi l'intelligenza artificiale generativa pone al design italiano la stessa domanda che l'avvento del Manierismo pose agli eredi di Michelangelo: come si trasmette un sapere che vive nelle mani prima che nella mente? Come si porta nel futuro ciò che sembra per definizione irripetibile?

NIMI risponde articolando la propria visione attorno a tre intelligenze complementari. La prima è l'intelligenza della mano: il sapere incarnato dell'artigiano, quella conoscenza tacita — come la definirebbe Michael Polanyi — che abita le dita di chi trasforma la materia in eccellenza e che i distretti produttivi italiani custodiscono da generazioni. La seconda è l'intelligenza artificiale: non antagonista della prima, ma suo potenziale amplificatore. I sistemi generativi sono tanto ricchi quanto è profondo il corpus da cui apprendono; nutriti con il patrimonio del design e dell'artigianato italiano, possono diventare strumenti di innovazione autentica anziché di imitazione superficiale. La terza è l'intelligenza sociale: la capacità del progetto di rispondere alle domande urgenti della

contemporaneità — sostenibilità ambientale, inclusione, economia circolare — trasformando il Made in Italy da simbolo d'élite in modello produttivo e culturale per il futuro.

Il progetto, finanziato nell'ambito del PNRR e guidato dall'Accademia Italiana di Arte, Moda e Design in partenariato con IAAD, SAE Institute, Accademia Abadir, Poliarte e l'Università degli Studi di Salerno, si è dispiegato in tre componenti principali. La ricerca, coordinata dal partner universitario, ha mappato le pratiche esistenti di integrazione tra IA e formazione artistica, culminando nel Manifesto del Nuovo Made in Italy — erede diretto, nello spirito, di quei programmi accademici cinquecenteschi che tentarono di codificare il sapere dei maestri per renderlo trasmissibile. I laboratori e i workshop hanno dato corpo a quella codificazione: spazi di sperimentazione in cui studenti italiani sono diventati ambasciatori di un sapere che si esporta come processo creativo prima ancora che come prodotto finito. La terza componente — l'Osservatorio per l'AI e il Design — è destinata a diventare punto di riferimento permanente per imprese e istituzioni che vogliono governare, e non subire, la transizione digitale del settore creativo.

La Travelling Exhibition che questo catalogo documenta è l'espressione più visibile della vocazione internazionale di NIMI. Come le Accademie rinascimentali erano reti vive di scambio tra maestri italiani e contesti europei, così la mostra ha portato in giro per l'Europa non un museo del Made in Italy ma un laboratorio in movimento — capace di raccogliere sguardi stranieri sul patrimonio italiano e restituire a quel patrimonio la ricchezza di quelle prospettive. Le pagine che seguono documentano questo dialogo: progetti, ricerche, prototipi e riflessioni che non offrono una risposta univoca, ma condividono un'unica disposizione — la disponibilità a stare sulla soglia, in dialogo aperto tra la mano e l'algoritmo, tra la radice locale e la circolazione globale, tra ciò che il Made in Italy è stato e ciò che, con intelligenza, può ancora diventare.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Argan, G.C., Storia dell'arte italiana, vol. III, Sansoni, Firenze 1968.
- Polanyi, M., The Tacit Dimension, Doubleday, New York 1966; trad. it. La conoscenza inespresa, Armando, Roma 1979.
- Celant, G. (a cura di), The Italian Metamorphosis, 1943–1968, Guggenheim Museum Publications, New York 1994.
- Floridi, L., The Ethics of Artificial Intelligence: Principles, Challenges, and Opportunities, Oxford University Press, Oxford 2023.
- MUR, Scheda progetto INTAFAM000025 — New Intelligence of Made in Italy (NIMI), Ministero dell'Università e della Ricerca, Roma 2024.

LE RADICI DI UNA IDENTITÀ CREATIVA

MADE IN ITALY TRA PATRIMONIO, FORMAZIONE E TRASMISSIONE DEL SAPERE

FILIPPO PERNISCO

Parlare di Made in Italy significa evocare qualcosa che va ben oltre la dicitura impressa sulla superficie di un manufatto: si convoca un intero sistema di valori, una visione del fare che affonda le radici nella storia millenaria di un Paese costruito sulla Bellezza, seppure attraversato da contraddizioni e complessità. Roland Barthes, in Miti d'oggi, aveva mostrato come ogni sistema culturale finisca per far apparire naturale ciò che è in realtà costruito nel tempo, presentando come universale ed eterno ciò che è invece il prodotto di scelte, sedimentazioni e narrazioni collettive. Il Made in Italy è precisamente questo: un patrimonio culturale incarnato nei territori, nelle lavorazioni artigianali, nell'eccellenza manifatturiera, nella tradizione orafa e sartoriale, che il mondo riconosce, desidera e talvolta banalizza. Ogni prodotto che porta questo marchio è, prima di tutto, una narrazione identitaria: racconta luoghi, saperi trasmessi di generazione in generazione, un'estetica diventata linguaggio universale pur restando profondamente italiana.

In questo senso, il patrimonio artistico e culturale italiano non è soltanto lo sfondo del Made in Italy: ne è la radice più profonda, la fonte inesauribile da cui attingono creatività e visione. Walter Benjamin, in L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, aveva introdotto il concetto di Aura — quell'unicità irripetibile legata al qui e ora dell'opera, alla sua presenza storica irripetibile — per descrivere ciò che si perde quando un'opera viene moltiplicata e sottratta al proprio contesto. Le opere d'arte, i paesaggi, le tradizioni figurative e decorative italiane sono esattamente questo: la sostanza più autentica del Made in Italy, non la sua cornice decorativa ma il suo valore aggiunto. Georg Simmel, aveva d'altra parte già mostrato che la moda come ogni sistema estetico condiviso esprime una duplice dinamica di imitazione e differenziazione: è questa tensione a definire il Made in Italy come identità collettiva riconoscibile e allo stesso tempo evidentemente singolare. E sono le Accademie, fucine attive di questa tradizione,

a custodirne i principi fondamentali, traducendoli in linguaggi contemporanei e formando le nuove generazioni di creativi capaci di divulgare questo patrimonio su scala globale.

Il legame tra Made in Italy e le accademie del Sistema dell'Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica, non è casuale né recente. Le accademie sono laboratori dove conoscenza teorica e sperimentazione pratica si fondono, dove il saper fare è elevato a disciplina intellettuale. Paul Valéry, nel dialogo Eupalinos o l'Architetto, osserva come, camminando per le città, si possano incontrare edifici muti, edifici che parlano e, raramente, edifici che cantano, evidenziando una distinzione tra l'architettura come esecuzione e l'Architettura come pensiero. È questa stessa relazione tra materia e intelletto a definire l'identità delle accademie oggi: luoghi in cui l'heritage non è vincolo ma punto di partenza, e l'innovazione non è rottura ma evoluzione consapevole.

Il progetto NIMI - La Nuova Intelligenza del Made in Italy, si inserisce puntualmente in questo terreno, riconoscendo nelle accademie il luogo ideale in cui il Made in Italy si rinnova e si trasmette. Come scriveva Deyan Sudjic in *The Language of Things*, gli oggetti di design comunicano identità, status e desiderio attraverso un sistema linguistico in cui forma, materiale e contesto produttivo si stratificano in messaggi culturali leggibili su scala globale: la vera eccellenza nasce nelle menti formate a pensare con creatività, critica e profonda consapevolezza del contesto culturale e tecnologico in cui operano. Wackenroder, in *Scritti di poesia e di estetica*, ricorda come Andrea Verrocchio, maestro di Leonardo Da Vinci, fosse pittore, scultore, architetto, matematico e musicofilo, e come proprio quella molteplicità avesse probabilmente lasciato un'impronta profonda sul giovane Leonardo. È questa la multidisciplinarietà che è alla base della formazione nelle accademie: la capacità di lasciarsi ispirare dalle discipline più varie, per poi perseguire la propria specializzazione e costruire un'identità professionale competitiva sul mercato globale. Le accademie sono il laboratorio permanente dove si sperimentano i linguaggi del futuro senza perdere il filo con il passato: è questa la formula che rende il Made in Italy inimitabile nel mondo.

In questa prospettiva, l'Accademia Italiana di Arte, Moda e Design ha condotto il progetto *NIMI* nella convinzione più profonda che l'alta formazione nelle discipline creative non sia soltanto un percorso didattico, ma uno dei contesti in cui il Made in Italy prende forma come modello culturale e conoscitivo. La scelta di radicarsi a Firenze e Roma non è casuale: sono due dei luoghi più iconici in cui l'identità culturale italiana si è formata, dove la cultura non si studia soltanto, ma continua a essere praticata ogni giorno, come dialogo ininterrotto tra passato e presente, tra comunità creative, territori e industrie d'eccellenza.

Il modello didattico che l'Accademia ha distillato nel corso della sua storia non si fonda sulla separazione delle discipline, ma sulla loro intrinseca permeabilità: moda, design, arti visive e comunicazione non si affiancano semplicemente, ma si compenetrano, riconoscendo che ogni forma creativa porta in sé la stessa matrice delle altre. Zygmunt Bauman, in *Modernità liquida*, ha descritto la nostra epoca come un tempo in cui i saperi si frammentano, le identità si dissolvono e la trasmissione culturale perde i propri canali stabili. È in questo contesto che le accademie rivelano la loro funzione più essenziale, restituendo la complessità unitaria del pensiero creativo e formando professionisti capaci di muoversi con padronanza tra linguaggi diversi, di comprendere le filiere produttive nella loro interezza, di progettare con una visione sistemica. I percorsi formativi non replicano la frammentazione del saper fare specialistico, ma affermano che il progetto, in qualunque forma si manifesti, sia sempre, nella sua essenza, un atto di visione totale.

Questa capacità di tessere relazioni con il territorio si traduce in un rapporto di contaminazione reciproca con le filiere produttive d'eccellenza del Paese, in cui visioni e competenze circolano in entrambe le direzioni. Firenze, capitale mondiale della moda artigianale e del lusso, e Roma, crocevia di cultura, Alta Moda, Cinema e architettura, sono i luoghi in cui questa osmosi trova la sua espressione più naturale: contesti in cui la formazione non è mai disgiunta dalla realtà professionale, e che permettono ad Accademia Italiana di radicarsi là dove il Made in Italy continua a essere prodotto e vissuto ogni giorno.

Le accademie non sono soltanto istituzioni educative: sono infrastrutture strategiche per lo sviluppo del Paese. Giulio Carlo Argan, in *Progetto e destino*, aveva mostrato come il progetto non sia mai solo risoluzione tecnica di un problema, ma sempre un atto culturale, una presa di posizione, ed è precisamente questa visione ad alimentare la competitività internazionale del Made in Italy. Ogni studente che si forma in questi contesti porta con sé non solo competenze tecniche, ma una capacità di sintesi tra cultura e progetto che è il vero vantaggio competitivo dell'Italia nel mercato globale. D'altra parte, le accademie sono esse stesse industrie del Made in Italy: generano economia della conoscenza, attraggono studenti da tutto il mondo, e con loro investimenti, relazioni internazionali, scambi culturali, contribuendo alla proiezione del brand Italia a livello globale.

Quando uno studente internazionale sceglie di formarsi in Italia, in particolare a Firenze o Roma, entra in contatto con un sistema di valori, un'etica, un'estetica, una cultura del fare che porterà con sé per tutta la vita professionale, diventando ovunque un ambasciatore del Made in Italy. Il progetto *NIMI* rappresenta non solo un'iniziativa culturale, ma una prospettiva di integrazione

tra sistema formativo e tessuto produttivo, guardando alle nuove generazioni e al futuro del sistema Paese. È qui che il pensiero di Barthes trova la sua risonanza più tangibile, nella convinzione che se ogni cultura definisce le proprie mitologie, le accademie sono oggi i luoghi in cui il mito del Made in Italy si rinnova e si trasmette alle generazioni future.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Argan, G. C., *Progetto e destino*, Il Saggiatore, Milano, 1965.
- Barthes, R., *Miti d'oggi*, Einaudi, Torino, 1974.
- Bauman, Z., *Modernità liquida*, Laterza, Roma-Bari, 2002.
- Benjamin, W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino, 1966.
- Simmel, G., *La moda*, SE, Milano, 1985.
- Sudjic, D., *The Language of Things*, Penguin Books, London, 2008.
- Valéry, P., *Eupalinos o l'Architetto*, Abscondita, Milano, 2006.
- Wackenroder, W. H., *Scritti di poesia e di estetica*, Sansoni, Firenze, 1967.

INDAGINE MULTIMETODO SULLA NUOVA INTELLIGENZA DEL MADE IN ITALY

PIETRO CAMPIGLIA, MARIALUISA SAVIANO,
FELICE ADDEO, VINCENZO ESPOSITO

La trasformazione digitale che sta attraversando i settori dell'arte, del design e delle industrie creative ha assunto negli ultimi anni una velocità e un'intensità senza precedenti. L'emergere e la rapida diffusione di sistemi di intelligenza artificiale (AI), e in particolare di intelligenza artificiale generativa (GenAI), stanno modificando in modo sostanziale le condizioni materiali, cognitive e organizzative entro cui si sviluppano i processi creativi e progettuali (Latour, 1999;2005). Strumenti capaci di generare immagini, testi, suoni e soluzioni progettuali a partire da input minimi stanno ridefinendo il confine tra ideazione, sperimentazione ed esecuzione, incidendo sulle pratiche professionali e formative in maniera ancora largamente in fase di assestamento.

In questo contesto, i settori dell'arte e del design si trovano in una posizione peculiare. A differenza di ambiti in cui l'automazione è stata storicamente associata a processi standardizzati e ripetitivi, la creatività rappresenta uno spazio tradizionalmente legato all'esperienza soggettiva, alla sensibilità estetica, al corpo e alla relazione diretta con materiali, strumenti e contesti. L'ingresso dell'AI in questi ambiti non può quindi essere interpretato come una semplice estensione tecnologica, ma come un elemento in grado di intervenire sui presupposti stessi del fare artistico e progettuale, mettendo in discussione nozioni consolidate di autorialità, originalità e competenza (Manovich, 2018).

All'interno del panorama nazionale, il sistema dell'Alta Formazione Artistica, Musicale e Coreutica (AFAM) costituisce un osservatorio privilegiato per analizzare tali trasformazioni. Gli istituti AFAM svolgono infatti una funzione chiave nella formazione delle future generazioni di artisti, designer e professionisti delle industrie culturali e creative, e rappresentano luoghi in cui coesistono tradizione e sperimentazione, saperi storicizzati e pratiche emergenti. La didattica AFAM è fortemente caratterizzata da approcci laboratoriali, da un apprendimento basato

sulla pratica e da una trasmissione del sapere che avviene spesso attraverso forme di conoscenza tacita, difficilmente formalizzabili e standardizzabili.

L'introduzione delle tecnologie digitali e dell'AI in questi contesti avviene dunque all'interno di un equilibrio delicato. Da un lato, tali strumenti offrono opportunità significative in termini di ampliamento delle possibilità espressive, accesso a nuove forme di sperimentazione e supporto ai processi creativi. Dall'altro, sollevano interrogativi rilevanti rispetto alla tenuta dei modelli pedagogici tradizionali, al ruolo del docente, alla centralità dell'esperienza diretta e alla natura stessa delle competenze che l'istruzione artistica è chiamata a sviluppare. La questione non riguarda soltanto "se" e "quanto" l'AI venga utilizzata, ma "come" essa venga integrata all'interno delle pratiche formative e con quali effetti a medio e lungo termine (Williamson e Eynon, 2020).

Nonostante la crescente attenzione verso questi temi, il dibattito pubblico e istituzionale sull'AI nei contesti artistici e formativi appare ancora frammentato. Spesso le narrazioni dominanti oscillano tra due poli opposti: da un lato, una visione fortemente orientata all'innovazione tecnologica, che enfatizza le potenzialità dell'AI come leva di competitività e modernizzazione; dall'altro, posizioni critiche che sottolineano i rischi di una progressiva automatizzazione della creatività, di una standardizzazione dei linguaggi espressivi e di una perdita di controllo sui processi decisionali. Entrambe le prospettive, se considerate isolatamente, risultano però insufficienti a cogliere la complessità delle trasformazioni in atto.

È proprio in questo spazio di tensione che si colloca la ricerca realizzata dall'Università di Salerno nell'ambito del progetto NIMI. L'obiettivo non è quello di assumere una posizione normativa sull'uso dell'AI, ma di fornire una base empirica solida per comprendere come tali tecnologie stiano già incidendo sul sistema AFAM e quali scenari futuri vengano immaginati dagli attori coinvolti. In particolare, la ricerca si propone di analizzare il grado di diffusione delle tecnologie digitali e dell'AI negli istituti AFAM, le modalità concrete di utilizzo nelle attività didattiche e formative, le percezioni di docenti e studenti rispetto a opportunità e criticità, nonché le aspettative e le preoccupazioni espresse da esperti del settore.

Lo studio è stato condotto attraverso un disegno di ricerca articolato in tre fasi complementari. La prima fase ha previsto una meta-analisi della letteratura scientifica internazionale sul rapporto tra AI, creatività e formazione artistica, con l'obiettivo di individuare le principali linee interpretative emergenti nel dibattito accademico. La seconda fase ha riguardato un'indagine quantitativa realizzata tramite questionario, rivolta a studenti e docenti del settore, finalizzata a rilevare percezioni, aspettative e

timori legati all'uso dell'intelligenza artificiale nei contesti formativi e produttivi. La terza fase ha previsto un'indagine qualitativa di tipo Delphi, che ha coinvolto un panel di esperti provenienti dal mondo accademico, artistico e professionale, con l'obiettivo di approfondire scenari evolutivi, criticità e possibili traiettorie di sviluppo.

L'integrazione dei risultati provenienti dalle tre fasi della ricerca ha permesso di restituire una lettura multilivello del fenomeno, evidenziando come l'intelligenza artificiale non agisca semplicemente come strumento tecnologico, ma come fattore capace di incidere sulle modalità di apprendimento, sui processi progettuali e sulla ridefinizione delle competenze creative. I risultati mostrano la coesistenza di opportunità e criticità: da un lato, l'AI apre nuove possibilità di sperimentazione, di supporto alla progettazione e di ampliamento delle pratiche creative; dall'altro, solleva interrogativi rilevanti sulla qualità dell'apprendimento, sull'autorialità delle opere e sulla tutela dei valori identitari delle filiere del Made in Italy.

La ricerca evidenzia come il sistema AFAM possa assumere un ruolo strategico di mediazione tra innovazione tecnologica e responsabilità culturale. In questo contesto, l'intelligenza artificiale non rappresenta un sostituto della creatività umana, ma uno strumento il cui valore dipende dalle modalità con cui viene integrato nei percorsi formativi e nei processi culturali e produttivi.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- European Commission. (2022). *Artificial Intelligence and Education: Shaping the Future of Learning*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Latour, B. (1999). *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Manovich, L. (2018). *AI Aesthetics*. Moscow: Strelka Press.
- Williamson, B., & Eynon, R. (2020). Historical threads, missing links, and future directions in AI in education. *Learning, Media and Technology*, 45(3), 223–235.

MAKIN' ITALY: UN MANIFESTO PER IL NUOVO MADE IN ITALY

GIANPAOLO BAROZZI E GIACOMO GIOBBIA

Il Made in Italy non è mai stato soltanto un marchio di provenienza. Nel corso del tempo si è affermato come un linguaggio culturale capace di esprimere una specifica visione del progetto: un equilibrio tra sensibilità estetica, competenza tecnica e capacità produttiva radicata nei territori. Più che un semplice indicatore geografico, il Made in Italy ha rappresentato una forma di cultura del fare, in cui creatività e manifattura si incontrano generando prodotti, esperienze e sistemi riconosciuti a livello internazionale.

Negli ultimi decenni questo modello ha costruito un immaginario potente, contribuendo a definire l'identità culturale e produttiva del Paese. Tuttavia, il contesto contemporaneo richiede oggi una riflessione più ampia. Le trasformazioni tecnologiche, la crescente attenzione ai temi della sostenibilità e i nuovi modelli di innovazione stanno modificando profondamente il modo in cui si progettano prodotti, servizi e sistemi produttivi.

In questo scenario, il Made in Italy non può essere interpretato soltanto come un'eredità da preservare. Deve diventare una piattaforma progettuale capace di evolversi, mantenendo i propri valori fondativi ma reinterpretandoli alla luce delle sfide del presente.

Da questa esigenza nasce l'idea di MAKIN' ITALY, che si configura come un vero e proprio manifesto per il futuro della cultura progettuale italiana. Il passaggio dal "Made" al "Make" introduce una trasformazione significativa: non più soltanto ciò che è stato realizzato, ma ciò che può essere continuamente immaginato, progettato e trasformato.

Il "Made" racconta il risultato di un processo produttivo consolidato; il "Make" sottolinea invece la dimensione dinamica del fare, evidenziando il progetto come processo aperto, sperimentale e collaborativo.

In questa prospettiva, il manifesto MAKIN' ITALY propone una visione in cui il valore non risiede esclusivamente nell'oggetto

finale, ma nel sistema di relazioni che lo rende possibile. Tradizione artigianale, innovazione tecnologica, cultura progettuale e responsabilità sociale diventano elementi interconnessi di un ecosistema creativo in continua evoluzione.

Questa visione si inserisce all'interno di una tradizione culturale italiana che ha sempre interpretato il progetto come sintesi tra diverse forme di conoscenza. Il design italiano del secondo dopoguerra, ad esempio, ha costruito la propria identità proprio attraverso l'incontro tra industria, artigianato e ricerca culturale, dimostrando come la qualità formale possa nascere da un dialogo costante tra tecnica e creatività.

Oggi questa capacità di integrazione rappresenta ancora una risorsa strategica. Come sottolinea Stefano Micelli, il sistema produttivo italiano ha saputo sviluppare nel tempo un modello basato sul valore del saper fare, in cui competenze artigianali e visione imprenditoriale si intrecciano generando innovazione diffusa. In questo senso, la tradizione manifatturiera non deve essere considerata come un residuo del passato, ma come una piattaforma di conoscenza su cui costruire nuove forme di produzione e progettazione.

Il manifesto MAKIN' ITALY si colloca proprio in questo spazio di trasformazione. Non si limita a celebrare il patrimonio esistente, ma propone una prospettiva orientata al futuro, in cui il progetto diventa uno strumento per interpretare le trasformazioni culturali e tecnologiche contemporanee.

L'avvento delle tecnologie digitali e dell'intelligenza artificiale, ad esempio, introduce nuove possibilità di progettazione e produzione. Tuttavia, queste innovazioni non possono essere adottate in modo acritico. È necessario sviluppare una cultura del progetto capace di integrare le tecnologie emergenti all'interno di una visione più ampia, in cui il valore economico si accompagna alla responsabilità sociale e culturale.

In questo contesto, anche il ruolo della formazione assume un'importanza centrale. Le istituzioni educative e i centri di ricerca diventano luoghi in cui sperimentare nuovi modelli di apprendimento interdisciplinare, favorendo l'incontro tra arti, scienze e tecnologie. Non semplici spazi di trasmissione di competenze tecniche, ma veri e propri laboratori di innovazione culturale.

La storia industriale italiana offre esempi significativi di questa integrazione tra produzione e cultura. Adriano Olivetti, ad esempio, immaginava l'impresa come un organismo capace di contribuire non soltanto alla crescita economica, ma anche allo sviluppo sociale e culturale della comunità. In questa visione, il progetto assume una dimensione etica oltre che produttiva.

Il manifesto MAKIN' ITALY si ispira a questa tradizione, proponendo un modello di innovazione in cui il valore nasce dalla capacità di connettere persone, competenze e territori. Il progetto

diventa così uno strumento per costruire relazioni, generare conoscenza e immaginare nuove forme di futuro.

In definitiva, MAKIN' ITALY non rappresenta soltanto una riflessione sul design o sulla produzione italiana. È una dichiarazione di intenti che invita a ripensare il Made in Italy come processo culturale in continua evoluzione, capace di integrare tradizione e innovazione, dimensione locale e visione globale.

Il Made in Italy del futuro non sarà quindi definito esclusivamente dai prodotti che realizza, ma dal metodo con cui li progetta. Un metodo che riconosce il valore del fare, della collaborazione e della sperimentazione continua.

In questo senso, MAKIN' ITALY non è soltanto un titolo o una definizione teorica. È un invito a immaginare il progetto come pratica aperta, capace di generare valore economico, culturale e sociale. Un manifesto che guarda al futuro mantenendo viva la capacità italiana di trasformare idee in forme, conoscenze in progetti, e tradizioni in innovazione.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Micelli, S. (2011). *Futuro artigiano*. Venezia: Marsilio.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs*. Cambridge: MIT Press.
- Olivetti, A. (1955). *L'ordine politico delle comunità*. Ivrea: Edizioni di Comunità.
- Calvino, I. (1988). *Lezioni americane. Sei proposte per il prossimo millennio*. Milano: Garzanti.
- World Economic Forum (2023). *The Future of Jobs Report*.

IL MARKETING COME ECOLOGIA DELL'INTELLIGENZA

FABIO FABBI

Nel trasformare il concetto di “Made” in uno attuale chiamato “Make” immaginiamo un modello dove il marketing va ripensato come un’ecologia dell’intelligenza: non semplice uso di dati o strumenti, ma capacità di prendere decisioni di valore in contesti complessi come mercati digitali, PMI ed eventi, tenendo insieme performance, fiducia, senso e sostenibilità.

Oggi la parola “intelligenza” torna centrale perché l’IA generativa rompe la separazione tra chi pensa e chi esegue: gli strumenti non solo operano, ma generano testi, immagini, codici, ipotesi e strategie. Il rischio, però, è un marketing ridotto a automatismo: più veloce e scalabile, ma anche più fragile e irresponsabile. Per questo l’intelligenza, nel marketing, non va intesa come talento individuale o sola capacità di calcolo, ma come qualità di un sistema decisionale capace di trasformare segnali dispersi in decisioni pertinenti, senza distruggere le condizioni che rendono possibile il valore.

La nostra tesi è che il marketing contemporaneo sia un’ecologia di tre intelligenze: incarnata, artificiale e sociale. L’intelligenza incarnata è la “mano”: abilità tecnica e conoscenza situata, concreta, tacita. È ciò che riconnette il marketing all’esperienza reale, alla verifica della promessa, al lungo tempo della qualità. L’intelligenza artificiale è invece un’infrastruttura cognitiva: amplia lo spazio delle alternative, accelera simulazioni e prototipi, ma non decide ciò che è giusto. Per questo deve essere governata con criteri di trasparenza, responsabilità ed etichette etiche che rendano leggibili dati, obiettivi, rischi, bias ed esclusioni. L’intelligenza sociale, infine, è la comunità: non un semplice target, ma il luogo in cui il valore viene riconosciuto, discusso, confermato o negato. Qui il marketing diventa relazione, fiducia, reputazione e co-costruzione di significati.

Da questa prospettiva emergono anche due patologie. La prima è il marketing-liturgia: branding autoreferenziale, storytelling

come autocelebrazione, estetica senza prova. La seconda è il marketing-macchina: funnel, test e automazioni scollegati dalla cultura del prodotto e dalla responsabilità. Nel primo caso si perde il contatto con il vero, nel secondo con il senso.

L'obiettivo non è scegliere una sola intelligenza, ma costruire una ricetta capace di farle interagire e correggere reciprocamente. Senza mano l'IA produce velocità senza sostanza; senza IA la mano resta eccellenza invisibile; senza comunità la qualità e l'innovazione non si traducono in valore durevole.

Ne deriva un ciclo operativo: osservazione incarnata delle frizioni reali; generazione di alternative tramite AI; deliberazione sociale ed etica sulle scelte; orchestrazione di territori, partner e piattaforme; apprendimento di lungo periodo basato non solo su KPI immediati, ma anche su fiducia, riacquisto, referral, recensioni e qualità percepita.

L'ecologia delle intelligenze non sostituisce i paradigmi del marketing contemporaneo, ma li corregge: reinserisce i dati in un sistema in cui esperienza, relazione e responsabilità contano quanto l'ottimizzazione. Per questo, servono nuove competenze, metriche e forme di governance. In futuro il punto decisivo sarà non solo crescere, ma crescere senza degradare le condizioni della propria crescita. Nell'era dell'AI, produrre più messaggi non equivale a generare più valore: c'è intelligenza solo quando ciò che il marketing abilita ha un senso per il cliente, per l'impresa e per la comunità.

L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL PROCESSO PROGETTUALE

CHRISTIAN LUDOVICI

AI Strumento o Metodo Strumento, ambiente, responsabilità
L'ingresso dell'intelligenza artificiale nel processo progettuale non coincide semplicemente con l'introduzione di un nuovo strumento. Non è un aggiornamento tecnologico paragonabile ad altri passaggi già metabolizzati dalla disciplina. Qui si modifica qualcosa di più profondo: il contesto entro cui il progetto si forma, il modo in cui le idee emergono, si combinano, si consolidano. L'AI non interviene solo sull'efficienza operativa. Incide sul ritmo del lavoro, sulle aspettative, sulla percezione stessa di ciò che significa "sviluppare" un'idea. Oggi è possibile generare in pochi minuti una quantità di varianti che fino a poco tempo fa avrebbe richiesto giorni di lavoro. Simulare comportamenti, produrre scenari plausibili, costruire immagini convincenti è diventato quasi istantaneo. Questo mutamento produce uno slittamento sottile ma rilevante. Ciò che prima richiedeva tempo e il tempo implicava confronto, ripensamento, talvolta anche frustrazione, ora appare immediatamente disponibile. Ma nel progetto il tempo non è mai stato soltanto un intervallo tra un'azione e l'altra. È uno spazio di verifica. È ciò che permette all'idea di sedimentare e, a volte, di trasformarsi. Nella cultura progettuale italiana il tempo ha sempre avuto un ruolo implicito ma decisivo. Non come lentezza nostalgica, bensì come condizione critica. Un'idea viene discussa, messa alla prova, riformulata. Talvolta si indebolisce, talvolta si rafforza. In ogni caso cambia. Quando invece la produzione diventa immediata, il rischio è che la prima formulazione assuma un peso sproporzionato semplicemente perché è già visibile, già formalizzata. La velocità non è neutra. Cambia il modo in cui si costruisce il giudizio. Se le alternative sono molte e costantemente rinnovabili, la decisione tende a diventare meno definitiva. Si sceglie sapendo che si potrebbe scegliere ancora. Questo non è necessariamente un limite, ma modifica la postura del progettista. La posizione critica, che tradizionalmente si consolidava attraverso revisioni

successive, oggi deve essere costruita in un ambiente molto più fluido. Per comprendere cosa stia accadendo è utile distinguere con precisione tra strumento e metodo. La metodologia progettuale non è l'insieme degli strumenti disponibili. È ciò che organizza il processo, che ne chiarisce le finalità, che stabilisce un ordine tra le priorità. Senza questa struttura, anche lo strumento più sofisticato resta una possibilità indifferenziata. L'intelligenza artificiale, di per sé, non possiede un orientamento. Genera, combina, ottimizza. Lavora per probabilità e ricorrenze. Può ampliare enormemente il campo delle alternative, ma non determina quale direzione sia necessaria. La confusione tra potenza generativa e fondamento metodologico è uno degli equivoci più frequenti. Nel design questo equivoco ha conseguenze evidenti. Il progetto non è soltanto soluzione funzionale. È presa di posizione rispetto al contesto, al mercato, alla cultura materiale. Ogni forma porta con sé implicazioni che non sono riducibili a parametri tecnici. Quando si attribuisce all'AI un ruolo di orientamento, si rischia di sostituire la responsabilità con la plausibilità statistica. Le soluzioni tendono allora ad avvicinarsi a ciò che è già riconoscibile, già validato implicitamente da una massa di dati. Collocare l'AI all'interno del processo significa piuttosto comprenderne l'ambito di efficacia. Nella fase esplorativa, ad esempio, la sua capacità di aggregare informazioni e di individuare connessioni è indiscutibile. Può aprire direzioni che difficilmente emergerebbero attraverso una ricerca tradizionale. Tuttavia, l'ampiezza del campo dipende dalla qualità della domanda iniziale. Se la domanda è vaga, la risposta sarà generica, per quanto formalmente elaborata. Mai come in questo momento diventano allora più importanti le domande delle risposte. È la formulazione del problema a determinare l'esito del processo, non la velocità con cui si ottengono soluzioni. In un ambiente in cui le risposte possono essere prodotte con facilità, ciò che fa la differenza è la capacità di porre questioni pertinenti, di circoscrivere il campo, di definire con precisione ciò che si sta cercando. Senza questa chiarezza preliminare, la potenza generativa dell'AI non amplia realmente il progetto: lo disperde. Nella fase generativa l'impatto è ancora più evidente. Le alternative si moltiplicano. Configurazioni volumetriche, variazioni cromatiche, suggestioni materiche si susseguono con una rapidità che cambia il tempo del concept. Ma la generazione non equivale alla definizione del progetto. L'accumulo di opzioni non produce automaticamente chiarezza. La selezione resta un atto separato, e in qualche modo più esposto. Qui entrano in gioco esperienza, memoria, capacità di misura. La cultura del progetto italiana ha sempre insistito sulla nozione di equilibrio, su una tensione tra forma e funzione che non si risolve in un calcolo. In un contesto in cui tutto può essere prodotto con facilità, la difficoltà si sposta: non è più generare, ma limitare. Anche nel momento tecnico-simulativo l'AI offre

strumenti efficaci. Ottimizza parametri, riduce errori, consente di anticipare criticità. Eppure la performance non coincide con il significato. Un oggetto può essere perfettamente efficiente e, allo stesso tempo, culturalmente irrilevante. L'identità non emerge dall'ottimizzazione. Il nodo forse più delicato riguarda la rappresentazione. Le immagini prodotte attraverso sistemi generativi possiedono una forza persuasiva notevole. Spesso il progetto appare già compiuto, già inserito in un contesto narrativo coerente. La distanza tra visualizzazione e realtà si assottiglia. In questa condizione diventa facile confondere la qualità dell'immagine con la qualità dell'oggetto. Se la promessa visiva precede la verifica materiale, il progetto rischia di perdere uno dei suoi fondamenti: il rapporto tra idea e producibilità. La tradizione progettuale ha sempre mantenuto una tensione tra disegno e realizzazione. Quando questa tensione si attenua, ciò che rimane è una narrazione convincente, non necessariamente un'esperienza solida. Non si tratta di opporre resistenza ideologica alla tecnologia. L'AI è parte dell'ambiente contemporaneo e sarebbe ingenuo ignorarla. Ma non può sostituire l'impianto metodologico. Può attraversarlo, potenziarlo, talvolta metterlo in crisi — non fonderlo. Nel contesto della formazione questa distinzione diventa ancora più evidente. Insegnare a progettare oggi non significa insegnare a produrre immagini o varianti in modo rapido. Significa aiutare a formulare problemi con precisione, a costruire criteri di scelta, a sostenere decisioni anche quando esistono alternative apparentemente equivalenti. L'intelligenza artificiale non definisce il metodo del design. È il contesto entro cui il design è chiamato a riaffermare la propria autonomia critica. In un'epoca in cui quasi tutto può essere generato, la vera responsabilità non consiste nell'aggiungere ulteriori possibilità, ma nel sottrarre. Nel delimitare. Nel decidere che cosa non è necessario. Il progetto, alla fine, non coincide con ciò che si può fare. Coincide con ciò che si sceglie di fare.

LE INTELLIGENZE DI CUI ABBIAMO BISOGNO

MICHELE CAPUANI

25

Poliarte è una Accademia AFAM profondamente radicata nelle Regioni Marche e Romagna. Queste radici, nei 53 anni della sua storia, hanno portato a una condivisione quasi simbiotica con l'industria marchigiana. Posso dire con orgoglio che non esiste azienda sul territorio che non abbia un nostro ex studente nel proprio ufficio di design o che non abbia sviluppato qualche progetto con noi.

Come è noto, le Marche sono la regione più artigiana d'Italia, principalmente nei settori dell'alto di gamma : calzaturiero, nautica, confezione, maglieria, cucine e arredi, elettrodomestici, cartotecnica ecc... Questi preziosi distretti del Made in Italy stanno soffrendo, come in qualunque luogo d'Italia, per la difficoltà di formare nuovi designer e artigiani in grado di mantenere le tradizioni e al tempo stesso competere nel mercato globale.

Come Istituto di Formazione Universitaria, Poliarte sente la responsabilità di contribuire al lavoro necessario per assicurare alle nostre aziende ricambi generazionali di qualità. Ogni chiusura o cessione di un'impresa del Made in Italy è una sconfitta non per nazionalismo o regionalismo ma perché la presenza di capitali estranei alle logiche del territorio porta inevitabilmente alla perdita di sostenibilità sociale e ambientale. E, nel lungo periodo, allo smarrimento di quelle tecniche sofisticate e uniche che hanno creato le aziende che oggi sono in crisi.

Fatta questa premessa, la partecipazione di Poliarte al progetto NIMI diventa immediatamente comprensibile : ricostruire la Intelligenza del nostro sistema produttivo è un'esigenza morale, prima ancora che economica.

All'interno del consorzio abbiamo poi deciso di occuparci della Intelligenza Artificiale, l'argomento più discusso ma certamente quello che, in previsione, potrebbe cambiare in positivo la situazione .

Il nostro lavoro ha generato un agente di Intelligenza Artificiale che abbiamo chiamato MOIRA [Mentorship Oracle for Iterative Reflective Assistance].

L'atteggiamento iniziale è stato di grande cautela perché è evidente a tutti che la AI, soprattutto nei settori dell'industria creativa, è potenzialmente una pericolosa alternativa alla creatività umana. D'altro canto, fingere che la tecnologia non esista e proseguire "come si è sempre fatto" è un grave errore che porterebbe in breve tempo alla definitiva perdita di competitività del sistema. La domanda che ci siamo posti è la seguente : come possiamo utilizzare la AI per formare degli studenti di Design, Moda e Cinema che hanno nella loro creatività il loro vero e unico capitale di valore ?

La risposta meriterebbe uno spazio molto più ampio e strutturato, ma lasciate che vi dia 4 capisaldi :

1. MOIRA è addestrata per non dare mai le soluzioni definitive e risponde unicamente con dei suggerimenti allo studente per avvicinarsi alla soluzione migliore per lui. In altre parole, MOIRA conosce la risposta ma può solo indicare la via per raggiungerla. Se vogliamo essere ancora più sintetici, possiamo dire che è un limitatore di potenza della AI.
2. MOIRA non è un docente ma un tutor addestrato con i contenuti prodotti dal docente di quello specifico corso. Questo significa che MOIRA assiste gli studenti con gli argomenti che il docente stesso utilizzerebbe. Al termine del corso, è il docente che valuta il lavoro, non MOIRA.
3. Le risposte di MOIRA possono essere calibrate con precisione sulle necessità formative dello studente : nel caso di minori abilità linguistiche, di calcolo o di concentrazione MOIRA può essere programmata per colmare alcune disabilità molto diffuse.
4. MOIRA può ovviamente fornire assistenza in qualunque lingua e, in senso ancora più esteso e importante, in qualunque cultura. La percezione della bellezza, se vogliamo dirla con Umberto Eco, è una variabile della struttura culturale di una società. MOIRA è uno strumento fondamentale per condividere con studenti di tutto il mondo la diversità della bellezza.

MOIRA è stata testata sul campo assistendo centinaia di studenti le cui reazioni sono state monitorate. Abbiamo testato MOIRA anche con studenti polacchi, serbi e turchi in altrettante Università di Design : la nostra valutazione è avvenuta facendo lavorare gruppi uniformi di studenti sul medesimo tema con il docente

in presenza oppure con MOIRA. I risultati che abbiamo ricavato sono di una sostanziale parità di rendimento sia in termini quantitativi che qualitativi.

Se la parità viene raggiunta dopo circa un anno di sperimentazione, la sensazione è che, grazie al continuo sistema di auto-apprendimento del sistema, in breve tempo il livello qualitativo di un sistema formativo assistito da MOIRA potrebbe garantire risultati di livello infinitamente superiore. Non è secondario il fatto che diminuirebbe significativamente il drop out generato dalle difficoltà di gestione da inabilità e barriere linguistiche.

Vorrei concludere questa breve relazione trattando brevemente l'aspetto etico : tutti gli studenti che hanno utilizzato MOIRA hanno dichiarato di comprendere perfettamente che l'utilizzo della AI è un impedimento alla loro crescita umana e professionale. Al contrario di quello che si può pensare, gli studenti universitari sono preoccupati dall'avvento di queste tecnologie che vedono come un rischio alla loro indipendenza intellettuale piuttosto che come una opportunità. Hanno accettato di buon grado l'uso di una AI le cui potenzialità sono limitate intenzionalmente per permettere al loro talento creativo di esprimersi.

In conclusione, io ritengo che sia necessario scrivere un nuovo Patto Formativo in cui i docenti, gli studenti e le Istituzioni, consapevoli di operare in un ambiente in cui la informazione è disponibile a chiunque, e in cui esperienza e autorevolezza hanno perso valore, accettano di rinunciare all'uso della AI durante il periodo di studi utilizzando esclusivamente MOIRA.

Non vi nascondo che anche io ho avuto la tentazione di chiedere a MOIRA di scrivere questo testo : non l'ho fatto e chiedo solo agli studenti di fare lo stesso. Una nuova etica della formazione AFAM, questo è quello di cui abbiamo davvero bisogno.

A PASSO D'UOMO: L'ARTIGIANATO COME ANTIDOTO ALLA SOCIETÀ IPER-PRODUTTIVA

FEDERICO DE GIULI

Dieci anni fa fui invitato ad Algeri dall'UNESCO a raccontare la mia esperienza nel recupero del centro storico di Algeri. La Medina versava in una crisi profonda: nessuno era in grado di indicare il numero reale di abitanti, le condizioni strutturali degli edifici erano precarie, i titoli abitativi inesistenti. Il governo centrale, capace di controllare con fermezza quasi ogni aspetto della vita economica e sociale, mostrava nei confronti del recupero della Medina un senso di frustrante impotenza. Da un lato l'orgoglio dei residenti — che avevano rappresentato il nucleo più valoroso dei combattenti che sconfissero i colonialisti francesi — dall'altro la difficoltà di individuare quale economia e quale tessuto sociale avrebbero potuto sostituire la variegata comunità insediata.

L'economia algerina, a differenza di quella marocchina, facendo leva sulla nazionalizzazione dei giacimenti di gas naturale aveva soffocato la classe media di artigiani e commercianti che storicamente vivacizzavano con le loro botteghe i vicoli stretti della città araba e mediterranea. Come ai tempi coloniali, la tipologia degli isolati rendeva difficile il controllo della polizia, favorendo traffici illegali e rifugio alle opposizioni: questo aveva motivato un'azione repressiva che aveva ulteriormente ridotto il commercio di vicinato, impoverito le famiglie e scoraggiato la manutenzione degli immobili.

Il problema, per un governo ricco e centralizzato, non era solo materiale o tecnico, ma soprattutto politico e culturale: come rigenerare una parte di città di cui si coglie il valore storico e simbolico se si sono perse le tradizioni e l'organizzazione sociale che l'hanno generata? In quell'occasione compresi con chiarezza come la forma della città rifletta le forme di produzione, la struttura sociale e la tecnologia operante. Il collante comunitario era un mix di valori, di saper fare e di condivisione di spazi in cui tutto aveva una coerenza propria, dal cucchiaino alla città.

Fino a quel momento insegnavo Design Thinking, enfatizzando le potenzialità dell'innovazione radicale — una visione funzionale a un modello di produzione industriale fortemente organizzato in filiere. In quella prospettiva, il progetto non è solo il modello astratto verso cui il produttore modella la materia, ma il momento di massima razionalizzazione di un flusso produttivo in cui la qualità ingegneristica ricerca la standardizzazione e la replicabilità delle prestazioni. La forza di questo modello sta proprio nell'astrazione e nella possibilità di ripensare ogni volta l'organizzazione del lavoro in funzione della prestazione del prodotto: l'affermazione dell'oggetto progettato diventa l'obiettivo del sistema, a prescindere dalla continuità dei modelli culturali e dalla capacità dei produttori. Come scrive René Girard: «Prima dell'oggetto, vengono i modelli di consumo» — formula cruda ma lucida, che mette in luce il ruolo del designer come interprete e sacerdote dei consumi.

Artigiano e designer

L'artigiano non è né un artista né un progettista: è un produttore. Le sue dita plasmano oggetti che rappresentano varianti incrementali di una tradizione produttiva. Nelle mani di un ceramista, la forma del vaso evolve attraverso un mix di casualità ed esperienza, e gli oggetti che ne nascono diventano parte della vita quotidiana, creando legami affettivi e sociali. Il bello e il gusto estetico non sono prerogative di una ristretta élite intellettuale: sono un sapere diffuso. Il consumatore non valuta solo funzionalità e prezzo, ma un sistema di valori più complesso — il tempo di produzione, la rarità dei materiali, la raffinatezza delle lavorazioni, l'adesione ai canoni identitari del gruppo — in un loop tra performatività e funzionalità impossibile da districare.

Imparare ad apprezzare la qualità del prodotto artigianale è un viaggio affascinante nelle tradizioni che si affacciano sul Mediterraneo, molte delle quali rischiano di scomparire a causa della mercificazione del sapere e dell'omologazione del gusto. La trasmissione di questi saperi assume allora un significato valoriale e politico essenziale.

Sintesi tra mano e intelligenza artificiale

La ricerca condotta ad Abadir nell'ambito del progetto NIMI è stata un'opportunità unica per esplorare la relazione tra artigianato e tecnologia, cercando nuove sintesi tra il lavoro manuale e l'intelligenza artificiale e provando a risolvere in modo creativo le contraddizioni tra i due approcci. Stimolare la conoscenza delle tradizioni nelle nuove generazioni non significa imporre modelli nostalgici e superati, ma approfondire il rapporto con la tecnologia ponendo l'accento sui rischi che la leva economica finisca per cancellare quello che abbiamo chiamato metodo incrementale.

I vincoli della produzione locale e manuale sono intrinsecamente attenti a un uso cauto delle risorse: è proprio questa cautela che ha permesso all'uomo di trasformare l'equilibrio naturale del pianeta in funzione dei propri bisogni garantendone la continuità.

L'antropologo Clifford Geertz afferma che «l'uomo è un animale sospeso in reti di significato che egli stesso ha tessuto»: un'immagine che ci guida a comprendere come la permanenza dei significati e dei modelli culturali, alimentata dalla lentezza e dall'incrementalità, possa fornirci un antidoto contro il rischio delle modalità disruptive. Queste ultime, pur nutrendosi di informazioni già presenti, possono generare processi che sfuggono al controllo umano e si allontanano dai valori della cultura contemporanea. All'estremo opposto, Peter Thiel sostiene che «il monopolio è la condizione di ogni business di successo» — nel senso che ogni innovazione deve avere la forza di conquistare interamente la propria nicchia, sbaragliando le tecnologie dei concorrenti.

È in questo spazio di tensione che acquista pieno significato la riflessione di Nicholas Carr — che riprende e reinterpreta Marshall McLuhan — quando afferma che «gli strumenti che usiamo modellano il nostro modo di pensare». Il significato cambia radicalmente nel momento in cui questi strumenti non sono più fabbricati dalle mani dell'uomo in risposta ai suoi bisogni, ma progettati da macchine che pongono al centro la tecnologia. I due approcci sottintendono modelli relazionali opposti: da un lato la comunità intesa come gruppo aperto al dialogo — anche commerciale — con altre comunità; dall'altro, sistemi tecnologici in competizione e consumatori isolati con bisogni modellati sull'offerta disponibile.

Non mi nascondo quanto questa polarizzazione sia semplificatrice. Credo però che sia utile a far comprendere il valore della scelta di Accademia Abadir: interpretare ostinatamente in una prospettiva mediterranea le potenzialità delle nuove tecnologie, tenendo insieme la radice del saper fare e l'apertura all'innovazione.

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Carr, N., *The Shallows: What the Internet Is Doing to Our Brains*, W.W. Norton & Company, New York 2010; trad. it. *Internet ci rende stupidi? Come la rete sta cambiando il nostro cervello*, Raffaello Cortina, Milano 2011.
- Geertz, C., *The Interpretation of Cultures*, Basic Books, New York 1973; trad. it. *Interpretazione di culture*, il Mulino, Bologna 1987.
- Girard, R., *Mensonge romantique et vérité romanesque*, Grasset, Paris 1961; trad. it. *Menzogna romantica e verità romanzesca*, Bompiani, Milano 1965.
- McLuhan, M., *Understanding Media: The Extensions of Man*, McGraw-Hill, New York 1964; trad. it. *Gli strumenti del comunicare*, il Saggiatore, Milano 1967.
- Sennett, R., *The Craftsman*, Yale University Press, New Haven 2008; trad. it. *L'uomo artigiano*, Feltrinelli, Milano 2008.
- Thiel, P., Masters, B., *Zero to One: Notes on Startups, or How to Build the Future*, Crown Business, New York 2014; trad. it. *Zero to One. Come si crea il futuro*, Rizzoli, Milano 2015.



TRAVELLING EXHIBITION

LUCREZIA NARDI

La mostra nasce come un campo di possibilità. Non una semplice vetrina di progetti, ma un dispositivo capace di restituire la complessità di un presente attraversato da tensioni e trasformazioni. Il design, in questa prospettiva, diventa un terreno di traduzione continua, in cui memoria e futuro, artigianato e tecnologia, gesto e algoritmo si incontrano senza annullarsi. Ogni progetto è una soglia: racconta un modo specifico di abitare le questioni della contemporaneità e di trasformarle in linguaggio visivo, pratica collettiva o gesto materiale. La mostra dispone queste soglie come una costellazione aperta, accogliendo la pluralità delle traiettorie senza ridurle a un unico modello interpretativo. Il punto di partenza di questo processo è stato un archivio. Nel corso del progetto NIMI ho avuto accesso a un patrimonio ampio e stratificato di lavori provenienti dalle istituzioni coinvolte: progetti sviluppati all'interno di workshop, laboratori e percorsi di ricerca delle scuole partner. Un insieme vasto di prototipi, idee, esperimenti e tentativi che testimoniano il modo in cui le nuove generazioni di designer, artisti e progettisti stanno interrogando il presente. L'archivio non è stato utilizzato come semplice repertorio da cui estrarre i "migliori" progetti. Il lavoro curatoriale è stato piuttosto quello di attraversarlo, leggerlo e far emergere al suo interno alcune traiettorie di senso. Accanto ai lavori più compiuti sono stati scelti anche progetti capaci di aprire domande, suggerire possibilità o entrare in relazione con altri lavori. Più che una selezione di assoluti, la mostra costruisce così una costellazione di frammenti progettuali che dialogano tra loro.

La Travelling Exhibition può essere letta come un'opera unica composta dalle singole mostre, a loro volta esperienze di collettività in dialogo. L'esposizione mantiene un'identità comune, ma ogni tappa introduce una variazione, una digressione tematica che riorganizza i progetti e ne fa emergere connessioni diverse. Attraversando città e contesti culturali differenti, la mostra si

trasforma progressivamente, diventando un dispositivo aperto di osservazione e relazione. Ciò che emerge da questo processo è anche un patrimonio spesso invisibile: quello delle idee, delle intuizioni e delle domande che gli studenti affidano ai propri progetti. In molti casi questi lavori rappresentano tentativi, ipotesi, risposte ancora provvisorie. Ed è proprio in questa dimensione di ricerca che risiede la loro forza. I progetti non restituiscono solo soluzioni, ma anche errori, deviazioni, glitch e sedimentazioni di processo che raccontano il laboratorio vivo della progettazione contemporanea. Attraversare questo archivio ha significato, in fondo, avere accesso a un immaginario collettivo. Gli studenti hanno messo in gioco nei loro lavori non solo competenze progettuali, ma anche desideri, paure, visioni e possibilità future. In questo senso, i progetti diventano una forma di testimonianza del tempo presente: non semplici esercizi accademici, ma frammenti di mondo possibile.

La Travelling Exhibition rende visibile questo patrimonio trasformandolo in spazio pubblico. I lavori vengono sottratti al contesto originario dell'archivio e messi in dialogo tra loro e con i luoghi che li ospitano, generando nuove relazioni e nuove letture. Il risultato non è una narrazione definitiva, ma un campo aperto di interpretazioni condivise. Ed è in questo spazio comune che il Made in Italy non appare come un marchio statico, ma come un ecosistema in metamorfosi: fatto di saperi che si tramandano, di comunità che si trasformano e di tecnologie che ridefiniscono continuamente i confini del possibile.

NOTA CRITICA: IL POST-DESIGN

Nel ragionare sul tema delle intelligenze che attraversano il progetto e la contemporaneità ho sviluppato il concetto di *post-design*. Non come una nuova corrente, ma come una postura critica che emerge nel momento in cui la relazione tra progettazione e tecnologia cambia radicalmente. Se la storia del design è sempre stata legata agli strumenti - utensili, macchine, software - che hanno progressivamente esteso le capacità umane di trasformare la materia e produrre forme, l'intelligenza artificiale generativa introduce una discontinuità più profonda. Non si presenta semplicemente come un nuovo tool, ma come una presenza che modifica l'ambiente cognitivo in cui il progetto prende forma. In questo senso si può parlare di una soglia epistemologica: il progettista non opera più soltanto attraverso strumenti, ma all'interno di un campo di relazioni tra intelligenze differenti - umane, artificiali e sociali - che partecipano alla generazione delle forme e delle narrazioni. L'IA non sostituisce l'atto progettuale, ma lo costringe a ridefinire la propria posizione. Il *post-design* nasce proprio da questa trasformazione. Non indica un "dopo" rispetto al design, ma un attraversamento: una condizione in cui il progetto si sviluppa nella tensione tra memoria materiale, infrastrutture tecnologiche e immaginari collettivi. Più che uno stile o un metodo, diventa una postura incarnata e consapevole della complessità del presente.

COLONIA

IMAGINARY
FRAME

“Imaginary Frames” esplora la dimensione dell’audiovisivo e costituisce la prima tappa della Travelling Exhibition nell’ambito della Alumni Convention SAE a Colonia, in Germania: l’avvio del ciclo espositivo, presentato come dialogo attivo tra corpo e codice, con interazione audio/video generativa dal vivo. Da qui la costellazione proseguirà in Italia e all’estero, tappa dopo tappa, accogliendo nuove voci. Il nostro Manifesto è processuale: ascolta, cambia, si arricchisce lungo il cammino. Errore e rumore diventano risorse; il Made in Italy si riscrive come ecosistema in metamorfosi, tra territorio e tecnologia, tra pratica materiale e immaginazione algoritmica.

“Imaginary Frames” è una performance di arte digitale creata attraverso l’interazione in tempo reale tra elementi audio e video, inclusi contenuti generati dall’intelligenza artificiale.

I contenuti sono stati realizzati dagli studenti del terzo anno del corso di Audio Production come parte del modulo di Installazioni Multimediali, coordinato dal professor Riccardo Giovinetto.

Queste opere si inseriscono perfettamente nel progetto NIMI, che esplora il futuro dell’artigianato creativo nell’era dell’intelligenza artificiale, rappresentando approcci contemporanei alla composizione audiovisiva, in cui gli strumenti di intelligenza artificiale generativa si fondono con le pratiche di performance dal vivo per creare esperienze immersive e sinestetiche che sfumano i confini tra sound design, arte visiva e media interattivi.

Nell’ambito di questo progetto, SAE Institute ha unito le forze con Accademia Italiana: gli studenti del secondo anno del triennio in Graphic Design di Accademia Italiana hanno infatti curato il materiale di allestimento a supporto dello showcase. Dopo una fase di confronto e sviluppo creativo, è stato selezionato un progetto tra quelli elaborati, scelto per rappresentare in modo efficace l’essenza dell’evento e delle opere presentate.

La partnership, sviluppata in linea con le indicazioni di SAE sui contenuti e le finalità della partecipazione, ha permesso ai futuri graphic designer di sperimentare un processo progettuale reale e interdisciplinare, mettendo in dialogo competenze di design, comunicazione e media digitali. La collaborazione tra Accademia Italiana e SAE Institute contribuisce a costruire un’immagine unitaria dell’evento, capace di raccontare la creatività, l’innovazione e lo spirito collaborativo che caratterizzano entrambe le realtà formative.

PROGETTI:

LIFE IN LINES

VIDEO & AUDIO INSTALLATION
SAE INSTITUTE
ANDREA DI FEBO, RICCARDO BARBETTI,
LUCA LORENZO PONZANI
CORSO TRIENNALE IN PRODUZIONE AUDIO,
A.A. 2024-2025

REBIRTH

VIDEO & AUDIO INSTALLATION
SAE INSTITUTE
VALERIO GALANTE, FILIPPO GRAMAGLIA
CORSO TRIENNALE IN PRODUZIONE AUDIO,
A.A. 2024-2025

SOGNOPROPASIA

VIDEO & AUDIO INSTALLATION
SAE INSTITUTE
ROBERTO PIRAS, ETTORE PROSPERI
CORSO TRIENNALE IN PRODUZIONE AUDIO,
A.A. 2024-2025



FIRENZE

**AN HISTORICAL
BACKGROUND**

**ACCADEMIA ITALIANA, PIAZZA PITTI,
FIRENZE | 14 GENNAIO 2025**

La prima attivazione della Travelling Exhibition NIMI prende forma negli spazi di Accademia Italiana in Piazza Pitti, all'interno di uno dei contesti urbani e architettonici più densi di stratificazione storica della città. Qui la mostra assume fin da subito una posizione precisa: collocare progetti radicalmente contemporanei dentro un fondale storico che ne amplifica le tensioni. Per questa occasione un intero piano dell'istituzione viene svuotato e riconfigurato come spazio espositivo. Le aule dedicate alla didattica diventano ambienti attraversati da installazioni di grande scala, dispositivi audiovisivi e interventi spaziali che occupano le stanze con un gesto esplicito, quasi monumentale.

Per la prima volta i progetti sviluppati dalle diverse scuole partner vengono esposti insieme, trasformando lo spazio in una costellazione di lavori che oscillano tra arte e design. Alcune opere si impongono come presenze installative dominanti; altre costruiscono relazioni più sottili, articolate su livelli differenti di lettura – audio, video, materia, luce. In questo contesto i progetti appaiono come monumenti futuri collocati dentro un paesaggio architettonico del passato. Non oggetti isolati, ma frammenti di ricerca che emergono da archivi progettuali recenti e si confrontano con il tempo lungo della città. La tappa fiorentina introduce così il primo scenario della Travelling Exhibition: un campo di tensione tra memoria e possibilità, in cui lo spazio storico non fa da semplice contenitore, ma diventa parte attiva del dispositivo curatoriale.

PROGETTI:

ECHOES OF IDENTITY

SERIE FOTOGRAFICA
TÓNA FRITSDÓTTIR
ACCADEMIA ITALIANA
CORSO TRIENNALE IN FOTOGRAFIA, A.A. 2024-2025

YOU KNOW NOTHING. THIS IS THE BEAUTY

VIDEOINSTALLAZIONE, ARAZZI E FANZINE
STUDENTI A.A. 2024-2025
ACCADEMIA ITALIANA

CORSO TRIENNALE (BACHELOR'S DEGREE):

GIOVANNI BANDIERI, FAHED HUSSIN, BETTINA
LINDBLAD, NICOLETTA MATERA, MARTA MEINARDI,
ZUZANNA ROKWISZ, MATTEO RUSSO, CHARLOTTE
VENABLES

BIENNIO SPECIALISTICO (MASTER'S DEGREE):

LINDSY AVRITCH, MATHILDE BARRAULT, MARCO
CHIESA, MARIA CHRISTIDI, DAVID LAGO DA SILVA,
ALEXANDER MCKAY, MIKE MCLAUGHLIN, MARTINA
VANNUC

APOPHENIC LANDSCAPES

INSTALLAZIONE VIDEO
MEGAN VOLPE E STUDENTI IAAD. E ACCADEMIA
ITALIANA – DESIGN WORKSHOP 2025



ECHOES OF IDENTITY

SERIE FOTOGRAFICA
TÓNA FRITSDÓTTIR
ACCADEMIA ITALIANA
CORSO TRIENNALE IN FOTOGRAFIA, A.A. 2024-2025

Echoes of Identity è una serie fotografica concettuale ambientata in un'utopia distante, dove l'identità appare fluida e instabile. Le immagini mescolano estetiche aliene, suggestioni surrealiste ed esperimenti visivi ottenuti attraverso effetti in-camera e manipolazione digitale. Il corpo umano viene alterato, stratificato e deformato: non più rappresentazione lineare, ma superficie di trasformazione. La serie costruisce così uno spazio liminale in cui il riconoscibile e l'estraneo si sovrappongono, invitando lo spettatore a interrogare i confini dell'identità.





YOU KNOW NOTHING. THIS IS THE BEAUTY

VIDEOINSTALLAZIONE, ARAZZI E FANZINE
STUDENTI A.A. 2024-2025
ACCADEMIA ITALIANA

CORSO TRIENNALE (BACHELOR'S DEGREE):
GIOVANNI BANDIERI, FAHED HUSSIN, BETTINA
LINDBLAD, NICOLETTA MATERA, MARTA MEINARDI,
ZUZANNA ROKWISZ, MATTEO RUSSO, CHARLOTTE
VENABLES

BIENNIO SPECIALISTICO (MASTER'S DEGREE): LINDSY
AVRITCH, MATHILDE BARRAULT, MARCO CHIESA,
MARIA CHRISTIDI, DAVID LAGO DA SILVA, ALEXANDER
MCKAY, MIKE MCLAUGHLIN, MARTINA VANNUC

You know nothing. This is the beauty nasce come una zine fotografica ma si sviluppa come un dispositivo narrativo più complesso, che mette in dialogo immagini, testi e materiali visivi per interrogare i confini tra utopia e distopia. Attraverso la stampa in cianotipia e una struttura narrativa non lineare, il progetto costruisce un oggetto editoriale mobile e trasformabile. La zine diventa così un dispositivo aperto: ogni sequenza genera nuove connessioni e ogni lettura produce una possibile riscrittura. Il lavoro prende forma nello spazio attraverso una videoinstallazione, cinque arazzi sospesi e una fanzine presentata come oggetto scultoreo, componendo un ambiente immersivo dedicato.





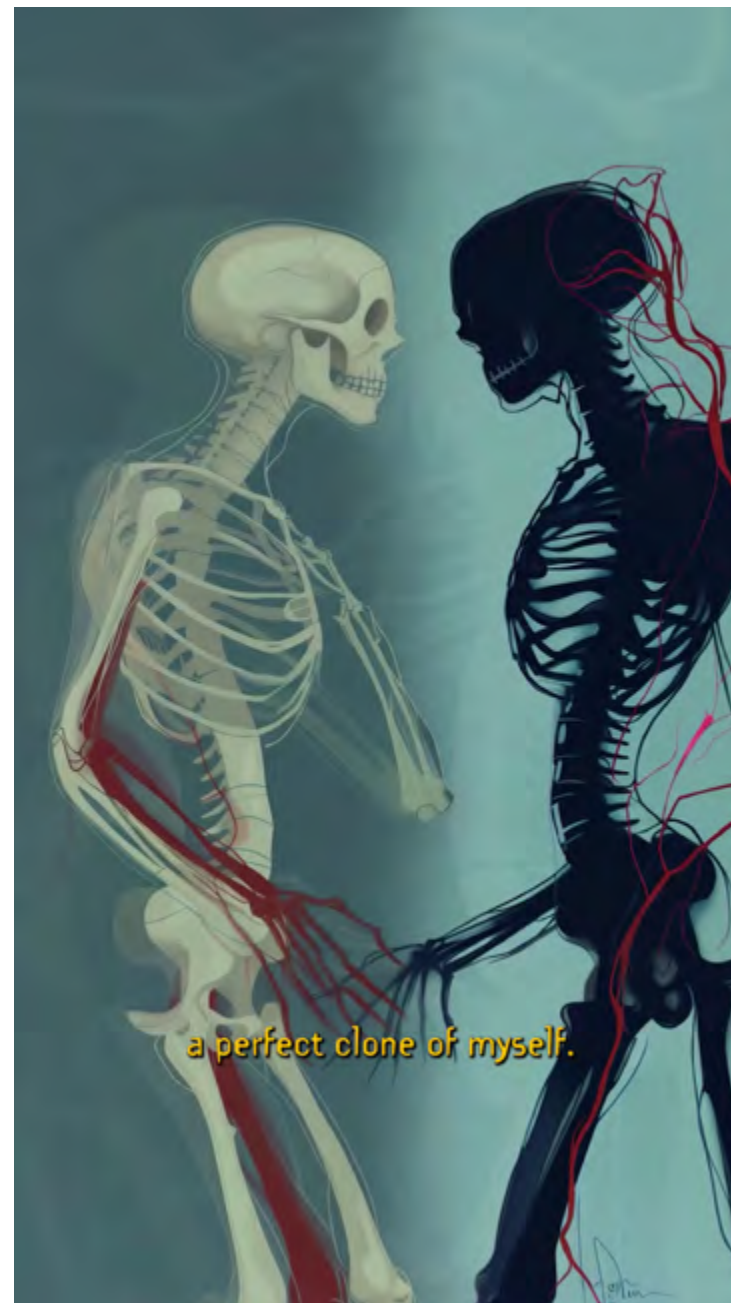
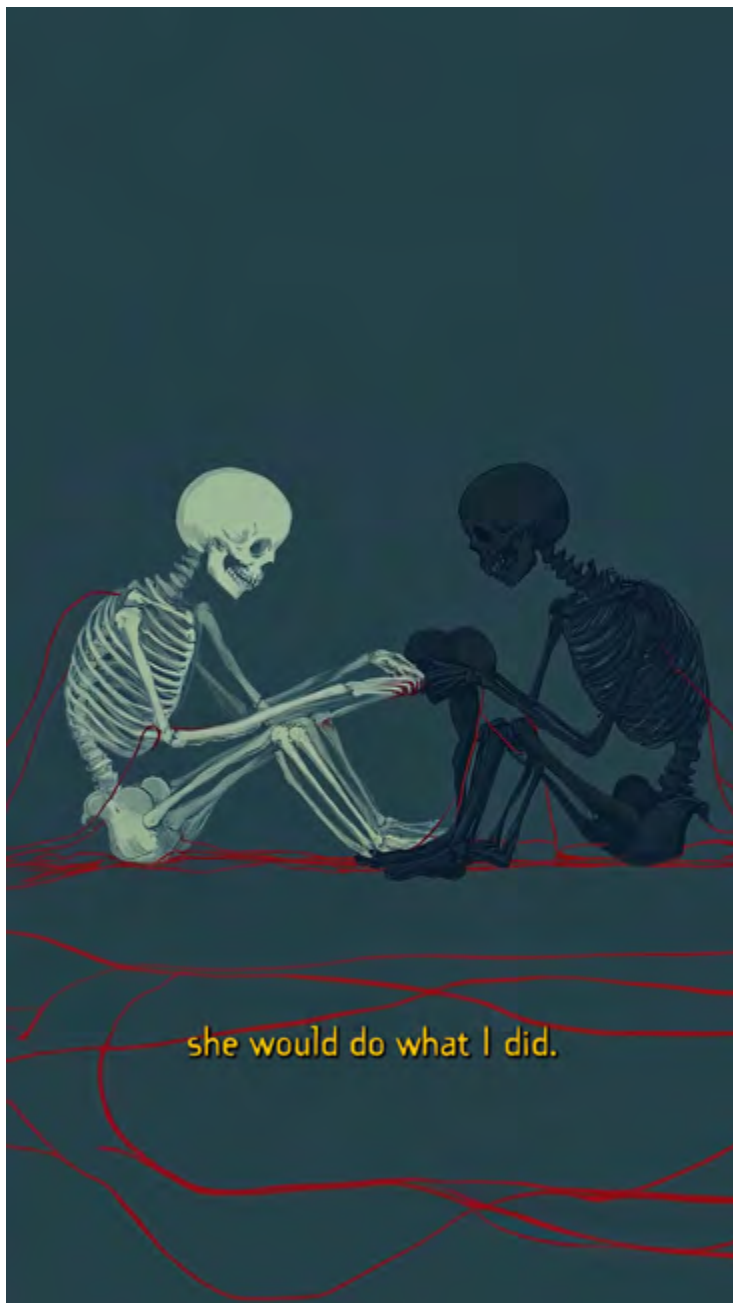


APOPHENIC LANDSCAPES

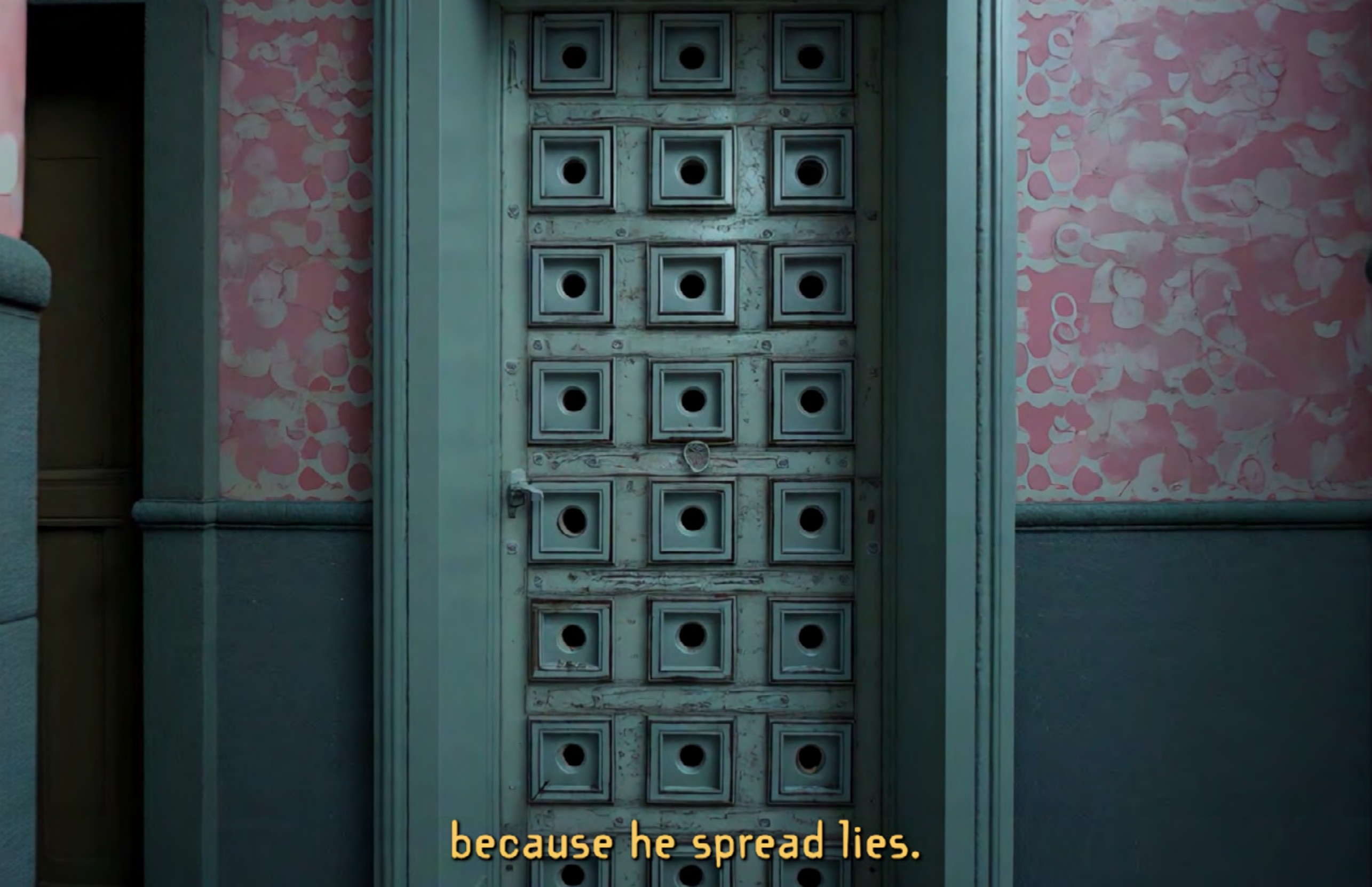
INSTALLAZIONE VIDEO
MEGAN VOLPE E STUDENTI IAAD. E ACCADEMIA
ITALIANA – DESIGN WORKSHOP 2025

Apophenic Landscapes nasce all'interno di un workshop dedicato all'apofenia come metodo creativo: un approccio che trasforma intuizioni, testi, immagini, errori e interferenze digitali in un ecosistema di possibilità narrative. L'installazione si articola in due ambienti video complementari — *Honey* e *Duplicate* — che esplorano la relazione tra immaginazione umana e processi generativi dell'intelligenza artificiale. *Honey* costruisce un ambiente immersivo e sensoriale in cui testi, immagini e voce si stratificano lentamente, generando una condizione percettiva sospesa. *Duplicate* lavora invece per moltiplicazione e sfasatura: immagini generate e rigenerate si deformano e si rincorrono, creando un paesaggio visivo instabile. Insieme, i due lavori compongono un campo audiovisivo in cui linguaggio, AI e intervento autoriale si intrecciano in una drammaturgia aperta.









because he spread lies.



And he made the guilty believe
to be innocent

BOLOGNA

ARTIFICIAL
LANDSCAPES

**IAAD. BOLOGNA
ARTEFIERA | 6-8 FEBBRAIO, 2026**

La tappa di Bologna ha assunto la forma di un'installazione ambientale costruita attorno all'idea di cielo e orizzonte. I progetti delle università partner sono stati ricollocati all'interno di uno spazio immersivo concepito come uno scrigno visivo, in cui immagini, luce e suono componevano un unico paesaggio percettivo. Al centro dell'allestimento *Domus Ex Machina* (2025, Silvio Zara) progetto costruito attorno all'immagine di un sole artificiale che attraversava lentamente lo spazio visivo come una presenza continua, quasi eterna. Questo movimento costante stabiliva la linea dell'orizzonte dell'installazione, generando una temporalità dilatata e sospesa. Ai lati, quattro schermi sincronici introducevano una narrazione visiva parallela: figure umane progressivamente alterate, corpi in trasformazione e presenze che oscillavano tra fisicità e simulazione digitale. Le immagini si manifestavano attraverso glitch, interferenze e slittamenti della materia visiva, suggerendo il passaggio da una presenza ancora incarnata a una condizione ormai pienamente mediata dall'ambiente digitale.

Lo spazio espositivo diventava così un ambiente attraversabile più che osservabile frontalmente: un campo visivo stratificato in cui immagini fisse e in movimento, materiali digitali e presenza sonora costruivano una dimensione sospesa tra naturale e artificiale. In questa configurazione la mostra non presentava semplicemente una serie di progetti, ma metteva in scena un ecosistema visivo, in cui i contributi delle diverse istituzioni dialogavano come parti di un unico paesaggio temporaneo.

PROGETTI:

DOMUS EX MACHINA

INSTALLAZIONE VIDEO / REALTÀ VIRTUALE

ZARA SILVIO

IAAD.

CORSO TRIENNALE IN DIGITAL COMMUNICATION
DESIGN, A.A. 2024-2025

PLASTIC GATE

INSTALLAZIONE FOTOGRAFICA E OUTFIT

ELISABETTA MARIA VITTORIA SALATINO

ACCADEMIA ITALIANA

CORSO TRIENNALE IN FASHION DESIGN,
A.A. 2022-2023

ORIZZONTI

COLLEZIONE DI LAMPADE

YASMINE PELLEGRINO

ABADIR - ACCADEMIA DI DESIGN

E COMUNICAZIONE VISIVA

DOCENTE: GIUSEPPE AREZZI

SUPPORTO PRODOTTO: ANDREA CASTIGLIA

SUPPORTO GRAFICO: ELISABETTA LAVIANO



DOMUS EX MACHINA

INSTALLAZIONE VIDEO / REALTÀ VIRTUALE
ZARA SILVIO
IAAD.
CORSO TRIENNALE IN DIGITAL COMMUNICATION
DESIGN, A.A. 2024-2025

Domus Ex Machina nasce come progetto di realtà virtuale dedicato alla cupola di Antonioni, oggi abbandonata e vandalizzata. Il titolo richiama l'espedito teatrale del *deus ex machina*, ma qui non è una divinità a intervenire: è una *domus* che riemerge attraverso la *machina* tecnologica. La realtà virtuale diventa così uno strumento di riattivazione narrativa, capace di trasformare un luogo perduto in uno spazio immersivo e percettivo. La cupola non viene semplicemente ricostruita, ma reinterpretata come ambiente esperienziale che dialoga con il linguaggio del cinema, del teatro e dell'illusione scenica. Il progetto intreccia memoria e innovazione, restituendo nuova voce a un simbolo culturale e trasformando la tecnologia in un gesto di cura e di immaginazione.





PLASTIC GATE

INSTALLAZIONE FOTOGRAFICA E OUTFIT
ELISABETTA MARIA VITTORIA SALATINO
ACCADEMIA ITALIANA
CORSO TRIENNALE IN FASHION DESIGN,
A.A. 2022-2023

Plastic Gate esplora le tensioni e le fantasie di una generazione che immagina futuri instabili, eccentrici e non lineari. La collezione nasce come esercizio di sovversione dell'immaginario corporeo: forme muscolari femminili sostituiscono la fragilità stereotipata, mentre linee più morbide e delicate si innestano sulle silhouettes maschili. Il progetto diventa così una riscrittura dei codici estetici e culturali che definiscono il corpo. Il fashion agisce come dispositivo critico e linguaggio identitario, capace di interrogare modelli sociali e aspettative consolidate. *Plastic Gate* si configura come una soglia: uno spazio simbolico attraverso cui osservare il corpo come territorio sensibile, in continua trasformazione.

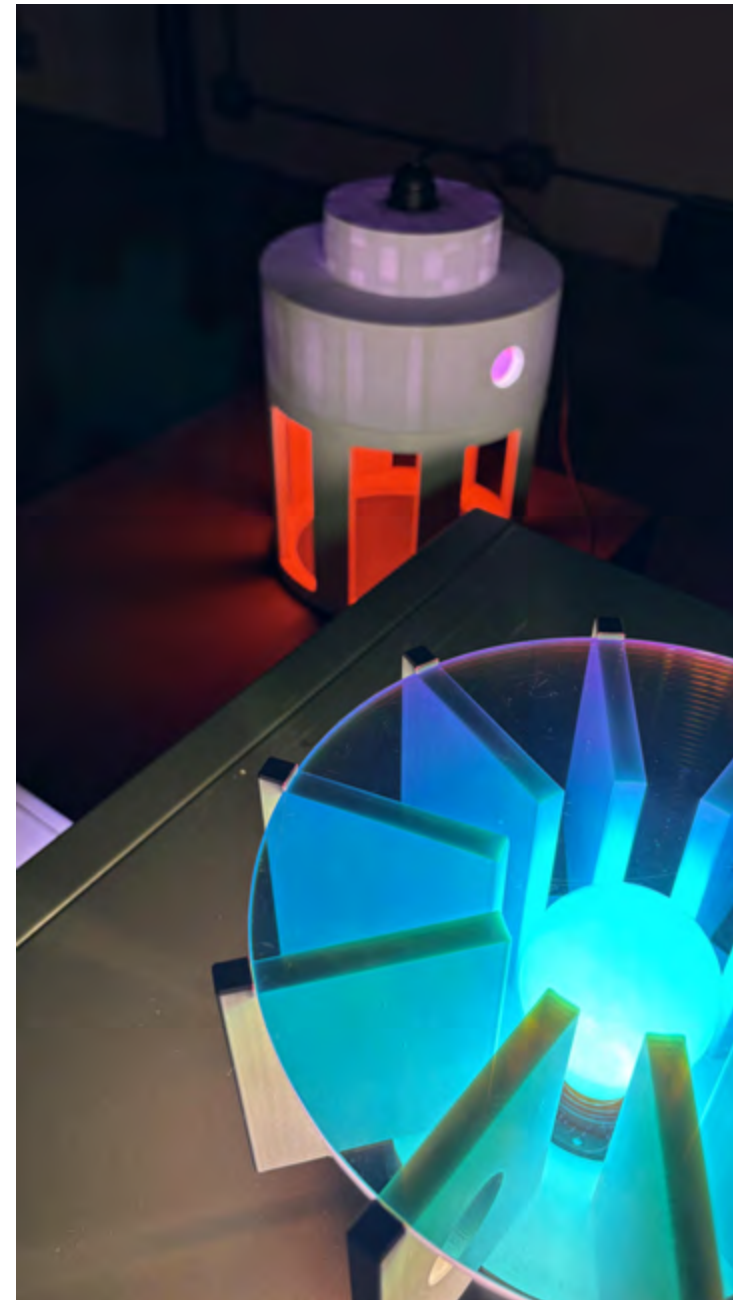


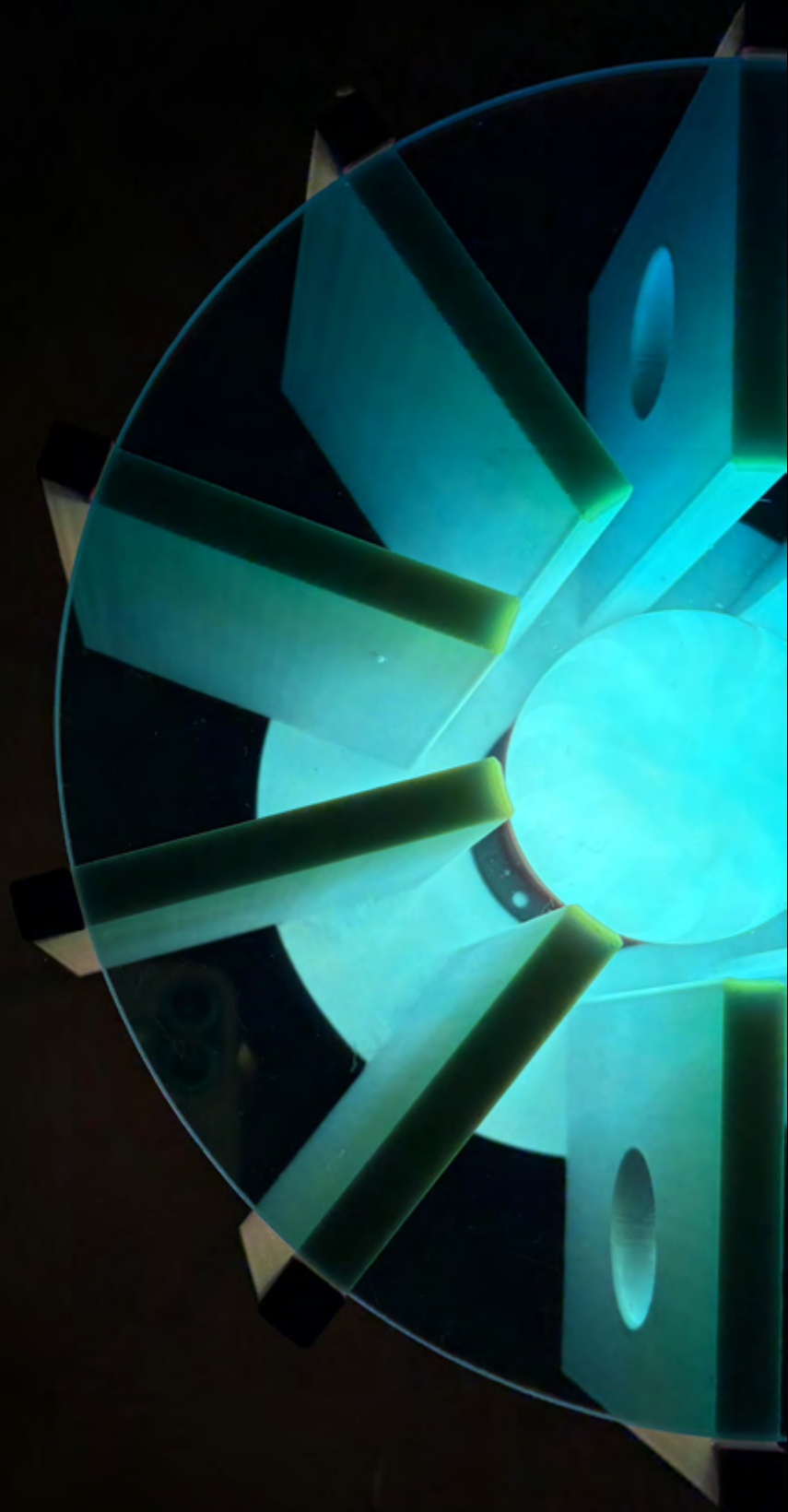


ORIZZONTI

COLLEZIONE DI LAMPADE
YASMINE PELLEGRINO
ABADIR – ACCADEMIA DI DESIGN
E COMUNICAZIONE VISIVA
DOCENTE: GIUSEPPE AREZZI
SUPPORTO PRODOTTO: ANDREA CASTIGLIA
SUPPORTO GRAFICO: ELISABETTA LAVIANO

Orizzonti è una collezione di tre lampade che reinterpretano archetipi mediterranei — lucerna, bugia e lanterna — attraverso un linguaggio contemporaneo. Ogni elemento corrisponde a un momento della giornata: alba, mezzogiorno e tramonto. L'uso del vetro dicroico trasforma la luce artificiale in variazioni cromatiche che evocano il movimento del sole. La ceramica, combinata con superfici riflettenti e geometrie essenziali, genera atmosfere sospese in cui la luce diventa materiale narrativo. Il progetto intreccia tradizione artigiana e sperimentazione tecnologica, traducendo il ritmo del paesaggio mediterraneo in un'esperienza luminosa e sensoriale.





BRUXELLES

**SIMULTANEOUS
NARRATIVES**

La tappa di Bruxelles si è sviluppata all'interno dello spazio del Parlamento Europeo, adattando il dispositivo espositivo alla configurazione tecnica della sala destinata al dibattito istituzionale. A differenza delle tappe precedenti, la mostra assume qui una forma interamente immateriale. I progetti selezionati vengono presentati esclusivamente come sequenze video, montate una dopo l'altra in un flusso continuo e sincronico sui monitor collocati al di sotto della linea dello sguardo, normalmente utilizzati dai parlamentari durante le sessioni di lavoro. Al centro dello spazio, lo schermo principale ospita invece la tavola rotonda e i materiali della discussione, che diventa essa stessa parte del dispositivo espositivo. La dimensione del confronto pubblico entra così nella struttura della mostra, trasformando il dibattito in un elemento attivo della narrazione.

In questa configurazione i progetti appaiono come una successione di presenze visive che attraversano lo spazio politico senza costruire una sequenza lineare. Le immagini emergono come frammenti intermittenti, introducendo nel contesto istituzionale una costellazione di visioni, ipotesi e traiettorie di ricerca. Come riferimento curatoriale di questa tappa compare De-Column, progetto di Lamiya Fattayeva (2025). Il richiamo all'archetipo architettonico della colonna dialoga simbolicamente con il contesto stesso del Parlamento europeo, luogo in cui l'architettura della decisione politica affonda le proprie radici nella tradizione classica dello spazio civico e del tempio.

PROGETTI:

IMAGINARY FRAMES

INSTALLAZIONE VIDEO
/ PERFORMANCE AUDIOVISIVA
STUDENTI DEL CORSO AUDIO PRODUCTION,
3° ANNO, 2025
SAE INSTITUTE
COORDINAMENTO: PROF. RICCARDO GIOVINETTO

DE-COLUMN

INSTALLAZIONE MULTISCHERMO
LAMIYA FATTAYEVA
BIENNIO SPECIALISTICO IN INTERIOR DESIGN,
A.A. 2024-2025
ACCADEMIA ITALIANA

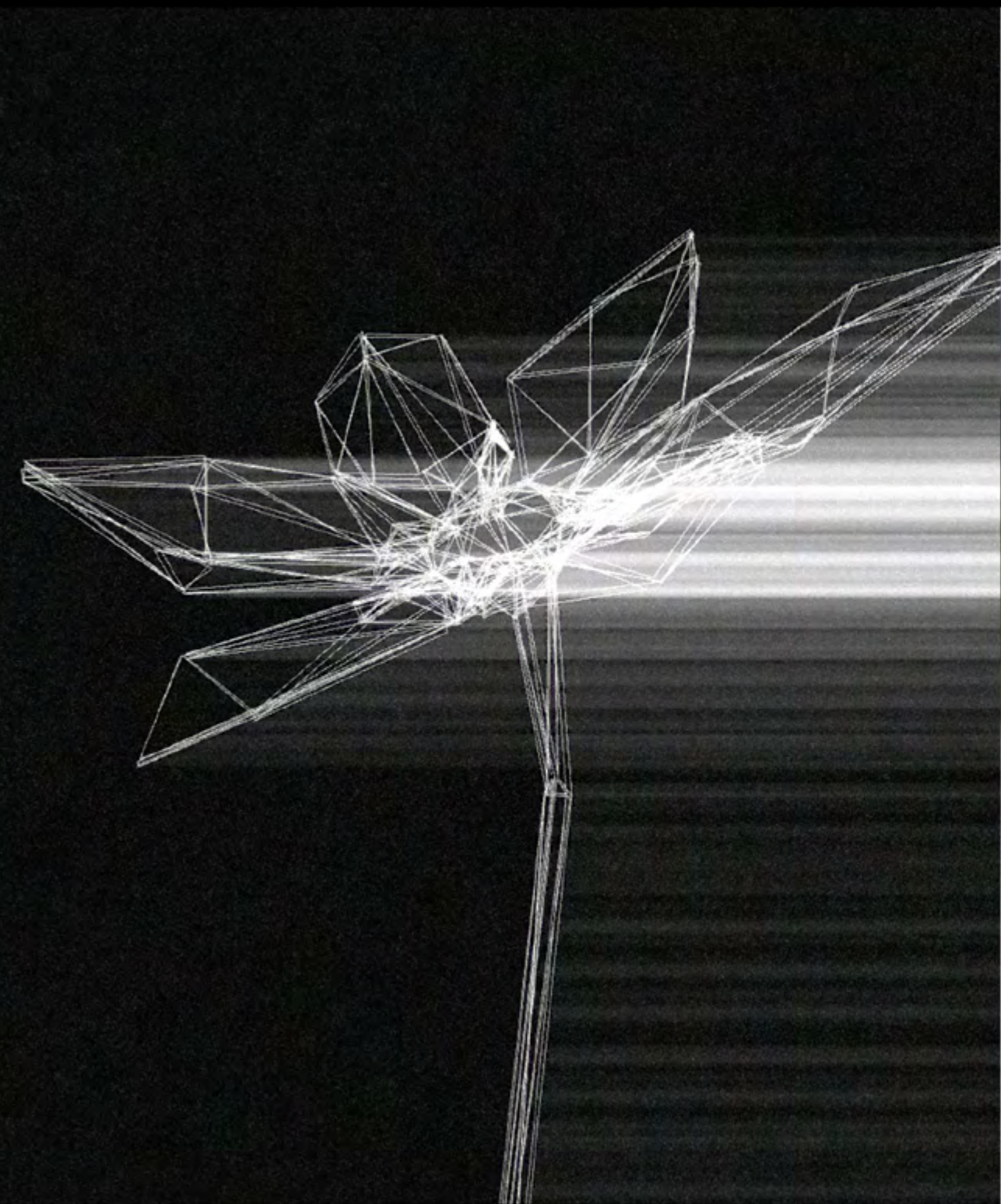


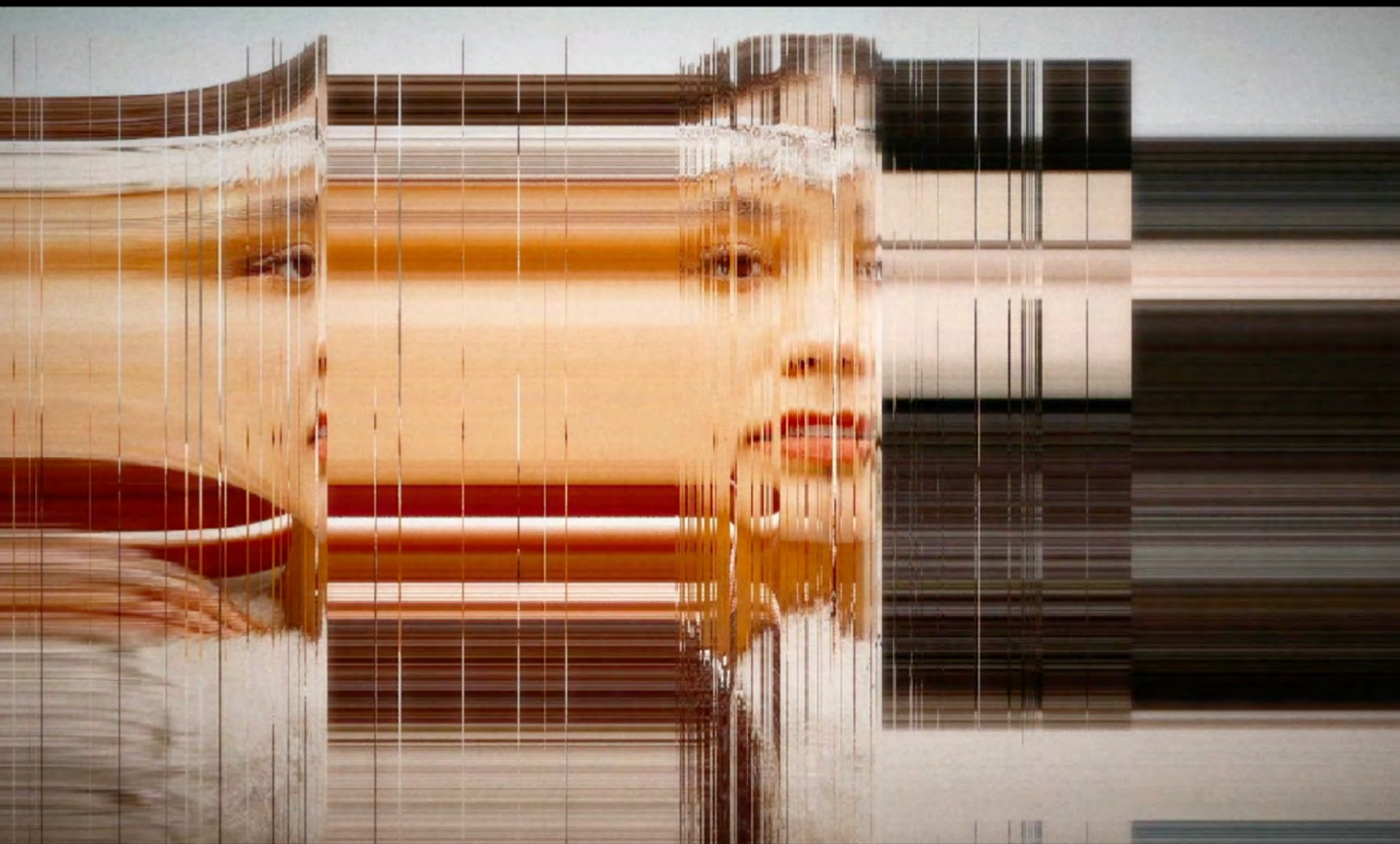
IMAGINARY FRAMES

INSTALLAZIONE VIDEO
/ PERFORMANCE AUDIOVISIVA
STUDENTI DEL CORSO AUDIO PRODUCTION,
3° ANNO, 2025
SAE INSTITUTE
COORDINAMENTO: PROF. RICCARDO GIOVINETTO

Imaginary Frames esplora la dimensione performativa dell'audiovisivo attraverso la relazione tra gesto sonoro, immagine in movimento e processi generativi basati su intelligenza artificiale. La performance nasce dall'integrazione di tre opere distinte realizzate da sei studenti del corso di Audio Production, che confluiscono in un'unica struttura narrativa. Suono e immagine si inseguono e si trasformano in tempo reale: composizione musicale, sound design e manipolazione live convivono con algoritmi di trasformazione visiva che reagiscono ai parametri sonori. Ne emerge una drammaturgia audiovisiva ibrida, in cui performance, tecnologia e co-creazione diventano elementi interdipendenti. Il progetto mette in scena una forma contemporanea di craft audiovisivo, mostrando come l'intelligenza artificiale possa estendere il gesto creativo senza sostituirlo.



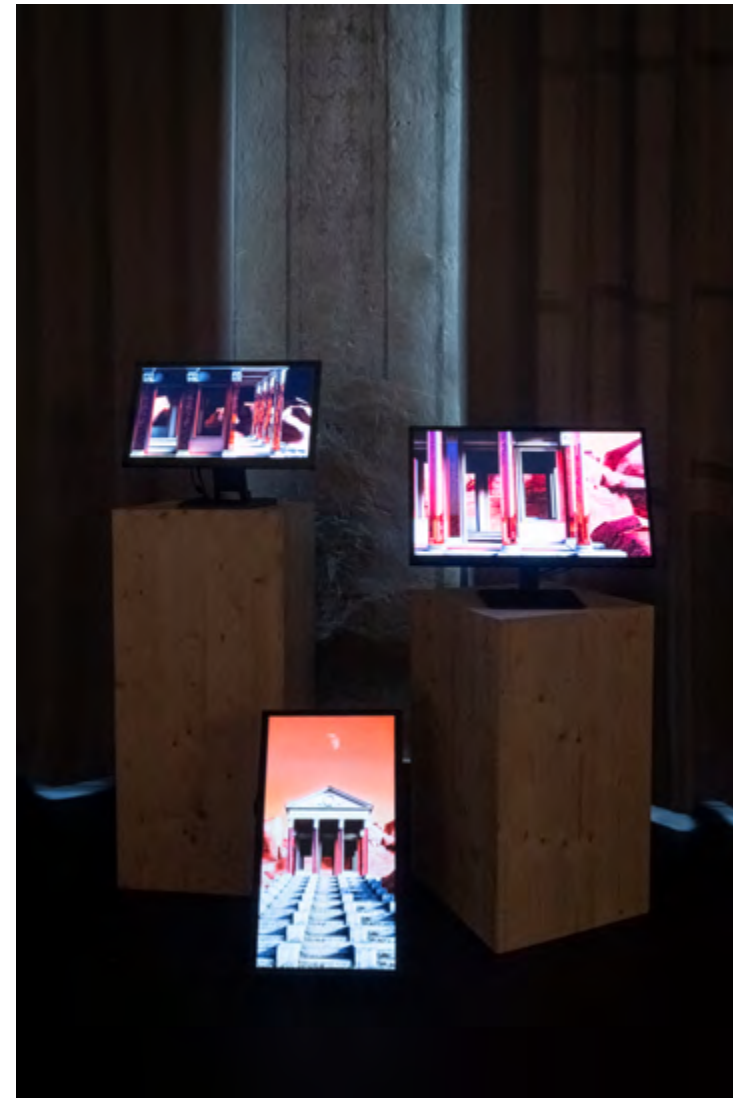




DE-COLUMN

INSTALLAZIONE MULTISCHERMO
LAMIYA FATTAYEVA
BIENNIO SPECIALISTICO IN INTERIOR DESIGN,
A.A. 2024-2025
ACCADEMIA ITALIANA

De-Column reinterpreta la colonna classica come organismo ibrido, sospeso tra presenza materica e simulazione digitale. L'anima interna in cemento e lo strato esterno in plexiglass trasformano un archetipo architettonico in una figura fluida, attraversata da un continuo slittamento tra solidità e dissoluzione. Simbolo tradizionale di stabilità e ordine, la colonna diventa qui una forma instabile e molteplice. Il progetto si sviluppa attraverso una sequenza di render e viste parallele che osservano l'oggetto da prospettive differenti, costruendo un campo di possibilità visive piuttosto che un'immagine definitiva. La reiterazione dei frame genera una grammatica visiva iterativa e quasi meditativa, che richiama la verticalità ripetuta delle colonne classiche ma ne dissolve la rigidità originaria, trasformandola in un dispositivo speculativo tra architettura e immagine.







TORINO

**THE LIVING
LABORATORY**

**GARAGE IAAD.
TORINO | 11 MARZO 2026**

La tappa torinese della Travelling Exhibition NIMI si sviluppa negli spazi di Garage IAAD., assumendo il laboratorio come condizione curatoriale. Qui la mostra non si separa dall'attività quotidiana dell'istituzione, ma si innesta direttamente nel suo ambiente operativo: tavoli di lavoro, macchine in funzione, studenti e processi progettuali attivi convivono con l'allestimento, trasformando lo spazio in un dispositivo in continua evoluzione. In questo contesto l'esposizione non si presenta come configurazione stabile, ma come campo di lavoro attraversabile, in cui la dimensione installativa emerge dal dialogo con le attività in corso. Alcuni progetti legati al fashion design vengono sottratti alla loro funzione d'uso per assumere una presenza plastica e volumetrica, trasformandosi in vere e proprie sculture che abitano lo spazio. Accanto a questi, lavori fotografici e video introducono una dimensione immateriale che si sovrappone alla materia, costruendo una stratificazione tra corpo e immagine, oggetto e simulazione.

L'allestimento agisce quindi come una struttura di lettura dello spazio più che come una disposizione conclusa di opere. La dimensione artistica e quella progettuale si intrecciano continuamente: da un lato i lavori appaiono come presenze autonome, dall'altro i QR code rimandano ai processi di ricerca e sviluppo che li hanno generati, restituendo la natura progettuale del design. La tappa di Torino rende così visibile una doppia prospettiva: la trasformazione del progetto in gesto artistico e, allo stesso tempo, la permanenza del laboratorio come luogo di produzione, verifica e sperimentazione: un allestimento di senso, capace di leggere e attivare lo spazio senza separarlo dalla vita che lo attraversa.

PROGETTI:

OMICRON

TRANSPORTATION DESIGN PROJECT
FRANCESCO GUERZONI
TRANSPORTATION DESIGN
IAAD., 2025

HUR

INSTALLAZIONE TESSILE E FASHION DESIGN
EDOARDO BISELLO
CORSO DI TEXTILE & FASHION DESIGN
IAAD., A.A. 2024-2025
PROJECT WORK IN COLLABORAZIONE
CON RICK OWENS



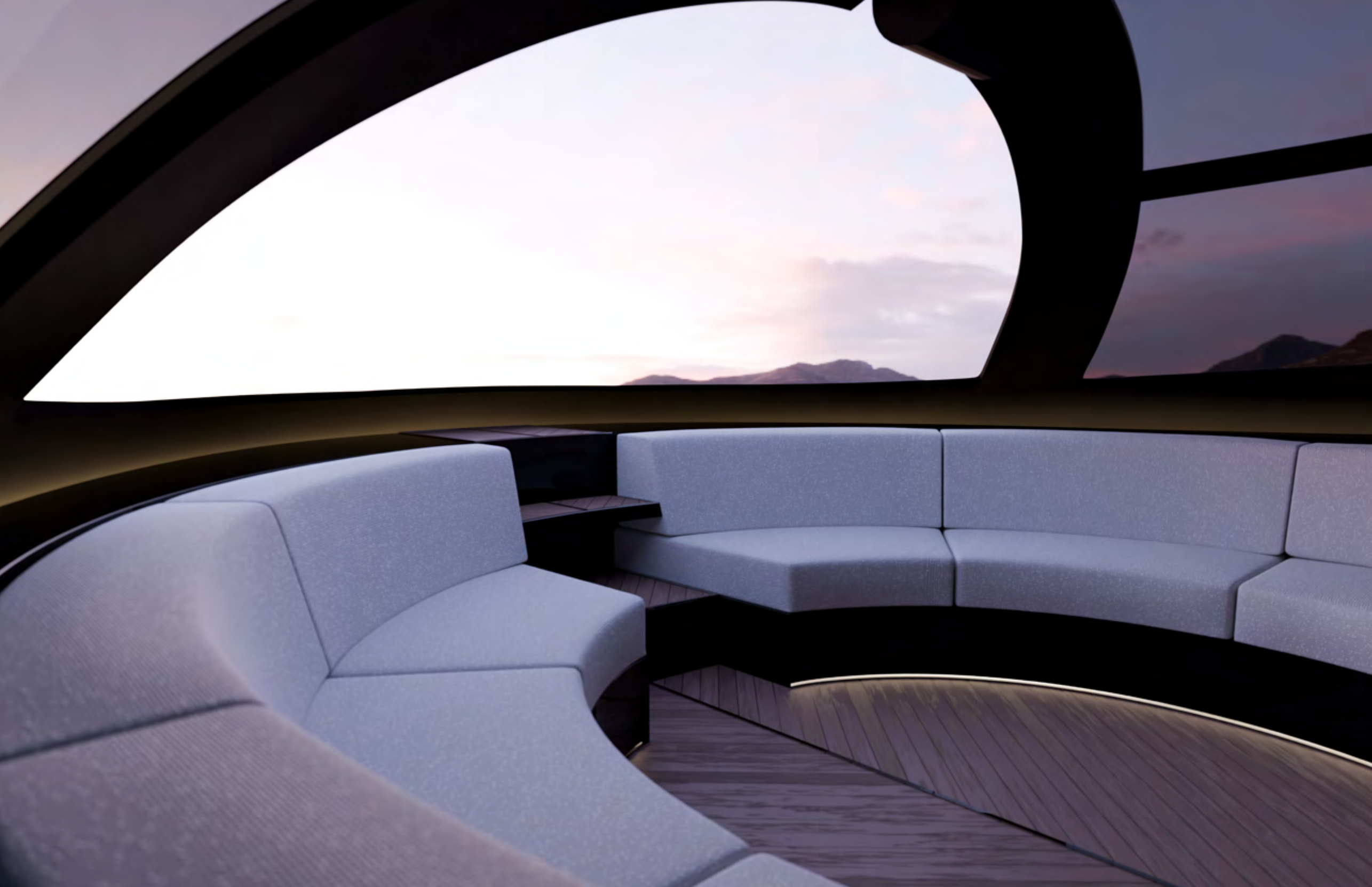
OMICRON

TRANSPORTATION DESIGN PROJECT
FRANCESCO GUERZONI
TRANSPORTATION DESIGN
IAAD., 2025

Omicron nasce da una suggestione formale legata all'amigdala, la pietra anticamente utilizzata per la realizzazione delle punte di lancia. Da questa matrice primitiva si sviluppa un oggetto nautico radicale: un'imbarcazione di 24 metri progettata come un dispositivo al limite tra performance tecnologica e forma organica. Le proporzioni tra scafo e pozzetto richiamano il mondo della nautica offshore, privilegiando uno scafo stretto e altamente performante, ma introducendo al contempo spazi pensati per una relazione diretta e contemplativa con il mare. Il progetto integra terrazze aperte sull'acqua, un pozzetto circolare destinato alla convivialità e una cabina abitabile sotto coperta, concepita per permettere all'armatore e agli ospiti di vivere l'imbarcazione anche in rada. In mostra il progetto è presentato attraverso un video che ricostruisce il passaggio dalla forma originaria della pietra al design finale, collocando l'oggetto in un ambiente marino digitale dove la barca sembra galleggiare tra dimensione naturale e artificiale. *Omicron* si configura così come un oggetto liminale, in cui una morfologia ipertecnologica e una precisione quasi scultorea entrano in dialogo con il paesaggio naturale, mettendo in tensione le categorie di organico e inorganico.







INSTALLAZIONE TESSILE E FASHION DESIGN
 EDOARDO BISELLO
 CORSO DI TEXTILE & FASHION DESIGN
 IAAD., A.A. 2024-2025
 PROJECT WORK IN COLLABORAZIONE
 CON RICK OWENS

Hur è un progetto di ricerca che indaga il concetto di libertà attraverso la sua tensione costante con il suo opposto: la prigionia. Edoardo Bisello sviluppa questa riflessione traducendola in un linguaggio visivo e materico estremamente coerente, in cui il corpo e l'abito diventano territori di conflitto, trasformazione ed emancipazione. Il lavoro nasce da una forte sensibilità progettuale e da una capacità rara di costruire un universo estetico complesso: lavorazioni tessili sperimentali, collezioni runway, accessori e un editoriale fotografico convergono in un sistema narrativo articolato, in cui ogni elemento dialoga con gli altri. Attraverso una ricerca intensa sui materiali, sulle superfici e sulla costruzione del capo, Bisello sviluppa un linguaggio personale capace di fondere moda, arte e dimensione simbolica. Hur diventa così non solo una collezione, ma una vera e propria visione progettuale, in cui il gesto creativo si manifesta come atto di originaria risposta deontologica al mondo fenomenologico.







MILANO

**CINEMATIC
ASSEMBLY**

**BRAVERY BAR
MILANO | 20-26 APRILE, 2026**

La tappa conclusiva della Travelling Exhibition NIMI si inserisce negli spazi del Bravery Bar all'interno dell'allestimento progettato da Truly Design. In questo contesto la mostra assume una forma radicalmente diversa rispetto alle tappe precedenti: non si presenta come installazione spaziale, ma come attivazione temporale dell'immagine. Il dispositivo visivo è costruito attorno a un sistema di LED wall disposto come una scenografia teatrale: uno schermo centrale a sviluppo orizzontale e due superfici laterali che funzionano come quinte. All'interno di questa architettura visiva i progetti della Travelling Exhibition vengono ricomposti attraverso un montaggio cinematografico che li trasforma in una sequenza continua di immagini. La mostra non è quindi costantemente visibile, ma si attiva in momenti specifici della giornata. In questi intervalli lo spazio si riconfigura come luogo di visione collettiva: i lavori scorrono sui tre schermi come parti di un unico racconto visivo, invitando il pubblico a fermarsi, sedersi e attraversare la mostra come si attraversa un film. Le opere non sono presentate come unità isolate ma entrano in relazione attraverso il montaggio, costruendo una narrazione per immagini in cui i singoli progetti dialogano tra loro all'interno di un flusso visivo condiviso. Questa configurazione segna la chiusura del percorso della Travelling Exhibition: dopo aver attraversato spazi storici, ambienti installativi, contesti istituzionali e laboratori operativi, la mostra assume qui la forma di una proiezione cinematografica, condensando i lavori in un'esperienza di visione che trasforma temporaneamente lo spazio in una sala.

PROGETTI:

DE-

FASHION DESIGN E COMUNICAZIONE
VIOLA BERTOLA, CLAUDIA TERESA TILELLI
TEXTILE & FASHION DESIGN
IAAD., 2025

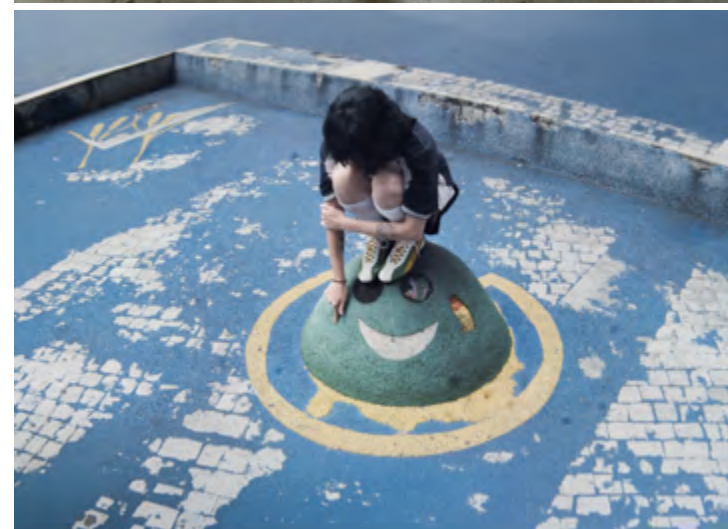
IO E L'ALTRA ME?

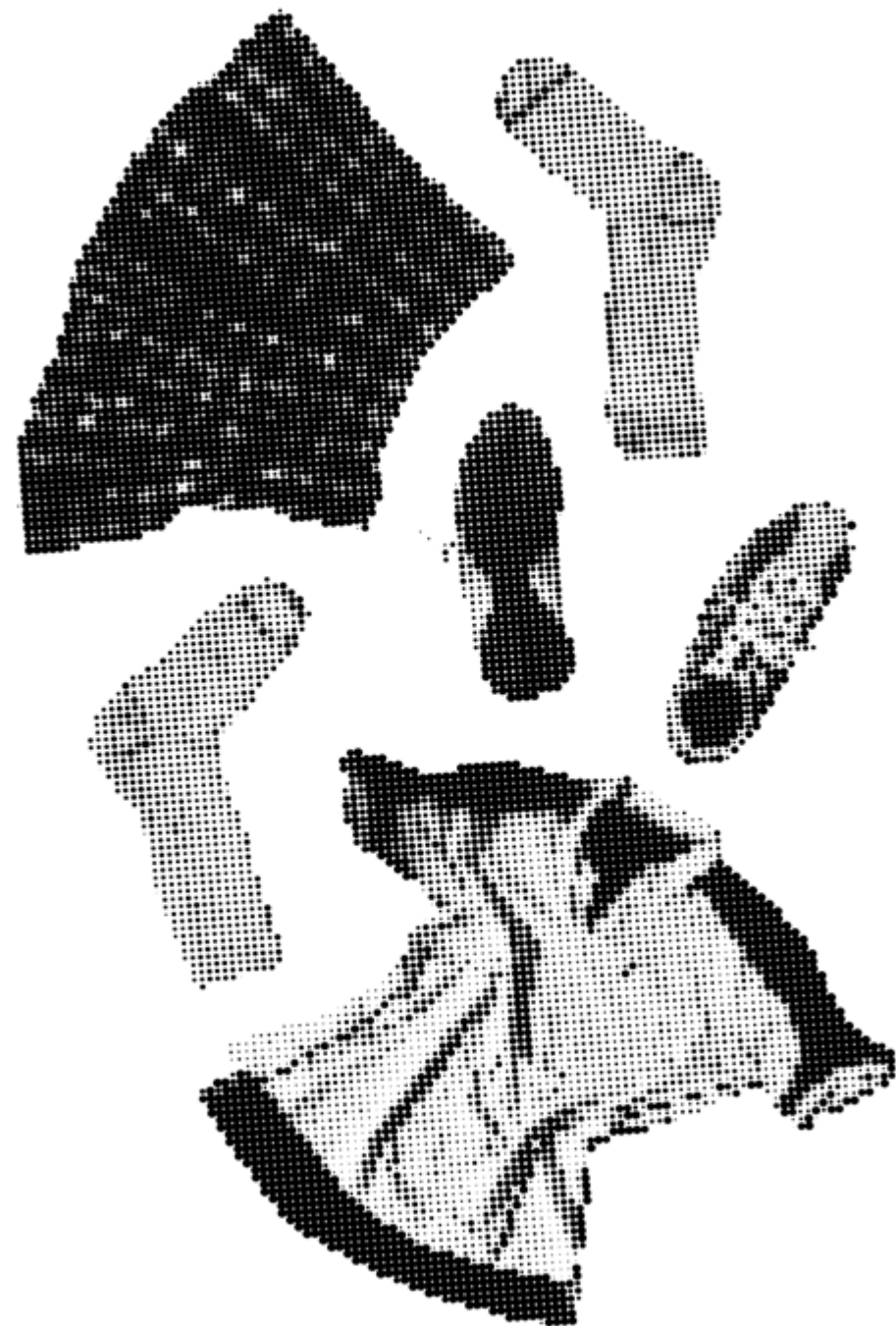
PROGETTO FASHION E RICERCA VISIVA
LUNA VERCELLI
TEXTILE & FASHION DESIGN
IAAD., 2025



FASHION DESIGN E COMUNICAZIONE
 VIOLA BERTOLA, CLAUDIA TERESA TILELLI
 TEXTILE & FASHION DESIGN
 IAAD., 2025

DE- nasce dall'incontro con la pratica dello stylist Anas Zizaoui e utilizza il prefisso *de-* come dispositivo concettuale: sottrazione, distacco e ricostruzione diventano metodo progettuale e grammatica estetica. Attraverso la rielaborazione di capi di seconda mano, il progetto supera le logiche del vintage e dell'upcycling per costruire outfit completi intesi come identità visive autonome. Gli abiti si configurano come sistemi coerenti, capaci di generare personaggi e immaginari, mettendo in discussione i modelli del consumo contemporaneo. Il lavoro si sviluppa come una pratica di ricostruzione intenzionale dell'abito, in cui moda, immagine e cultura visiva convergono in un unico dispositivo progettuale.





IO E L'ALTRA ME?

PROGETTO FASHION E RICERCA VISIVA
LUNA VERCELLI
TEXTILE & FASHION DESIGN
IAAD., 2025

Io e l'altra me? prende ispirazione dal film *Persona* di Ingmar Bergman, indagando il conflitto tra identità autentica e identità performativa. Il progetto riflette sul divario tra ciò che siamo e ciò che mostriamo, una tensione amplificata nella contemporaneità dalla costruzione di identità pubbliche mediate dai social. La ricerca intreccia riferimenti provenienti dalla psicologia e dalla filosofia — dal concetto di “ombra” di Jung al “falso sé” di Winnicott, fino alle riflessioni sull’alienazione di Sartre e Heidegger — integrandoli con una lettura critica dei meccanismi di approvazione sociale. Il lavoro prende forma attraverso tre outfit simbolici e uno shooting fotografico ispirato all’incipit del film, articolandosi tra fotografia, editoriale e video. Ne emerge una costruzione visiva stratificata che esplora la molteplicità del sé e la tensione costante tra interiorità e rappresentazione.





RINGRAZIAMENTI

Questo progetto nasce dalle idee e dalle intuizioni di Alessandro Colombo. Senza la sua visione le tre intelligenze non avrebbero iniziato a dialogare. Un grazie sentito ai Direttori Accademici, Filippo Pernisco, Raffaella Romano, Flavio Nani, Lucia Giuliano e Michele Capuani, ei Direttori Operativi delle cinque istituzioni AFAM che hanno creduto in questo progetto sin dall'inizio e che hanno coinvolto le loro communities in una sperimentazione e una cooperazione mai sperimentata prima. Grazie all'Università di Salerno e in particolare al Professor Pietro Campiglia e la Professoressa Marialuisa Saviano per averci accompagnato nello studio delle nostre realtà e nell'attività di ricerca. E infine, grazie a tutti i docenti e gli studenti di Accademia Italiana, Abadir, IAAD., Poliarte e SAE per aver contribuito ai meravigliosi risultati di questo progetto e di Makin' Italy.

MAKIN' ITALY - TRAVELLING EXHIBITION è una pubblicazione realizzata nell'ambito del progetto NIMI - La Nuova Intelligenza del Made in Italy, finanziato dall'Unione Europea - Next Generation EU, Missione 4 Componente 1 CUP: H37G24000080001

Le opere presentate in questo volume sono state realizzate durante le attività formative del progetto e selezionate dalla curatrice Lucrezia Nardi in collaborazione con il corpo docente delle istituzioni partner.



Curatrice Travelling Exhibition
Lucrezia Nardi

Coordinamento Scientifico
Filippo Pernisco

Coordinamento Operativo
Livia Di Nardo

Progetto e coordinamento editoriale a cura di
Lucrezia Nardi e Livia Di Nardo

Testi di: Livia Di Nardo, Filippo Pernisco, Marialuisa Saviano, Gianpaolo Barozzi, Giacomo Giobbia, Fabio Fabbi, Christian Ludovici, Michele Capuani, Federico De Giuli, Lucrezia Nardi

Direttore Accademico
Filippo Pernisco

Coordinamento attività di ricerca
Fabio Fabbi
Christian Ludovici

Coordinamento attività laboratoriali
Lorenzo Pofferi
Cecilia Rinaldi

Comunicazione
Marta Staulo
Jessica Montanari

Opere di: Tóna Fritsdóttir, Zara Silvio, Elisabetta Maria Vittoria Salatino, Yasmine Pellegrino, Lamiya Fattayeva, Francesco Guerzoni, Edoardo Bisello, Luna Vercelli, Megan Volpe e studenti IAAD. (Torino), Accademia Italiana (Firenze) e Barreira (Valencia), studenti del terzo anno (BA e MA) in Fotografia, Accademia Italiana, studenti del corso Audio Production, 3° anno, SAE Institute (a.a. 2024–2025), Viola Bertola, Claudia Teresa Tilelli.

Crediti fotografici: Luis Gerardo Sanchez Serrano, Jessica Montanari, Mustafa Esen, Laura Seglie, Edoardo Bisello, Luna Vercelli, Viola Bertola, Claudia Teresa Tilelli.

Progetto Grafico
Nero Editions

Ufficio Stampa
CP Plus

Con il *supporto* di



**STAMPATO E PUBBLICATO
NEL MESE DI APRILE 2026**