

NADESHIKO: Your Personal Idol



• Ai 2041	1
• Segnali Deboli	4
• Proiezioni future	10
• Brand	12
• Nadeshiko - Relationships	24
• Artefatti	26
• Planimetria	34
• Conclusioni e riflessioni	36

Ai 2041

Il progetto

Contiene
contenuti
espliciti

Il nostro progetto esplora un futuro distopico e affascinante del 2041, ispirato dal quinto capitolo del libro "Ai 2041" di **Kai-Fu Lee e Chen Qiufan**. Ci immergiamo nell'universo della **tecnologia XR** (Realtà Virtuale e Aumentata), focalizzandoci su come queste innovazioni impatteranno la vita quotidiana, la privacy e la moralità umana. Partiamo dall'ipotetico "what if" di un mondo in cui l'XR è diventato un elemento onnipresente. Immaginiamo un futuro in cui le frontiere tra la realtà e la simulazione digitale si sfumano, creando una "**presenza**" così intensa che **gli esseri umani vivono in mondi multipli simultaneamente**. Ecco che si sollevano interrogativi cruciali su vari temi. Partendo dagli eventi del libro, la nostra narrazione si focalizza anche sul campo dell'**industria musicale**, affrontando il tema del rapporto tra idolo e fan e i **comportamenti controversi** che possono scaturire da quest'ultimo. Il progetto esplora il concetto di **ossessione verso una figura**, evidenziando il modo in cui **l'industria capitalizza sulle deviazioni dei fan**, sfruttandole a scopi economici. In conclusione, il nostro progetto vuole essere **provocatorio** affinché stimoli una riflessione, da parte degli spettatori, sul futuro che ci attende.

L'idolo che mi perseguita

Aiko, fervente fan del cantante Hiroshi, indaga sulla sua misteriosa morte dopo un concerto d'addio. Un giorno, il fantasma di Hiroshi appare nella cucina di Aiko, promettendo tre indizi chiave. Insieme, affrontano situazioni grottesche, svelando l'oscura realtà dell'industria musicale e la dipendenza tossica tra idol e fan. Nell'emozionante confronto finale, Hiroshi rivela di essere un personaggio virtuale creato da Viberz. Aiko, vincitrice del gioco, deve scegliere tra una bambola smart o un incontro con l'originale. Opta per quest'ultimo, scoprendo che Hiroshi è co-fondatore di Viberz. Lui le propone di unirsi come scrittrice, e Aiko accetta entusiasta.

L'**Extended Reality (XR)** è destinata a ridefinire il modo in cui percepiamo e interagiamo con il mondo circostante, spingendoci oltre i confini della realtà. Le tre principali componenti di XR - **Realtà Virtuale (VR)**, **Realtà Aumentata (AR)**, e **Realtà Mista (MR)** - offrono esperienze coinvolgenti che vanno dalla completa immersione in mondi digitali all'arricchimento della realtà fisica.

La VR crea ambienti digitali isolati, mentre l'AR sovrappone contenuti alla realtà fisica e la MR integra mondi virtuali e reali. Il futuro prevede che la MR possa decomporre e interpretare l'ambiente circostante in modo dettagliato, aggiungendo elementi virtuali in modo realistico.

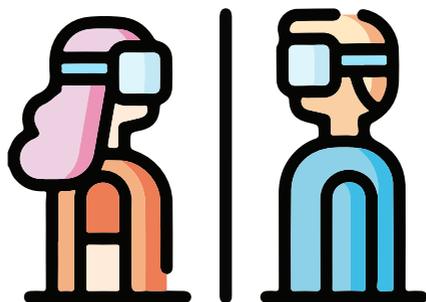


L'obiettivo è creare **un'esperienza immersiva** in cui gli utenti vivano sensazioni indistinguibili da quelle del mondo reale. Attualmente, dispositivi come occhiali e lenti facilitano l'interazione, ma si prevede uno sviluppo verso un "smartstream invisibile". Ulteriori estensioni includono guanti sensoriali e tute somato-sensoriali che simulano il tocco.

Oltre all'intrattenimento, l'XR troverà applicazioni nell'addestramento, nella salute e nel commercio. Nel settore medico, ad esempio, la VR potrebbe essere utilizzata per la terapia psichiatrica, mentre la AR e la MR supporterebbero i chirurghi. Nel commercio, i clienti potrebbero esplorare prodotti virtualmente prima dell'acquisto. Tuttavia, la creazione di contenuti e la gestione della nausea durante l'esperienza rappresentano sfide da affrontare. L'interfaccia cervello-computer (BCI) potrebbe rappresentare l'input più naturale, ma le questioni etiche e di privacy limitano attualmente il suo sviluppo.

Nell'evenienza che l'immortalità digitale diventi possibile, sono necessarie una governance accurata, nuove regolamentazioni e una maggiore alfabetizzazione digitale. **La sfida è bilanciare l'innovazione tecnologica con le questioni etiche e di privacy**, preparandoci a un futuro in cui la nostra realtà potrebbe essere più estesa e complessa di quanto possiamo immaginare.

Segnali deboli



Visori e l'alienazione

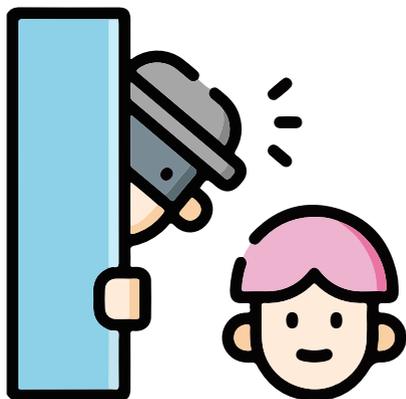
Un utente di Reddit chiamato Tasha Time solleva preoccupazioni sul peso eccessivo dei visori per la realtà aumentata, suggerendo l'uso di imbragature. Altri utenti indicano limiti di utilizzo e mancanza di rifinitura nella comodità. Si temono possibili **problemi di salute**, come cervicali e scoliosi. Inoltre, si prevede un rischio di **alienazione** dovuto all'**alta immersività**, simile a quanto sperimentato con i giochi elettronici 2D, con potenziali conseguenze negative sulla quotidianità. Nonostante la mancanza di statistiche, si ipotizzano effetti dannosi alla salute dovuti da un eccessivo utilizzo dei visori, tra cui nausea, vertigini e disturbi dovuti alla disconnessione dalla realtà.



Problemi di privacy

Kewbak, un utente di Reddit, ha condiviso un'esperienza inquietante con il suo visore GingerXR, evidenziando una segnalazione di **Screen Reading** su Discord. Sebbene non sia certo che il brand del visore abbia violato la sua privacy, le circostanze sollevano dubbi significativi. Questo richiama le preoccupazioni di Kai-Fu Lee, che, nel suo capitolo cinque, si interrogava su **come impedire ai visori di registrare ininterrottamente e garantire la privacy degli utenti**. Il caso di Kewbak solleva una seria questione sulla sicurezza e la protezione dei dati durante l'uso dei visori, richiedendo un approfondimento urgente sulle misure di sicurezza implementate dai produttori.

Segnali deboli



Bombe per gli idoli

Il rapporto tra fan e idoli può diventare problematico, come evidenziato da due casi. Nel 1993, l'ossessione di Ricardo López per Björk sfociò in un piano fallito di inviare un **pacco-bomba** alla cantante a seguito del suo presunto "tradimento". Nel secondo caso, Eduardo Leon, uno stalker, si intrufolò nella casa di Rihanna con l'intenzione di **avere un rapporto sessuale con lei**. Fortunatamente, la popstar non era presente, ma l'episodio ha causato terrore. Entrambi i casi sottolineano i rischi derivanti dall'**eccessiva ossessione dei fan**, che può portare a comportamenti pericolosi e infrangere la legge.



Molestie VR

Con il rilascio di Horizon Worlds, una piattaforma di gioco online, si sono manifestati problemi di **molestie sessuali**, nonostante i regolamenti anti-bullismo. Alcune donne hanno segnalato **aggressioni verbali** e **apprezzamenti indesiderati** da parte di **avatar maschili**. La questione solleva la necessità di rivedere la legislazione esistente per affrontare queste molestie virtuali. La collaborazione tra piattaforme, utenti e autorità è cruciale per garantire un ambiente online sicuro e rispettoso. È evidente quindi la necessità di **rivedere le leggi esistenti** per adattarle alle sfide del mondo online, oltre che all'educazione degli utenti.

I nuovi amori

Le relazioni saranno rivoluzionate dall'IA e dai visori, con la possibilità di **connessioni virtuali** e con il rischio del **catfish virtuale** (creazione di account falsi per raggirare altri utenti). L'immersione nei concerti degli Idols tramite XR, porterà a **ossessioni e stalking**, evidenziando il lato pericoloso di queste tecnologie nelle dinamiche relazionali e personali.

Salute-tecnologia

La tecnologia indossabile offre vantaggi per la salute, consentendo monitoraggio personalizzato e rilevamento tempestivo di malattie. Tuttavia, c'è il rischio di **alienazione e introversione con l'uso eccessivo** di giochi immersivi, potenzialmente causando distacco dalle realtà fisiche e bisogni psico-fisici.

La privacy

Le tecnologie indossabili, come i visori, minacciano la privacy con la **costante raccolta di dati**, esponendo gli utenti a rischi come fughe di informazioni e invasioni della privacy. Questo porterà a gravi conseguenze, tra cui stalking, ricatti con materiale pornografico e omicidi virtuali, richiedendo un'immediata soluzione.

Economico-politico

La realtà virtuale crea un mercato con una **nuova moneta** ma rischia di danneggiare i settori tradizionali. Sul piano ecologico si prevede meno carta, ma più consumo energetico. **Nuove leggi per il lavoro** non assicureranno la distribuzione equa delle tecnologie.

Proiezione futura

Lo sviluppo dei segnali deboli nel tempo



The Brand

Questo brand
è 18 +

Brand Essence: l'idol

In Giappone il **fenomeno degli Idols nasce intorno agli anni '70**. Gli Idols sono **giovannissimi artisti di successo, capaci di cantare, ballare e recitare, di aspetto gradevole, che intrattengono stretti rapporti con i loro fan**. La loro carriera comincia da giovani, permettendo a molte aziende di manipolarli e gestire a loro favore i contratti e gli stipendi.

La commercializzazione della donna-bambina è diventata una vera e propria industria. Il loro pubblico è costituito da **uomini** affetti da **Sindrome di Lolita** che pagano non solo per assistere ai loro concerti, ma soprattutto per incontrarle e parlarci, amplificando così le fantasie perverse. **Questa ossessione per la donna-bambina è un fenomeno incredibilmente esteso in tutto il Giappone**. Questo fenomeno è parte integrante dei lati oscuri delle vite di queste celebrità. Essi sono un prodotto da vendere e, in quanto tali, una relazione amorosa distruggerebbe **il legame fittizio che le aziende vogliono incoraggiare tra Idols e fans**. Nonostante i contratti dalle mille clausole proibitive, la sicurezza raramente è un fattore garantito. Molti danno la colpa alla nascita del **"Akushukai"** (meet-and-greet di 10 sec), che ha creato, in alcuni fan, l'idea di avere un **senso di intimità con gli Idol**, e di potersi quindi esprimere sulla loro vita privata. Questo desiderio viene sfruttato dalle aziende senza curarsi della salute dei propri dipendenti.

Il Brand è di **matrice giapponese** e si concentra sul territorio nazionale con un fandom costituito maggiormente da uomini affetti dalla Sindrome di Lolita.

Valori del brand:

- Sicurezza:** limitando aggressioni e molestie di carattere sessuale al mondo virtuale mediante l'esperienza personalizzata e autentica con Nadeshiko (offerta di una valvola di sfogo distaccata dalla sfera del mondo reale).
- Esperienza unica, immersiva, altamente personale e intima con il tuo idol:** alcuni elementi dell'avar potranno essere modificati offrendo un'experience ancora più unica e singolare.



Il Brand si rivolge agli uomini giapponesi di 40+ anni, frustrati dal duro lavoro e affetti dalla Sindrome di Lolita.

The Brand

Concept

In uno scenario in cui la maggiore fetta di popolazione giapponese è di età avanzata, il sentimento di insofferenza verso l'oppressione della vita quotidiana e la rigidità morale dei tabù ha generato una **crescente avversione verso le figure giovanili pubbliche (idols)**.

Questo atteggiamento ha portato alla visione di questi personaggi in quanto **figure mercificate rivolte ad un pubblico di uomini inappagati**. L'ossessione eccessiva per le idols ha predisposto a comportamenti moralmente discutibili, incluso il rischio che alcuni individui possano proiettare le proprie ossessioni, frustrazioni e desideri sessuali su queste figure pubbliche a cui si sentono vicini.

A seguito di questo panorama, **il nostro brand si presenta nell'ambito dell'intrattenimento come un'esperienza virtuale esclusiva, che mediante un'esperienza immersiva e personalizzata si prefigge la missione di vincolare eventuali perversioni al mondo virtuale**, con la relativa diminuzione delle molestie e attentati all'incolumità delle figure pubbliche della vita reale. L'Idol Nadeshiko infatti offre un servizio di intrattenimento nel **mondo reale**, attraverso concerti e performance per i fans, mentre nel **mondo virtuale** permette all'utente un rapporto personalizzato. La sua presenza in entrambi i mondi mira a **soddisfare le esigenze dell'utente in modo completo, garantendo al contempo un ambiente sicuro e rispettoso per le figure pubbliche**.

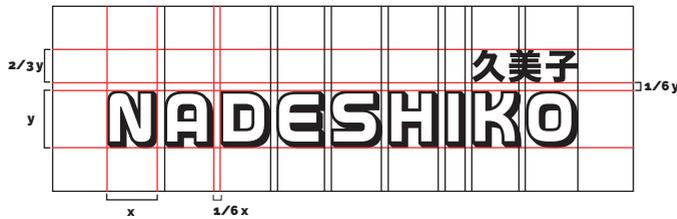
Brand Manifesto

In una realtà dove il disagio di una vita opprimente e tabù moralmente rigidi hanno plasmato un pubblico frustrato e oltremodo maturo, siamo testimoni dell'insorgere di comportamenti nocivi e ossessioni sfrenate verso gli idoli mercificati dall'industria, i quali vedono la propria incolumità in pericolo. **Nadeshiko** non è solo un avatar; è il **grido di sfida contro l'ossessione tossica**. È un'esperienza di intrattenimento esclusiva, che connette il mondo reale e virtuale. **È un rifugio sicuro e personale che scongiura le deviazioni negative, una connessione personale e privata per un'autenticità senza filtri.**

Brand Identity

Logotipo

Tipografia:
VDL 日ゴ Jr-pop Shadow
ヒラギノ角ゴ StdN W8



Il **logotipo** è formato dal nome dell'idol scritto in giapponese e dal suo cognome. **Kumiko** significa "bambina di eterna bellezza" e **Nadeshiko** indica l'insieme dei tratti caratteriali che la donna "perfetta" giapponese dovrebbe possedere. Questi due nomi insieme rappresentano i valori della nostra idol virtuale.



Brand Identity

Logotipo: variante

Tipografia:
VDL 日ゴ Jr-pop Shadow
ヒラギノ角ゴ StdN W8

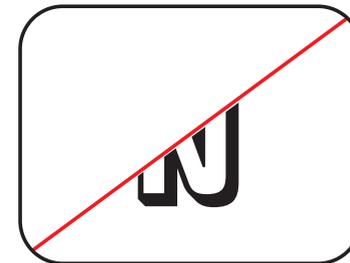
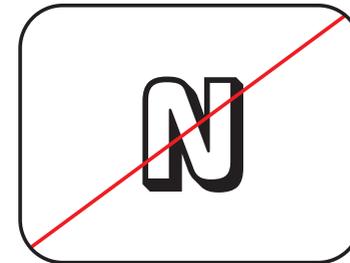
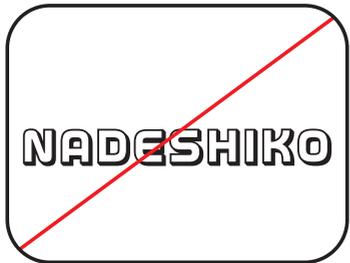
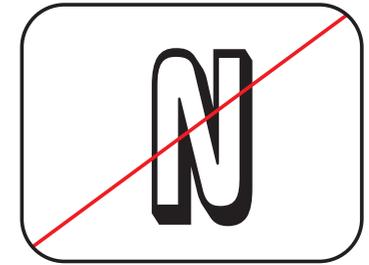


Per la variante del logotipo è previsto l'utilizzo del **carattere "N" accompagnato dagli ideogrammi** del nome Kumiko. Questa variante si presta molto bene qualora fosse necessario lavorare in spazi ristretti o nella creazione di pattern e merchandise.



Brand Identity

Usi scorretti



Brand Identity

Palette & Pattern

Palette primaria



#F1D4E7

#90D3EC

#F8B485

#B2B2B2

Palette secondaria



#FDF2F8

#D9EEF8

#FFEBC6

#DADADA



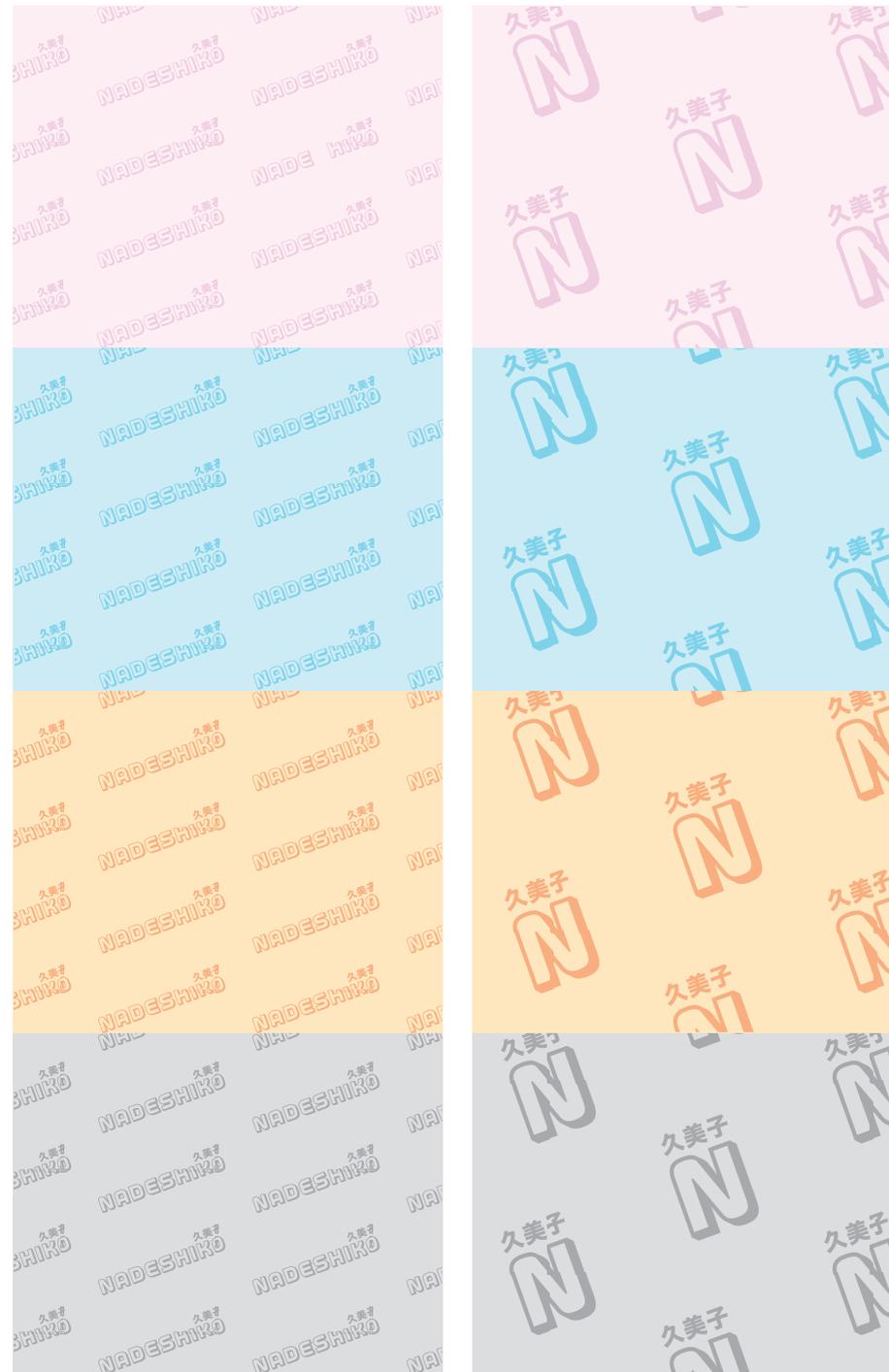
#EB75A5

#3EBFE8

#EF7D55

#878787

Il brand ha **4 colori primari** che si sviluppano in **colori secondari** in base alla loro intensità: più scuri e più chiari.



Nadeshiko

J-Pop Idol & Relationships



Nadeshiko, grazie al suo **tono innocente e alla sua eterea bellezza**, riesce a manipolare le grandi folle di fans. In VR tratta gli utenti come se fossero dei fidanzati; convincendoli a non svelare la loro storia d'amore, Nadeshiko **veicola gli impulsi dei soggetti pericolosi al mondo virtuale**. Essendo l'esperienza altamente

personalizzata, le persone non sanno cosa accada agli altri utenti. Il risultato è un gruppo di individui deboli convinti di essere amati da Nadeshiko, la quale, attraverso vari **livelli di relazione a pagamento**, li porta ad alienarsi dalla società per proteggere questo grande segreto.

Standard relationship

- performances
- concerti
- meet & greet
- merchandise
- character
- pubblicità



Advanced relationship

- IKO
- pornografia
- esperienze VR +18
- modifiche dell'avatar



Premium relationship

- bambola +18
- Pack e manuale
- regali e premi

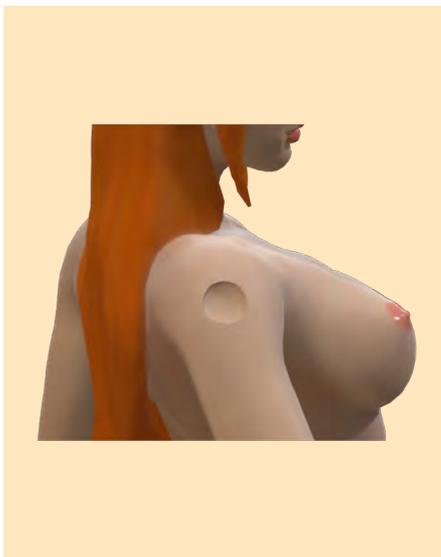


Artefatti

IKO



IKO è un **dispositivo** dalle molteplici funzioni. Nella relazione advanced, ti permette di **comunicare** con Nadeshiko ovunque tu sia. Il suo aspetto lo rende facilmente camuffabile come un accessorio. Nella relazione premium, serve per **attivare la bambola** in silicone; funziona come qualsiasi **telecomando**, basta inserirlo nella sua spalla. Tutte le sue caratteristiche sono state studiate per **rafforzare il senso di possesso dell'idol.**



Artefatti

Packaging della bambola



Sul retro c'è la ricevuta dell'ordine con tutte le modifiche fatte dal cliente e il totale.



Nadeshiko, nella realtà, è un **corpo in silicone** perfettamente funzionante e autonomo. Permette ai fans di interagire fisicamente con l'idol per rafforzare la loro relazione. Si accende con l'inserimento del piccolo dispositivo IKO all'interno della sua spalla. È adibito maggiormente a **usi sessuali**. Prima di passare alla relazione Premium, in VR è possibile

personalizzare l'idol secondo i propri gusti. L'idol verrà spedito all'utente con le sembianze desiderate e all'interno di una packaging specifico. Questa scatola è in **scala 1:1** con la dimensione di Nadeshiko ed è soggetta a rigide regole di smaltimento. Infatti, è fondamentale consultare il manuale d'istruzioni per favorirne un uso responsabile e consono.



Artefatti

Manuale d'uso



<https://bit.ly/4afBEtP>



All'interno del packaging, l'idol tiene tra le mani un piccolo **dispositivo** con il **manuale d'istruzioni** interattivo. Questo manuale di Nadeshiko è da consultare con attenzione, essendo pieno di **clausole nascoste e Termini & Condizioni controversi**. Infatti è stato progettato per consolidare la manipolazione e la dipendenza degli utenti da Nadeshiko.



Manuale d'istruzioni



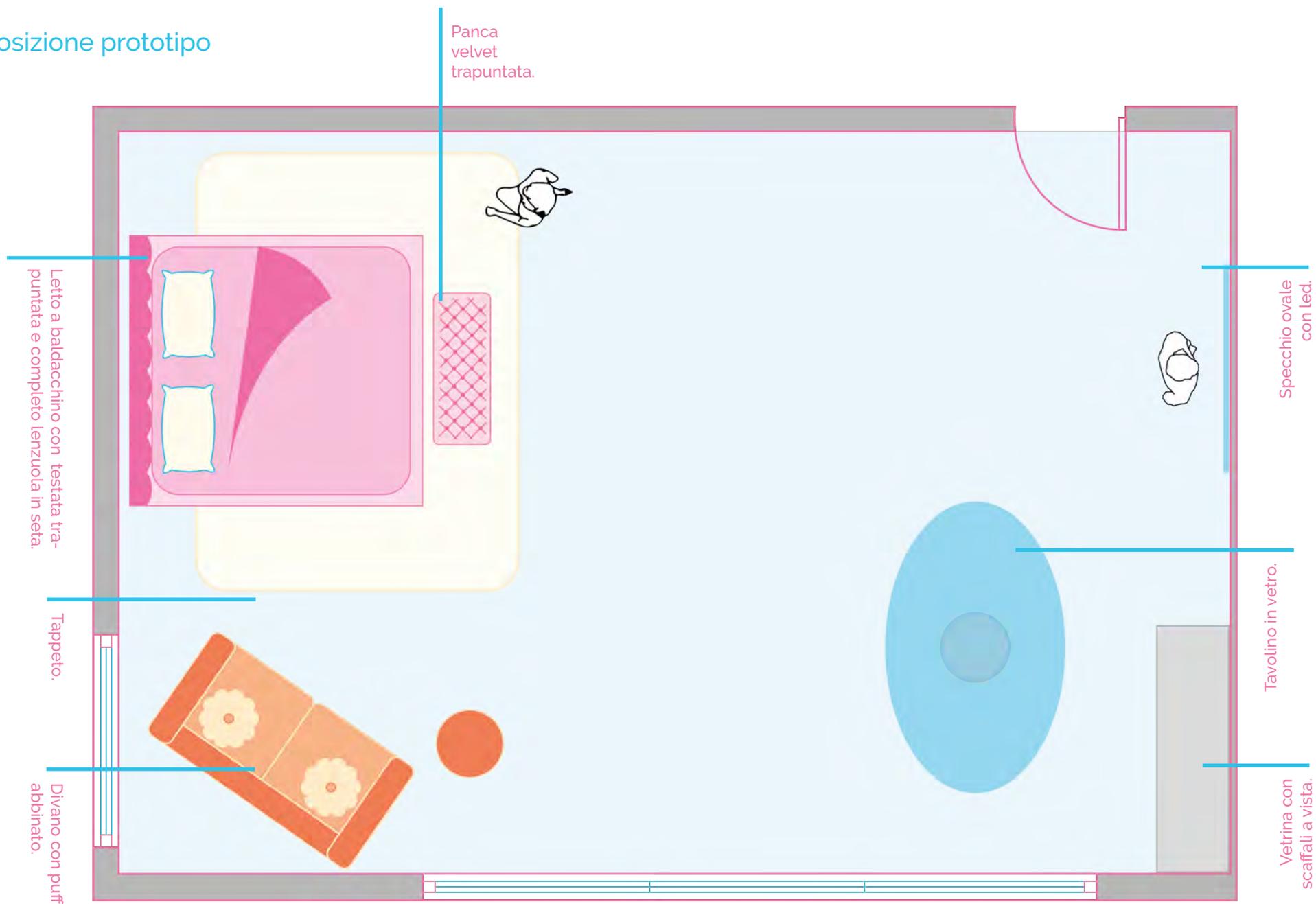
Artefatti

WIP



Planimetria

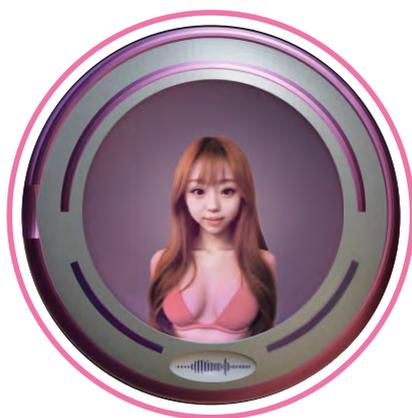
Esposizione prototipo



Conclusione

La nostra riflessione sul progetto

Nella creazione di questo progetto siamo state partecipi a diverse riflessioni di natura sociale e morale, esplorando le implicazioni di una realtà futura diversa ma al contempo radicatasi nelle prospettive attuali. Intraprendere il percorso di **creazione di un brand che sfida i nostri stessi ideali** è stata un'esperienza affascinante e unica. Come **donne** coinvolte nel progetto, abbiamo collettivamente dato vita a un **concept audace**, oltrepassando i confini delle norme etiche e morali imposte dalla società e dalle nostre convinzioni personali ai fini progettuali e accademici, nel tentativo di comprendere e investigare la natura di una realtà distorta e controversa. La realizzazione di questo brand ci ha portate a **esplorare i limiti dell'industria**, sondando fino a dove essa può spingersi. Il progetto ha anche alimentato la nostra curiosità verso il futuro dell'XR, mettendo in luce il suo potenziale di trasformare radicalmente la nostra percezione della realtà. In conclusione, questo progetto ci ha non solo fornito una panoramica approfondita delle sfide etiche e sociali legate all'XR, ma ci ha anche spinto ad esplorare i confini tra tecnologia e umanità, in una realtà proiettata avanti nel tempo. Siamo chiamati a essere attori consapevoli in questo contesto in evoluzione, e **speriamo che le nostre riflessioni stimolino non solo la nostra crescita personale, ma anche quella di chiunque incontri il nostro lavoro.**



BRANDS OF THE WORLD 2041

Seven visions for our future

NABA Nuova Accademia di Belle Arti Milano
Corso di Metodologia della progettazione visiva – Indirizzo Brand Design
A.A. 2023/24

Docenti: Giulio Bordonaro, Orazio Marino
Tutor di progetto: Nicoletta Gomboli

Liberamente ispirato a *“AI 2041: Scenari dal futuro dell’intelligenza artificiale”*
di Kai-Fu Lee e Chen Qiufan

Progetto a cura di
Federica Filippini, Giulia Bornatici, Francesca Casarini, Giulia Chiò, Marco Dalli