



**CORSO DI:
Wayfinding**

Prof. A. De Capua

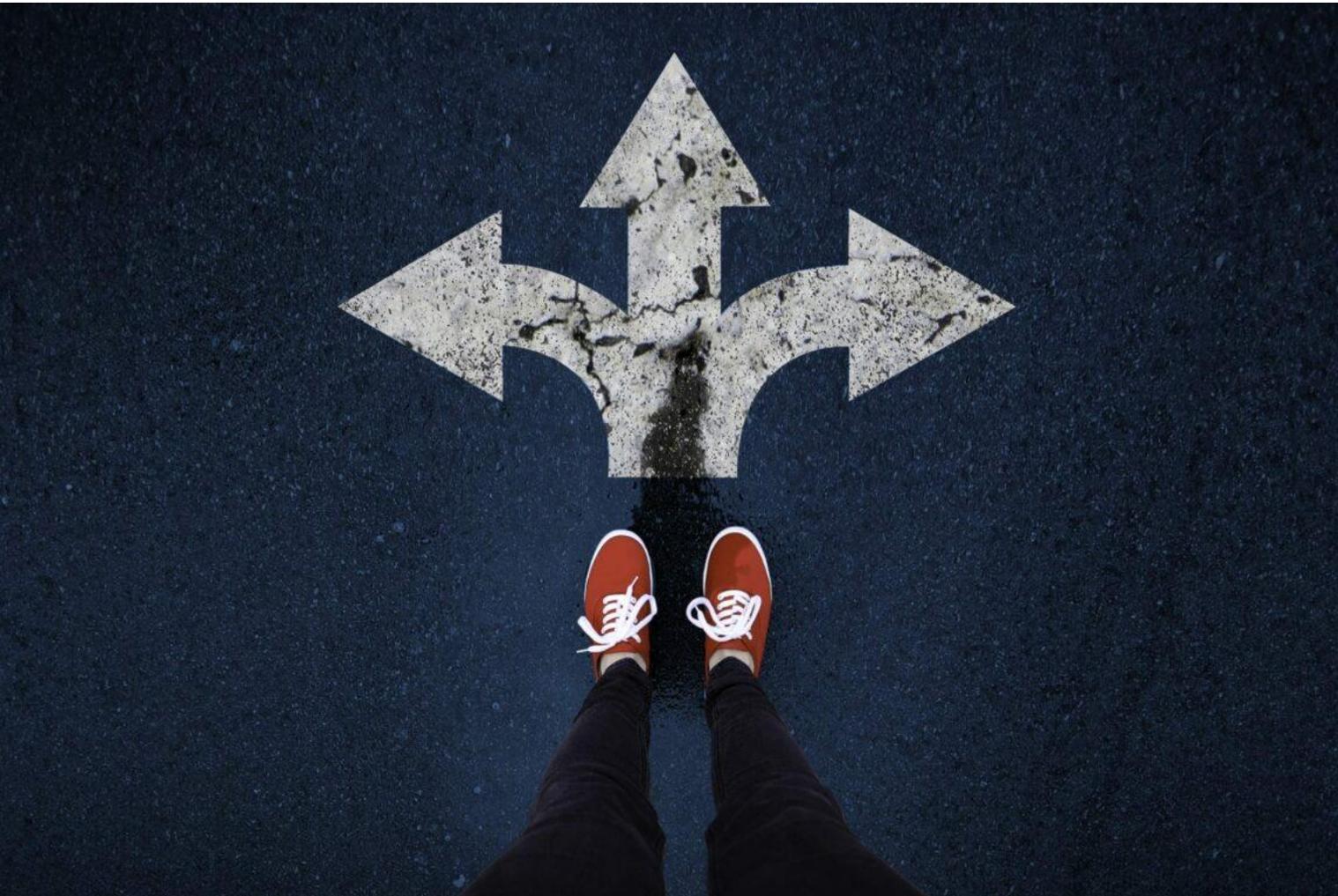
Coll.: Arch. Lidia Errante, phd

Arch.j. Giulia Brescia

1 Presentazione del corso

TERMINOLOGIA E APPROCCI DISCIPLINARI

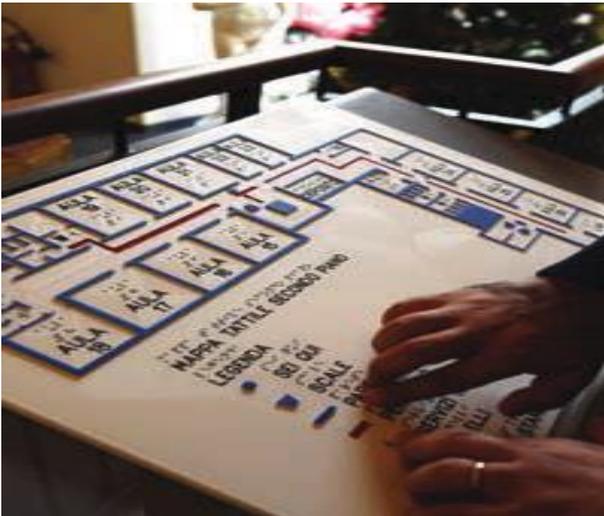
23 settembre 2024



Universal Design & wayfinding

 Percettibilità dell'informazione

Definizione: Il progetto deve comunicare la necessaria informazione all'utente, senza riguardo delle condizioni dell'ambiente o alle abilità sensoriali dell'utente.



DEFINIZIONE

Wayfinding = “trovare la strada”

insieme di tecniche comunicative che permettono all’individuo di orientarsi in uno spazio fisico e di muoversi da un posto all’altro.



“wayfinding refers to a person’s abilities, both cognitives and behavioural, to reach destinations in the everyday environment. The mastery of these abilities is a prerequisite to mobility. To move freely in [...] urban environment can be a difficult task for any person [...]”

Passini R. Proulx G. (1988), Wayfinding without vision: An Experiment with Congenitally Totally Blind People, "Environmental and Behaviour", Sage 1988 20: 227

DEFINIZIONE

Il termine wayfinding è stato utilizzato per la prima volta negli anni Sessanta nel libro “The image of the city” di Kevin Lynch .

“the original function of the environmental image, and the basis on which its emotional associations may have been founded. But the image is valuable not only in its immediate sense in which it acts as a map for direction or movement; in a broader sense it can serve as a general frame of reference, within which the individual can act, or to which he can attach his knowledge.”

Dagli anni '90 molti autori hanno dato diverse definizioni.

*Peponis et al. (1990) : “**the ability to find a way** [from a starting point] to a particular location in an expedient manner and to recognize the destination when reached ”*

*Arthur and Passini (1992) : “process of reaching a destination, **whether in a familiar or unfamiliar environment**” .*

PRINCIPI

Passini (1984), il quale, definendo il wayfinding come “a cognitive processes of users to find their destinations”, individua tre specifici momenti di elaborazione delle informazioni e delle decisioni:

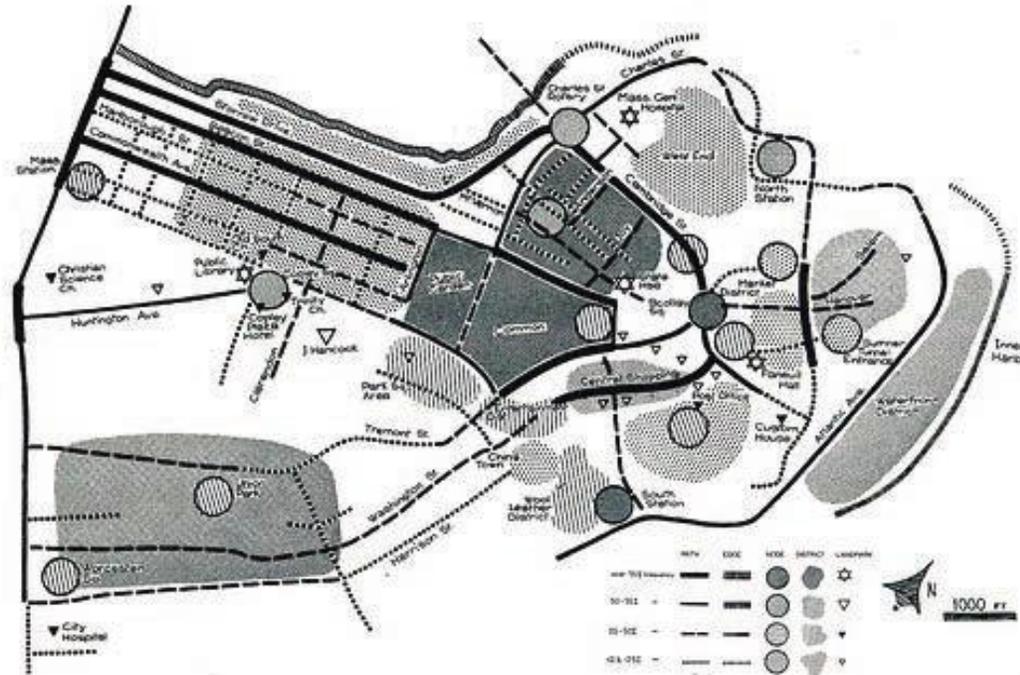
Processo decisionale (Decision making) l'utente sviluppa un *piano di azione* per il viaggio (dove andare, quando partire, come raggiungere la destinazione...) attraverso una serie di decisioni ordinate che si basano sulle informazioni disponibili e specifiche alle necessità del viaggiatore.

Decisione di esecuzione (Decision execution), il piano di azioni si trasforma in decisioni reali, prese durante il tragitto, nel tempo e nel luogo giusto, in riferimento alla **mappa mentale** costruita con le informazioni acquisite nella fase precedente.

Elaborazione delle informazioni (Information processing), l'elaborazione dell'informazione, per comprendere l'ambiente, dipende dalla capacità di percezione e cognizione.

Mappa mentale : interpretazione dello spazio

E' un modello, uno schema, una rappresentazione mentale dell'ambiente circostante percepito attraverso cinque categorie di elementi:



Mappa mentale di Boston

L'interesse di Lynch è quindi sempre orientato all'attenzione particolare dedicata alla percezione, all'attività sensoriale dell'uomo e quindi alla ricerca il più realistica possibile dell'immagine della città e del territorio.

I margini: fratture lineari nel complesso cittadino: sono tutte gli elementi lineari che non sono percorsi ferrovie, barriere che bloccano gli spostamenti

i percorsi: vie abituali od occasionali, linee di riferimento in base a cui localizzare gli altri elementi

i nodi: incroci ove avvengono gli scambi o le rotture di percorso

I quartieri tipici : grandi settori della città (es. il Ghetto, i rioni barocchi, l'Eur).

I riferimenti o landmark: punti di alta

rilevanza per l'orientamento dell'osservatore

(il Colosseo, Trinità dei Monti, Villa borghese, il monumento a Vittorio Emanuele , Piazza del Popolo, ecc.)

Margini



Percorsi



Nodi



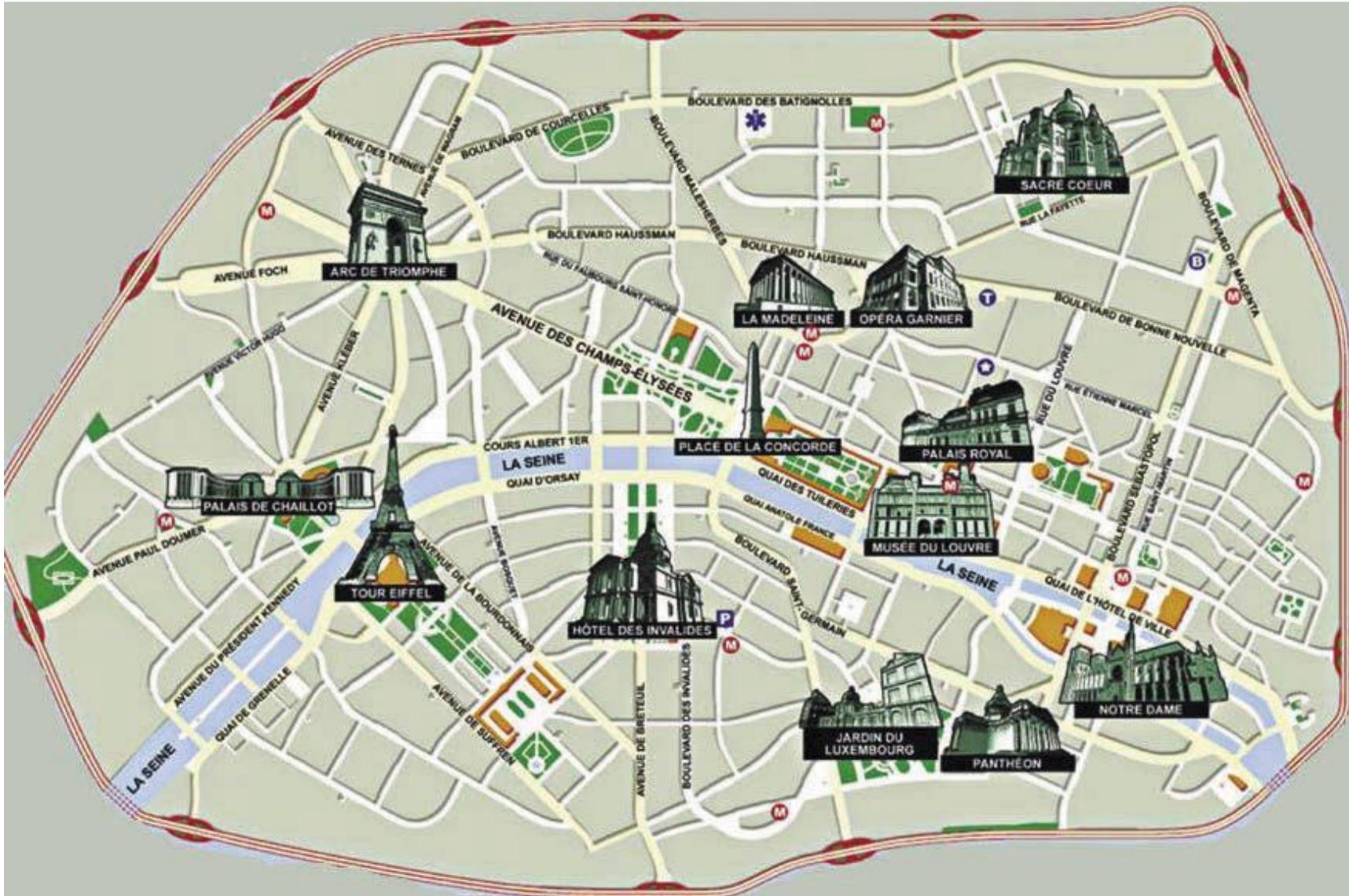
Quartieri
tipici



Riferimenti
landmark



Lynch parla di *imageability* "figurabilità": la capacità di una pianta urbana di rimanere impressa nella mente e nella memoria.



OBIETTIVI:

Ridurre lo stress e il senso di frustrazione_ *spiegare il luogo in cui ci si trova*

semplificare la navigazione in un territorio sconosciuto _ *fornire la giusta indicazione al giusto momento*

sviluppare un unico sistema di orientamento_ *realizzare un sistema informativo semplice e intuitibile*

creare confidenza con il contesto e accresce il senso di sicurezza del visitatore _ *Permettere alle persone di sapere dove sono, trovare il percorso migliore, riconoscere la destinazione e trovare la strada del ritorno*

incoraggiare gli spostamenti a piedi _ *l'informazione incentiva il camminare e l'uso dei mezzi pubblici di trasporto anche per i residenti.*



Il Wayfinding risponde alle domande più elementari dell'utenza:

- Dove mi trovo?
- Dove si trova la mia destinazione e quanto è lontana?
- Quale strada devo fare per raggiungere la mia destinazione?
- Qual è la via più appropriata per raggiungere la mia meta?



Quando non funziona:

- Nei luoghi sconosciuti se non sono disponibili informazioni
- Quando non viene fornita l'informazione giusta al momento giusto
- Se le informazioni fornite non sono sufficienti ed efficaci
- Quando non descrive con efficacia l'ambiente
- Quando le informazioni non sono chiare
- Quando sono presenti troppe informazioni

L'accesso alle informazioni aumenta la capacità di azione di un individuo



Il wayfinding diviene uno strumento per trasmettere le informazioni

in modo

divertente
facile da capire
accessibile
inclusivo

“Comunicazione”
dell’ambiente

dal latino *cum* = con
e *munire* = legare, costruire
e *communio* = mettere in comune, far partecipare.

Insieme dei fenomeni che comportano la distribuzione di informazioni

Il testo (orale, scritto, cartaceo o telematico) della comunicazione viene detto messaggio. *Hall* (2007), descrive una sorta di "percorso" che compie il messaggio, per arrivare dal mittente al destinatario, costruito attraverso sette parole chiave :

SENDER (who)

INTENTION (with what aim)

MESSAGE (says what)

TRASMISSION (by which means)

NOISE (with what interference)

RECEIVER (to whom)

DESTINATION (with what results)

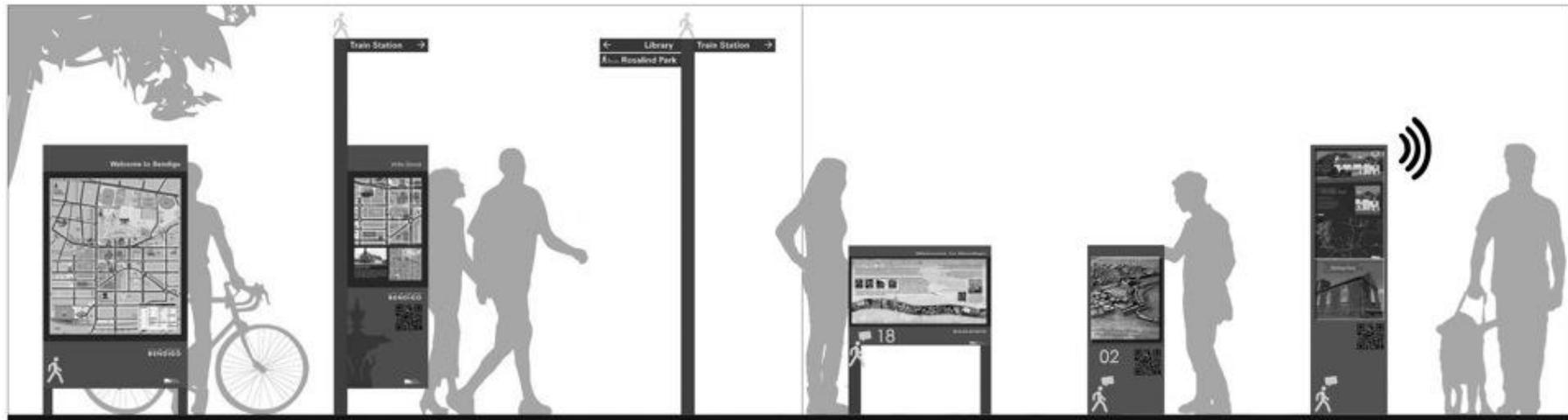


Attrarre l'attenzione e suscitare l'interesse del visitatore, rappresentano l'aspetto più importante del wayfinding e, perché questo avvenga, è necessario usare il giusto linguaggio: la scelta delle parole, così come dei simboli o dei colori, ha un forte peso sulla comprensione del messaggio che dipende dalle capacità individuali di elaborazione e, rappresenta, a sua volta, l'elemento decisivo per il funzionamento del sistema.

Strumenti del wayfinding

Quattro sono le tipologie generiche di segnaletica, a cui si può aggiungere una quinta caratterizzata dalla temporaneità d'uso:

1. *identificativa (identification signs) : informazioni sulla destinazione*
2. *informativa (information) : informazioni rispetto a dove ci si trova e la propria destinazione*
3. *direzionale (directional signs): informazioni per raggiungere la destinazione*
4. *per la sicurezza(safety or regulatory, prohibition and advisory) : informazioni sui regolamenti locali e sui comportamenti di sicurezza.*
5. *segnaletica temporanea (temporary signs): informazioni su un evento che ha un tempo limitato*



identificativa



Informativa



direzionale

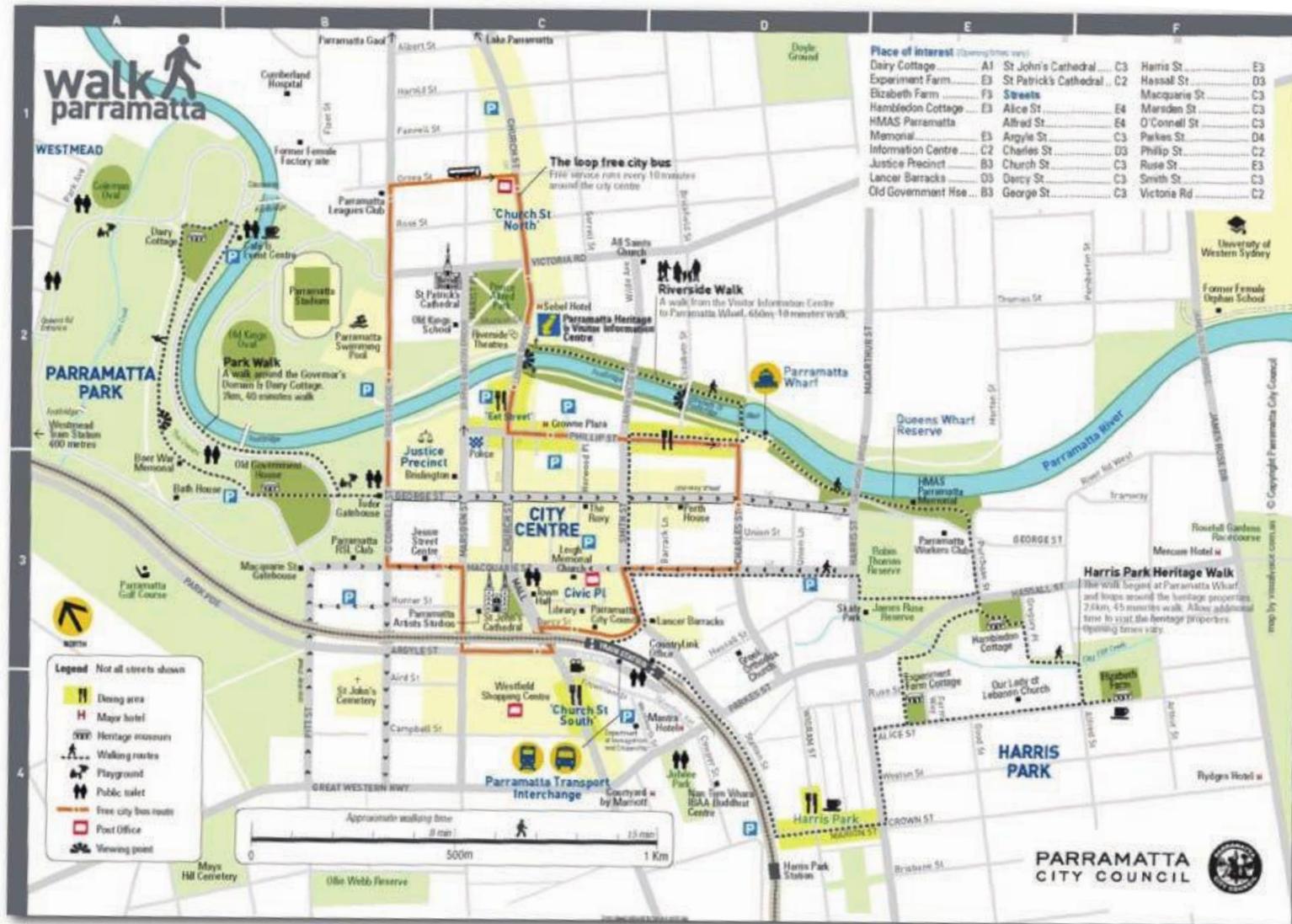


regolamentare



temporanea





RELATED HAND-HELD MAPS





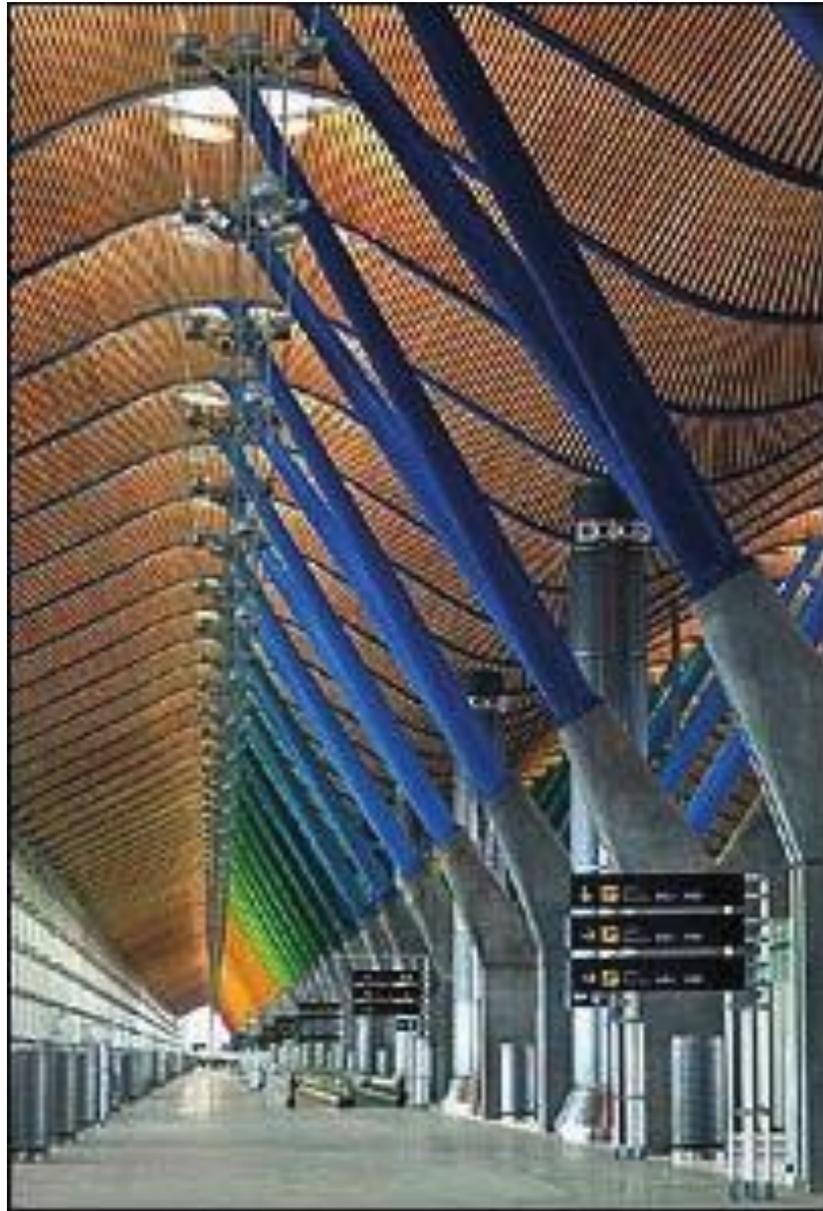




O RIO DA MINHA ALDEIA
NÃO FAZ PENSAR EM NADA
QUEM ESTÁ AO PÉ DELE
ESTA SO AO PÉ DELE

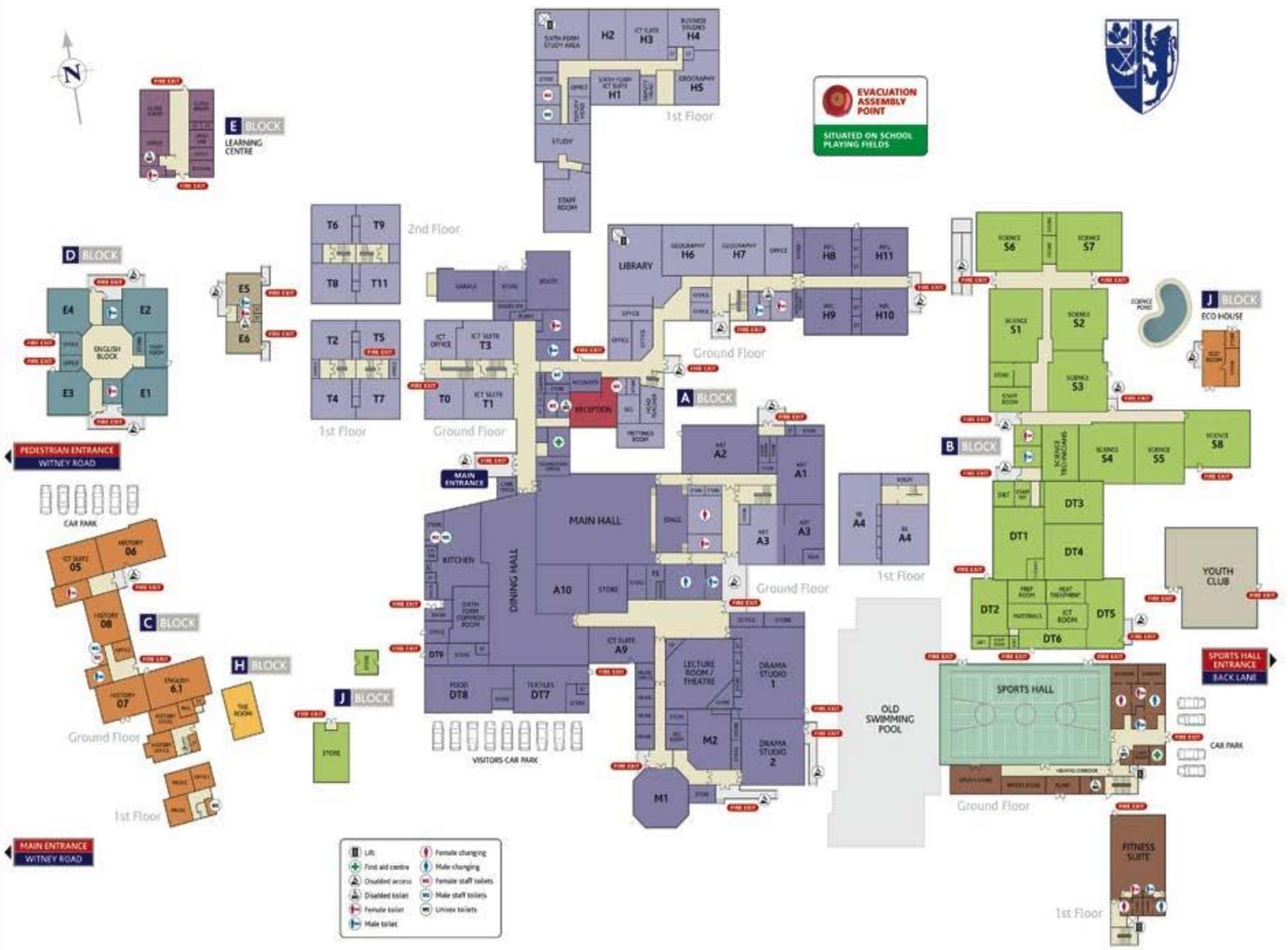
27,1
KM





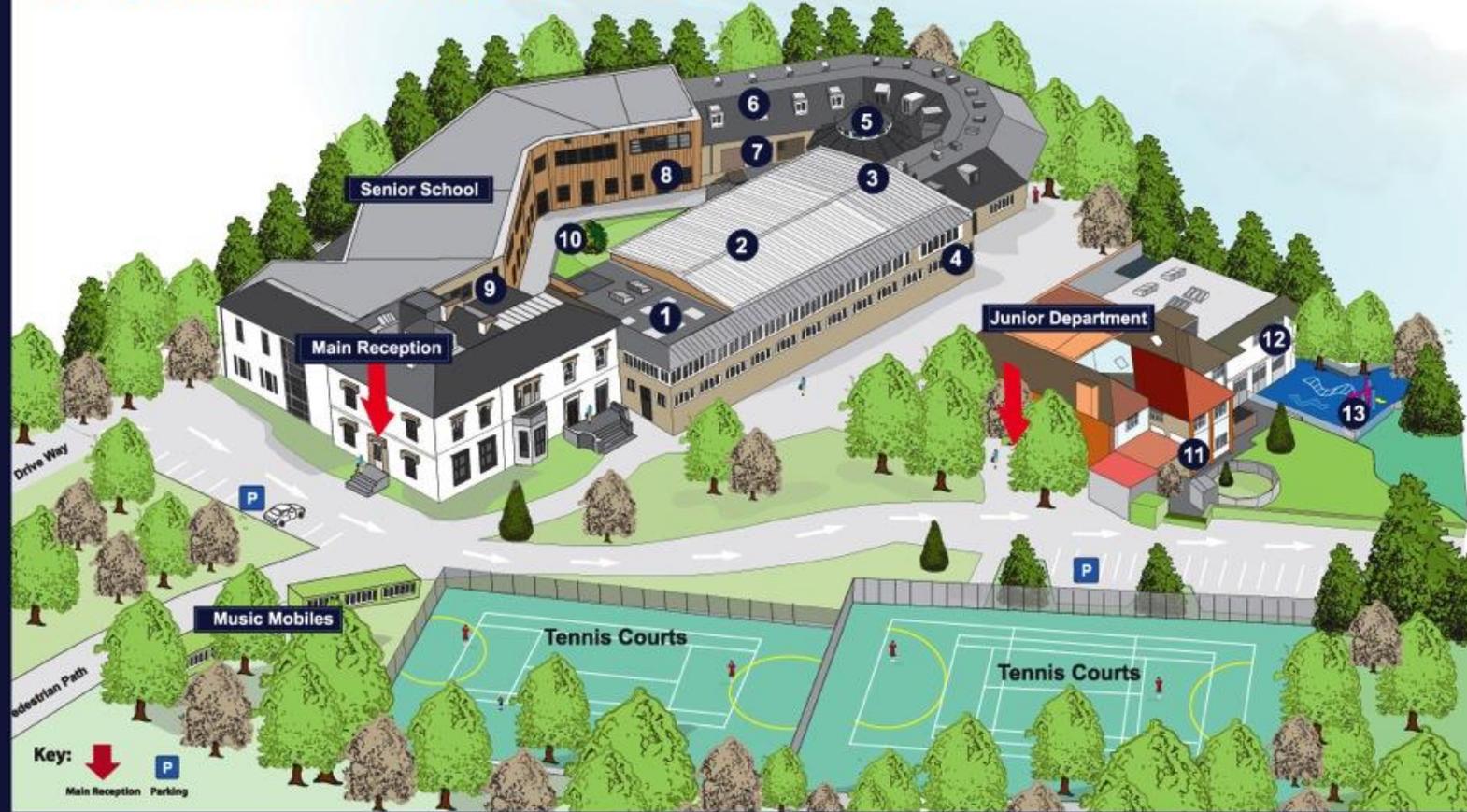


Floor Plans



© 2015 The School of Education, University of Bath

3D CONTEMPORARY CAMPUS MAP



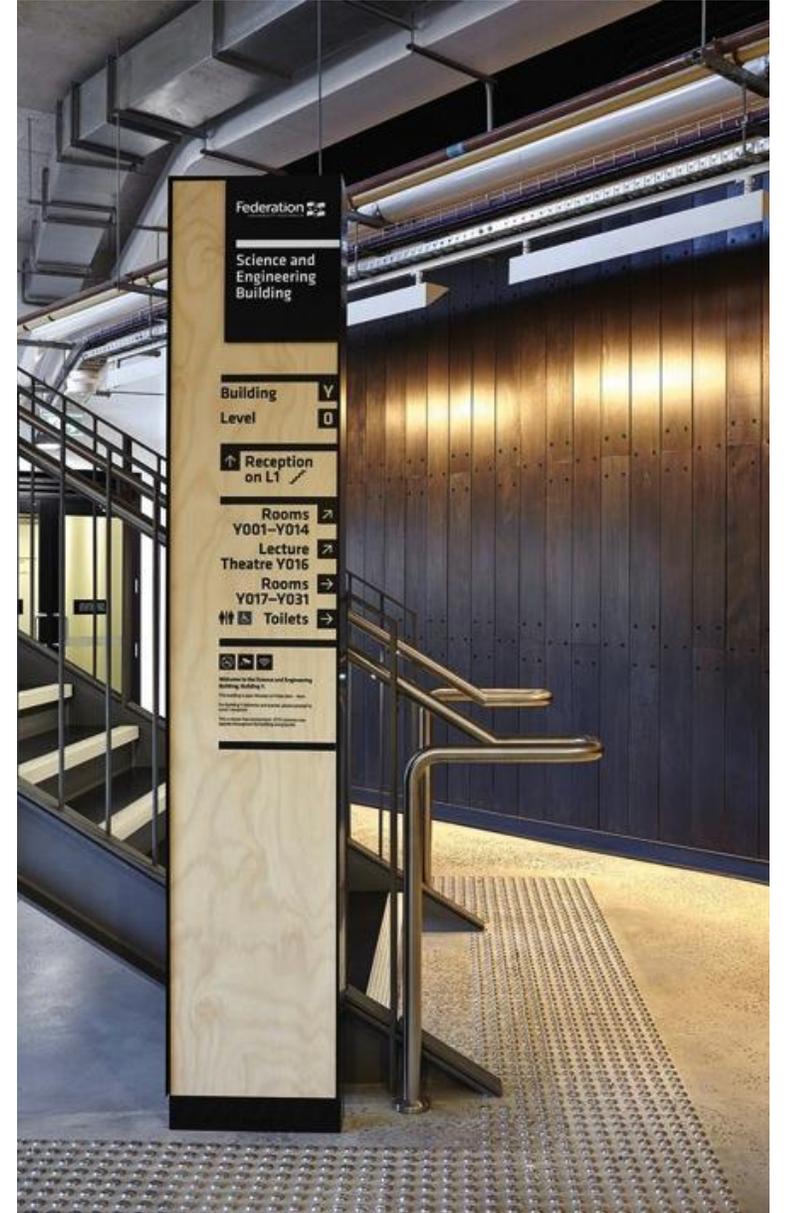
3D Site Plan

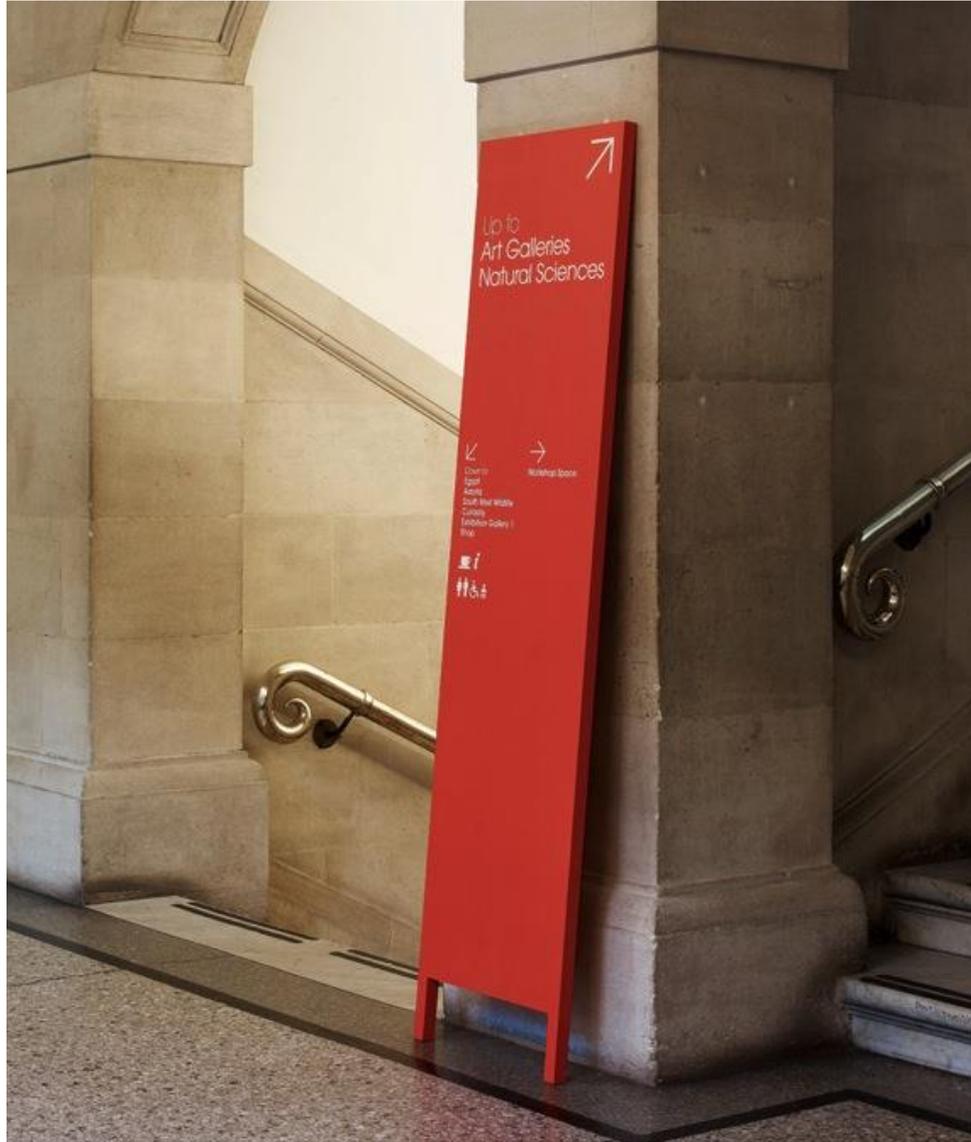
1. Conference Room
2. Gym
3. ICT
4. Music

5. Library
6. Common Room
7. Food Studies
8. Art

9. Drama
10. Courtyard Garden
11. EYFS
12. Junior Hall

13. Junior Playground





Présidence et Direction Générale des Services

101 Directeur Département EEDT →

102 - 103 Direction Générale des Services
Secrétariat DGS > 102 →

↻
105 à 109 Service Communication

← 110 - 111 Relations Extérieures
Secrétariat > 110

← 112 à 117 Présidence
Secrétariat du Président > 115

↑ 118 Salle de Réunion

↙ 119 - 120 DGSA Technique
Secrétariat DGSA > 119

0 121 Directeur Département PAMS



103 118
117 121



- Café Medicus
- Information
- Kinderernotaufnahme
- Notaufnahme
- WC

- Aufnahmestation
- Helmut-Nier-Saal 1
- Helmut-Nier-Saal 2
- Kinderärztlicher Notdienst
- Kiosk
- Labor
- Nuklearmedizin
- Radio Brinkmann
- Radiologie
- Prof. Dr. Rilinger MBA
- Strahlentherapie
- Tommy Hall
- Prof. Dr. Dr. Zamboglou





