



Gianni Sinni

Una, nessuna, centomila
L'identità pubblica da logo a
piattaforma

UNIRSM Design

Pagine	176
Prezzo	18,00 €
Data di pubblicazione	2018
ISBN	978-88-229-0165-1
Formato	165x220 mm
	brossura con sovraccoperta, con illustrazioni bn

IL LIBRO

Il tema dell'identità, come ha scritto Lévi-Strauss, si colloca al crocevia di tutte le discipline, ed è del resto costantemente al centro del dibattito filosofico, sociologico e antropologico, nonché oggetto di interesse principe per la psicologia, il marketing e, naturalmente, il design. Tuttavia, l'indagine sul concetto di identità visiva, sulla sua origine e sul suo sviluppo, specialmente ove applicata all'«identità pubblica», non è soltanto un problema da «addetti ai lavori». Come dimostra una fin troppo diffusa visione del brand territoriale, tutta orientata al marketing, è lo stesso rapporto cittadini-istituzioni che può essere qui rimesso in discussione. Oggi, le metodologie *citizen centered* e la co-progettazione di servizi digitali possono diventare uno strumento per ricondurre il progetto dell'identità istituzionale all'interno dei confini del pubblico interesse.

AUTORE

Gianni Sinni, insegna Hybrid media design al Corso di laurea magistrale in Design dell'Università degli studi della Repubblica di San Marino. Insieme all'attività professionale si è sempre occupato di design come strumento di innovazione sociale. Ha recentemente curato il volume *Design X* (2016) e ha collaborato, all'interno del progetto nazionale Italia Login, alla stesura delle *Linee guida di design per la PA*. È stato direttore responsabile del magazine online «Socialdesignzine» dal 2003 al 2009 ed ha curato, insieme a Andrea Rauch, i volumi *Socialdesignzine Uno* (2005), *Socialdesignzine Due* (2007), *Disegnare le città. Grafica per le pubbliche istituzioni in Italia* (2009).