

A CURA DI DINA RICCÒ

ACCESSIBILITÀ MUSEALE

LE PROSPETTIVE
PER IL DESIGN
DELLA COMUNICAZIONE

SAGGI DI
MARIA CHIARA ANDRIELLO
LAURA CARLUCCI
SAURO CESARETTI
ELISABETTA CORRADIN
FRANCESCO CUSATI
FABIO FORNASARI
STEFANO OTTAVIANI
DINA RICCÒ

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

Giulia Martimucci

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

Questo volume è pubblicato grazie al contributo del Progetto pilota di sperimentazione didattica post Covid della Scuola del Design 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 semiotiche, 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.

FrancoAngeli

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

ISBN e-book Open Access: 9788835155874

Copyright © 2023 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 comunica sul sito
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

A cura di Dina Riccò

Accessibilità museale

Le prospettive per il design della comunicazione

Indice

Accessibilità museale

Introduzione | 9

Design e accessibilità: responsabilità e prospettive

I. L'accessibilità ai contenuti museali | 11

Prospettive per il design della comunicazione

Dina Riccò

II. La persona al centro | 33

Verso la cultura dell'accessibilità

Elisabetta Corradin, Francesco Cusati

III. Linguaggi audiovisivi accessibili nel Servizio Pubblico radiotelevisivo Rai | 52

Applicazione in ambito di accessibilità museale

Maria Chiara Andriello

IV. Il museo per tutti | 76

La Collezione design al Museo Tattile Statale "Omero" di Ancona

Fabio Fornasari

V. Accessibilità museale e comunicazione multisensoriale | 99

Il Progetto Al-Musactra

Laura Carlucci

VI. Accessibility Days | 120

Esperienze e condivisioni per l'accessibilità

Sauro Cesaretti, Stefano Ottaviani

VII. ControSenso | 145

Un'esperienza didattica per l'accessibilità all'opera d'arte

*Dina Riccò, Gian Luca Balzerano, Alberto Barone, Alicia Gonzalez F., Giulia Martimucci,
Alessandro Zamperini*

Autrici e autori | 157

Introduzione

Design e accessibilità: responsabilità e prospettive

Il libro nasce dai contributi presentati al seminario didattico dal titolo “Accessibilità museale: quali responsabilità per il design della comunicazione?” che si è tenuto il 30 marzo 2023 presso il corso di laurea magistrale in Design della comunicazione, della Scuola del Design del Politecnico di Milano, come parte delle attività del progetto pilota di didattica innovativa del laboratorio di Progettazione di artefatti e sistemi complessi (proff. Dina Riccò e Gian Luca Balzerano).

Il tema è di grande attualità considerando che ICOM (International Council of Museums), l’organizzazione internazionale che stabilisce gli standard professionali ed etici per le attività museali, ha approvato lo scorso anno, precisamente il 24.08.2022 a Praga, una nuova definizione di museo che si differenzia dalla precedente introdotta a Vienna nel 2007, proprio perché introduce il concetto di accessibilità e inclusività.

Nella nuova definizione leggiamo:

«Aperti al pubblico, accessibili e inclusivi, i musei promuovono la diversità e la sostenibilità».

Cosa possono fare i designer della comunicazione per rendere ciò possibile e realizzabile?

Questa è la domanda che guida il presente studio, nel libro la questione è discussa da figure tutte direttamente coinvolte e attive sul tema, che vanno dall’utente al progettista, e che applicano approcci disciplinari diversi al concetto di accessibilità, un approccio progettuale, ma anche informatico, pedagogico e della traduzione audiovisiva, per offrire un testo fondamentale in cui sono affrontati aspetti essenziali e ineludibili del dibattito sull’accessibilità ai contenuti museali.

Affrontiamo nello specifico il ruolo del design della comunicazione consapevoli che il tema dell’accessibilità museale è un tema ampio e complesso,

che si sviluppa su più livelli, che coinvolgono oltre alle opere e ai beni culturali esposti, l'architettura, i servizi, la comunicazione nel suo insieme.

Nel libro ci dedichiamo a quest'ultimo livello e nello specifico alla comunicazione dell'opera d'arte, di design e più in generale di un bene culturale, in modo che possa essere fruibile a tutti con modalità sensoriali ampliate e alternative.

Gli interventi ospitano autori e autrici di enti e realtà con le quali abbiamo attiva una collaborazione scientifica e didattica, la Fondazione Istituto dei ciechi di Milano, Rai Pubblica Utilità della Direzione Accessibilità, Accessibility Days APS, oltre a figure accademiche e professionali che dedicano la propria ricerca e attività all'accessibilità in ambito museale.

Il testo mantiene la spontaneità della comunicazione orale pur corretto e integrato dagli autori, con i riferimenti scientifici, con l'aggiunta di un mio saggio introduttivo e di un capitolo finale che raccoglie i risultati dell'esperienza didattica. Nel libro è stato riportato anche il dibattito, a cui sono stati chiamati a intervenire i gruppi di studenti, perché questo ha spesso consentito di aprire e ampliare la discussione su aspetti che riteniamo essere di estremo interesse culturale, scientifico e operativo, fino ad arrivare a questioni su aspetti anche molto concreti.

A conclusione di questo dibattito la domanda iniziale "quali responsabilità per il design della comunicazione?" è stata riformulata in affermazione, riconoscendo l'accessibilità come un'opportunità di sviluppo della disciplina del design della comunicazione che ne prefigura le prospettive future.

NB. Il file pdf di questa versione open access è stato realizzato rispettando i requisiti basilari di accessibilità, ovvero prevede una struttura gerarchica con fogli di stile e testi alternativi con le descrizioni delle immagini.

I colori di copertina sono stati scelti ad elevato contrasto cromatico, fra colore dei testi e colore dello sfondo, per garantire la migliore leggibilità al maggior numero di persone, evitando altresì tinte che ostacolano la percezione del contrasto cromatico a persone con daltonismo.

Il concetto di accessibilità comunicativa riguarda la relazione fra le persone e i modi della comunicazione. Progettare un contenuto accessibile significa prevedere soluzioni comunicative ampliate, diversificate; significa tradurre i contenuti per far sì che siano fruibili in modi diversi, dare la possibilità a tutte le persone di scegliere le modalità sensoriali della fruizione, ovvero di poter scegliere se leggere visivamente, oppure se ascoltare, o toccare un contenuto. Per le persone con disabilità sensoriali, visive o uditive, questo è essenziale, è una condizione necessaria, ma l'accessibilità comunicativa è d'aiuto a tutti in determinate condizioni personali, situazionali o ambientali. Il libro nasce dai contributi presentati al seminario didattico dal titolo "Accessibilità museale: quali responsabilità per il design della comunicazione?", organizzato presso il corso di laurea magistrale in Design della comunicazione, della Scuola del Design del Politecnico di Milano, tenuto il 30 marzo 2023. I saggi presenti sono contributi di figure accademiche e professionali che dedicano la propria ricerca e la propria attività all'accessibilità comunicativa e museale, affrontando le esigenze, i requisiti, le soluzioni e le tecniche per fare in modo che le opere d'arte, di design, e più in generale i beni culturali, siano accessibili a tutti. Un tema di grande attualità che, anche solo per rispettare le recenti norme e linee guida, richiede un impegno al fine di formare nuove e specifiche competenze progettuali.

DINA RICCÒ

Professoressa associata di Disegno Industriale al Politecnico di Milano, Dipartimento di Design. Laurea in architettura, Dottore di ricerca in Disegno Industriale, suo principale tema di ricerca le sinestesie applicate al design e all'accessibilità dei contenuti audiovisivo. Tra le principali pubblicazioni i libri: *Sinestesie per il design* (Etas, 1999), *Sentire il design* (Carocci, 2008/2019), il volume (con M. J. de Córdoba, et al.) *Sinestesia. Los fundamentos teóricos, artísticos y científicos* (2012, ed. Ingl. 2014).