

A CURA DI VALERIA BUCCHETTI

# DESIGN DELLA

UN RITRATTO DISCIPLINARE:  
STUDI E TRAIETTORIE

# COMUNICA- ZIONE

SAGGI DI

GIOVANNI BAULE  
MARESA BERTOLO  
VALERIA BUCCHETTI  
DANIELA ANNA CALABI  
ELENA CARATTI  
MARIANA CIANCIA  
PAOLO CIUCCARELLI  
ALESSANDRO COLIZZI

DERRICK DE KERCKHOVE  
FRANCESCO E. GUIDA  
FRANCESCA PIREDDA  
MARCO QUAGGIOTTO  
DINA RICCO  
UMBERTO TOLINO  
SALVATORE ZINGALE



**COLLANA DESIGN DELLA COMUNICAZIONE**

**Direzione**

Giovanni Baule

**Comitato scientifico**

Sylvain Allard, *UQAM, Université du Québec à Montréal, Canada*

Heitor Alvelos, *Universidade do Porto, Portogallo*

Ruedi Baur, *Intégral, Parigi, Francia; Berlino, Germania; Zurigo, Svizzera*

Fausto Colombo, *Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano, Italia*

Luca De Biase, *Nova Sole 24Ore, Italia*

Steven Heller, *School of Visual Art, New York, Usa*

Michael Renner, *The Basel School of Design, Svizzera*

Roberta Valtorta, *Museo di fotografia contemporanea, Cinisello Balsamo, Milano, Italia*

Ugo Volli, *Università degli Studi di Torino, Italia*

**Comitato di redazione**

Valeria Bucchetti

Dina Riccò

Salvatore Zingale

**Progetto grafico**

*Sistema grafico copertine*

Graphic design: Elena Zordan

Art direction: Maurizio Minoggio

*Sistema grafico impaginato*

Umberto Tolino

*Impaginazione*

Francesca Casnati

Il progetto della collana Design della comunicazione nasce nell'ambito dell'attività di ricerca e didattica di Design della comunicazione del Politecnico di Milano.

*I volumi di questa collana vengono pubblicati a seguito di un processo di peer review.*

## Design della comunicazione

*La collana Design della comunicazione nasce per far emergere la densità del tessuto disciplinare che caratterizza questa area del progetto e per dare visibilità alle riflessioni che la alimentano e che ne definiscono i settori, le specificità, le connessioni. Nel grande sviluppo della cultura mediatica la presenza del Design della comunicazione è sempre più trasversale e in continua espansione. La comunicazione richiede un sapere progettuale là dove la cultura si fa editoria, dove i sistemi di trasporto si informatizzano, dove il prodotto industriale e i servizi entrano in relazione con l'utente. Il Design della comunicazione è in azione nella grande distribuzione dove il consumatore incontra la merce, nella musica, nello sport, nello spettacolo, nell'immagine delle grandi manifestazioni come nella loro diffusione massmediale. La collana è un punto di convergenza in cui registrare riflessioni, studi, temi emergenti; è espressione delle diverse anime che compongono il mondo della comunicazione progettata e delle differenti componenti disciplinari a esso riconducibili. Oggetto di studio è la dimensione artefattuale, in tutti i versanti del progetto di comunicazione: grafica editoriale, editoria televisiva, audiovisiva e multimediale, immagine coordinata d'impresa, packaging e comunicazione del prodotto, progettazione dei caratteri tipografici, web design, information design, progettazione dell'audiovisivo e dei prodotti interattivi, dei servizi e dei sistemi di comunicazione complessa, quali social network e piattaforme collaborative.*

*Accanto alla dimensione applicativa, l'attenzione editoriale è rivolta anche alla riflessione teorico-critica, con particolare riguardo alle discipline semiologiche, sociologiche e massmediologiche che costituiscono un nucleo portante delle competenze del designer della comunicazione.*

*La collana si articola in due sezioni. I SAGGI accolgono contributi teorici dai diversi campi disciplinari intorno all'area di progetto, come un'esplorazione sui fondamenti della disciplina. Gli SNODI ospitano interventi di raccordo disciplinare con il Design della comunicazione.*



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma FrancoAngeli Open Access (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [http://www.francoangeli.it/come\\_pubblicare/pubblicare\\_19.asp](http://www.francoangeli.it/come_pubblicare/pubblicare_19.asp)

ISBN e-book Open Access: 9788835167013

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito*  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

A cura di **Valeria Bucchetti**

## **Design della comunicazione**

Un ritratto disciplinare: studi e traiettorie



# Indice

## **Design della comunicazione**

Un ritratto disciplinare: studi e traiettorie

**Introduzione** | 9

*Valeria Bucchetti*

**In corso d'opera** | 19

Traiettorie di anticipazione per il design della comunicazione

*Giovanni Baule*

**Designer della comunicazione e attore sociale** | 30

Il progetto come atto di responsabilità

*Valeria Bucchetti*

**La comunicazione critica** | 45

Le scienze umane e sociali nella formazione dei/delle designer

*Salvatore Zingale*

**Né analogico, né digitale** | 55

Prospettive di convergenza per un design post-digitale

*Marco Quaggiotto*

**La dimensione traduttiva come registro progettuale** | 66

Discipline in divenire

*Elena Caratti*

**Accessibilità comunicativa** | 79

Qualificare le competenze

*Dina Riccò*



**Note corsare su scrittura e tipografia** | 93

Il fattore umano nell'epoca dell'immanenza digitale

*Alessandro Colizzi*

**Un approccio umanistico e interdisciplinare alla visualizzazione dei dati** | 105

La via politecnica all'information design

*Paolo Ciuccarelli*

**Design, comunicazione e narrazione** | 121

Strategie e pratiche per affrontare la contemporaneità

*Francesca Piredda, Mariana Ciancia*

**Dimensione sistemica e multiverso** | 136

Per un'estetica della variazione

*Umberto Tolino*

**Tra antropologia e design della comunicazione** | 148

Esperimenti di didattica

*Derrick de Kerckhove*

**Comunicazione del territorio e apomediazione** | 159

Dispositivi e reti relazionali

*Daniela Anna Calabi*

**Game Design: sperimentazioni** | 170

Ricerca, progetto e apprendimento

*Maresa Bertolo*

**Le molteplici specificità del design della comunicazione** | 181

Una disciplina aperta

*Francesco E. Guida*

# Accessibilità comunicativa

## Qualificare le competenze

DINA RICCÒ

### 1. Origini dell'accessibilità nella comunicazione

L'anno d'avvio, in cui si consolida la consapevolezza di comunicare l'accessibilità e l'essere accessibile, può essere considerato il 1969. In un primo momento il concetto si rivolge unicamente al comunicare l'accessibilità di uno spazio, aperto o costruito; tuttavia, ciò non significa avere consapevolezza della necessità di “comunicare in modo accessibile”.

Nel 1969, infatti, l'organizzazione internazionale per la disabilità – Rehabilitation International (RI) – durante il World Congress adotta formalmente l'International Symbol of Access. Negli anni immediatamente precedenti erano iniziati a proliferare sistemi di simboli locali per contrassegnare l'accesso ai servizi per persone disabili: in Nord Europa, nel Regno Unito, in Canada, negli Stati Uniti, in Australia, ogni paese sviluppa un diverso simbolo (Guffey, 2015) (Fig. 1). La Rehabilitation International (RI) promuove pertanto l'ideazione di un nuovo simbolo che possa essere unico e internazionalmente riconosciuto.

Il nuovo pittogramma nasce nel contesto del design scandinavo progettato nel 1968 da Susanne Koefoed, studentessa danese,<sup>1</sup> durante un seminario estivo di design a Stoccolma (Koefoed, 2012), e rappresenta una sedia a rotelle (Fig. 2a). Il pittogramma presentato viene poi modificato da Karl Montan (presidente della ICTA, Commissione internazionale per gli ausili tecnici della RI), il quale “umanizza” il segno semplicemente aggiungendo un cerchio: con esso cambia anche il significato, nella sedia a rotelle ora possiamo leggere la presenza di una persona (Fig. 2b).<sup>2</sup>

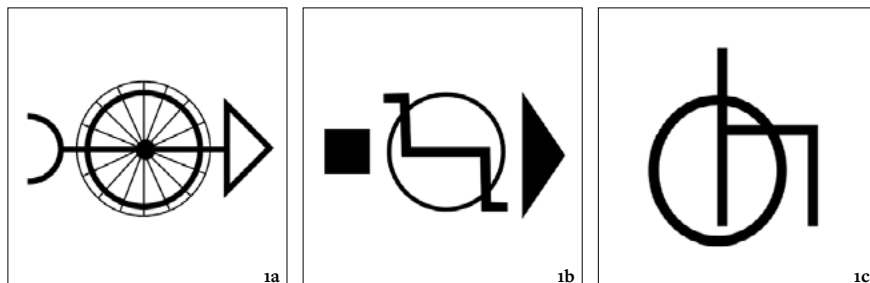
In un decennio il simbolo diviene universale grazie all'International Or-

---

1. Studentessa della Art Industry School for Women di Copenaghen, in seguito fusa con la Arts and Crafts School, e divenuta la Denmark's Design School (Koefoed, 2012).

2. Fonte: Guffey, 2015. Vedi anche Rehabilitation International (RI): <<https://www.riglobal.org/about/intl-symbol-of-access/>>.

ganization for Standardization (ISO) di Ginevra, che ha approvato e inserito il simbolo fra gli standard, al fatto di essere stato adottato dalle Nazioni Unite nel 1974 e all'aiuto di 3M Corporation che stampò una grande quantità di adesivi che furono spediti in tutto il mondo.<sup>3</sup>



**Figura 1.** Simboli di accesso. A sinistra: del New York Bureau of Medical Rehabilitation (1967 ca.). Al centro: del Canadian Committee on Building Standards (1967 ca.). A destra: di Paul Arthur, “Wheelchair Sign” progettato per Montreal Expo 67 (1967 ca.). Fonte: Guffey (2015).



**Figura 2.** Susanne Koefoed: a sinistra *Access Symbol* (1968 ca.). Al centro versione modificata da Karl Montan e ancora oggi in uso. A destra la recente rielaborazione dell’*Accessible Icon Project* (2010 ca.).

Dopo quarant’anni d’uso, il pittogramma – anche nelle attuali manifestazioni di riformulazione dinamica (Fig. 2c)<sup>4</sup> – è tra i segni grafici più universalmente riconosciuti (Guffey, 2015); ha il limite di fissare nell’opinione

3. Vedi: <<https://www.riglobal.org/about/intl-symbol-of-access/>>.

4. Il riferimento è all’*Accessible Icon Project* (<<https://accessibleicon.org/>>), un lavoro di attivismo progettuale che parte con l’ideazione di un pittogramma da distribuire gratuitamente, in modo che possa essere applicato in ogni contesto necessario; rappresenta una versione dinamica del simbolo di accessibilità, in cui la persona è rappresentata nell’azione di muoversi in autonomia.

pubblica l'idea che disabile sia una persona con difficoltà legate alla mobilità, eludendo le varietà di disabilità, in particolare sensoriali e cognitive. Occorre attendere il 1989, con il DM n. 236 – un decreto che definisce regole, misure e standard di progettazione nell'edilizia residenziale pubblica e privata, in cui sono introdotti i concetti di *accessibilità*, *adattabilità* e *visitabilità* di un edificio – per trovare esteso il concetto di barriera architettonica e di accessibilità: non più limitato a ostacoli fisici e a difficoltà motorie, ora comprensivo degli ostacoli percettivi. In tale decreto per barriera architettonica si intende:

la mancanza di accorgimenti e segnalazioni che permettono l'orientamento e la riconoscibilità dei luoghi e delle fonti di pericolo per chiunque e in particolare per i non vedenti, per gli ipovedenti e per i sordi.<sup>5</sup>

Per la prima volta in una norma italiana è definito il termine *accessibilità*. Nel decreto leggiamo:

Per accessibilità si intende la possibilità, anche per persone con ridotta o impedita capacità motoria o sensoriale, di raggiungere l'edificio e le sue singole unità immobiliari e ambientali, di entrarvi agevolmente e di fruirne spazi e attrezzature in condizioni di adeguata sicurezza e autonomia.<sup>6</sup>

Cinque anni dopo, nel 2004, con la cosiddetta Legge Stanca il concetto di accessibilità è esteso all'informazione; tutte le precedenti norme riguardavano gli ostacoli presenti nell'ambiente, in spazi ed edifici. Nella Legge del 2004 l'accessibilità è così definita come

la capacità dei sistemi informatici, nelle forme e nei limiti consentiti dalle conoscenze tecnologiche, di erogare servizi e fornire informazioni fruibili, senza discriminazioni, anche da parte di coloro che a causa di disabilità necessitano di tecnologie assistive o configurazioni particolari.<sup>7</sup>

---

5. Estratto dell'Art. 2/c, DM n. 236 del 14 giugno 1989.

6. Nell'Art. 2 del DM n. 236 del 14 giugno 1989.

7. Estratto dell'Art. 2/a, Legge n. 4 del 9 gennaio 2004: "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici".

Con tale Legge, quindi, si apre e si applica ufficialmente il concetto di accessibilità all'informazione digitale. Due anni dopo, nel 2006, viene approvata la Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità – un intero articolo (Art. 9) è dedicato al concetto di accessibilità – in cui vengono ulteriormente precisati i contesti comunicativi ai quali applicare requisiti di accessibilità. Sono compresi “i sistemi e le tecnologie di informazione e comunicazione”, ma anche servizi e artefatti materici come la “segnaletica in caratteri Braille e in formati facilmente leggibili e comprensibili” e “servizi di mediazione, incluse guide, lettori e interpreti professionisti esperti nella lingua dei segni” (ONU, 2006).<sup>8</sup> Infine – e in seguito alle linee guida P.E.B.A. (Piano di eliminazione delle barriere architettoniche) (2018) che estendono il concetto di accessibilità all'ambiente sociale e culturale<sup>9</sup> –, la Regione Lombardia, nel 2021, approva le *Linee guida per la redazione dei piani per l'accessibilità, usabilità, inclusione e benessere ambientale* (PEBA) (2021), in cui si definisce per la prima volta in una norma la *comunicazione accessibile*:

Le lingue, la visualizzazione di testi, il Braille, la comunicazione tattile, la stampa a grandi caratteri, i supporti multimediali accessibili, nonché i sistemi, gli strumenti e i formati di comunicazione migliorativa e alternativa scritta, sonora, semplificata, con ausilio di lettori umani, comprese le tecnologie dell'informazione e della comunicazione accessibili. (L. 18/2009, art. 2). Si veda anche il Principio dei sensi multipli.<sup>10</sup>

Più che una definizione appare essere un elenco esemplificativo di tipologie comunicative accessibili; nell'insieme gli strumenti normativi dedicati all'accessibilità consentono non solo di tracciare un'evoluzione della

---

8. Vedi: Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali, *La convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità*, Roma, 2009, pp. 14-15 (<<https://www.lavoro.gov.it/temi-e-priorita/disabilita-e-non-autosufficienza/focus-on/Convenzione-ONU/Documents/Convenzione%20ONU.pdf>>).

9. La definizione di accessibilità è riportata nel “Glossario” delle *Linee guida per la redazione del Piano di eliminazione delle barriere architettoniche (P.E.B.A.) nei musei, complessi monumentali, aree e parchi archeologici*, indicate nella Circolare n. 26/2018 del Ministero per i beni e attività culturali Direzione generale Musei (<<http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2018/12/Linee-guida-per-la-redazione-del-Piano-di-eliminazione-delle-barriere-architettoniche-P.E.B.A.-Circolare-26-anno-2018-e-allegati.pdf>>).

10. *Linee guida di Regione Lombardia per la redazione dei PEBA* (2021).

definizione del concetto offrendo strumenti per applicarlo – il riferimento va anche all’*European Accessibility Act* (2019) –, ma portano i progettisti alla sperimentazione di soluzioni e a una più ampia applicazione.

## 2. In/Accessibilità comunicativa

Affrontando questo tema nel percorso formativo e, più specificamente, quello dell’accessibilità comunicativa nel Corso di Laurea Magistrale in Design della comunicazione, ci si è domandati quale sia il suo significato e quali le sue caratteristiche e, a partire da questo presupposto, abbiamo provato a ribaltare l’assunto:<sup>11</sup> quali sono le barriere alla comunicazione? Quando un contenuto è in/accessibile?

Nel design della comunicazione, un contenuto può essere inaccessibile per più motivi, anche banali, per esempio:

1. è inaccessibile quando l’informazione non arriva al destinatario, il quale ne ignora l’esistenza perché non è presente nei media che abitualmente consulta (*livello informativo*);
2. è inaccessibile quando il destinatario non riesce a comprendere l’informazione, per il suo livello di complessità, per motivi linguistici se è scritta in una lingua a lui sconosciuta (*livello cognitivo o livello interlinguistico*);
3. è inaccessibile quando sono presenti barriere percettive dovute alle caratteristiche della persona, o situazionali, causate per esempio dalle condizioni di illuminazione o di rumorosità di un dato ambiente (*livello sensoriale/percettivo*).

Quest’ultimo punto, che richiede di rendere i contenuti percepibili affinché siano accessibili a tutti, può essere superato seguendo le indicazioni fornite dalla Direttiva Europea dedicata all’accessibilità (*European Accessibility Act*, 882/2019). Nell’Allegato 1 di tale Direttiva, intitolato “Requisiti di accessibilità per prodotti e servizi”, sono elencate le caratteristiche che prodotti e servizi devono rispettare per poter essere definiti accessibili e fruibili da persone con disabilità.

---

11. Nel “Laboratorio di progettazione di artefatti e sistemi complessi” (proff. D. Riccò e G. L. Balzerano), Corso di Laurea Magistrale in Design della comunicazione, Scuola del Design, Politecnico di Milano, a partire dall’A.A. 2005/06 con esercizi cinetici sulla leggibilità di composizioni tipografiche in movimento; booktrailer accessibili (dal A.A. 2015/16); infine nella fase attuale con progetti audio-video e materici accessibili per il contesto museale (dal 2021/22).

Nell'insieme, tali requisiti riguardano tre gruppi di prodotti e servizi:

1. la fornitura di informazioni;
2. la progettazione di interfacce utente;
3. i servizi di assistenza.

Il primo gruppo è per noi di particolare interesse, in quanto riguarda aspetti specifici del design della comunicazione, definendo i requisiti di accessibilità nel progetto delle informazioni sull'uso di un prodotto, sia quando sono riportate sul prodotto stesso (etichette, istruzioni, ecc.), sia quando sono rese disponibili su altri mezzi (come un sito web). Estraggo qui sei dei nove requisiti indicati che, sebbene siano indirizzati ad artefatti che forniscono informazioni, sono utilmente applicabili a ogni tipologia di artefatti comunicativi; nel testo dell'allegato si precisa che le informazioni devono:

- i) essere rese disponibili attraverso più di un canale sensoriale;
- ii) essere presentate in modo comprensibile;
- iii) essere presentate agli utenti in modalità percepibili;
- iv) essere presentate in caratteri di dimensioni e forme idonee, tenendo conto delle condizioni d'uso prevedibili e usando un contrasto sufficiente, nonché una spaziatura regolabile tra lettere, righe e paragrafi;
- v) essere rese disponibili, con riferimento al contenuto, in formati testuali utilizzabili per la produzione di formati assistivi alternativi fruibili in modi diversi e attraverso più di un canale sensoriale;
- vi) essere accompagnate da una presentazione alternativa di eventuale contenuto non testuale.<sup>12</sup>

In estrema sintesi possiamo, quindi, affermare che ogni artefatto comunicativo è accessibile quando è: *comprensibile, percepibile, pluriregistro*.

Concordo con la definizione data dal Disability Advisory Service dell'Università di Oxford secondo il quale la comunicazione accessibile è così definibile:

Comunicazione accessibile è un termine generico per descrivere una comunicazione che sia chiara, diretta, facile da comprendere e che possa essere resa dispo-

---

12. Pubblicata sulla *Gazzetta ufficiale dell'Unione europea* del 7.6.2019, < <https://eur-lex.europa.eu/>>.

nibile in più formati, in modo che tutti gli utenti abbiano uguale accesso. Prende in considerazione le varie barriere all'accesso alle informazioni e le rimuove, o fornisce formati alternativi affinché la comunicazione abbia luogo.<sup>13</sup>

In sostanza, possiamo dire che il *design della comunicazione accessibile* è definibile come il buon progetto, a cui va aggiunta una peculiarità: quella di prevedere la possibilità di una fruizione sensorialmente diversificata (Ricco 2011).

### **3. Un approccio accessibile per il design della comunicazione**

Applicare un approccio accessibile nel design della comunicazione – coerentemente con le linee guida dell'*European Accessibility Act* (2019) – significa fare in modo che la comunicazione, nella sua forma e nei suoi contenuti, possa essere fruibile in modi plurimi e in particolare con più registri sensoriali. Conseguentemente, progettare artefatti comunicativamente accessibili significa lavorare sulla traduzione dei contenuti (Baule e Caratti 2016; Carlucci 2023), studiare le relazioni sinestesiche fra contenuti fruibili su supporti differenti, studiare le specificità percettive visive, uditive, tattili, propriocettive e, quando è contestualmente possibile, anche olfattive, studiarne limiti e potenzialità.

Significa porre attenzione agli elementi qualitativi della comunicazione, come scrive Giovanni Baule (2011):

Il *design dell'accesso* comunicativo va dunque oltre un ruolo strettamente funzionale, quantitativamente misurabile: l'accessibilità diviene elemento qualitativo, esperienza comunicativa che fissa quei valori di insieme che contribuiscono a definire la qualità stessa di un 'contenuto'.<sup>14</sup>

---

13. Traduzione italiana dell'autrice di: «Accessible communication is an umbrella term to describe communication that is clear, direct, easy to understand and that can be made available in multiple formats so that all users have equal access. It takes into consideration the various barriers to accessing information, and removes these or provides alternative formats for the communication to take place». Fonte: <<https://academic.admin.ox.ac.uk/accessible-communication>>.

14. In "Access Design Research", pubblicato nel 2011, testo introduttivo al rispettivo portale, purtroppo non più attivo, ma archiviato e reperibile all'indirizzo: <<https://web.archive.org/web/20110312234509/http://www.accessdesignresearch.org/>>.



Per chiarire le possibilità applicative della comunicazione progettata perseguendo requisiti di accessibilità, porto due esempi di rilievo: il primo pionieristico, che ha aperto in Italia l'applicazione di principi di accessibilità nel progetto di un sistema di comunicazione pubblica; l'altro attuale, sempre nel contesto della comunicazione pubblica, ma audiovisiva.

Il primo caso è il *Progetto Lettura agevolata*, promosso e realizzato dal Comune di Venezia (2000-2010) (Baracco 2005)<sup>15</sup> con il fine di facilitare la fruizione dei servizi pubblici, la lettura dell'ambiente urbano e l'accesso alla cultura alle persone con ridotte capacità visive, ma anche di sensibilizzare al tema le istituzioni, i progettisti e la collettività. Un progetto all'epoca estremamente innovativo che ancora oggi non trova eguali per l'articolazione e la completezza degli aspetti affrontati, calati su diverse scale di comunicazione – dal territorio al libro – e con una varietà di artefatti: mappe e segnaletica, una collana di libri a grandi caratteri, libri tattili e audio, ausili di lettura per facilitare l'uso del computer (ingranditori, tastierone, set di etichette ecc.). Il messaggio sotteso, rivolto ai progettisti, è quello di aver consapevolezza di quanto le scelte grafiche, tipografiche, i materiali, possano essere determinanti per facilitare a tutti la lettura, e di essere consapevoli di quanto le capacità percettive di una persona siano variabili nel corso della vita.

Un progetto che è stato fonte di riferimento e di stimolo per il nostro gruppo di ricerca di Design della comunicazione del Politecnico di Milano che, a partire dal 2007, ha iniziato ad affrontare le problematiche poste dall'in/accessibilità sensoriale degli artefatti.<sup>16</sup>

Un secondo esempio riguarda il lavoro di Rai accessibilità (Andriello 2023) rivolto a rendere accessibili e fruibili contenuti audiovisivi a persone con disabilità visive e uditive, prevedendo l'uso di sottotitolazioni, audiodescrizioni e traduzioni in Lingua dei Segni (LIS). Un compito complesso,

---

15. Vedi: <<https://www.letturagevolata.it/>>. Una recensione illustrata in Riccò (2007).

16. Tra i risultati di quelle prime fasi fondative della ricerca: la stipula di una convenzione di ricerca tra l'Istituto dei ciechi di Milano e il Politecnico di Milano (attiva dal 2006); il workshop "Comunicare l'accesso. Il progetto comunicativo-informativo del packaging come elemento competitivo per il settore cartotecnico" (16-17 nov. 2010, Politecnico di Milano, curato da V. Bucchetti, con contributi di G. Baule, E. Ciravegna, D. Riccò, S. Sanvito, U. Tolino, S. Zingale). Il volume di Ciravegna (2010) sull'accesso comunicativo dell'imballaggio; i contributi di Riccò (2008, 2011) sulle relazioni sulle funzioni della sinestesia per l'accessibilità. Il portale "Access Design Research" (2011) (archiviato all'indirizzo: <<https://web.archive.org/web/20110312234509/http://www.accessdesignresearch.org/>>).

in particolare quando necessita di essere svolto in tempo reale nelle trasmissioni in diretta, rispetto al quale gli strumenti digitali automatizzati sono d'aiuto, ma che vede la necessità di specifiche professionalità.

Si tratta di due esempi, l'uno sistemico che coinvolge una varietà di tipologie di artefatti, l'altro calato nell'ambito radiotelevisivo; più in generale consideriamo che ci sono settori quali la produzione editoriale,<sup>17</sup> in tutti i suoi prodotti – stampati, digitali, audiovisivi, multimediali ecc. –, la comunicazione digitale e web<sup>18</sup> e il sistema della comunicazione museale (Ricco, a cura di, 2023) che vantano, rispetto ad altri, una maggiore esperienza nella progettazione e diffusione di comunicazione accessibile, e che possono essere considerati come settori guida per il progetto di sistemi di artefatti in tutti i settori comunicativi.

#### **4. Formare competenze**

L'importanza della formazione per la diffusione di una cultura dell'accessibilità è già manifesta nella Raccomandazione del Consiglio Europeo “On the introduction of the principles of universal design into the curricula of all occupations working on the built environment” (Resolution ResAP 2001),<sup>19</sup> quando raccomanda che, nel formulare la politica nazionale, ogni paese tenga conto dei principi di progettazione universale e delle misure volte a migliorare l'accessibilità, promuovendo l'attuazione di queste misure da parte delle università e degli istituti d'istruzione superiore e professionale.

Nell'Art. 9 della Convenzione ONU (2006), più sopra citata, s'invita a “fornire una formazione relativa ai problemi di accesso con cui si confrontano le persone con disabilità a tutti gli interessati” (punto c). A distanza di quasi vent'anni, la percezione che s'avverte partecipando a iniziative ed eventi dedicati al tema – cito per esempio gli Accessibility Days<sup>20</sup> – è la mancanza di professionisti, informatici e designer con competenze specifiche.

Purtroppo non abbiamo dati sull'insegnamento dell'accessibilità nelle

---

17. Vedi le attività di promozione dell'accessibilità nell'editoria di Fondazione LIA (Libri Italiani Accessibili), < <https://www.fondazioneia.org/> >

18. Vedi i contenuti, i servizi, e le linee guida rese disponibili da AGID (Agenzia per l'Italia Digitale), <<https://www.agid.gov.it/it/linee-guida>>

19. Cfr.: <<https://www.coe.int/en/web/disability/adopted-texts>>.

20. Vedi: <<https://teachaccess.org/>>.

università italiane che possano dimostrare tale carenza formativa – sarebbe interessante attivare sul tema una specifica ricerca; gli unici dati sono le testimonianze dei leader delle multinazionali del digitale che esprimono la difficoltà a reperire figure professionali con competenze nell’accessibilità.<sup>21</sup>

Secondo un’indagine di TeachAccess – effettuata tra scuole, di cui non è quantificato il numero, che sono membri dell’organizzazione – meno del 3% dei corsi fanno riferimento nelle descrizioni dei programmi all’*accessibilità* o alle *persone con disabilità*. Nel contempo più del 60% delle aziende del settore afferma che è “difficile” o “molto difficile” per la propria organizzazione assumere candidati con competenze di accessibilità.<sup>22</sup>

Proprio per supportare le competenze e le professionalità sul tema negli Stati Uniti è stata istituita TeachAccess,<sup>23</sup> organizzazione no profit, fondata dai leader di Yahoo e Facebook nel 2016, a cui si sono uniti tra gli altri Adobe, Apple, Google, LinkedIn, Microsoft – tutte aziende che hanno reparti di ricerca specializzata dedicata all’accessibilità digitale –, che con la collaborazione di docenti, università e associazioni offre contenuti, sponsorizzazioni e corsi gratuiti per studenti e docenti.<sup>24</sup>

In Italia non è presente nessuna iniziativa simile, solo alcuni corsi di formazione, non incardinati nei corsi di laurea, e molti eventi, in particolare a opera di biblioteche, musei, fiere del digitale.

Fa eccezione il percorso formativo denominato “Ambassador Inclusivity Design” attivo dall’anno accademico 2022/23 al Politecnico di Milano. Si tratta di un percorso rivolto a studenti iscritti ai corsi di Laurea Magistrale di Design, Architettura e Ingegneria dedicato alla formazione di nuove figure professionali che acquisiscano esperienze specifiche, strumenti e metodi di lavoro sul design dell’inclusione, di cui l’accessibilità è un requisito fondamentale.

In questa prospettiva, obiettivo principale per ciò che riguarda l’ambi-

---

21. Vedi: <<https://teachaccess.org/about/>>.

22. Vedi: <<https://teachaccess.org/resources/fact-sheet-why-teach-accessibility/>>.

23. Vedi: <<https://teachaccess.org/>>.

24. Tra le prime università che hanno aderito: Georgia Institute of Technology, Michigan State University, Olin College, Rochester Institute of Technology, Stanford University, Towson University, University of Colorado, University of Michigan, University of Southern California e University of Washington.

to del design della comunicazione è formare all'uso di strumenti, concettuali, critici e in parte tecnici, per affrontare il progetto di artefatti e sistemi complessi audiovisivi e materici che rispondano a requisiti di accessibilità,<sup>25</sup> sperimentando le possibilità vicarie delle informazioni sensoriali fondate sulla traduzione dei contenuti, per fare in modo che siano fruibili in più supporti e con diverse modalità sensoriali, a sostegno di una comunicazione accessibile (Ricco 2023).<sup>26</sup>

Fondamentale è sottolineare come per rendere la vita sociale, professionale, formativa, culturale universalmente accessibile in tutti i suoi aspetti occorra l'impegno di tutti: delle istituzioni, della società, delle scuole, delle università, dei progettisti.

Occorre innanzitutto avere *consapevolezza* di una necessità, rilevare e confrontare i numeri dell'accessibilità nei diversi contesti comunicativi, creare occasioni di simulazione di in/accessibilità per i progettisti; occorre costruire una *cultura dell'accessibilità*, far comprendere che consentire la fruibilità dei contenuti a persone con diverse esigenze significa ricchezza e fruizione ampliata per tutti. È pertanto necessario investire sulla *formazione delle competenze* offrendo percorsi formativi adeguati.

È altresì importante rilevare – e mi rivolgo in particolare alle nuove generazioni che si stanno formando alla professione di designer della comunicazione – che lo “sforzo” di rendere accessibile non è da intendersi come un limite alla creatività o alle soluzioni progettuali possibili, è piuttosto considerabile una sfida, e un'occasione per offrire esperienze d'uso estese, ampliate, diversificate, realizzabili in condizioni personali e contestuali differenti. È un compito che richiede conoscenze e competenze specifiche, con particolare attenzione alla continua evoluzione dell'accessibilità nelle tecnologie digitali che apre nuove possibilità applicative per una comunicazione accessibile a tutte le persone.

---

25. In particolare sono parte del percorso formativo il corso “Inclusive Digital Technologies” (proff. M.S. Matera e F.E. Guida) e il “Laboratorio di Progettazione di Artefatti e Sistemi Complessi” (proff. D. Ricco e G. L. Balzerano).

26. Si fa riferimento, in particolare, all'esperienza didattica *ControSenso* – un progetto espositivo patrocinato dalla Scuola del Design e dal Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, con la collaborazione scientifica della Fondazione Istituto dei ciechi di Milano e di Rai Accessibilità; vedi anche una rassegna dei progetti audiovisivo e materici in: <<https://www.sinestesia.it/controsenso>>.

## Bibliografia

### **Andriello, Maria Chiara**

2023 “Linguaggi audiovisivi accessibili nel servizio pubblico radiotelevisivo Rai”, in Riccò, D. (a cura di), *Accessibilità museale. Le prospettive per il design della comunicazione*, Milano, FrancoAngeli.

### **Andriello, Maria Chiara; Riccò, Dina (a cura di)**

2024 *Accessibilità comunicativa. Progettare contenuti per tutti*, Roma, Rai Libri.

### **Almici, Alex; Arengi, Alberto; Camodeca, Renato**

2019 *Il valore dell'accessibilità. Una prospettiva economico-aziendale*, Milano, FrancoAngeli.

### **Aquario, Debora; Pais, Ignacio; Ghedin, Elisabetta**

2017 *Accessibilità alla conoscenza e Universal Design. Uno studio esplorativo con docenti e studenti universitari*, “Italian Journal of Special Education for Inclusion”, 2, pp. 93-105.

### **Baracco, Lucia; Cunico, Erika; Fogarolo, Flavio (a cura di)**

2005 *Questione di leggibilità. Se non riesco a leggere non è solo colpa dei miei occhi*, Venezia, Comune di Venezia.

### **Baule, Giovanni; Caratti, Elena (a cura di)**

2016 *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*, Milano, FrancoAngeli.

### **Carlucci, Laura**

2023 “Accessibilità museale e comunicazione multisensoriale. Il Progetto Al-Musac-tra”, in Riccò, D. (a cura di), *Accessibilità museale. Le prospettive per il design della comunicazione*, Milano, FrancoAngeli, pp. 99-119.

### **Cetorelli, Gabriella; Guido, Manuel R. (a cura di)**

2020 *Accessibilità e patrimonio culturale. Linee guida al piano strategico-operativo, buone pratiche e indagine conoscitiva*, Roma, Direzione generale Musei.

**ECA (European concept for accessibility)**

2003 *Technical Assistance Manual*, Luxembourg, <[https://www.accessibletourism.org/resources/eca\\_full\\_2003.pdf](https://www.accessibletourism.org/resources/eca_full_2003.pdf)>; in rete il 17 marzo 2024.

**Ciravegna, Erik**

2010 *La qualità del packaging. Sistemi per l'accesso comunicativo-informativo dell'imballaggio*, Milano, FrancoAngeli.

**Guffey, Elizabeth**

2015 *The Scandinavian Roots of the International Symbol of Access*, "Design and Culture", 7 (3), pp. 357-376.

**Iwarsson, Susanne; Ståhl, Agneta**

2003 *Accessibility, usability and universal design. Positioning and definition of concepts describing person-environment relationships*, "Disability and Rehabilitation", Jan 21, 25(2), pp. 57-66.

**Koefoed, Jørgen**

2012 *Skaberen af verdens mest udbredte symbol besøgte gudhjem*, <<http://www.lisahoyrup.dk/jk/skaberen-af-verdens-mest-udbredte-symbol-bes%C3%B8gte-gudhjem/>>, 15 July, in rete il 17 marzo 2024.

**Lupacchini, Andrea**

2010 *Design olistico. Progettare secondo i principi del DfA*, Firenze, Alinea.

**Mincoelli, Giuseppe**

2008 *Design accessibile. Esperienze progettuali e didattiche sul tema del Design for all*, Rimini, Maggioli.

**Persson, Hans; Åhman, Henrik; Yngling, Alexander Arvei; Gulliksen, Jan**

2015 *Universal design, inclusive design, accessible design, design for all: different concepts— one goal? On the concept of accessibility—historical, methodological and philosophical aspects*, "Universal Access in the Information Society", 14, pp. 505-526.

**Raffaelli, Baires**

2020 *The fast guide to Accessibility design*, Amsterdam, Bis publishers.

**Riccò, Dina**

2007 *Lettura agevolata*, "Linea Grafica", 369, pp. 24-31.

2008 *Sentire il design. Sinestisie nel progetto di comunicazione*, Roma, Carocci.

2011 "I sensi argomentati. Totalità del sensorio e accesso sinestesico alle informazioni", in Bucchetti, V. (a cura di), *Altre figure. Intorno alle figure di argomentazione*, Milano, FrancoAngeli, pp. 201-216.

2019 *Libri e Booktrailer accessibili. Il design editoriale come bene culturale per tutti*, "MD Journal", 8, pp. 142-155.

2024 “Accessible Experiences. Designing Synaesthetic Access to Culture”, in Zanella, F.; Bosoni, G.; Di Stefano, E.; Iannilli, V.; Matteucci, G.; Messori, R.; Trocchianesi, R. (edited by), *Multidisciplinary Aspects of Design. Objects, Processes, Experiences and Narratives*, Springer Series in Design and Innovation, Vol. 37, pp. 452-461

**Riccò, Dina (a cura di)**

2023 *Accessibilità museale. Le prospettive per il design della comunicazione*, Milano, FrancoAngeli.

**Riccò, Dina; Guida, Francesco Ermanno**

2024 *Il concetto di Diversità e di accessibilità comunicativa nel contesto museale. Problemi, Casi, Proposte*, in AA.VV. “Design per la Diversità”, Conferenza Nazionale SID 2023 (in stampa).

**Sicklinger, Andreas (a cura di)**

2010 *Design e ipovisione. Dalla leggibilità al design multisensoriale*, Rimini, Maggioli.

**Steffan, Isabella Tiziana**

2006 *Barriere architettoniche e Design for All. Quale contributo dell'ergonomia?*, “Ergonomia”, 6, pp. 18-24.

**Tacca, Fabrizio (a cura di)**

2017 *Accessibilità*, in “Unificazione e certificazione” (U&C), 1, gennaio, pp. 19-34.

## Autrici e autori

### **Giovanni Baule**

Architetto e designer, già ordinario di Disegno industriale presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. La sua attività di ricerca è orientata agli ambiti della storia, della critica e dei metodi del progetto dei sistemi di comunicazione. Ha vinto il XIV° Compasso d'Oro per *Linea Grafica* (1987). Coestensore della Carta del progetto grafico (1989), è co-curatore di *Anticorpi comunicativi* (2012), *Design è Traduzione* (2016), *Albe Steiner. Ricerche* (2019). È autore di *Artefatti di Transizione* (2001), *Iliprandi: l'occhio del grafico per la fotografia* (2022) e delle voci “Grafica in Italia” e “Grafica in America” in «Enciclopedia dell'Arte Contemporanea Treccani» (2021).

### **Maresa Bertolo**

Ricercatrice del Dipartimento di Design e docente di Game Design presso il CdL in Design della Comunicazione (Politecnico di Milano). Si occupa di Game Studies e Game Design con particolare attenzione al gioco come veicolo di comunicazione, cambiamento e dialogo sociale. Co-fondatrice del gruppo interdisciplinare di ricerca sul gioco *Lusory Warp*, contribuisce alla ricerca internazionale con articoli, libri, partecipazione a conferenze e giochi.

### **Valeria Bucchetti**

Visual designer. Professoressa ordinaria presso il Dipartimento di Design (Politecnico di Milano), è coordinatrice del Corso di Studi in Design della comunicazione e docente di Culture visive e sistemi iconografici. Membro del Comitato scientifico del Dottorato in Design e del Consiglio scientifico del Centro di Ricerca interuniversitario Culture di Genere. Ha vinto il XVIII Compasso d'Oro (1998). È autrice di oltre 150 pubblicazio-



ni in libri, riviste, atti di convegno nazionali e internazionali, tra queste: *La messa in scena del prodotto* (1999), *Culture visive* (curatela, 2007), *Altre figure* (curatela, 2011), *Anticorpi comunicativi* (co-curatela, 2012), *Cattive immagini* (2021).

### **Daniela Anna Calabi**

È Professoressa associata del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, dove è membro del gruppo di ricerca Dcom – Culture e sistemi del Design della comunicazione. I suoi studi interessano la teoria del design, le culture visive e il Basic Design; svolge ricerca e didattica applicate al Design della Comunicazione per il Territorio (DCxT). Ambiti particolarmente esplorati sono quelli dell’editoria, della comunicazione atmosferica, delle relazioni tra patrimoni culturali e sociali. Partecipa a conferenze internazionali e sviluppa progetti sperimentali.

### **Elena Caratti**

È Professoressa associata presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Insegna presso il Corso di laurea triennale e magistrale in Design della Comunicazione e presso la Scuola di Dottorato in Design. Da anni svolge attività di ricerca e sperimentazione nell’ambito delle culture visive e della progettazione editoriale riletta attraverso il paradigma traduttivo. Autrice di *Rimediazioni gender-sensitive* (2015), è stata co-curatrice del volume *Design è traduzione* (FrancoAngeli, 2016) che ha ricevuto una menzione d’onore alla XXV edizione del Compasso d’Oro ADI.

### **Mariana Ciancia**

Ph.D, Ricercatrice del Dipartimento di Design (Politecnico di Milano). Membro del gruppo di ricerca ImagisLab e Vicedirettrice del Master in Brand Communication di POLI.design, realizzato in collaborazione con UNA. La sua attività di ricerca e didattica, nazionale e internazionale, ha come focus principale il Design della Comunicazione, con particolare attenzione ai fenomeni transmediali, ai processi di progettazione story-based, agli strumenti e alla produzione di artefatti comunicativi narrativi (digitali, fisici e ibridi) in un ecosistema mediale caratterizzato dalla trasformazione.

### **Paolo Ciuccarelli**

Laureato in architettura, è Professore in Design, ha fondato e dirige il *Center for Design* alla Northeastern University di Boston e il *DensityDesign Lab* al Politecnico di Milano. Si occupa di trasformazioni dei dati a supporto delle decisioni e delle questioni sociali complesse, in particolare per stakeholder non esperti. Autore di pubblicazioni premiate come *best-paper*, partecipa a conferenze internazionali su *data visualization*, *information design*, design e AI. Collabora con The Visual Agency a Milano, è Senior Affiliate presso *Harvard metaLAB* e co-editor di *Big Data & Society*.

### **Alessandro Colizzi**

Professore associato al Politecnico di Milano, Dipartimento di Design. Linguista e designer di formazione, si occupa di storia della grafica, tipografia e type design. Attualmente è impegnato in un progetto di ricerca sulla Fonderia Nebiolo di Torino. È membro di ATypI (Association Typographique Internationale), ISTD (International Society of Typographic Designers) e AIS/Design (Associazione Italiana Storici del Design).

### **Derrick de Kerckhove**

Non è un fisico quantistico, ma applica metodi sociologici per esplorare le conseguenze psicologiche, sociali, economiche e politiche delle tecnologie della comunicazione. Tra il 1983 e il 2008 è stato direttore del McLuhan Program in Culture and Technology. Tra i suoi libri *Brainframes: Technology, Mind and Business* (1992), *La Pelle della Cultura* (1997), *Connected Intelligence* (1997) e, con Stefano Calzati, *The Quantum Ecology* (MIT Press ottobre 2024). Docente presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano e direttore di ricerca all'Internet Interdisciplinary Institute della UOC di Barcellona. Vive a Roma, dove è direttore scientifico di Media Duemila e dell'Osservatorio TuttiMedia.

### **Francesco E. Guida**

Professore associato presso il Dipartimento di Design e docente alla Scuola del Design del Politecnico di Milano. Dottore di ricerca in Design e Tecnologie per la Valorizzazione dei Beni Culturali, si occupa di design della comunicazione dai primi anni Novanta. È socio professionista AIAP (Associazione italiana design della comunicazione visiva) e attualmen-

te coordinatore scientifico del Centro di Documentazione sul Progetto Grafico (AIAP CDPG). Già associate editor del journal *AIS/Design. Storia e ricerche* (2018-2022), è nel comitato editoriale di *PAD. Pages on Arts and Design*.

### **Francesca Piredda**

Ph.D, Professoressa associata del Dipartimento di Design (Politecnico di Milano). Membro del gruppo di ricerca ImagisLab, collabora con DESIS Network. Conduce attività di ricerca e formazione dedicate a design della comunicazione, media digitali, narritività e linguaggio audiovisivo, sia per l'innovazione sociale che per la comunicazione d'impresa. L'interesse specifico legato alla ricerca sul campo e ad approcci di design partecipativo le hanno consentito di sviluppare e sperimentare strumenti *narrative-driven* a supporto dei processi di co-design. Nel 2017 ha ricevuto il XXV Compasso D'Oro ADI. È direttrice scientifica dei Master Brand Communication, Art Direction & CopyWriting e Design the Digital Strategy di POLI.design.

### **Marco Quaggiotto**

Professore associato presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, dove si occupa di Design della comunicazione e Design dell'interazione, con particolare attenzione verso l'utilizzo di processi computazionali nel design e la progettazione di interfacce digitali per l'esplorazione di territori e sistemi complessi. Dal 2009 insegna al Corso di laurea in Design della comunicazione. Dal 2011 è coordinatore di *DataInterfaces*, laboratorio di collaborazione tra Politecnico di Milano e Fondazione ISI che unisce Design e Data Science nell'esplorazione e la comunicazione di fenomeni complessi.

### **Dina Riccò**

Professoressa associata di Disegno Industriale al Politecnico di Milano, Dipartimento di Design. Laurea in architettura, Dottoranda di ricerca in Disegno Industriale. Suoi principali temi di ricerca sono le sinestesie applicate al design, ai multimedia, all'accessibilità audiovisiva. È autrice di oltre 130 pubblicazioni in libri, riviste, conferenze nazionali e internazionali, tra le principali i libri: *Sinestesie per il design* (Etas, 1999), *Sentire il*

*design* (Carocci, 2008/2019), le curatele di *Accessibilità museale* (Franco-Angeli, 2023) e *Accessibilità comunicativa* (con M.C. Andriello, Rai Libri, 2024). È responsabile di [www.savlab.polimi.it](http://www.savlab.polimi.it).

### **Umberto Tolino**

Professore associato e designer, svolge la propria attività di ricerca nei campi dell'identità visiva digitale e del design dell'interazione. Alcuni suoi progetti sono stati inclusi in diverse edizioni dell'ADI Design Index, ha ricevuto una menzione d'onore alla XXV edizione del Compasso d'Oro ADI e un Red Dot Design Award. Ha oltre vent'anni di esperienza didattica presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, POLI.design e alcune istituzioni universitarie internazionali. Attualmente è vicerettore per la comunicazione e le attività culturali del Politecnico di Milano.

### **Salvatore Zingale**

Professore associato al Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, insegna Semiotica del progetto alla Scuola del Design. Si interessa di processi inventivi, di forme di visualizzazione poetica, di relazioni di alterità e dialogicità. Ha pubblicato: *Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva* (2012); *Design e alterità. Conoscere l'Altro, pensare il Possibile* (a cura di, 2022); *Relazioni dialogiche. Un'indagine sulla comunicazione e sulla progettualità* (2023); *Design meets Alterity. Case Studies, Project Experiences, Communication Criticism* (a cura di, 2024).

Una comunità è in grado di riflettere su sé stessa? Il volume prova a dare una risposta alla domanda mettendo al centro l'esperienza sviluppata al Politecnico di Milano negli ultimi trent'anni, proponendo una **RIFLESSIONE SUL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE** e sulla centralità che riveste, sulle trasformazioni che lo hanno caratterizzato e che tutt'oggi costituiscono la cifra distintiva di quel **LABORATORIO DELLA TRANSIZIONE** che esso interpreta. Con questa raccolta di saggi si vuole dare conto di un percorso evolutivo del design della comunicazione dal quale emerge la continua riconfigurazione da un campo del sapere progettuale originato dall'ambito grafico-visuale, per ragionare sui **CONFINI DELLA DISCIPLINA** e per fare un punto su quanto è stato prodotto: sulle linee di ricerca tracciate, sulle implicazioni che esse hanno all'interno di un quadro da sempre in divenire.

Quattordici contributi ne restituiscono l'articolazione e delineano l'**IDENTITÀ** che caratterizza la comunità scientifica dalla quale questo lavoro nasce, restituendone, come il sottotitolo del volume esplicita, le traiettorie, e fornendo, al contempo, un **TERRENO DI CONFRONTO** aperto.

### **VALERIA BUCCHETTI**

Visual designer. Professoressa ordinaria presso il Dipartimento di Design (Politecnico di Milano), è coordinatrice del Corso di Studi in Design della comunicazione e docente di Culture visive e sistemi iconografici. La sua attività di ricerca è orientata agli ambiti dell'identità visiva e dell'identità di prodotto, dell'identità di genere e degli stereotipi comunicativi, più in generale, ai sistemi di comunicazione visuale. È autrice e curatrice di numerose pubblicazioni, tra cui: *Cattive immagini* (2021), *Anticorpi comunicativi* (2012), *Altre figure* (2011), *La messa in scena del prodotto* (1999).