ANCHE IL DESIGN DISCRIMINA

SULL'INFLUENZA DI STEREOTIPI E PREGIUDIZI NEL PROCESSO DI PROGETTAZIONE

ANNAMARIA RECUPERO, LETIZIA VACCARELLA, GIULIA TEVERINI

Ledizioni
The Innovative LEDIpublishing Company

Anche il design discrimina

Sull'influenza di stereotipi e pregiudizi nel processo di progettazione

Annamaria Recupero, Letizia Vaccarella, Giulia Teverini

Ledizioni

Ledizioni LediPublishing
Via Antonio Boselli, 10 – 20136 Milano
www.ledizioni.it
info@ledizioni.it

Annamaria Recupero, Letizia Vaccarella, Giulia Teverini, *Anche il design discrimina. Sull'influenza di stereotipi e pregiudizi nel processo di progettazione*

Prima edizione: ottobre 2025

ISBN cartaceo: 9791256005369
ISBN eBook: 9791256005376
ISBN PDF in Open Access: 9791256005383

Informazioni sul catalogo e sulle ristampe: www.ledizioni.it
Il volume è disponibile in Open Access e acquistabile nelle versioni ePub e cartacee a cura di Ledizioni sul sito internet www.ledizioni.it, nelle librerie online o tradizionali.

I diritti d'autore sui singoli contributi appartengono ai rispettivi autori come indicati. I diritti d'autore sul concept dell'opera appartengono a Simone Aliprandi. I diritti d'autore sull'immagine di copertina appartengono a Lorenzo Vitagliano.
I contenuti dell'opera sono rilasciati nei termini della licenza Creative Commons Attribution - Share Alike il cui testo integrale è disponibile all'URL https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/.

Indice

Prefazione 7

Introduzione 13

Capitolo 1. Stereotipi, pregiudizi e discriminazioni 17
1.1 La tendenza a categorizzare e semplificare la realtà 18
1.2 Essere parte di un gruppo 27
1.3 Il contesto socioculturale 29
1.4 Intersezionalità e quotidianità delle discriminazioni 34
1.5 Le manifestazioni di stereotipi, pregiudizi e discriminazioni 39

Capitolo 2. Il ruolo del design 45

Capitolo 3. Progettazione consapevole 49
3.1 Coinvolgere le persone nella raccolta dei dati 52
3.2 Immergersi nel contesto con l'autoetnografia 56
3.3 Creare archetipi dell'utenza 59
3.4 Immaginare un percorso ideale 66
3.5 Le parole sono importanti 74

Conclusioni 77

Bibliografia 81

Prefazione

Questo libro non è un manuale di psicologia, né un manuale di design. Questo libro è un saggio critico che raccoglie una serie di riflessioni sulle pratiche di design e su come stereotipi, pregiudizi e discriminazioni, inconsapevolmente, influenzano il processo progettuale.

Le riflessioni emergono dallo studio della letteratura scientifica e dalla nostra esperienza professionale e didattica, dal dialogo e dal confronto con la comunità del design.

La scelta del tema di questo libro deriva in primo luogo dalla nostra personale necessità di trovare uno spazio di riflessione su ciò che ci guida quando progettiamo, in termini di valori e obiettivi ma anche in termini di credenze, opinioni, riferimenti culturali, e atteggiamenti. Deriva poi dalla volontà di condividere queste nostre riflessioni con chi si occupa di design, con la speranza che possano essere degli stimoli per una progettazione sempre più etica e responsabile.

Questo libro si concentra sul processo di design, più che sulle soluzioni progettuali. Ad oggi abbiamo a disposizione una vasta letteratura che analizza come oggetti, servizi e ambienti progettati possano risultare escludenti e discriminatori, così come numerose indicazioni e linee guida per progettare soluzioni inclusive. Manca però una riflessione approfondita su ciò che accade *durante* il percorso progettuale: sulle dinamiche, le decisioni, gli assunti e i valori che si attivano prima ancora che la soluzione prenda forma. È in questo spazio, spesso trascurato, che si annidano molte delle cause profonde delle discriminazioni che ritroviamo nei risultati finali.

Dato il tema e le discussioni proposte, questo libro non può che iniziare con un esercizio di autoconsapevolezza che posizioni noi autrici e il testo stesso.

Anche se con background disciplinari ed esperienze professionali diverse, ci siamo rese conto di condividere una sensibilità rispetto al tema degli stereotipi, dei pregiudizi e delle discriminazioni perché ne siamo oggetto in quanto donne e giovani professioniste, e perché spesso nel nostro lavoro dedichiamo poco tempo a riflettere sull'impatto delle nostre credenze, atteggiamenti e comportamenti sul processo di design.

Mentre la letteratura scientifica negli ultimi anni si arricchisce di contributi che discutono il modo in cui i prodotti del design (che siano oggetti, servizi, ambienti o campagne di comunicazione) veicolano e rafforzano gli stereotipi e i pregiudizi, c'è ancora molto da discutere su come questi meccanismi agiscono nel processo di design a livello inconsapevole e non intenzionale.

Sappiamo che anche il nostro sguardo è inevitabilmente plasmato dal contesto culturale e dalla comunità di appartenenza. I modi in cui percepiamo, pensiamo e agiamo derivano da riferimenti, pratiche e cornici teoriche che la nostra comunità condivide, trasmette e rinforza. Questi riferimenti, in larga parte di matrice europea e nordamericana, hanno influenzato e continuano a orientare il nostro modo di intendere e praticare il design. Riconoscere tali condizionamenti significa, per noi, provare a mettere in luce i limiti che ne derivano e tentare di superarli.

Non pretendiamo di avere tutte le risposte, ma vogliamo porci le *giuste* domande.

Forse le risposte arriveranno in futuro, dal dialogo e dall'*umiltà culturale* come impegno nell'autoriflessione e nella messa in discussione dei propri pregiudizi nei confronti di culture diverse dalla propria, per correggere gli squilibri di potere e valorizzare le diversità.

Questo libro si rivolge a tutte le persone che si occupano di design – con diversi livelli di competenza ed esperienza, in diversi ambiti applicativi – che vogliono riflettere sulle proprie pratiche di progettazione.

Si rivolge a chi come noi sente la responsabilità di progettare soluzioni affinché non siano discriminatorie, contrastando gli stereotipi e i pregiudizi che pervadono la nostra vita quotidiana in modo che non agiscano come riferimenti anche nel processo di design.

Si rivolge a chi concepisce il design come un atto politico, perché veicola una certa visione del mondo attuale e di come dovrebbe essere il futuro da progettare.

Si rivolge a chi ancora non è consapevole di veicolare stereotipi, pregiudizi e discriminazioni attraverso le proprie progettualità e questo libro è capitato per caso o per (s)fortuna in mano.

Se siete in un periodo di formazione, questo libro speriamo possa offrire delle chiavi di lettura per comprendere le implicazioni di ciò che studiate. Se avete già esperienza di progetti di design, ci auguriamo che questo libro possa offrire delle chiavi di lettura per approfondire alcuni concetti, e uno spazio di riflessione con lo sguardo al passato, al presente e al futuro del vostro lavoro.

Un ringraziamento a chi c'era prima di noi, e una dedica a chi verrà dopo di noi. Ci hanno permesso e ci permetteranno di continuare a crescere come persone e professioniste.

Introduzione

Questo libro si inserisce nel dibattito sulla ricerca e l'innovazione responsabile, un approccio che invita a interrogarci criticamente sugli impatti sociali, etici e culturali delle pratiche progettuali. Affrontare stereotipi, pregiudizi e discriminazioni nel processo di design significa assumersi la responsabilità non solo di *cosa* si progetta, ma anche di *come* si progetta, con chi e per chi. In questo senso, il design non è solo uno strumento creativo, ma soprattutto un atto etico e politico.

Per sostenere questo approccio riflessivo e responsabile alla pratica progettuale, il libro è strutturato in tre capitoli che accompagnano chi legge in un percorso che combina fondamenti teorici e riflessioni critiche sulle pratiche di design.

Il Capitolo 1 discute i concetti di stereotipo, pregiudizio e discriminazione così da chiarire i termini e offrire una cornice concettuale di riferimento che mette in connessione meccanismi cognitivi e dinamiche sociali.

Il punto di partenza è il funzionamento della mente umana che semplifica e categorizza la realtà secondo il principio della riduzione dello sforzo cognitivo necessario per percepire e interpretare la realtà, elaborare una previsione, un'opinione e una decisione. La nostra mente crea categorie che utilizziamo per riconoscere e dare senso a ciò che percepiamo, e tendiamo ad usare delle scorciatoie (non prive di errori) per valutare le situazioni e prendere delle decisioni.

Se da un lato questi meccanismi sono spontanei, naturali e funzionali alla nostra esistenza nel mondo, dall'altro possono determinare distorsioni e rigidità. Lo stereotipo infatti è un'opinione generalizzata e semplicistica su persone, eventi e situazioni,

che si ripete in modo rigido, resistendo alla confutazione, su una certa categoria senza considerare i singoli casi. Allo stereotipo si associa una componente di valutazione, il pregiudizio che consiste in un atteggiamento positivo o negativo nei confronti di fenomeni, eventi e persone appartenenti ad una determinata categoria (buono/cattivo, giusto/sbagliato) che orienta il comportamento discriminatorio favorevole o sfavorevole.

Gli stereotipi e i pregiudizi, e di conseguenza le discriminazioni, sono modi di pensare e di agire socialmente condivisi: sono creati, trasmessi e rinforzati all'interno dei gruppi sociali di appartenenza. Questo perché all'interno delle comunità culturali si condivide l'interpretazione della realtà, una visione del mondo che genera un senso di padronanza sulla realtà, riduce l'incertezza e aumenta la sicurezza nelle proprie scelte.

Considerare il funzionamento della mente e dei processi sociali come spiegazione degli stereotipi e dei pregiudizi – che vengono dunque ricondotti a processi "naturali" e "universali", ad una predisposizione biologica finalizzata al successo evolutivo – non implica il considerarli come inevitabili, né giustifica le discriminazioni che vengono agite a partire da determinati stereotipi e pregiudizi. Infatti questo non può essere un motivo per deresponsabilizzarci poiché, essendo una caratteristica umana, è comune a tutte le persone, e quindi anche a me, a te, a noi, a voi. E questa consapevolezza non ci permette di colpevolizzare pochi e in questo modo rassicurarci sulla nostra estraneità al fenomeno.

Al contrario, conoscere tutti i fattori che insieme concorrono a generare, trasmettere e rafforzare le credenze e i comportamenti discriminatori ci permette di capire quanto questi elementi guidino le nostre scelte, per poi mettere a punto strategie idonee per contrastarli.

È proprio su questa assunzione di responsabilità che si basa il Capitolo 2 che include una riflessione critica sul ruolo del design: da un lato la progettazione (di oggetti, servizi, ambienti, esperien-

ze, messaggi) può rispecchiare, rafforzare e addirittura amplificare i modi di pensare e di agire socialmente condivisi; dall'altro può agire come forza trasformatrice per proporre nuovi modi di pensare e agire.

Nel momento in cui il design propone una certa visione del mondo, un cambiamento da perseguire, un futuro desiderabile a cui il progetto aspira, diviene un atto politico. L'errore è considerare le scelte di design come neutre, perché in realtà quello a cui aspira ogni progetto è plasmare spazi, strumenti, relazioni, valori e visioni del mondo.

Poiché questo libro si concentra più sul processo che sul risultato del design, il Capitolo 3 discute alcuni esempi di come pregiudizi, stereotipi e discriminazioni possano influenzare il modo in cui progettiamo, per poi proporre alcune strategie per cambiare il modo in cui progettiamo. In questo capitolo abbiamo selezionato alcuni approcci e metodi di design per discutere le pratiche con cui vengono utilizzati, facendo emergere i rischi di distorsione e discriminazione. Alcuni temi sono trasversali a tutto il processo di design (il coinvolgimento delle persone, l'uso delle parole, i metodi di raccolta dei dati), mentre altri si inseriscono in specifiche fasi del processo.

Sappiamo infatti che per quanto l'intenzionalità del design sia non discriminatoria, le persone destinatarie possono sentirsi discriminate, non rappresentate e non valorizzate da ciò che progettiamo. Dunque, quello su cui riflettiamo sono dei modi di pensare e agire trasversali al processo di design, come anche specifici modi di utilizzare alcuni strumenti del design che possono essere ripensati per supportare una progettazione più etica e responsabile.

Capitolo 1.
Stereotipi, pregiudizi e discriminazioni

L'analisi dei processi cognitivi fornisce una base di partenza per comprendere in che modo si formano gli stereotipi, i pregiudizi e le discriminazioni. Questi fenomeni non possono essere considerati solo come l'esito di processi cognitivi, interni alla mente della persona, ma devono essere letti alla luce delle dinamiche sociali di costruzione e negoziazione di significati all'interno delle comunità culturali. Per questo motivo, esaminiamo questi concetti a partire dalla comprensione del funzionamento cognitivo della mente, per poi allargare lo sguardo al contesto sociale in termini di gruppi e istituzioni.

Un altro livello di analisi dovrebbe considerare anche le dinamiche storico-politiche a cui sono associati stereotipi, pregiudizi e discriminazioni, che fanno luce sulla complessità di questi fenomeni (Capozza & Brown, 2000) (Fig. 1).

Gli stereotipi, i pregiudizi e le discriminazioni nei confronti dei singoli e dei gruppi derivano infatti da tre fattori (Mazzara, 2024):

1. il funzionamento e i limiti del sistema cognitivo che ha bisogno di semplificare e categorizzare la realtà, e di sviluppare aspettative e giudizi in modo rapido e senza eccessivo sforzo cognitivo;
2. il bisogno di appartenenza ad un gruppo, di valorizzazione del proprio gruppo e di avversione verso coloro che non condividono una stessa appartenenza, cultura e visione del mondo;
3. le dinamiche storiche e politiche che in ogni epoca definiscono le posizioni, le funzioni e il potere di ciascun gruppo, e i

rapporti tra i diversi gruppi all'interno della società.

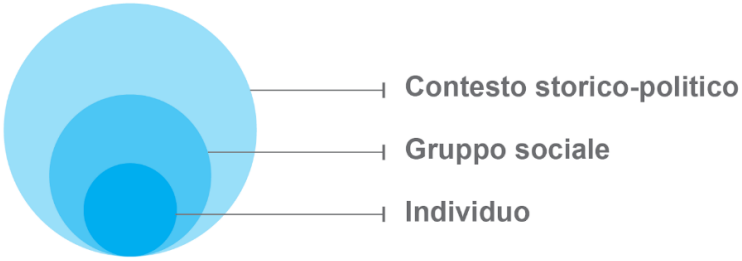

Fig. 1 - Diversi livelli di analisi per comprendere gli stereotipi, i pregiudizi e le discriminazioni.

Quest'ultimo livello di analisi, che richiede chiavi di lettura di tipo storico, politico e macrosociologico, va oltre lo scopo di questo libro. È importante, comunque, per chi legge riflettere sugli elementi di contesto storico e politico, sui fattori economici e sui rapporti di potere tra diversi gruppi sociali, per comprendere appieno la natura e il processo di formazione delle credenze e dei valori che orientano il nostro comportamento e la nostra visione del mondo.

1.1 La tendenza a categorizzare e semplificare la realtà

Il funzionamento cognitivo che è necessario considerare quando parliamo di stereotipi e pregiudizi è la tendenza alla semplificazione e alla categorizzazione della realtà. La mente umana forma schemi semplificati perché non è in grado di trattare l'infinita varietà e complessità esistente nel mondo, secondo un principio di riduzione dello sforzo cognitivo.

Le informazioni vengono raggruppate in insiemi omogenei, le categorie, attraverso un processo di astrazione e generalizzazione che struttura e consolida la conoscenza. Gli elementi all'interno di una determinata categoria hanno un certo grado di somiglianza tra di loro, e di diversità rispetto agli elementi che fanno parte di

un'altra categoria (Pravettoni, 2017).

Una volta che abbiamo costruito una categoria, si attiva un processo inferenziale per cui associamo un determinato oggetto ad una certa categoria, e attribuiamo a quell'oggetto le stesse caratteristiche generali della categoria, così da fare previsioni e pianificare un corso d'azione.

Secondo la teoria del prototipo, ogni categoria si struttura intorno ad un riferimento principale, il "prototipo", e l'appartenenza di un esemplare ad una certa categoria è determinata dal suo grado di similarità con il prototipo (Girotto & Legrenzi, 1999). Le categorie sono organizzate gerarchicamente in livelli, con specifiche variabilità intracategoriali e intercategoriali (Fig. 2).

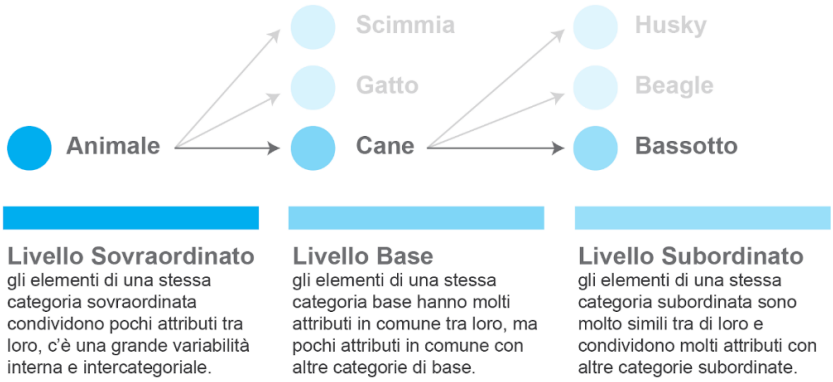

Fig. 2 - Gerarchia dei livelli di categorie secondo la teoria del prototipo.

La teoria del prototipo non è priva di criticità, e per questo motivo negli anni sono state proposte teorie diverse, basate anche su studi e dati sperimentali che necessitavano di spiegazioni più coerenti (Girotto & Legrenzi, 1999). Dobbiamo infatti tener presente come nelle scienze umane e sociali raramente un'unica

teoria è in grado di fornire una spiegazione univoca e onnicomprensiva di un certo fenomeno. Quello che ci interessa nel contesto di questo libro della teoria del prototipo e delle altre teorie sui processi di categorizzazione è rintracciare delle spiegazioni utili a comprendere in che modo i processi cognitivi determinano il nostro modo di vedere il mondo, e di conseguenza il nostro modo di agire nel mondo, in particolare all'interno del processo di design.

Sappiamo dunque che per dare senso e ordine al mondo costruiamo categorie e associamo i fenomeni (eventi, oggetti, persone) di cui facciamo esperienza in base alla similarità e alle differenze con i prototipi delle varie categorie. Questo processo di categorizzazione non si basa su una semplice lista di attributi, ma sulle "teorie ingenue" ossia le credenze e le spiegazioni che le persone sviluppano per formare categorie e concetti, per cui ciò che tiene insieme diversi esemplari all'interno di una categoria è una spiegazione (ragionevole e coerente per chi la concepisce) di somiglianze, regolarità, relazioni causa-effetto. Tale spiegazione deriva dalla nostra esperienza pregressa e dalle conoscenze condivise con altre persone, dall'apprendimento vicario e dalla partecipazione ad una specifica comunità culturale.

Il processo di categorizzazione in base alle teorie ingenue è funzionale a semplificare il flusso percettivo - anche selezionando le informazioni percettive che sono più rilevanti rispetto ad altre – e a fare inferenze rispetto a ciò che non percepiamo direttamente, per poi orientare il comportamento. Le categorie sono da intendersi allo stesso tempo come stabili e flessibili, perché nel corso della vita sono soggette a evoluzioni e raffinamenti: non solo le categorie variano durante l'arco della vita in base al nostro bagaglio di conoscenze, ma anche in base al contesto e al punto di vista che assumiamo in una specifica situazione.

In linea con il principio fondamentale della riduzione dello sforzo cognitivo, un'altra strategia che impieghiamo per sempli-

ficare i compiti mentali richiesti per prendere delle decisioni è l'uso delle **euristiche cognitive**: si tratta di scorciatoie mentali per filtrare e gestire le informazioni, allo scopo di avere una rapida stima della situazione, arrivando ad una conclusione in modo relativamente semplice in termini di giudizi e scelte (Sherman & Corty, 1984; Kahneman & Frederick, 2002).

Soffermiamoci per un momento a riflettere sullo sforzo cognitivo necessario per interpretare un evento (per riconoscerlo e dargli un significato), per prevederne possibili esiti, per valutare le alternative e prendere una decisione, e infine per orientare il comportamento di conseguenza. A volte ci ritroviamo a mettere in atto questo processo anche in una situazione di eccessive alternative possibili e/o di una conoscenza limitata della situazione, di un numero limitato di informazioni su cui basare il giudizio e la scelta. Le euristiche servono proprio per facilitare questo processo: ad esempio, nel caso dell'*euristica dell'ancoraggio*, tendiamo a basare le nostre decisioni sulla prima informazione ricevuta, utilizzandola appunto come ancora, come punto di riferimento per le valutazioni successive; nel caso dell'*euristica della disponibilità*, la previsione e la stima di probabilità di un evento si basa sulla facilità con cui ricordiamo eventi simili, per cui se un evento è facile da ricordare lo riteniamo più probabile, così come se un'informazione è disponibile in memoria la consideriamo più rappresentativa della situazione.

Quando le euristiche falliscono determinando percezioni errate e giudizi irrazionali e non corrispondenti alla realtà, si parla di **bias cognitivi**. I bias cognitivi sono da considerare come delle euristiche inefficaci, delle distorsioni sistematiche del nostro modo di percepire e valutare la realtà. Per fare alcuni esempi, il *bias attentivo* è la tendenza a focalizzare l'attenzione su determinati stimoli, spesso negativi e minacciosi, a discapito di altri, per cui si assegna più valore e importanza agli eventi che hanno implicazioni negative rispetto agli eventi con implicazioni positive, più alle

perdite che ai guadagni; il *bias da rievocazione* si verifica quando ricordiamo eventi passati con differenti livelli di accuratezza e completezza, senza che vi sia l'intenzione di distorcere il ricordo. Altri esempi di bias cognitivi saranno trattati in seguito per riflettere sulle distorsioni sistematiche che utilizziamo per prendere delle decisioni nel processo di design.

Fin qui abbiamo discusso il funzionamento della nostra mente che si basa su processi di semplificazione e categorizzazione della realtà, facendo ricorso a inferenze e scorciatoie, ed è proprio con questa modalità di funzionamento che si costruisce lo **stereotipo**: un'opinione precostituita, generalizzata e semplicistica, che non si fonda cioè sulla valutazione personale dei singoli casi ma si ripete meccanicamente, su persone, eventi e situazioni. Proprio come le *stereotipie*, le matrici utilizzate per la stampa di immagini e caratteri tipografici, l'opinione è fissa, stabile, riprodotta sempre uguale a sé stessa. È un'opinione che non tiene conto dei dati di esperienza e della variabilità che esiste nel mondo.

Lo stereotipo è una credenza che si basa sulla generalizzazione delle caratteristiche dei membri di un gruppo o di una categoria sociale, che risulta resistente alla revisione anche quando chi percepisce incontra persone con qualità che non sono congruenti con lo stereotipo, o che lo sono solo in parte.

Poiché viviamo in comunità culturali, lo stereotipo non si limita ad essere uno schema mentale che una persona sviluppa rispetto ad un certo gruppo sociale, ma può configurarsi come un insieme di credenze accettate e condivise all'interno della società o di un gruppo. Ed è proprio la partecipazione ai gruppi sociali che veicola e rafforza alcuni stereotipi.

Stereotipi e bias cognitivi: una possibile relazione

I termini stereotipo e bias cognitivo vengono spesso utilizzati come sinonimi. Anche se non c'è accordo sulla relazione tra questi due meccanismi, è necessario distinguerli considerando due punti di vista (Devine & Sharp, 2009; Bordalo et al., 2026). Da un punto di vista, la distinzione si basa sulla natura individuale o sociale dei due meccanismi: il bias cognitivo è un errore di giudizio individuale, una distorsione sistematica del pensiero, mentre lo stereotipo è una credenza condivisa all'interno di un gruppo sociale. Il termine "stereotipo culturale" si usa proprio per sottolineare la differenza tra credenze personali e credenze socialmente condivise (Allport *et al.*, 1954; Devine, 1989). Di conseguenza, il bias cognitivo è più facilmente correggibile, mentre lo stereotipo risulta più resistente al cambiamento e necessità di un cambiamento culturale. Un altro punto di vista considera i bias cognitivi come un processo (*come penso*) e gli stereotipi come un contenuto (*cosa penso*), per cui le associazioni stereotipate sono immagazzinate nella memoria semantica e vengono richiamate tramite i bias e rafforzate attraverso le distorsioni sistematiche del pensiero.
Queste due prospettive non ci sembrano contrastanti. Ci sembrano entrambe utili per considerare in modo congiunto i fattori cognitivi e quelli socioculturali, il processo e il contenuto.

Riassumendo, categorizzare e semplificare la realtà è un meccanismo adattivo che ci permette di percepire il mondo, elaborare i pensieri, prendere delle decisioni ed agire in tutte le situazioni della vita quotidiana senza che la complessità della realtà risulti travolgente o opprimente.

Così come agiscono nella vita quotidiana, questi meccanismi sono alla base del nostro modo di pensare e prendere decisioni nel processo di design. Come spiegheremo meglio nel Capitolo 3, gli stereotipi hanno un impatto rilevante sul processo di design già nelle fasi iniziali di definizione del problema e di selezione del target a cui destinare la soluzione progettuale, nel momento in cui le scelte si basano su assunzioni generalizzate e arbitrarie.

L'importanza degli stereotipi risiede nel fatto che orientano la ricerca e la valutazione dei dati di esperienza, i quali vengono di fatto alterati in funzione degli stereotipi. La conseguenza è il riprodursi, l'auto-alimentarsi degli stereotipi stessi poiché i dati di esperienza che li contraddicono vengono ignorati. In questo modo si rafforza la monoliticità e rigidità dello stereotipo, la sua resistenza al mutamento (Mazzara, 2024). Questo meccanismo è relativo al cosiddetto **bias di conferma**: la tendenza a utilizzare immediatamente tutte quelle informazioni che confermano i preconcetti iniziali, le ipotesi e le convinzioni personali, indipendentemente dal fatto che siano vere o no (Hallihan & Shu, 2013).

Anche il fenomeno dell'**accentuazione percettiva** gioca un ruolo nel rafforzare gli stereotipi, poiché consiste nella tendenza a percepire gli esemplari inclusi in una stessa categoria come più simili tra di loro di quanto non siano nella realtà, e al contrario ad accentuare le differenze con esemplari di altre categorie. Proprio per preservare la funzione e l'utilità cognitiva delle categorie, si tende a forzare l'omogeneità considerando i gruppi più omogenei di quanto siano effettivamente, creando delle associazioni tra tratti fisici, tratti psicologici e appartenenza sociale. E adottando una modalità di pensiero euristico, se una persona sembra simile al prototipo (all'esemplare tipico) di una certa categoria, automaticamente consideriamo quella persona appartenente a quella categoria, limitiamo l'attenzione agli elementi più rappresentativi e ignoriamo altri elementi più rilevanti.

Riprendendo un famoso esperimento condotto da Tversky e Kahneman (1974) sulle euristiche e i bias cognitivi, vi invitiamo ad immaginare una persona intelligente ma poco creativa, che ha bisogno di ordine e chiarezza, e di sistemi ordinati e ben strutturati in cui ogni dettaglio trova il proprio posto, che non ama interagire con le persone, e che ha un profondo senso morale.

Come immaginate questa persona?

Quali inferenze e associazioni avete fatto rispetto alla sua età, il suo genere, la sua etnia, la sua professione, la sua classe sociale, i suoi hobby e interessi?

Probabilmente avrete fatto ricorso a degli stereotipi, perché la descrizione che abbiamo fornito della persona non contiene informazioni rilevanti per rispondere a tali domande.

E se facessimo un passo ulteriore chiedendoci quale sarebbe il nostro atteggiamento rispetto a questa persona? Probabilmente faremo ricorso a dei pregiudizi, in base alle nostre esperienze personali ma anche al senso comune e alle influenze sociali.

Lo stereotipo infatti rappresenta una componente cognitiva, in termini di convinzioni e aspettative, alla base del pregiudizio. Il **pregiudizio** è un atteggiamento che può essere positivo o negativo, un giudizio preconcetto e quindi anticipato rispetto ad una valutazione dei fatti. Anche in questo caso, si tratta di un meccanismo tipico per cui tendiamo a sviluppare credenze, aspettative, e giudizi in modo anticipato, per orientare il comportamento in previsione e in preparazione di un certo evento. Questa modalità diviene disfunzionale nel momento in cui il pregiudizio è generalizzato e rigido, perché non viene messa in dubbio la sua fondatezza né la sua consistenza, e vi è una resistenza attiva a qualsiasi prova del contrario (Allport *et al.*, 1954).

Il pregiudizio porta con sé una componente affettiva che, di nuovo, può essere positiva o negativa (es. ammirazione o disprezzo). Sottolineiamo la possibilità che l'atteggiamento e la carica emotiva ad esso correlata possono essere sia positivi che negativi

perché anche una rappresentazione positiva stereotipata e un atteggiamento favorevole, ma rigido e generalizzato, possono portarci a basare la progettazione su una rappresentazione virtuosa che non tiene conto della complessità dell'esperienza umana.

La relazione tra stereotipo e pregiudizio sembra essere bidirezionale: se da un lato lo stereotipo è la base cognitiva che determina un pregiudizio, dall'altro lato lo stereotipo agisce come una razionalizzazione di un certo atteggiamento, e in ultima analisi di giustificazione della nostra condotta soprattutto di fronte ad evidenze e contraddizioni (Allport *et al.*, 1954).

Il pregiudizio si manifesta a livello comportamentale attraverso **comportamenti discriminatori**, ossia trattamenti ingiusti e differenziati nei confronti di un gruppo in generale, o di una persona in quanto appartenente ad un determinato gruppo, ad esempio per età, genere, razza, etnia, religione, nazionalità, abilità, identità, orientamento sessuale. Come per lo stereotipo e il pregiudizio, anche la discriminazione può manifestarsi in modo positivo-favorevole o negativo-sfavorevole.

Secondo la definizione dell'American Psychological Association, la discriminazione può avvenire a livello di comportamento individuale ma anche a livello istituzionale/strutturale quando procedure operative, leggi e politiche favoriscono determinati gruppi rispetto ad altri.

Gli stereotipi, i pregiudizi e i comportamenti discriminatori possono essere consapevoli o inconsapevoli (Allport *et al.*, 1954) per cui ogni esercizio di auto-consapevolezza è condizione necessaria per far emergere le credenze e le aspettative, oltre che per ampliare il campo cognitivo e per ridurre la generalizzazione, ossia per evitare di estendere ad un'ampia serie di eventi le osservazioni effettuate solo su pochi eventi disponibili.

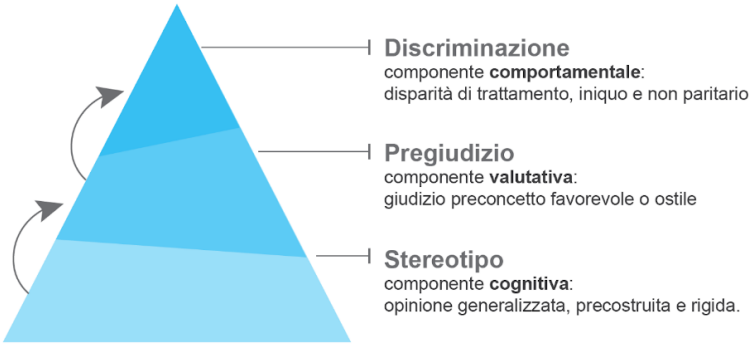

Fig. 3 - Relazione tra stereotipo, pregiudizio e discriminazione.

1.2 Essere parte di un gruppo

Così come categorizziamo il mondo fisico, tendiamo a categorizzare anche il mondo sociale distinguendo tra gruppi sociali definiti e distinti tra loro, all'interno dei quali si condivide un'identità comune, un sistema di valori, regole e codici di comportamento, e modi di interpretare la realtà.

L'appartenenza ad un gruppo (*ingroup*) così come la non appartenenza ad altri gruppi (*outgroup*) influenzano profondamente gli atteggiamenti, le opinioni e i comportamenti determinandone una connotazione positiva o negativa. C'è la tendenza a considerare in modo favorevole il proprio gruppo di appartenenza, rispondendo al bisogno di valorizzare la propria identità (**favoritismo per l'ingroup**), e al contrario in modo sfavorevole i gruppi a cui non apparteniamo (**denigrazione per l'outgroup**): amicizia e favore verso chi condivide le nostre appartenenze, inimicizia e avversione verso chi non le condivide.

Ciò è il risultato dell'evoluzione, della selezione adattiva che ha rafforzato l'istinto gregario interno ai gruppi di simili e l'ostilità nei confronti di gruppi diversi, percepiti come nemici o con-

correnti (Mazzara, 2024). Gli studi sociobiologici evidenziano come questa tendenza sia funzionale alla sopravvivenza solo se bilanciata con un altro istinto, altrettanto forte e importante: la curiosità e l'attrazione per ciò che è diverso, nuovo, inesplorato. E in effetti, la ricerca, l'esplorazione, il desiderio di conoscenza, e la "contaminazione" genetica e culturale è ciò che ha permesso il successo evolutivo della specie umana.

Il nostro sentirci parte di uno specifico gruppo e non di un altro gruppo ci porta a considerare le persone appartenenti agli altri gruppi come elementi indifferenziati, come un insieme omogeneo in cui tutte le persone sono simili, e in questo modo viene meno la capacità di riconoscere nell'altra persona delle caratteristiche uniche e distintive. Si spiega così la costruzione degli stereotipi attraverso un processo di generalizzazione che ci porta a ritenere che le caratteristiche (negative o positive) attribuite ad un gruppo siano omogeneamente distribuite tra tutte le persone appartenenti al gruppo[1].

Le credenze sono costruite, trasmesse e rinforzate all'interno dei gruppi. Infatti, nelle dinamiche sociali agiscono i processi di influenza informativa, ossia la tendenza ad accettare come vera un'informazione proveniente dal proprio gruppo, che determina un processo di assimilazione delle opinioni e valori altrui; così come l'influenza normativa che è la tendenza a conformarsi alle norme, alle aspettative e agli standard del proprio gruppo, da cui deriva il conformismo o la devianza.

La riflessione sull'appartenenza ai gruppi sociali è rilevante non solo per riflettere sui gruppi per cui progettiamo, ma anche per

1 Per chi volesse approfondire questi aspetti, consigliamo la letteratura sulla Teoria della Categorizzazione del Sé (Turner *et al.*, 1987) che spiega il processo cognitivo di categorizzazione del sé nel comportamento di gruppo, e sulla Teoria dell'Identità Sociale (Tajfel, 1981; Tajfel & Turner, 2004) che si concentra sull'importanza dell'appartenenza ad un gruppo per lo sviluppo dell'autostima.

mettere in discussione le credenze, i valori e le prescrizioni che il nostro gruppo inteso come comunità professionale ci impone. Attraverso il meccanismo di **auto-stereotipizzazione** (in inglese, *self-stereotyping*) (Turner *et al.*, 1987) rivendichiamo l'appartenenza ad una categoria sociale, assumiamo le caratteristiche associate al membro prototipico del gruppo e ci conformiamo alle norme prescritte. Una pratica riflessiva deve perciò considerare anche la nostra identificazione con la comunità professionale e le conseguenze che genera nel nostro lavoro.

1.3 Il contesto socioculturale

Nei paragrafi precedenti abbiamo analizzato i concetti di pregiudizio, stereotipo e discriminazione evidenziando come siano profondamente intrecciati alle necessità umane di categorizzare la realtà e di costruire appartenenze sociali. Per comprendere appieno l'impatto che questi fenomeni hanno nella nostra vita quotidiana e nella società è necessario ampliare lo sguardo oltre il livello dell'individuo e del gruppo e considerare il ruolo che i contesti svolgono nella loro costruzione e riproduzione. Pregiudizi, stereotipi e discriminazioni non sono quindi solamente opinioni, atteggiamenti e comportamenti individuali: emergono e si nutrono di dinamiche culturali e strutturali che operano in sinergia. Il report *Processes of Prejudice* (Abrams, 2010), commissionato dalla Equality and Human Rights Commission del Regno Unito, mette in luce come norme sociali, media, leggi e regolamenti si intrecciano nel sostenere e riprodurre le disuguaglianze. Non basta considerare chi *pecca di ostilità* nei confronti di un gruppo: bisogna interrogarsi su come e dove queste ostilità siano incorporate nei meccanismi istituzionali.

Un tassello centrale di questo report è la distinzione tra discriminazione **diretta**, ovvero comportamenti espliciti e intenzionali, e discriminazione **sistemica**, ossia conseguenze distribuite da pratiche, criteri decisionali e protocolli formalmente neutri, ma

che in realtà producono effetti iniqui. Questa distinzione è fondamentale perché ci permette di spostare lo sguardo dal singolo comportamento al contesto sociale, culturale e istituzionale in cui esso si inserisce. Quando analizziamo le discriminazioni esclusivamente come atti intenzionali rischiamo di limitare la nostra comprensione a episodi isolati, tralasciando l'insieme di pratiche, regole, routine e dispositivi che, pur non essendo apertamente discriminatori, producono comunque esclusione e/o svantaggio. Un approccio sistemico consente invece di adottare una prospettiva più ampia, capace di cogliere la complessità dei fenomeni discriminatori così come si manifestano nella vita quotidiana: negli spazi urbani, nei moduli da compilare, nei regolamenti scolastici, nelle piattaforme digitali. Questa prospettiva è anche essenziale per elaborare strategie comunitarie di contrasto basate sul coinvolgimento delle persone e dei gruppi maggiormente colpiti e sulla revisione critica delle strutture che generano disuguaglianze.

Dal punto di vista del design - soprattutto quando si occupa di politiche pubbliche, comunicazione istituzionale, servizi alla cittadinanza - riconoscere questa distinzione è ancora più cruciale. Significa interrogarsi su come le proprie scelte progettuali, anche le più tecniche o apparentemente neutre, possano attivare meccanismi discriminatori o rafforzare quelli già esistenti. Ignorare la dimensione sistemica degli stereotipi, dei pregiudizi e delle discriminazioni significa rischiare di alimentare processi *biased* e di perpetuare forme di esclusione sotto la maschera dell'oggettività o dell'efficienza. Al contrario, assumere una prospettiva critica e situata permette di progettare in modo più equo, responsabile e trasformativo.

Un contributo rilevante per capire la dimensione istituzionale delle discriminazioni ci viene dal *The SAGE Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination* (Dovidio *et al.*, 2010): i media, le politiche pubbliche, i sistemi educativi e sanitari possono non solo riflettere, ma anche strutturare e rafforzare stereotipi e

disuguaglianze. Non si tratta solo quindi solo di "errori di pensiero" individuali, ma di dispositivi di controllo culturale e normativo; non sono solo l'effetto di bias cognitivi, ma agiscono come dispositivi di gerarchizzazione sociale, producendo e rinforzando l'idea che alcuni corpi, linguaggi, storie e aspirazioni abbiano più valore o più diritto di esistere di altri.

Un esempio evidente è il ruolo dei mass media che decidono ogni giorno chi è *visibile* e chi no, chi è raccontato come "normale" e chi come "eccezione" o "problema". Nei media, le scelte di rappresentazione raramente sono neutre. I notiziari, ad esempio, sovra-rappresentano persone immigrate nei servizi di cronaca nera, alimentando nell'opinione pubblica l'idea che l'immigrazione sia associata a criminalità e insicurezza. Questo bias percettivo, ampiamente documentato, non solo distorce la realtà ma rafforza anche il sostegno verso politiche securitarie e punitive. Al polo opposto, le persone con disabilità – fisiche, sensoriali o cognitive – vengono spesso presentate esclusivamente attraverso una retorica di "eccezionalità" o superamento eroico, un fenomeno noto come *inspirational porn*, che riduce la complessità delle vite delle persone con disabilità a strumenti motivazionali per chi disabile non è. Allo stesso modo, le donne socializzate fin dall'infanzia secondo ruoli di genere rigidi tendono a scomparire come soggetti: nei media perdono cognomi, identità professionali e autonomia, assorbite nel ruolo di "madri di" o "compagne di" uomini più noti.

Queste logiche di esclusione si riproducono quotidianamente anche nei sistemi educativi. Molte regole scolastiche, apparentemente neutre, finiscono per generare effetti discriminatori soprattutto nei confronti di alunni e alunne con background migratorio o appartenenti a comunità rom e sinti. Una ricerca dell'ISTAT (2019) ha evidenziato che la dispersione scolastica è significativamente più alta tra i minori con cittadinanza straniera (34,4%) rispetto ai coetanei italiani (12,3%). Questo divario non è attri-

buibile solo a fattori economici, ma anche a un *cultural mismatch* tra i codici culturali e linguistici delle famiglie e quelli dominanti nella scuola. In molte classi, ad esempio, l'uso di lingue o dialetti diversi dall'italiano, modalità comunicative più corali o fisiche, o tempi di apprendimento non lineari vengono spesso interpretati come segni di svogliatezza, mancanza di disciplina o difficoltà cognitive. Come sottolineato da Queirolo Palmas (2006), ciò contribuisce a collocare chi ha un background migratorio in una posizione strutturalmente subalterna, dove le differenze culturali diventano deficit anziché risorse. Allo stesso modo, studi sul percorso scolastico dei minori rom mostrano come la frequente assenza da scuola – spesso legata a condizioni abitative precarie e a dinamiche familiari – venga letta unicamente come "disinteresse", senza che l'istituzione si interroghi sui propri modelli di accoglienza e inclusione (Macrì, 2011). Questi fraintendimenti alimentano una spirale di esclusione e stigmatizzazione che si traduce in abbandoni precoci, minori opportunità educative e una ridotta mobilità sociale, con effetti che si riproducono ben oltre i confini della scuola.

Anche in ambito sanitario si ripropongono schemi simili. I protocolli clinici e diagnostici, considerati spesso oggettivi e standardizzati, si basano in realtà su un "paziente tipo" che coincide, nella maggior parte dei casi, con un corpo maschile, bianco, cisgenere e abile[2]. Tutto ciò che si discosta da questo modello rischia di passare inosservato o di essere interpretato erroneamente. Un caso emblematico è quello dell'autismo, che attualmente viene diagnosticato circa quattro volte più frequentemente nei maschi rispetto alle femmine. Studi recenti indicano che questa differenza non dipende da una reale divergenza nella prevalenza del disturbo, ma da un bias diagnostico. Uno studio condotto

2 Per chi volesse approfondire il concetto di androcentrismo, consigliamo la lettura dell'articolo di Bailey, LaFrance e Dovidio "Is man the measure of all things? A social cognitive account of androcentrism".

presso il Massachusetts Institute of Technology (D'Mello *et al.*, 2022) ha evidenziato che circa la metà delle donne potenzialmente eleggibili per una diagnosi veniva esclusa già nella fase di screening, poiché le loro manifestazioni non coincidevano con i criteri standardizzati, costruiti prevalentemente a partire da osservazioni su soggetti maschi. Questo fenomeno ha conseguenze rilevanti: maggior rischio di ansia e depressione, una diagnosi spesso tardiva in età adulta dopo anni vissuti con la sensazione di essere "sbagliate", e l'adozione di strategie di *masking*, di adattamento comportamentale e mimetizzazione dei sintomi che impattano fortemente sull'identità e sul benessere psicologico.

In conclusione, comprendere i pregiudizi, gli stereotipi e le discriminazioni come esiti di processi culturali, normativi e istituzionali ci permette di uscire dalla narrazione individualizzante e moralizzante che li relega a semplici "cattive intenzioni". Significa riconoscere che agiscono come **dispositivi di regolazione sociale** che definiscono chi è incluso e chi è escluso, chi ha voce e visibilità e chi viene marginalizzato o reso invisibile.

Questa visione sistemica non solo ci consente di cogliere come le disuguaglianze si manifestano e si perpetuano nella quotidianità – dalla scuola alla sanità, dai media alle procedure burocratiche – ma apre anche lo spazio per costruire strategie collettive di cambiamento, radicate nelle esperienze concrete delle persone più colpite. Per chi progetta servizi, tecnologie, comunicazione, politiche questa prospettiva è imprescindibile. Assumere uno sguardo critico significa interrogarsi, in ogni scelta, su quali normalità stiamo rafforzando, quali esclusioni stiamo riproducendo, quali alternative possiamo immaginare. È da questa responsabilità – etica, sociale e politica – che può nascere un design capace non solo di evitare il danno, ma di contribuire attivamente a trasformare i sistemi che generano ingiustizia.

1.4 Intersezionalità e quotidianità delle discriminazioni

Il termine intersezionalità viene coniato nel 1989 dalla giurista afroamericana Kimberlé Crenshaw, in un momento in cui anche all'interno dei movimenti progressisti come il femminismo e l'antirazzismo si tendeva a considerare le discriminazioni come fenomeni separati e monodimensionali. Crenshaw, partendo dall'analisi di alcuni casi legali negli Stati Uniti d'America, ha evidenziato che le donne nere venivano sistematicamente escluse dalle tutele antidiscriminatorie perché nessuna delle categorie giuridiche disponibili – né "donne" né "neri" – riusciva a rappresentare la specificità delle discriminazioni che subivano. In uno dei casi più emblematici, una denuncia per discriminazione sul lavoro da parte di donne nere venne rigettata perché l'azienda in questione assumeva sia donne (bianche) che uomini neri, ma nessuna donna nera. Il sistema legale non riusciva a cogliere che la discriminazione avveniva all'intersezione tra genere e razza, e non in uno di questi ambiti separatamente.

È da questo vuoto teorico e politico che Crenshaw elabora il concetto di intersezionalità: non come una somma di identità, ma come una cornice analitica capace di cogliere la complessità dell'oppressione. Le esperienze vissute da chi si trova al crocevia di più assi di appartenenza e di esclusione – ad esempio una donna trans migrante con disabilità – non sono spiegabili attraverso una singola categoria e nemmeno sommando più discriminazioni, ma devono essere lette come esperienze qualitativamente distinte.

Questa intuizione si è rivelata rivoluzionaria per molte discipline e ha alimentato un filone di studi e un approccio operativo che oggi continua a evolversi. Barbara Giovanna Bello (2020), ad esempio, sottolinea come l'intersezionalità sia diventata un metodo critico-operativo utile sia per l'analisi giuridica che per l'intervento sociale. Non si tratta di moltiplicare etichette, ma di leggere le strutture di potere che plasmano in modo differenziale le possibilità di esistenza delle persone.

Nocenzi e Corbisiero (2022) portano l'intersezionalità ancora oltre presentandola come una teoria sociale critica in via di sviluppo, capace di oltrepassare i confini disciplinari e decostruire l'ordine sociale egemonico. Non più solo un modo per descrivere la molteplicità delle oppressioni, ma una proposta epistemologica e politica che mette in discussione le gerarchie di valore, i meccanismi di esclusione e le norme che governano ciò che viene considerato "neutrale" o "universale".

L'intersezionalità, in questa prospettiva, ci fornisce strumenti concreti per leggere le disuguaglianze nella loro complessità, ma anche per agire su di esse. Permette di costruire strategie di giustizia sociale affinché non lascino ai margini le soggettività più *invisibilizzate*, e si fondino su una politica del riconoscimento radicale e della trasformazione collettiva.

Il concetto di intersezionalità ha guadagnato forza e complessità anche grazie al lavoro di Patricia Hill Collins, tra le principali teoriche del pensiero femminista nero. Sistematizzando quello che Davis introduce nel suo testo seminale *Donne, razza e classe* (1981), Collins (2000) propone una riflessione radicale sull'intreccio tra razza, genere, classe e altri assi di oppressione. Ma ciò che rende il suo contributo particolarmente potente è l'introduzione del concetto di **matrice del dominio** (in inglese, *matrix of domination*), un modello teorico che aiuta a comprendere come il potere non sia concentrato in un solo luogo, ma si distribuisca attraverso diversi livelli e modalità, rendendosi spesso invisibile o normalizzato.

Collins parte dall'osservazione che l'esperienza delle donne afroamericane – spesso trascurata dalle analisi femministe e antirazziste dominanti – non può essere compresa se si considera soltanto il genere, la razza o la classe in modo separato. La loro vita quotidiana è modellata da una intersezione strutturale di queste categorie, che non si sommano semplicemente ma si trasformano reciprocamente. È da qui che nasce l'idea di una matrice: una

struttura a più dimensioni in cui ogni asse (di oppressione o privilegio) agisce su piani differenti ma interconnessi. La matrice del dominio si articola in almeno quattro livelli:

- strutturale (leggi, istituzioni, economie)
- disciplinare (regole, sanzioni, sorveglianza)
- culturale (valori, linguaggi, narrazioni)
- interpersonale (relazioni quotidiane, riconoscimento, microaggressioni).

È all'interno di questa rete che si producono e si giustificano le disuguaglianze.

Nel 2019, Collins ritorna su questi temi con *Intersectionality as Critical Social Theory* dove espande e rafforza la portata della matrice, riposizionandola in un orizzonte teorico-politico più ampio. Qui l'intersezionalità non è solo una lente descrittiva per leggere l'oppressione ma uno strumento critico per trasformare la realtà sociale. Collins insiste sul fatto che la matrice del dominio non deve essere vista come una gabbia immutabile, ma come uno schema dinamico, capace di orientare l'azione politica e le strategie collettive. Questo cambiamento di prospettiva è fondamentale: dalla descrizione dell'oppressione alla progettazione del cambiamento. L'intersezionalità diventa così una teoria sociale critica, che ci permette non solo di vedere le intersezioni delle disuguaglianze, ma anche di immaginare spazi di resistenza, alleanza e trasformazione.

Inoltre, Patricia Hill Collins nel suo concetto di matrice del dominio ci invita a spostare l'attenzione dalle "grandi manifestazioni" delle disuguaglianze verso le esperienze quotidiane che le incarnano. Le discriminazioni operano non solo negli eventi eclatanti, ma nelle micro-esclusioni, negli sguardi, nei silenzi, nei moduli da compilare, nelle immagini pubblicitarie, nelle planimetrie urbane, nella linguistica, nei protocolli medici.

È importante evidenziare la quotidianità delle piccole discriminazioni perché è proprio nella loro apparente banalità che risiede la loro pericolosità più profonda. Le discriminazioni quotidiane – spesso chiamate microaggressioni – sono atti o commenti sottili, impliciti e non intenzionali, che comunicano svalutazione, esclusione o inferiorizzazione a persone appartenenti a gruppi sociali marginalizzati. Non si presentano come forme clamorose di odio o violenza ma piuttosto come gesti, sguardi, frasi, abitudini linguistiche o norme sociali "normali e accettate" che, ripetute ogni giorno, costruiscono un ambiente ostile e alienante (Sue *et al.*, 2007; Nadal, 2019).

Comprendere l'intersezionalità e la matrice del dominio significa, allora, assumersi una responsabilità epistemica e politica: rifiutare le semplificazioni, decostruire le narrazioni dominanti, riconoscere i meccanismi profondi e quotidiani attraverso cui le disuguaglianze si radicano nei nostri corpi, nelle nostre relazioni e nei nostri strumenti progettuali. Significa anche, e soprattutto, aprire spazi per immaginare un cambiamento.

Come ci ricorda il *Combahee River Collective Statement* (1977), la liberazione delle soggettività che vivono l'oppressione intersezionale è la condizione necessaria per la liberazione di tutte le persone. Non si tratta di aggiustare un sistema difettoso ma di trasformarlo radicalmente, a partire dai margini. Affrontare il nodo delle discriminazioni intersezionali richiede infatti una politica situata e trasformativa, capace di connettere riconoscimento simbolico e giustizia materiale, sguardo strutturale e esperienza vissuta. Questo implica un cambio di prospettiva: non basta parlare *di* esclusione, bisogna partire *da* chi è escluso. Non basta elencare assi di oppressione, occorre leggerne le intersezioni. Non basta reagire alle ingiustizie, bisogna prefigurare altri mondi. In questa cornice, l'intersezionalità non è solo uno strumento di analisi, ma un orizzonte di possibilità per la ricerca, per la politica e anche per il design.

Microdiscriminazioni: perché sono così centrali?

- Perché costruiscono una cultura dell'esclusione.
  Le microdiscriminazioni – ad esempio ignorare una persona non vedente in una conversazione che coinvolge contenuti visivi, fare battute sul colore della pelle, usare pronomi sbagliati – contribuiscono a mantenere e legittimare l'ordine sociale dominante. Rendono "normale" la marginalizzazione e rafforzano l'idea che certi corpi, voci e vissuti abbiano meno diritto di cittadinanza simbolica.
- Perché hanno effetti negativi cumulativi sul benessere.
  Secondo alcuni studi, l'esposizione continuativa a discriminazioni minori ha un impatto significativo sul benessere delle persone, aumentando il rischio di stress cronico, ansia, depressione, burnout e senso di isolamento sociale (Sue *et al.*, 2007; Nadal, 2013).
- Perché sono più difficili da riconoscere e contrastare.
  Proprio perché non sono sempre intenzionali o esplicite, le microdiscriminazioni sfuggono facilmente alla coscienza collettiva e alle tutele istituzionali. Chi le subisce spesso si sente incapace di nominarle o di giustificarne l'effetto, rischiando di interiorizzare la colpa o di passare per ipersensibile.
- Perché rendono visibili le strutture di potere invisibili.
  Mettere in luce queste pratiche quotidiane ci permette di capire come il potere si esercita nella vita ordinaria, non solo nei grandi eventi o nelle leggi. Ogni volta che una persona è sistematicamente interrotta, ignorata, semplificata, classificata, il dominio si riproduce.

1.5 Le manifestazioni di stereotipi, pregiudizi e discriminazioni

Pur non essendo esaustiva, proponiamo una rassegna di come stereotipi, pregiudizi e discriminazioni si manifestano nella società in modo ricorrente rispetto ad alcuni gruppi sociali. Questa rassegna non può essere esaustiva perché le credenze, gli atteggiamenti e i comportamenti discriminatori si evolvono insieme alla società, si esprimono in forme diverse e con diverse intensità, sono storicamente e culturalmente determinati, sono situati in specifiche comunità culturali (Mazzara, 2019).

Come discusso in precedenza, al di là del gruppo sociale di appartenenza e del gruppo bersaglio, possiamo rintracciare una comune disposizione negativa nei confronti di ciò che è altro, estraneo e diverso da noi, la tendenza ad attribuire in maniera arbitraria certe caratteristiche a certi gruppi sociali senza considerare eccezioni e singolarità, generalizzando in modo rigido. Questo fenomeno è considerato universale perché rintracciato in molte culture.

Possiamo provare a classificare le manifestazioni di pregiudizio e discriminazione in macrocategorie ricorrenti, categorie che non sono rigide né esaustive, ma serviranno a orientare la comprensione del fenomeno.

Iniziamo con le **discriminazioni identitarie** che sono tra le forme più pervasive e radicate poiché si basano su caratteristiche personali considerate centrali, immutabili o biologicamente date. Queste caratteristiche (come il colore della pelle, il genere, l'età o la disabilità) sono spesso socialmente costruite come "naturali", legittimando in questo modo l'esclusione e l'asimmetria. Questa categoria include tutte quelle discriminazioni che colpiscono l'individuo per "quello che è" – o meglio, per come viene percepito essere – e che minano direttamente l'identità, la dignità e il riconoscimento sociale delle persone. Spesso queste forme di discriminazione sono accompagnate da rappresentazioni stereotipate, ruoli imposti e aspettative normative rigide.

- Discriminazione razziale ed etnica: riguarda l'insieme dei pregiudizi e delle disuguaglianze sistemiche basate sul colore della pelle, l'origine etnica, o la nazionalità. Si esprime in forme esplicite (insulti, violenza) o strutturali (*profiling* razziale, segregazione abitativa e scolastica).
- Discriminazione di genere: include il sessismo, la misoginia e il maschilismo, e riguarda la svalutazione sistematica delle donne e delle persone non conformi alle norme di genere. Può manifestarsi in molteplici contesti, dal linguaggio alla violenza di genere, dalle disuguaglianze salariali alla rappresentanza politica.
- Discriminazione basata sull'orientamento sessuale: comprende omofobia, lesbofobia, bifobia e afobia, che derivano dall'assunzione dell'eterosessualità come norma unica e legittima. Questa forma di esclusione può influenzare il benessere e l'accesso ai diritti delle persone LGBTQIA+.
- Discriminazione basata sull'identità di genere: riguarda le persone transgender, non binarie e di genere non conforme, spesso escluse da spazi pubblici e rappresentazioni culturali, e soggette a violenze verbali, fisiche e istituzionali.
- Discriminazione per età (ageismo): colpisce le persone anziane percepite come improduttive o fragili, ma anche i giovani considerati immaturi o incompetenti. L'ageismo agisce a livello simbolico, relazionale e strutturale.
- Discriminazione per disabilità (abilismo): si manifesta nella svalutazione o nell'esclusione delle persone con disabilità attraverso barriere architettoniche, culturali e comunicative, nonché nella patologizzazione delle differenze.
- Discriminazione estetica o per l'aspetto fisico: comprende *body shaming*, grassofobia e colorismo, che colpiscono chi non rientra nei canoni estetici dominanti. Si fonda su giudizi impliciti o espliciti che possono condizionare fortemente la vita quotidiana, l'autostima e l'accesso alle opportunità.

Le **discriminazioni culturali e religiose** si fondano sulla svalutazione di sistemi simbolici, pratiche, credenze e identità collettive diverse da quelle dominanti. In questo caso, l'alterità non è tanto legata a caratteristiche biologiche quanto a espressioni culturali, linguistiche o spirituali percepite come "altre", "strane", "pericolose" o "primitive". Queste discriminazioni operano sia a livello individuale (intolleranza, scherno, derisione) sia a livello sistemico (restrizioni nei diritti, esclusione dai luoghi decisionali, leggi discriminatorie). Si tratta di dinamiche che producono una gerarchizzazione delle culture, dove alcune vengono presentate come "universali" o "civilizzate", mentre altre vengono ridotte a folklore, arretratezza o devianza.

- Discriminazione religiosa: colpisce gruppi minoritari sulla base della loro fede o appartenenza religiosa. Le sue manifestazioni vanno dallo stigma simbolico fino alla violenza e alla persecuzione. È spesso intrecciata con altre forme di razzismo o xenofobia.
- Discriminazione linguistica e culturale: si manifesta nella svalutazione di lingue, accenti, dialetti o pratiche culturali minoritarie. Può comportare esclusione scolastica, sociale e lavorativa, con effetti cumulativi nel lungo termine.
- Discriminazione ideologica o politica: include le forme di stigmatizzazione verso persone o gruppi con orientamenti politici o ideologici minoritari o dissidenti. Può condurre a polarizzazione, delegittimazione o persecuzione.

Le **discriminazioni socio-strutturali** emergono dalle disuguaglianze sistemiche che caratterizzano l'organizzazione economica, educativa e territoriale della società. A differenza delle discriminazioni identitarie, queste non si basano (almeno in apparenza) su "chi sei", ma su "dove sei" o "cosa hai" – in termini di accesso a risorse, servizi, riconoscimento e potere. Sono spesso meno visibili perché intrecciate con la normalità delle istituzioni e delle

politiche pubbliche, ma estremamente efficaci nel riprodurre esclusione e marginalizzazione. Il classismo, la discriminazione verso chi vive in povertà o in periferia, si manifesta attraverso stereotipi interiorizzati, barriere all'accesso e una cronica assenza di rappresentazione nei luoghi decisionali. Sono discriminazioni che, più di altre, si accompagnano a sentimenti di vergogna e invisibilità.

- Discriminazione socioeconomica (classismo): si fonda su pregiudizi e disuguaglianze legate alla condizione economica, educativa e occupazionale. Spesso chi vive in povertà è oggetto di giudizi morali e trattato con disprezzo o pietismo.
- Discriminazione territoriale o geografica: riguarda la svalutazione o stigmatizzazione delle persone in base alla loro provenienza geografica (es. Nord/Sud, centro/periferia, città/campagna) e può avere effetti concreti sull'accesso a servizi, la formazione, la mobilità sociale.

Nella ricerca scientifica sugli aspetti impliciti/inconsapevoli o espliciti/consapevoli del pregiudizio razziale (Capozza & Brown, 2000)[3] emerge il concetto di **atteggiamento ambivalente** (Katz *et al.*, 1986): l'adozione esplicita e consapevole di valori egualitari coesiste con una componente negativa implicita di rifiuto e discriminazione nei confronti di un particolare gruppo razziale. Uno stesso oggetto/fenomeno/gruppo sociale può generare pensieri contrastanti, emozioni contrastanti, o un conflitto tra pensieri ed emozioni (Conner & Sparks, 2002).

3 Per chi volesse approfondire gli studi sperimentali, consigliamo il libro "Social identity processes: Trends in theory and research" curato da Capozza e Brown (2000) che fornisce una panoramica sui diversi approcci allo studio degli stereotipi e delle discriminazioni, e una discussione sui limiti metodologici.

L'atteggiamento ambivalente nel pregiudizio razziale – così come nelle altre forme di discriminazione – si manifesta con l'incoerenza tra ciò che viene dichiarato e le risposte emotive e comportamentali.
Questa discrepanza è determinata dalla desiderabilità sociale, ossia dalla tendenza a presentarsi in modo positivo e a aderire a norme socialmente accettate. Se condividiamo ideali libertari e crediamo nell'uguaglianza, desideriamo dare un'immagine di noi priva di pregiudizi non solo agli altri ma anche in termini di autorappresentazione, e tendiamo perciò a reprimere qualsiasi pensiero e affermazione che minaccia la nostra immagine di persone non razziste. Però, nel momento in cui proviamo disagio a stringere la mano ad una persona che appartiene ad un gruppo stigmatizzato e marginalizzato e interrompiamo subito il contatto visivo, allora si verifica un'inconsistenza tra ciò che pensiamo e dichiariamo, ciò che proviamo e come ci comportiamo.
Aggiungiamo, come ulteriore spiegazione dell'atteggiamento ambivalente, che in particolari momenti storici e contesti socioculturali, alcuni pregiudizi sono tollerati e quindi possono essere espressi e agiti senza vergogna e senso di colpa, e altri no (Capozza & Brown, 2000).
Come discuteremo nel Capitolo 3, il fenomeno dell'atteggiamento ambivalente può essere pervasivo nelle pratiche di design nel momento in cui adottiamo un approccio *user-centred* e dichiariamo valori di inclusione e rispetto, e allo stesso tempo ci poniamo con un atteggiamento condiscendente che svaluta le persone a cui sono destinate le soluzioni progettuali.

Capitolo 2.
Il ruolo del design

Con questo capitolo vogliamo costruire una connessione tra il precedente Capitolo 1 in cui abbiamo discusso i concetti di stereotipo, pregiudizio e discriminazione, e il successivo Capitolo 3 in cui analizzeremo criticamente alcune pratiche di design. Con questo intermezzo intendiamo discutere il ruolo del design: da un lato, la progettazione può rispecchiare, rafforzare e addirittura amplificare i modi di pensare e di agire socialmente condivisi; dall'altro, può agire come forza trasformatrice per proporre nuovi modi di pensare e agire (Bucchetti, 2021).

Il rapporto tra design e politica (sia in termini di *politics* che in termini di *policy*) si manifesta a diversi livelli di cui Loredana La Fortuna (2023) ci fornisce alcuni esempi. Può manifestarsi con l'appropriazione e risignificazione di oggetti comuni in funzione politica e contestativa, per farne un simbolo o uno strumento di una battaglia ideologica. Può manifestarsi quando il design è strumento per perseguire una certa visione di società e di progresso, come è accaduto con il Bauhaus e come sta accadendo con il New European Bauhaus. Può manifestarsi anche attraverso la progettazione di strumenti che introducono nuove pratiche, riflessioni sociali e forme di emancipazione civile. Può farlo anche in modo non previsto, come evidenziano gli studi sulle pratiche domestiche nelle cucine e il ruolo delle donne prima e dopo l'introduzione degli elettrodomestici (Lupton, 1993; Chabaud-Rychter, 2018).

Il ruolo politico del design è evidente se si considera l'origine dell'approccio del **participatory design** che risale agli anni '70 e '80 in Scandinavia, come conseguenza della volontà di dare potere alla classe lavoratrice di influenzare la loro situazione lavorativa e partecipare al processo decisionale. L'intento era permettere a chi lavora di determinare la forma e lo scopo delle nuove tecnologie introdotte nell'ambiente lavorativo (Bjerknes *et al.*, 1987; Spinuzzi, 2005). Fino ad allora l'introduzione di nuove tecnologie nei luoghi di lavoro era percepita come una decisione imposta dai manager, che doveva essere accettata con forza da lavoratori/rici. Così, nelle sue origini, l'approccio partecipativo al design si inseriva "dal basso" nel discorso politico per promuovere la democrazia sul luogo di lavoro e per rappresentare interessi diversi rispetto a quelli puramente economico-produttivi.
Ma negli anni successivi, con la diffusione del modello scandinavo in altri contesti, l'approccio è stato depoliticizzato abbandonando l'agenda per l'emancipazione e la democrazia per concentrarsi sullo sviluppo tecnologico (Basballe *et al.*, 2016). Recuperare il valore politico e trasformativo del *participatory design* implica la co-progettazione delle soluzioni con una riflessione costante sull'impatto della soluzione proposta a livello sociale, culturale, economico e politico.

Il design è una manifestazione culturale e ogni prodotto del design – che sia un oggetto fisico o un servizio digitale, un ambiente costruito o un processo di produzione – è un artefatto che incarna e veicola una cultura, quella di chi lo progetta e quella di chi lo utilizza.

Il design in quanto manifestazione culturale non sceglie se e quando avere una vocazione politica, perché di fatto i suoi esiti

hanno sempre e comunque un risvolto sociale. Allora l'attenzione deve essere posta sull'intenzionalità del design e sul suo potere.

Ogni progetto, che sia commissionato, finanziato o che sia frutto di una ricerca indipendente, incarna una certa concezione di progresso e innovazione, e ciò costituisce una scelta politica.

La progettazione in funzione di una specifica committenza con i suoi obiettivi e valori, è una scelta politica.

L'obiettivo ultimo che ci poniamo di migliorare le condizioni di vita in armonia con l'ambiente – o al contrario di mantenere lo *status quo* – è una scelta politica.

Il nostro modo di formulare i problemi e rintracciare i fattori che li determinano, è una scelta politica.

Far emergere i bisogni e i problemi di specifici gruppi di persone che altrimenti verrebbero trascurati, è una scelta politica.

La soluzione che progettiamo per rispondere a quei problemi e perseguire un futuro desiderabile, è una scelta politica.

La scelta delle persone da coinvolgere nel processo di design, i partner ma anche i beneficiari e gli stakeholder, è una scelta politica.

Quando ci approcciamo al progetto dobbiamo essere consapevoli che il contesto in cui operiamo e le nostre scelte sono atti politici con effetti che possono essere progettati, ma anche inattesi e imprevisti.

Capitolo 3.
Progettazione consapevole

Più che parlare di "progettazione inclusiva", preferiamo parlare di progettazione consapevole.

Nel design contemporaneo, l'aggettivo inclusivo è diventato una parola chiave ricorrente, a tratti persino rassicurante.

Ma cosa significa davvero progettare per includere?

È possibile ideare soluzioni davvero universali se le persone che le progettano non riflettono – per storia, identità sociale, esperienza, condizione – la varietà di coloro a cui sono destinate?

Il concetto di *universal design*, sviluppato negli anni '90 per garantire l'accessibilità di ambienti, prodotti e servizi a tutte le persone, indipendentemente da età, abilità o condizione, ha avuto un impatto fondamentale nel ridefinire la responsabilità sociale del design. Tuttavia, autrici come Aimi Hamraie (2017) e Sara Hendren (2020) ci ricordano che l'universalità è sempre costruita da una posizione specifica, e che ogni standard "per tutti" rischia di normalizzare un certo tipo di corpo, di esperienza, di aspettativa.

Non si tratta solo di chi viene incluso nel progetto ma soprattutto di chi progetta, di quali strumenti dispone, e di quali epistemologie (spesso implicite) guidano il processo. Se il design continua a essere dominato da sguardi omogenei (per genere, classe, provenienza geografica o abilità), è legittimo chiedersi: può davvero esistere un design universale senza una reale pluralità nei processi, nei soggetti e nei linguaggi del progetto?

Anche il termine inclusivo, che pure nasce da intenti emancipatori, merita di essere problematizzato. Includere implica l'esistenza di un centro che ha il potere di aprirsi alla periferia

– definendo cosa è "normale", cosa è "altro", chi appartiene e chi no. Come sottolineano autrici come bell hooks (1994) e Donna Haraway (1988), la conoscenza situata e relazionale è una condizione fondamentale per immaginare pratiche più eque e giuste. L'inclusione, se non accompagnata da un lavoro critico sul potere e sui bias epistemici che attraversano il design, rischia di riprodurre le stesse gerarchie che dichiara di voler superare.

In questo capitolo si propone dunque una riflessione sulla progettazione responsabile non come semplice ampliamento del target, ma come esercizio critico e trasformativo. Interrogando strumenti consolidati come le *Personas* e gli *Storyboard*, ci chiediamo: quali sono i limiti e i rischi di questi metodi? Quali distorsioni culturali, cognitive o ideologiche veicolano? E soprattutto: come possiamo usarli in modo consapevole per aprire spazi realmente plurali, che restituiscano voce, agency e dignità a chi per troppo tempo è stato muto oggetto del progetto?

Prima di procedere con i successivi paragrafi, vogliamo esplicitare la nostra concezione di design così da contestualizzare le riflessioni che proponiamo rispetto alle pratiche di progettazione.

Allo schema che mostra le varie fasi del processo di design (Fig. 4), aggiungiamo una fase che alimenta le altre attività e che decidiamo di chiamare "questionarsi" riprendendo il verbo inglese *to question* per sottolineare la necessità di trovare spazi di autoriflessione, per porsi delle domande, per mettere in discussione i propri assunti e le proprie credenze, per esaminare con cura le proprie scelte progettuali.

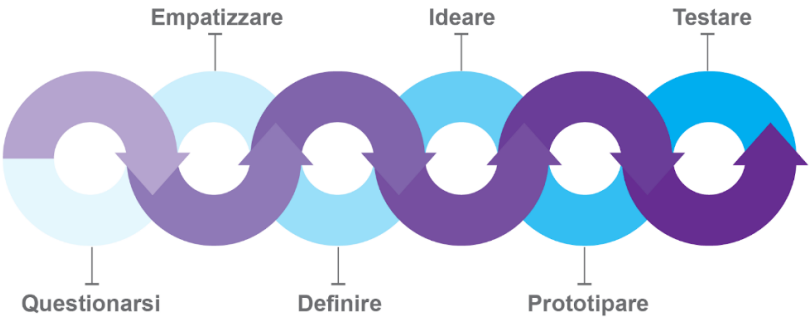

Fig. 4 - Visualizzazione del processo di design e di alcuni metodi.

Per noi la progettazione è finalizzata a rispondere ai bisogni e alle preferenze delle persone (*human-centred design*) come abitanti di ecosistemi multipli. Da qui deriva la necessità di comprendere le caratteristiche delle persone a cui ci rivolgiamo con la consapevolezza che si tratta di una utenza che si posiziona all'interno di contesti diversi che vengono attraversati in modo trasversale anche da altri attori. Si tratta di una conoscenza che viene sviluppata nelle fasi iniziali del processo utilizzando metodi misti quali-quantitativi per la raccolta dei dati. Applicando le metodologie di *design thinking*, la definizione del problema e della sfida di progettazione richiede di creare dei modelli che sintetizzano e visualizzano la conoscenza. Le successive fasi di ideazione, prototipazione e valutazione seguono un processo ciclico e incrementale (*iterative design*), così da analizzare e rifinire le soluzioni progettuali. In tutto il processo, le persone sono coinvolte in qualità di utenza target della soluzione progettuale o come stakeholder, con diversi livelli di coinvolgimento che possono limitarsi alle attività di ricerca (per empatizzare e per valutare) o riguardare anche attività di co-creazione.

3.1 Coinvolgere le persone nella raccolta dei dati

Il coinvolgimento delle persone nel processo di design, in rappresentanza dell'utenza o degli stakeholder del progetto, è una pratica diffusa che può assumere diverse forme (Damodaran, 1996): le persone possono essere coinvolte con un ruolo puramente *informativo*, per fornire informazioni e conoscenze su un certo fenomeno o problema oggetto di studio nelle fasi iniziali del progetto (ad esempio attraverso l'impiego di interviste e questionari); con un ruolo *consultivo* quando sono chiamate a valutare le soluzioni progettuali per ottenere indicazioni utili al redesign; con un ruolo *partecipativo* quando sono coinvolte attivamente nel processo decisionale e di creazione delle soluzioni progettuali.

In ognuno di questi tre casi, cambia la finalità del coinvolgimento e il livello di potere decisionale assegnato alle persone. Tutti e tre i casi condividono una questione di fondo, la **rappresentatività delle persone coinvolte** che è un tema trasversale a tutto il processo di design. Questo problema è ampiamente discusso nella ricerca in campo medico e nelle scienze umane e sociali dove le caratteristiche del campione e la sua rappresentatività rispetto alla popolazione di riferimento hanno effetti rilevanti nella valutazione degli studi. La questione dovrebbe essere altrettanto importante per il design proprio nel momento in cui la ricerca è finalizzata a comprendere i bisogni, le abitudini, i comportamenti, le preferenze delle persone a cui il progetto è indirizzato, per poi orientare l'ideazione e lo sviluppo delle soluzioni, così come nella fase di valutazione delle soluzioni.

La rappresentatività del campione è un concetto cruciale nella ricerca perché determina la validità e l'affidabilità dei risultati ottenuti: un campione non rappresentativo può portare a conclusioni errate e generalizzazioni fuorvianti.

Quando il progetto ha risorse limitate (economiche, umane, di tempo) che vincolano al coinvolgimento di un piccolo campione di convenienza, la ricerca è inevitabilmente influenzata dal **bias**

di campionamento per cui le persone partecipanti non possono essere rappresentative della popolazione target, portando a risultati che più che distorti preferiamo considerare "limitati". Se dunque la rappresentatività del campione in molti casi non può essere stabilita come un requisito per il progetto, allora dobbiamo porci quantomeno il problema dell'eterogeneità delle persone coinvolte. Infatti, i risultati della ricerca sono influenzati anche dal **bias di selezione** per cui tendiamo ad includere e ad escludere selettivamente le persone da coinvolgere.

La questione fondamentale sta nei motivi e nei criteri che ci diamo per l'inclusione o l'esclusione di certe persone: questa scelta è guidata da stereotipi, pregiudizi e discriminazioni? È essenziale adottare una prospettiva critica e consapevole rispetto alle nostre scelte e agli impatti di queste scelte, e analizzare i risultati ottenuti proprio alla luce delle caratteristiche delle persone coinvolte nella ricerca.

Questa riflessione critica riguarda anche i metodi da utilizzare per facilitare il coinvolgimento delle persone, come ad esempio i **questionari** che possono assumere diversi formati: qualitativi o quantitativi, strutturati o non strutturati, digitali o cartacei, somministrati o auto-somministrati.

L'utilità del questionario, rispetto ad altri metodi come le interviste e le osservazioni, deriva dalla possibilità di raccogliere informazioni da un ampio numero di persone, con poco dispendio di tempo e risorse, in modo comparabile e quantificabile. Proprio per la sua flessibilità e facilità d'uso, il questionario viene utilizzato sia nelle fasi iniziali del progetto per comprendere i bisogni, le motivazioni, gli interessi e le caratteristiche dell'utenza, che nelle fasi di valutazione intermedia o finale per raccogliere opinioni sulle proposte progettuali.

Nonostante la sua apparente neutralità il questionario può incorporare distorsioni strutturali che è fondamentale riconoscere e affrontare (Abel, 2019; Pereira, 2022).

Uno dei limiti principali riguarda l'**asimmetria comunicativa** tra chi costruisce il questionario e chi lo compila: le domande riflettono la visione e le ipotesi del team, rischiando di orientare le risposte verso ciò che si vuole confermare. Questo effetto è accentuato quando le domande sono formulate in modo chiuso, astratto o tecnicistico, non lasciando spazio all'emergere di risposte inaspettate o divergenti. Nei questionari strutturati spesso mancano spazi per l'auto-narrazione, per l'espressione di emozioni o vissuti complessi, o per l'inserimento di elementi imprevisti per far emergere ciò che altrimenti resterebbe invisibile: aspetti emotivi, esperienze marginali (nel senso di non maggioritarie, non centrali, ma non per questo meno rilevanti), desideri latenti e forme di sapere situato.

Un altro rischio è quello della semplificazione eccessiva dell'esperienza umana in categorie predefinite, griglie di risposta e scale numeriche, che possono restituire una rappresentazione parziale e riduttiva della realtà. Si tende a cristallizzare ruoli e identità, ci si rivolge a "l'anziano", "l'insegnante", "lo studente", come se queste categorie fossero omogenee e statiche, trascurando le traiettorie individuali, le contraddizioni, i cambiamenti nel tempo. Queste categorie rigide e monolitiche limitano la raccolta di informazioni perché non ci permettono di cogliere le molteplici identità sociali e i diversi significati che possono essere attribuiti all'appartenenza sociale (Capozza & Brown, 2000).

Un'ulteriore criticità riguarda l'**accessibilità**, intesa sia dal punto di vista linguistico che visivo. Linguaggi troppo tecnici, domande ambigue o formule passive possono rendere difficile la comprensione per persone con diversi livelli di alfabetizzazione o competenze linguistiche. L'impaginazione gioca un ruolo altrettanto cruciale: questionari troppo densi, privi di spazi bianchi o con caratteri tipografici poco leggibili possono generare affaticamento cognitivo, ostacolando la partecipazione di persone con disabilità visive, neurodivergenze o fragilità cognitive. L'uso di linguaggi inclusivi, esempi concreti e un'interfaccia accessibile sono

elementi fondamentali per ampliare realmente la partecipazione.

Un esempio significativo emerge nel lavoro con persone anziane: un questionario scritto con linguaggio troppo tecnico rischia di scoraggiare la compilazione o produrre risposte poco attendibili. Se invece il questionario viene costruito usando parole familiari, con tempi di lettura adeguati, spazi per raccontarsi e modalità visive curate, può diventare uno strumento di attivazione e ascolto. Lo stesso vale per i contesti educativi: un questionario rivolto a docenti della scuola primaria, se impostato solo come verifica di bisogni o carenze, rischia di riprodurre stereotipi e trascurare la dimensione creativa, progettuale e affettiva del loro lavoro quotidiano.

In che modo il questionario che ho costruito risente di una mia concezione stereotipata dell'utenza, che quindi sarà inevitabilmente rafforzata dai risultati?

Quali informazioni intendo far emergere, e quali inevitabilmente saranno trascurate?

Quanto spazio esiste per raccogliere informazioni e punti di vista non previsti, e forse contrastanti con le mie ipotesi?

Quanto posso considerare i risultati generalizzabili, o al contrario situati?

Il questionario può essere estremamente utile se costruito dopo aver riflettuto sull'epistemologia che ci guida, e attraverso il confronto e la collaborazione con le persone da coinvolgere per elaborare insieme la struttura, le domande e il linguaggio del questionario. A questo si aggiunge un problema etico e relazionale: in molti casi, infatti, i dati raccolti non vengono restituiti alle persone coinvolte, né discussi collettivamente, trasformando il questionario in uno strumento estrattivo più che dialogico. Lavorare con i questionari richiede quindi non solo competenze tecniche, ma anche una sensibilità etica e una relazione con le persone coinvolte basata sulla fiducia, il riconoscimento e il rispetto.

3.2 Immergersi nel contesto con l'autoetnografia

Le fasi iniziali del progetto sono finalizzate a comprendere l'utenza e ad analizzare il contesto oggetto della progettazione (un ambiente, un servizio, un processo, un'organizzazione) anche facendone esperienza in prima persona. I metodi etnografici come l'osservazione partecipante, il service safari e l'autoetnografia vengono impiegati proprio per immergersi nel contesto (Nardi, 1997; Blomberg & Burrel, 2009).

In particolare, l'autoetnografia è una metodologia qualitativa che si colloca nell'ambito dei metodi narrativi. A differenza di altri approcci etnografici che pongono chi fa ricerca in una posizione di osservazione esterna, qui chi fa ricerca diventa parte attiva e integrante del contesto studiato. L'indagine parte dal proprio sé: esperienze personali, riflessioni, sentimenti, memorie corporee ed emozionali vengono raccolti, ri-elaborati e restituiti come materiale di ricerca (Ellis *et al.*, 2011; Rapp, 2018).

Non si tratta, però, di una semplice introspezione. L'autoetnografia si fonda su un processo sistematico e intenzionale di auto-osservazione e auto-riflessione che ha l'obiettivo di far emergere legami tra vissuto individuale e dinamiche culturali e sociali più ampie. Per fare questo, possiamo affidarci a strumenti come la scrittura riflessiva (in forma di diario, appunti, lettere) ma anche a registrazioni audio-visive, fotografie, raccolta di oggetti significativi o l'uso di *cultural probes* (Gaver *et al.*, 1999).

Come sottolinea Poerwandari (2021), l'autoetnografia può essere una modalità potente per costruire conoscenza, ma solo se condotta con rigore metodologico e responsabilità etica. Questo perché il potere della narrazione risiede nella sua capacità di attribuire senso: l'esperienza personale non è fine a sé stessa, ma diventa uno spazio da cui emergono connessioni collettive, condivisibili e critiche.

Nel contesto della ricerca per il design, l'autoetnografia permette di indagare fenomeni difficili da osservare con altri me-

todi. In particolare, consente di accedere a dimensioni intime, somatiche ed emotive dell'esperienza, che spesso sfuggono all'analisi oggettivante di approcci quantitativi o strutturati. Questo è particolarmente rilevante quando si progetta in contesti sensibili o quando l'esperienza vissuta è centrale per comprendere il problema progettuale: ad esempio, nei casi di malattia, disabilità, marginalità o in situazioni in cui la distanza tra chi progetta e chi vive l'esperienza è significativa.

L'autoetnografia è quindi uno strumento esplorativo utile nelle fasi iniziali di un progetto quando il contesto è definito ma ancora poco compreso. Attraverso l'immedesimazione e l'abitare il contesto, possiamo sviluppare un'empatia situata, ossia una forma di comprensione che non è astratta o simbolica ma radicata nel corpo e nella relazione.

Tuttavia, è importante chiarire che lo scopo dell'autoetnografia non è conoscere meglio sé stessi, ma comprendere in profondità i fenomeni vissuti che si stanno studiando in vista di una trasformazione progettuale. L'esperienza individuale, dunque, non è il punto di arrivo ma il punto di partenza per costruire un discorso più ampio e situato.

Nonostante le sue potenzialità, l'autoetnografia è un metodo esposto a numerose criticità epistemologiche e metodologiche che possono compromettere la qualità e l'etica della ricerca. Uno dei principali rischi riguarda la **presunta immedesimazione**: quando esploriamo un contesto che ci è estraneo, e ne facciamo esperienza inevitabilmente con uno sguardo esterno. Questo accade, ad esempio, quando si cerca di simulare una condizione medica o sociale – come indossare per un giorno un dispositivo assistivo per una disabilità o adottare un regime alimentare per una patologia – senza avere il bagaglio esperienziale, emotivo e culturale che solo chi vive quella condizione nel tempo può realmente possedere.

Questa distanza può generare rappresentazioni parziali o stereotipate, che rischiano di rafforzare pregiudizi anziché decostruirli. Come avverte Delamont (2009), esiste il rischio che l'autoetnografia si trasformi in un esercizio narcisistico, dominato da un'eccessiva *self-obsession*. L'autoreferenzialità diventa allora una trappola metodologica in cui il racconto personale serve più a legittimare le nostre visioni e assunzioni da designer che a far luce sul fenomeno oggetto di studio.

Le pratiche di autoetnografia rischiano poi di essere influenzate da un bias che potremmo definire *di privilegio*: chi fa ricerca appartiene a un gruppo sociale che ha accesso al linguaggio della ricerca, alla disseminazione scientifica e alla possibilità di raccontare una certa narrazione. Questo produce squilibri nella rappresentazione dei vissuti dove alcune voci vengono amplificate e altre silenziate.

Come si può affrontare, allora, un'autoetnografia etica e responsabile? Una prima strategia consiste nel non affidarsi all'autoetnografia come unico metodo, ma nel combinarla con altri approcci, soprattutto dialogici e partecipativi. Noble & McIlveen (2012) parlano in questo senso di *dialogical spaces*, ovvero spazi di confronto dove la narrazione personale viene messa in relazione con altre voci, prospettive e dati. Questi spazi di confronto permettono di problematizzare le proprie assunzioni, di sottoporre a verifica le intuizioni emerse e di arricchire l'interpretazione attraverso una costruzione collettiva del senso.

In secondo luogo, l'autoetnografia può diventare uno strumento utile per de-costruire valori, concetti, giudizi e opinioni preesistenti alla ricerca stessa, che agiscono e influenzano la ricerca. In questo caso, si tratta quindi di un continuo esercizio di riflessione per raccontare il proprio coinvolgimento nel processo, rendere trasparente la propria posizione, evidenziando limiti, domande aperte e ambiguità. Così il metodo non è un puro esercizio di immedesimazione, né viene usato per rafforzare certezze, ma per

interrogare criticamente teorie, ipotesi e cornici interpretative che rischiano di passare inosservate sapendo che questo comporta il mettersi in discussione.

3.3 Creare archetipi dell'utenza

Molti metodi di design hanno lo scopo di creare modelli dell'utenza sulla base di una sistematizzazione dei dati di ricerca, per elaborare e condividere la conoscenza sulle persone alle quali è destinata la soluzione progettuale.

Le Personas e le Empathy Map sono metodi ampiamente diffusi perché rispondono alla necessità di creare modelli di sintesi, di dare forma alla conoscenza, di elaborare e dare struttura al corpus di dati grezzi raccolti durante la ricerca, facilitando l'empatia e l'assunzione del punto di vista dell'utenza (Cooper & Reimann, 2003; Constantine, 2006; Stickdorn & Schneider, 2012; Kalbach, 2020). L'**Empathy Map** è una mappa divisa in quadranti che descrivono ciò che una persona dice (*say*), ciò che fa e quindi i comportamenti osservabili (*do*), ciò che pensa (*think)* e ciò che sente (*feel*) ossia le emozioni dichiarate o dedotte dal contesto. A questi elementi si aggiungono spesso due sezioni trasversali: da un lato le difficoltà, le frustrazioni e gli ostacoli (*pain*), dall'altro i desideri, le aspettative e le aspirazioni (*gain*) (Fig. 5). Le **Personas** sono personaggi fittizi ma che rappresentano caratteristiche di persone reali: dal profilo demografico, ai loro bisogni, desideri, motivazioni e abitudini. Il valore di questo strumento risiede nella sua capacità di supportare decisioni coerenti e appropriate rispetto all'utenza durante la fase di ideazione (Fig. 6).

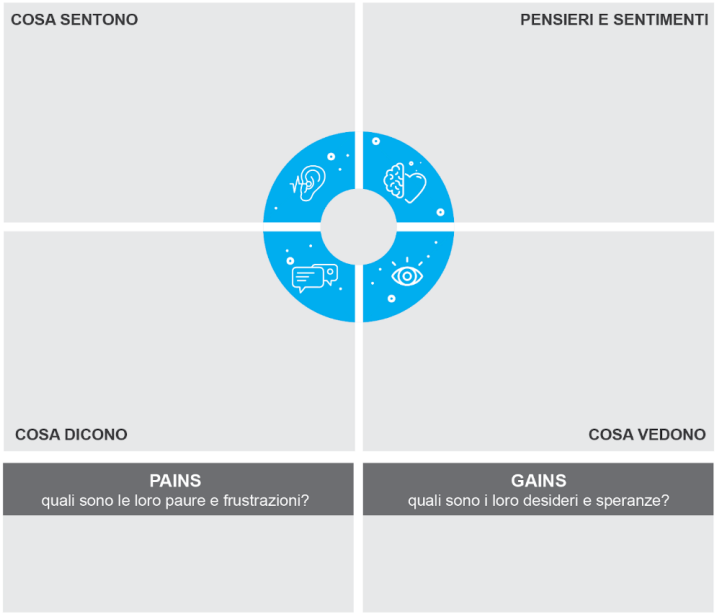

Fig. 5 - Un modello di Empathy Map.

Figura 6 - Un modello di Personas.

Mentre l'Empathy Map può integrare i dati di ricerca grezzi, per esempio riportando direttamente gli estratti delle interviste o le risposte al questionario per una loro prima organizzazione, la costruzione della Personas richiede una maggiore elaborazione della conoscenza per raffigurare un personaggio non reale ma realistico.

In entrambi i casi, essendo dei modelli che sintetizzano la conoscenza sull'utenza, la loro creazione si basa su un processo di semplificazione per astrazione e categorizzazione. Proprio perché si tratta di modelli astratti, di profili tipici e prototipici di una categoria di persone, il rischio è che questi strumenti producano generalizzazioni errate e che siano veicolo di stereotipi e pregiudizi.

Innanzitutto è importante che la creazione delle Empathy Map e delle Personas si basi su una conoscenza profonda e autentica delle persone – acquisita con la ricerca su fonti primarie e secondarie – e non su credenze o esperienze personali del team (Marsden & Pröbster, 2019). Nel processo di design, tendiamo ad attribuire all'utenza (più o meno consapevolmente) i nostri bisogni e preferenze, sviluppando una rappresentazione dell'utenza più simile a noi designer o meno simile a noi di quanto non sia realmente (Ritter *et al.*, 2014). Questo approccio viene chiamato **I-methodology** (Akrich, 1995; Oudshoorn *et al.*, 2004). Anche se noi designer apparteniamo alla stessa categoria dell'utenza e quindi pensiamo di condividere la stessa identità sociale, dobbiamo tener conto che esistono diversi significati attribuiti all'appartenenza sociale e altrettanti modi di agire i ruoli sociali (Capozza & Brown) e quindi la nostra prospettiva seppure privilegiata è inevitabilmente parziale.

In queste riflessioni rientra il tema della rappresentatività del campione di cui abbiamo discusso nel Paragrafo 3.1: se da un lato è essenziale basare la costruzione delle Empathy Map e delle Personas su dati di ricerca, dall'altro è importante riconoscere la natura limitata dei dati di ricerca che possiamo raccogliere,

soprattutto quando lavoriamo in progetti su piccola scala che coinvolgono un numero ristretto di persone come rappresentanti dell'utenza target. In quest'ottica, è utile il ricorso ad altre fonti di informazioni (es. letteratura scientifica, dataset di altre ricerche, report e dati statistici) a integrazione dei dati primari che abbiamo raccolto durante il progetto.

È utile anche coinvolgere direttamente l'utenza per valutare le Empathy Map e le Personas, per capire se e in che misura le persone si riconoscono e si sentono rispettate nei modelli che proponiamo. Il confronto, come evidenziato in altre parti di questo libro, è sempre una strategia valida per mettere in discussione i propri assunti e le proprie credenze (Turner & Turner, 2011).

È importante evitare di pensare che quel modello tipico di un'intera categoria omogenea di persone sia l'unico possibile. Si tratta piuttosto di considerare l'Empathy Map e la Personas come un **"archetipo"**, un esemplare che esprime solo alcune caratteristiche comuni ad un gruppo eterogeneo di persone che intende rappresentare. La struttura di questi modelli ci spinge verso una standardizzazione dei vissuti, incasellando la complessità delle persone in categorie predefinite che non sempre riescono a restituire le ambivalenze e le contraddizioni delle esperienze reali.

Considerando in particolare le Personas, poiché la struttura e i contenuti determinano ciò su cui poniamo l'attenzione, è utile dedicare tempo a riflettere su cosa vogliamo far emergere dalle Personas e cosa invece vogliamo evitare di veicolare.

Alcune sezioni che si ritrovano spesso nelle Personas possono risultare utili e appropriate, altre invece possono risultare non necessarie. Pensiamo ad esempio alla sezione relativa alle informazioni demografiche: è davvero utile e necessario al progetto indicare l'età, il genere, l'occupazione lavorativa e il salario della Personas? Sono questi gli attributi sufficienti e necessari per categorizzare e distinguere l'utenza in gruppi diversi? Se la risposta a queste domande è SI, allora è appropriato che nella struttura del-

la Personas ci sia lo spazio per inserire queste informazioni. Se al contrario la risposta a queste domande è NO, allora suggeriamo di identificare altri fattori di distinzione tra le persone che siano più rilevanti per il progetto (es. le motivazioni di certe scelte, le abitudini di comportamento, le reazioni emotive).

Anche l'uso di un'immagine rappresentativa sia della Personas che dell'Empathy Map rientra nelle riflessioni da fare sulla struttura di questi modelli: se da un lato le immagini (simboliche o realistiche) sono utili per rendere i modelli credibili, realistici e non impersonali, dall'altro le immagini possono veicolare stereotipi (Hill *et al.*, 2017) – per esempio quando ad un genere viene associato un ruolo sociale o determinate competenze, attivando così simboli culturali stereotipati di mascolinità e femminilità (Bucchetti, 2021).

Quindi è importante chiederci cosa vogliamo rappresentare con le immagini dell'Empathy Map e della Personas: un ruolo sociale, un bisogno, un genere, un contesto di vita? Possiamo decidere di non utilizzare alcuna immagine, o di utilizzarne più di una per stimolare un immaginario più complesso.

Un ulteriore elemento da attenzionare quando si progetta utilizzando le Personas come riferimento è il rischio di spiegare il comportamento troppo in base alla personalità e troppo poco in base alla situazione, senza considerare il ruolo dei fattori contestuali. Ci si riferisce a questo fenomeno con il termine di **fundamental attribution error** (in italiano, errore di attribuzione fondamentale) (Ross, 1977): tendiamo a sottostimare l'impatto dei fattori situazionali e a sovrastimare il ruolo dei fattori disposizionali nel controllo del comportamento. Certamente questa distorsione riduce la complessità delle motivazioni altrui, ma può determinare (e rafforzare) giudizi distorti e visioni generalizzate. A questo si aggiunge la propensione a generalizzare delle affermazioni senza considerare i contesti specifici in cui potrebbero o non potrebbero essere valide.

Quanto del comportamento dell'utenza che ho analizzato, e che ho riportato nelle Empathy Map e nelle Personas, è determinato dalle caratteristiche della personalità e quanto invece è influenzato da circostanze e fattori esterni?

Quale spiegazione sto dando per il comportamento e le preferenze dell'utenza? Una spiegazione semplicistica che riconduce tutto a caratteristiche personali stabili e permanenti?

Se basiamo le Empathy Map e le Personas su stereotipi e pregiudizi pensando che determinare preferenze siano dovute a caratteristiche di personalità e di conseguenza orientiamo le nostre scelte progettuali, quell'errore fondamentale di attribuzione verrà veicolato e sarà presente in tutto il processo, e la nostra soluzione progettuale sarà focalizzata su spiegazioni errate delle scelte altrui (Turner & Turner, 2011; Bødker *et al.*, 2012; Marsden & Haag, 2016).

Quali persone stiamo rappresentando e quali stiamo rendendo invisibili?

C'è spazio nella struttura dell'Empathy Map o della Personas per far emergere elementi di distinzione interna alla categoria?

La validità e affidabilità delle Personas deriva da quanto sono percepite come plausibili, autentiche, rappresentative proprio dalle persone che le Personas intendono raffigurare (Marsden & Pröbster, 2019). Per questo motivo, possiamo utilizzare le Empathy Map e le Personas come strumenti di dialogo e di confronto con l'utenza, per costruire insieme dei modelli prototipici in cui le persone possono sentirsi rappresentate, ad esempio attraverso attività di auto-narrazione guidata o di visualizzazione condivisa.

Ci interessa particolarmente riflettere sul processo di creazione delle Empathy Map e delle Personas perché questi modelli vengono assunti come riferimento durante il processo di design e possono attivare in noi determinati **atteggiamenti nei confronti dell'utenza**. Per fare un esempio, data una certa rappresentazione delle persone in situazioni di fragilità e marginalità come target

della progettazione, il nostro atteggiamento potrebbe essere di pietismo, enfatizzando la commiserazione in modo paternalistico e condiscendente. Si tratta di un pregiudizio che tende a proteggere la persona considerata in una posizione "inferiore" e ciò ci vincola ad una concezione della persona come oggetto di pena e compassione più che come soggettività con autonomia e agency. Nonostante sia un atteggiamento di benevolenza, si tratta di una distorsione che ostacola un vero riconoscimento della dignità e delle potenzialità della persona destinataria della progettazione.

Lo stereotipo della persona fragile e il conseguente pregiudizio si rafforzano quando ci concentriamo sul far emergere e sul dare risalto agli **aspetti negativi dell'esperienza**: problemi, paure, frustrazioni e mancanze. Questo focus rischia di orientare il design solo verso la "riparazione" di qualcosa che non funziona, trascurando invece emozioni positive, desideri, potenzialità e risorse già attive. Ne deriva una visione limitata che può ridurre drasticamente la capacità trasformativa dei processi progettuali, inibendo la possibilità di disegnare soluzioni capaci non solo di risolvere problemi ma anche di abilitare opportunità inattese e generative.

Nel caso delle insegnanti della scuola primaria, un uso non critico dell'Empathy Map o della Personas può portare a focalizzarsi solo su frustrazioni e carichi di lavoro, trascurando completamente la dimensione creativa e il piacere che si prova nell'innovare o nel co-progettare con la classe. Questo rischio può condurre a soluzioni progettuali troppo semplificate o paternalistiche, che non valorizzano il loro ruolo attivo come agenti di cambiamento.

Anche nel caso delle persone anziane, la tendenza a enfatizzare i limiti, la solitudine e le difficoltà rischia di oscurare la ricchezza di risorse relazionali, esperienziali e affettive che molte persone mantengono, anche in condizioni di fragilità. Si rischia di non considerare la volontà diffusa di essere ancora parte attiva e integrante della società, la curiosità per le nuove tecnologie o il valore

delle conoscenze e competenze acquisite nel tempo e il vissuto personale come bene culturale intangibile. Si finisce così per trascurare spazi di attivazione concreta, come la cura condivisa di un orto, la trasmissione di saperi artigianali o la partecipazione a forme di volontariato locale.

Tornando sul concetto di privilegio che abbiamo quando ci occupiamo di ricerca per il design, serve coltivare una sensibilità critica nei confronti delle categorie stesse con cui leggiamo l'esperienza umana, interrogando costantemente chi le produce, da quale posizione, e a beneficio di chi.

3.4 Immaginare un percorso ideale

Nella fase di ideazione ci ritroviamo ad immaginare un futuro possibile e desiderabile, diverso dallo stato attuale, e ad elaborare le idee in forma narrativa e/o visuale utilizzando metodi come gli Storyboard e le Journey Map (Stickdorn & Schneider, 2012).

Ispirato dal linguaggio del fumetto, lo **Storyboard** è uno strumento visivo nato nel contesto della produzione cinematografica, sviluppato dagli studi Disney negli anni '30 come tecnica per visualizzare in sequenza la narrazione di un film. Con il tempo questo strumento è stato adottato anche nell'ambito del design per narrare visivamente l'esperienza d'uso (Wikström *et al.*, 2013). Si tratta di una visualizzazione sequenziale di una serie di scene che raccontano uno scenario attraverso immagini accompagnate talvolta da brevi descrizioni testuali o dialoghi. Lo Storyboard può essere arricchito da elementi come la definizione di una Personas e l'esplicitazione di uno specifico contesto d'uso, e le scene possono essere rappresentate in modo evocativo o realistico (Fig. 7).

Fig. 7 - Un modello di Storyboard.

L'efficacia dello Storyboard sta nella capacità di tradurre in una storia la complessità di un'idea, di uno scenario astratto e futuro. Per questo motivo, lo Storyboard viene considerato una forma di prototipazione rapida a basso costo, utile per raccogliere feedback prima di impegnare risorse su soluzioni più avanzate, anche testando diverse alternative progettuali. Serve anche per allineare il team perché lo Storyboard può diventare un linguaggio comune per chiarire e negoziare quali siano i punti critici, i momenti di frizione o le opportunità ancora inesplorate.

Analogamente allo Storyboard, la **Journey Map** è uno strumento visuale nella forma di una mappa che rappresenta l'esperienza d'uso lungo un determinato percorso suddiviso in fasi o momenti chiave. È ampiamente utilizzata nell'ambito del *service design* per progettare i *touchpoint* e il processo di interazione con un servizio (Stickdorn & Schneider, 2012). Nella sua forma più comune una Journey Map si compone di una linea temporale segmentata, accompagnata da elementi visivi e testuali: azioni, pensieri, emozioni, canali di interazione, e livelli di soddisfazione (Fig. 8).

	FASE 1	FASE 2		FASE 3	FASE 4	
TEMPO	5 min	2 settimane		60 min	1 settimana	
FASI ESPERIENZA	MOTIVAZIONE	INFORMAZIONE	DECISIONE	ALLENAMENTO	VALUTAZIONE	PASSAPAROLA
AZIONI	scopre che una nuova palestra ha aperto in città	legge la lista dei corsi e dei servizi offerti	si iscrive in palestra	fa la prima lezione con il personal trainer	ne parla con amici e amiche, conoscenti e famiglia	altre persone si iscrivono
TOUCHPOINTS						
EMOZIONI						
(BI)SOGNI	Informazioni chiare e immediate		Processo di iscrizione semplice e rapido		Trovare compagn* di allenamento	
OPPORTUNITA'	Utilizzare un linguaggio ampio		UI design usabile, intuitiva	Progettazione app per reminder e contenuti tecnici		Creazione di community online e offline (chat, forum, eventi)

Fig. 8 - Un modello di Journey Map.

Nonostante siano metodi molto efficaci, l'uso dello Storyboard e della Journey Map comporta rischi significativi di distorsione soprattutto quando utilizzati senza una riflessione critica.

In primo luogo la costruzione di questi percorsi ideali implica una serie di scelte – chi rappresentare, cosa mostrare, in quale ordine, con quali parole, con quali immagini – che possono facilmente riflettere gli stereotipi e i pregiudizi di chi progetta. Quando queste scelte non sono supportate da una reale comprensione del contesto o da evidenze raccolte nel corso della ricerca, si rischia di imporre una **narrazione "fabbricata"**, più funzionale al *brief* di progetto che alla realtà vissuta dalle persone. Questa distorsione si aggrava nei casi in cui non integriamo in modo autentico le prospettive delle persone coinvolte nella ricerca, oppure nel momento in cui selezioniamo solo gli input funzionali a rafforzare una tesi preesistente.

Infatti, nel processo di creazione di uno Storyboard o di una Journey Map, lo sforzo è quello di ricondurre tutto ad una narrazione lineare e di successo.

Quando il percorso viene costruito sulla base delle esperienze di un'utenza tipica, si escludono le prospettive di persone con vissuti marginali, discontinui o frammentati. Così facendo, questi percorsi immaginati rischiano di rafforzare narrazioni dominanti e di invisibilizzare esperienze altrettanto rilevanti.

In che modo lo Storyboard e la Journey Map propongono la mia visione di come dovrebbe essere e comportarsi l'utenza?

Quante e quali altre narrazioni sono possibili?

Quanto il percorso predefinito e ideale lascia spazio per integrare prospettive e bisogni diversi, anche contrastanti tra loro?

La seconda questione che si pone è quella dell'uso di un **linguaggio stigmatizzante**. Il concetto di stigma, definito da Goffman (1986) e approfondito da altri autori (Smith, 2007; Andersen *et al.*, 2022), si riferisce a un processo sociale in cui un individuo o un gruppo viene etichettato negativamente, con conseguente discredito, marginalizzazione o riduzione della sua complessità identitaria. Come già discusso relativamente alle Empathy Map e alle Persona, anche per gli Storyboard le immagini e le parole hanno una funzione potente: orientano l'interpretazione, definiscono il tono e attribuiscono significati specifici alle situazioni rappresentate, ma soprattutto possono trasmettere concezioni implicite, in particolare quando si descrivono persone appartenenti a gruppi marginalizzati. L'uso di etichette stigmatizzanti – come "clandestino", "disabile", "malato mentale", "non udente" – non solo rafforza gli stereotipi, ma può anche minare la fiducia tra designer e comunità rappresentate. Oltre all'impatto individuale, queste espressioni hanno effetti sistemici: poiché lo Storyboard è spesso un artefatto condiviso, il linguaggio in esso contenuto può influenzare inconsapevolmente gli atteggiamenti di altri membri del team o degli stakeholder, perpetuando stereotipi e pregiudizi

anche in fasi successive del progetto.

Un elemento spesso rappresentato nelle Journey Map sono le emozioni dell'utenza che rischiano di essere sottostimate: se non costruita con attenzione, la Journey Map riduce l'esperienza a una sequenza di azioni e problemi, trascurando completamente la dimensione emotiva e relazionale. Le emozioni, quando presenti, sono spesso sintetizzate in emoji o gradienti di colore, perdendo la loro forza narrativa. Tuttavia, è proprio nei passaggi emotivamente densi (paure, esitazioni, entusiasmi, contraddizioni) che emergono spesso gli *insight* più significativi. Integrare citazioni dirette, disegni, narrazioni brevi o spazi riflessivi può rendere la Journey Map molto più ricca e rispettosa delle diverse soggettività.

Considerando la rappresentazione delle emozioni in strumenti come gli Storyboard e le Journey Map, è utile riflettere sugli **stereotipi di genere delle emozioni** (Plant *et al.*, 2000). Esistono infatti, e sono largamente diffusi, degli stereotipi sulle emozioni esperite e manifestate dalle donne rispetto agli uomini: si crede che gli uomini provino ed esprimano rabbia e orgoglio più frequentemente delle donne, mentre le donne provino ed esprimano felicità, paura, tristezza e compassione più spesso degli uomini. Gli stereotipi sulle reazioni emotive di uomini e donne manifestano e allo stesso modo rinforzano le credenze sui ruoli e i comportamenti che le persone ritengono più adatti a loro, alimentando una profezia che si autoavvera poiché le aspettative create dalle "etichette sociali" influenzano il modo in cui percepiamo le altre persone e il modo in cui le persone reagiscono ai nostri atteggiamenti (Darley & Gross, 1983). Dobbiamo dunque evitare di usare il filtro degli stereotipi di genere delle emozioni quando immaginiamo l'effetto di ciò che stiamo progettando.

Un'altra questione spesso sottovalutata riguarda l'adozione inconsapevole di strutture narrative dominanti, che influenzano il modo in cui viene costruito lo Storyboard e, di conseguenza, il modo in cui viene compresa e valutata l'esperienza rappresentata. In particolare, la propensione all'uso di **modelli narrativi** lineari mutuati dalla tradizione letteraria e cinematografica occidentale, come il celebre "viaggio dell'eroe" elaborato da Joseph Campbell, è molto diffusa. Questi modelli presentano una struttura ricorrente (Fig. 9): un protagonista parte da una condizione iniziale, affronta una serie di ostacoli, vive una crisi o un cambiamento interiore, supera la prova e ritorna trasformato.

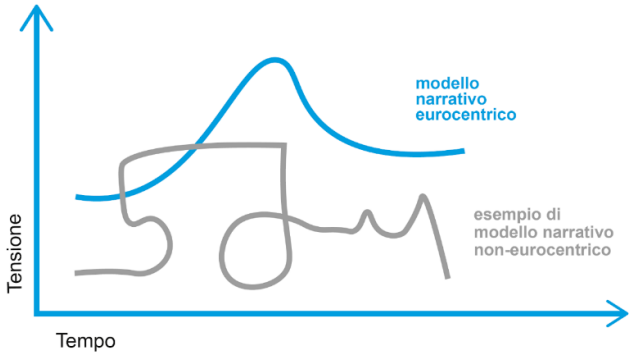

Fig. 9 - Visualizzazioni di diverse strutture narrative.

Sebbene si tratti di uno schema efficace per costruire storie coinvolgenti, è profondamente radicato in una visione del mondo individualista. Adottare questa visione esclude narrazioni alternative che non seguono un'evoluzione lineare, ma sono cicliche, collettive, aperte o frammentate, ma soprattutto rischia di omologare le esperienze dell'utenza ad uno schema predefinito, comprimendo la complessità del vissuto all'interno di un arco narrativo "convenzionale" (Koenitz *et al.*, 2018).

La conseguenza più evidente è che ciò può tradursi in Storyboard che non lasciano spazio a soggettività multiple o collettive, ma affrontano i protagonisti della storia solo da una dimensione individuale.

Infine, con la crescente disponibilità di strumenti basati sull'intelligenza artificiale generativa (*text-to-image*) negli ultimi anni è diventato sempre più comune ricorrere a strumenti che producono automaticamente Storyboard o parti di essi a partire da descrizioni testuali. Questa pratica è spesso vista come una scorciatoia utile per designer che non si sentono a proprio agio con il disegno manuale o che vogliono risparmiare tempo nella fase di visualizzazione. Tuttavia, l'impiego di questi strumenti apre questioni sul piano etico e rappresentativo. Diversi studi recenti (Antony & Huang, 2024; Tilak *et al.*, 2024) hanno mostrato che i modelli generativi, anche quelli apparentemente neutri, riproducono e amplificano stereotipi presenti nei dati su cui sono stati addestrati. In particolare, sono emerse due problematiche principali.

- Stereotipi razziali e sessuali: alcune immagini generate automaticamente tendono a raffigurare persone in modo ipersessualizzato, oppure a rappresentare gruppi razziali o culturali secondo codici visivi stereotipati (es. uomini bianchi come professionisti, donne nere come soggetti vulnerabili);
- Rappresentazioni culturalmente insensibili: in alcuni casi, le immagini risultano non solo imprecise, ma offensive o fuorvianti per le comunità rappresentate, soprattutto quando si tratta di minoranze o gruppi storicamente marginalizzati.

L'aspetto più problematico è che questi stereotipi non sono sempre evidenti a chi genera le immagini. Oltre al rischio di condurre un processo progettuale sulla base di decisioni costruite su presupposti distorti, in fase di co-design con persone appartenenti

ai gruppi rappresentati visivamente, l'esposizione a contenuti discriminatori o inappropriati può generare disagio o frustrazione. Questo può compromettere la partecipazione, minare il rapporto di fiducia e rafforzare dinamiche di esclusione.

Con questa riflessione non intendiamo svalutare e demonizzare l'uso di Storyboard generati con tecnologie di intelligenza artificiale, ma vogliamo sottolineare che è necessario pensare criticamente l'adozione di questi strumenti, interrogandosi su quale immaginario stanno contribuendo a costruire. Questo perché si tratta di strumenti non neutri che permettono facilmente la riproduzione e diffusione di stereotipi a diversi livelli e complessità.

Mitigare le distorsioni associate all'uso dello Storyboard e della Journey Map richiede un approccio progettuale consapevole, riflessivo e dialogico proprio perché questi modelli di percorsi ed esperienze d'uso sono uno specchio narrativo: può illuminare scenari futuri e alimentare creatività condivisa, ma può anche riflettere e amplificare distorsioni culturali, linguistiche ed epistemiche. Praticarlo in modo critico significa chiedersi costantemente: chi stiamo rappresentando, con quali parole, e da quale punto di vista?

Possiamo decidere di costruire Storyboard e Journey Map volutamente aperti, evitando di definire ogni dettaglio in modo rigido. Questa vaghezza controllata consente a chi osserva di proiettare le proprie interpretazioni e sollecita feedback più autentici, invece che conferme.

Concludiamo questa riflessione con una criticità che riguarda la **forma visiva e la fruibilità dello strumento**, in particolare delle Journey Map che se troppo complesse, dense di dati o graficamente disordinate possono risultare incomprensibili a molte persone, vanificando la loro funzione comunicativa.

Questo è particolarmente rilevante in contesti di co-design dove è fondamentale che tutte le persone partecipanti indipendentemente dalle loro competenze o dalle abilità possano leg-

gere, comprendere e contribuire alla creazione dello strumento. Un uso consapevole del linguaggio visivo, dell'impaginazione, della chiarezza dei simboli e della modularità delle informazioni è quindi essenziale per rendere questi strumenti degli spazi aperti e condivisi.

3.5 Le parole sono importanti

A conclusione di questo capitolo ci soffermiamo a riflettere sull'importanza delle parole con cui ci riferiamo e ci rivolgiamo alle persone durante il processo di design, che rischiano di veicolano una rappresentazione che può essere basata su stereotipi e pregiudizi. È dunque fondamentale porre attenzione al linguaggio in tutti i momenti e gli strumenti che utilizziamo durante la progettazione (report, modelli, mappe).

Sappiamo che la lingua è una struttura dinamica che cambia nel tempo, che si evolve in base a nuovi modi di esprimersi che emergono e si diffondono all'interno delle comunità linguistiche, e dall'interazione tra diverse comunità linguistiche. Riteniamo importante dedicare questo paragrafo alle parole perché la lingua non è solo un modo per esprimere i propri pensieri e descrivere la realtà che ci circonda, ma influenza il modo in cui percepiamo il mondo perché contribuisce a plasmare le nostre categorie concettuali.

Questo è il punto di vista della relatività linguistica dell'Ipotesi di Sapir-Whorf che scegliamo di adottare – anche in assenza di prove conclusive e considerando le controversie che ha generato – per dare enfasi alla relazione tra lingua e pensiero, e di conseguenza per porre l'attenzione non solo sui messaggi che veicoliamo come designer ma soprattutto sul modo in cui la lingua influenza il nostro modo di pensare (Wolff & Holmes, 2011).

Adottando l'**approccio person-first**, ciò su cui viene posta l'enfasi è la persona e non una sua caratteristica come una disabilità o una malattia mentale (Dunn & Andrews, 2015). Per fare qualche

esempio, in linea con questo approccio l'American Psychological Association suggerisce di evitare il termine "malato mentale" (in inglese, *mentally ill*) per sostituirlo con il termine "persona che vive con una malattia mentale" (in inglese, *person living with a mental illness*); di evitare il termine "alcolizzato" (in inglese, *alcoholic*) per sostituirlo con il termine "persona con un disturbo da uso di alcol" (in inglese, *person with alcohol use disorder*). Questo approccio evita la riduzione della persona ad un'etichetta stigmatizzante riconoscendola con un'identità e un vissuto che vanno oltre una singola condizione.

In altri casi, è l'**approccio identity-first** ad essere preferito dalle persone per rivolgersi a loro stesse (Dunn & Andrews, 2015): il linguaggio mette al centro la disabilità come parte integrante dell'identità della persona, come espressione di orgoglio culturale e come rivendicazione di una disabilità che un tempo conferiva un'identità negativa. La disabilità non costituisce un'anomalia ma un'appartenenza e un modo di relazionarsi.

Una riflessione particolare riguarda il **maschile sovraesteso**: in italiano è una convenzione linguistica che utilizza il genere maschile come forma grammaticale universale, e in questo modo perpetua un modello androcentrico (Bucchetti, 2021).

Di fatto, più che neutra, si tratta di una forma che esclude tutte le persone che non rientrano nel genere maschile, rendendole invisibili e non rappresentate all'interno del linguaggio. Considerando la lingua italiana, abbiamo a disposizione una serie di strategie per far sì che il nostro modo di parlare non sia discriminatorio: solo per fare alcuni esempi, possiamo usare in modo simmetrico entrambi i generi grammaticali, possiamo utilizzare la schwa, possiamo scegliere espressioni più neutre e termini collettivi che evitano il riferimento diretto al genere (es. comunità, persone, gruppo).

In conclusione, sottolineiamo che le parole hanno anche a che fare con l'identità sociale e la rappresentazione, e quindi è importante rispettare l'autodeterminazione delle persone e la preferenza individuale. Il nostro suggerimento è di selezionare il linguaggio più appropriato (perché rispettoso e non discriminante) chiedendo alle persone quali sono le loro preferenze rispetto ai termini con cui riferirsi a loro, e tenendo presente che le preferenze individuali devono prevalere sulle questioni di stile.

Conclusioni

Nella nostra esperienza professionale ci siamo rese conto che gli stereotipi, i pregiudizi e le discriminazioni non sono espliciti, non sono intenzionali, ma influenzano profondamente la nostra percezione e interpretazione del fenomeno oggetto della progettazione e dell'utenza, così come determinano il modo in cui progettiamo il futuro desiderabile.

Lo studio della letteratura scientifica e i momenti di riflessione-critica ci hanno permesso di capire a quali e a quante distorsioni siamo sottoposte, e quali strategie possiamo utilizzare per cambiare le nostre pratiche di design.

Riflettendo sui metodi che utilizziamo nella progettazione, ci siamo rese conto che alcuni strumenti hanno in sé delle *affordance,* ossia delle qualità intrinseche allo strumento che suggeriscono un particolare uso, che ci spingono ad agire credenze, assunzioni e atteggiamenti che possono determinare discriminazioni nel modo in cui concepiamo l'utenza, i problemi che vogliamo risolvere e ciò che proponiamo come futuro desiderabile.

Con questo non vogliamo demonizzare alcuni strumenti di design, che anzi continueremo ad usare in futuro nel nostro lavoro, ma che utilizzeremo con una diversa consapevolezza delle implicazioni etiche della progettazione, e con lo sforzo di costruire pratiche e modelli che per noi meglio rispecchiano una visione plurale e aperta.

Progettare in modo plurale è la sfida più attuale che possa presentarsi di fronte a chi si occupa di design oggi. Riprendiamo il concetto di qualità del pluralismo applicandolo non solo agli artefatti progettati ma alla concezione stessa di utenza, per evitare di assumere un unico punto di vista, singolo, totalizzante e universale.

> La qualità del pluralismo rifiuta le pretese di universalismo non in termini dogmatici, ma per i benefici pratici di tale comprensione. I progetti pluralisti sono probabilmente più incentrati sulla persona rispetto ai progetti universalizzanti semplicemente perché "umano" è una categoria troppo ricca, troppo diversificata e troppo complessa per supportare una soluzione universale. Il design pluralista incoraggia una sensibilità alternativa, ponendo in primo piano le questioni delle differenze culturali, incoraggiando un coinvolgimento costruttivo con la diversità e abbracciando i margini sia per essere più inclusivi sia per trarre beneficio dai margini come risorse per le soluzioni progettuali (Bardzell, 2010, p. 1306).

Applicare la qualità del pluralismo significa porsi non più al *centro*, ma ai *margini* per poter trasformare in opportunità di design le questioni che finora sono state dipinte come limiti alla progettazione. Per raccogliere questa sfida è necessario mantenere un atteggiamento aperto che possa portare chi si occupa di design ad esporsi, ad attraversare questi temi per comprendere l'impatto che stereotipi e pregiudizi possono avere nelle comunità presenti e future e per smettere di esserne veicolo.

Non si tratta solo di assumere un approccio più responsabile ma anche – e soprattutto – di creare nel progetto degli spazi per mettere in atto le pratiche riflessive e di dialogo con l'utenza. Sappiamo che non sempre questo è possibile perché i tempi dei progetti e il focus sul prodotto più che sul processo ci impongono di agire rispettando scadenze e producendo modelli, report e risultati che devono essere chiari, definiti, univoci, inequivocabili e validati, senza spazio per altre possibilità, narrazioni e punti di vista contrastanti.

Si tratta quindi, forse, di negoziare delle aspettative diverse nei confronti del progetto: non più una soluzione pronta all'uso per rispondere ad un bisogno preciso, di un'utenza determinata ma indifferenziata, sulla base di un'unica interpretazione della realtà.

Tuttavia, questa riformulazione della cultura del progetto è possibile solo ripartendo dal concetto di *umiltà culturale* con cui abbiamo aperto questo libro: come designer abbiamo bisogno di praticare un costante esercizio di riflessione prima di affrontare un processo progettuale che ci permetta di ri-posizionarci, di ri-valutare e di ri-metterci in discussione. Solo così un progetto può diventare uno spazio di possibilità in cui far convergere credenze, atteggiamenti, visioni diverse, per poi negoziare insieme e co-costruire un risultato.

Bibliografia

Abel, T. D. (2019, July). Beyond usability: Methodologies and bias–surveying the surveys. In *International Conference on Human-Computer Interaction* (pp. 3-12). Springer International Publishing.

Abrams, D. (2010). Processes of prejudice: Theory, evidence and intervention. Equality and Human Rights Commission Research Report 56. Equality and Human Rights Commission.

Akrich, M. (1995). User representations: Practices, methods and sociology. In *Managing technology in society. The approach of constructive technology assessment* (pp. 167-184). Pinter Publishers.

Allport, G. W., Clark, K., & Pettigrew, T. F. (1954). *The nature of prejudice*. Addison-wesley.

American Psychological Association, "Inclusive Language Guidelines". Disponibile presso https://www.apa.org/about/apa/equity-diversity-inclusion/language-guidelines

Andersen, M. M., Varga, S., & Folker, A. P. (2022). On the definition of stigma. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, *28*(5), 847–853.

Antony, V. N., & Huang, C.-M. (2024). ID.8: Co-creating visual stories with generative AI. *ACM Transactions on Interactive Intelligent Systems*, *14*(3), 1-29.

Bailey, A. H., LaFrance, M., & Dovidio, J. F. (2019). Is man the measure of all things? A social cognitive account of androcentrism. *Personality and social psychology review*, *23*(4), 307-331.

Bardzell, S. (2010, April). Feminist HCI: taking stock and outlining an agenda for design. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1301-1310). Association for Computing Machinery.

Basballe, D. A., Halskov, K., & Hansen, N. B. (2016, August). The early shaping of participatory design at PDC. In *Proceedings of the 14th Participatory Design Conference: Short Papers, Interactive Exhibitions,*

Workshops-Volume 2 (pp. 21-24). Association for Computing Machinery.

Bello, B. G. (2020). Intersezionalità: teorie e pratiche tra diritto e società. Franco Angeli.

Bjerknes, G., Ehn, P., & Kyng, M. (1987). *Computers and democracy-a Scandinavian challenge*. Gower Publishing.

Blomberg, J., & Burrel, M. (2009). An ethnographic approach to design. In *Human-computer interaction* (pp. 87-110). CRC Press.

Bødker, S., Christiansen, E., Nyvang, T., & Zander, P. O. (2012, August). Personas, people and participation: challenges from the trenches of local government. In *Proceedings of the 12th Participatory Design Conference: Research Papers-Volume 1* (pp. 91-100). Association for Computing Machinery.

Bordalo, P., Coffman, K., Gennaioli, N., & Shleifer, A. (2016). Stereotypes. *The Quarterly Journal of Economics*, *131*(4), 1753-1794.

Bucchetti, V. (2021). Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere. FrancoAngeli.

Capozza, D., & Brown, R. (2000). Social identity processes: Trends in theory and research. SAGE Publications.

Chabaud-Rychter, D. (2018). The configuration of domestic practices in the designing of household appliances. In *The Gender-Technology Relation* (pp. 95-111). Taylor & Francis.

Collins, P. H. (2019). *Intersectionality as Critical Social Theory*. Duke University Press.

Collins, P. H. (2000). Black Feminist Thought: Knowledge, Consciousness, and the Politics of Empowerment (2nd ed.). Routledge.

Combahee River Collective (1977), The Combahee River Collective Statement. In Keeanga-Yamahtta Taylor (Ed.), *How We Get Free: Black Feminism and the Combahee River Collective* (pp. 15–27). Haymarket Books.

Conner, M., & Sparks, P. (2002). Ambivalence and attitudes. *European review of social psychology*, *12*(1), 37-70.

Constantine, L. (2006). Users, roles, and personas. In *The Persona Lifecycle* (pp. 498-519). Morgan Kaufmann Publishers.

Cooper, A., & Reimann, R. (2003). *About Face 2.0. The Essentials of Interaction Design*. Wiley Publishing.

Damodaran, L. (1996). User involvement in the systems design process-a practical guide for users. *Behaviour & information technology*, *15*(6), 363-377.

Darley, J. M., & Gross, P. M. (1983). A hypothesis-confirming bias in labeling effects. J*ournal of Personality and Social Psychology*, *44*, 20-33.

Davis, A. (1981). *Women, race & class*. Random House.

Delamont, S. (2009). The only honest thing: Autoethnography, reflexivity and small crises in fieldwork. *Ethnography and Education*, *4*, 51–63.

Devine, P. G., & Sharp, L. B. (2009). Automaticity and control in stereotyping and prejudice. *Handbook of prejudice, stereotyping, and discrimination* (pp. 61-87). Psychology Press Taylor & Francis Group.

D'Mello, A. M., Frosch, I. R., Li, C. E., Cardinaux, A. L., & Gabrieli, J. D. E. (2022). Exclusion of females in autism research: Empirical evidence for a "leaky" recruitment-to-research pipeline. *Autism Research*, *15*(10), 1833–1845.

Dovidio, J. F., Glick, P., & Hewstone, M. (2010). *The SAGE handbook of prejudice, stereotyping and discrimination*. SAGE Publications.

Dunn, D. S., & Andrews, E. E. (2015). Person-first and identity-first language: Developing psychologists' cultural competence using disability language. *American Psychologist*, *70*(3), 255.

Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: an overview. *Historical social research / Historische sozialforschung*, *36*(4), 273-290.

Gaver, B., Dunne, T., & Pacenti, E. (1999). Design: cultural probes. *Interactions*, *6*(1), 21-29.

Gheno, V. (2024). Grammamanti. Immaginare futuri con le parole. Giulio Einaudi Editore.

Girotto, V., & Legrenzi, P. (1999). *Psicologia del pensiero*.Il Mulino.

Goffman, E. (1986). Stigma: Notes on the management of spoiled identity. Simon & Schuster.

Hallihan GM, Shu LH. Considering Confirmation Bias in Design and Design Research. *Journal of Integrated Design and Process Science*, *17*(4), 19-35.

Hamraie, A. (2017). Building access: Universal design and the politics of disability. University of Minnesota Press.

Haraway, D. (1988). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, *14*(3), 575–599.

Hendren, S. (2020). What can a body do?: How we meet the built world. Penguin.

Hill, C. G., Haag, M., Oleson, A., Mendez, C., Marsden, N., Sarma, A., & Burnett, M. (2017, May). Gender-inclusiveness personas vs. stereotyping: Can we have it both ways?. In *Proceedings of the 2017 chi conference on human factors in computing systems* (pp. 6658-6671). Association for Computing Machinery.

hooks, b. (1994). *Teaching to transgress*. Routledge.

ISTAT. (2019). *Livelli di istruzione e ritorni occupazionali*. Istituto Nazionale di Statistica

Kahneman, D., & Frederick, S. (2002). Representativeness revisited: Attribute substitution in intuitive judgment. *Heuristics and biases: The psychology of intuitive judgment*, *49*(49-81), 74.

Kalbach, J. (2020). *Mapping experiences*. O'Reilly Media.

Källhammer, E., & Wikberg-Nilsson, Å. (2012). Gendered innovative design: critical reflections stimulated by personas. In *Promoting innovation: Policies, Practices and Procedures* (pp. 328-350). Vinnova.

Katz, I., Wackenhut, J., & Hass, R. G. (1986). Racial ambivalence, value duality, and behavior. In *Prejudice, discrimination, and racism* (pp. 35–59). Academic Press.

Koenitz, H., Di Pastena, A., Jansen, D., De Lint, B., & Moss, A. (2018, November). The myth of 'universal'narrative models: expanding the design space of narrative structures for interactive digital narratives.

In *International conference on interactive digital storytelling* (pp. 107-120). Springer International Publishing.

La Fortuna, L. (2023). È una questione di design: il senso degli oggetti nella cultura. Mimesis.

Lupton, E. (1993). Mechanical brides: Women and machines from home to office. Princeton Architectural Press.

Macrì, M. (2011). Rom e scuola: pratiche di inclusione ed esclusione in Italia. FrancoAngeli.

Marsden, N., & Haag, M. (2016, May). Stereotypes and politics: reflections on personas. In *Proceedings of the 2016 CHI conference on human factors in computing systems* (pp. 4017-4031). Association for Computing Machinery

Marsden, N., & Pröbster, M. (2019, May). Personas and identity: Looking at multiple identities to inform the construction of personas. In *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-14). Association for Computing Machinery

Mazzara, B. M. (2024). *Stereotipi e pregiudizi*. Il Mulino.

Nadal, K. L. (2013). That's So Gay!: Microaggressions and the Lesbian, Gay, Bisexual, and Transgender Community. American Psychological Association.

Nardi, B. A. (1997). The use of ethnographic methods in design and evaluation. In *Handbook of human-computer interaction* (pp. 361-366). North-Holland.

Noble, K., & McIlveen, P. (2012). Being, knowing, and doing: A model for reflexivity. In *Social constructionism in vocational psychology and career development* (pp. 105–113). Sense Publishers

Nocenzi, M., & Corbisiero, F. (2022). Intersezionalità: analisi critica della diseguaglianza sociale. Conceptualization.

Oudshoorn, N., Rommes, E., & Stienstra, M. (2004). Configuring the user as everybody: Gender and design cultures in information and communication technologies. *Science, Technology, & Human Values*, *29*(1), 30-63.

Pereira, N. (2022). Implicit Bias in UX Research Methods, *The Human Side of Service Engineering*, *62*, 75-83.

Plant, E. A., Hyde, J. S., Keltner, D., & Devine, P. G. (2000). The gender stereotyping of emotions. *Psychology of women quarterly*, *24*(1), 81-92.

Poerwandari, E. K. (2021). Minimizing bias and maximizing the potential strengths of autoethnography as a narrative research. *Japanese Psychological Research*, *63*(4), 310-323.

Pravettoni, G. (2017). Psicologia cognitiva: dalla teoria alla pratica. Mondadori università.

Queirolo Palmas, L. (2006). Figli della globalizzazione. Processi migratori e spazi educativi. FrancoAngeli.

Ramalho, B., Vicente, M., Escobar, H., Gama, S., Diniz, J., Charisis, V., & Dias, S. (2024, November). Developing sensorimotor art games for psoriatic arthritis using agile storyboarding and game co-design processes. In *Proceedings of the 11th International Conference on Software Development and Technologies for Enhancing Accessibility and Fighting Info-exclusion* (pp. 260–267). Association for Computing Machinery

Rapp, A. (2018). Autoethnography in human-computer interaction: Theory and practice. In *New directions in third wave human-computer interaction: Volume 2-Methodologies* (pp. 25-42). Springer International Publishing.

Ritter, E. F., Baxter, D. G., & Churchill, F. E. (2014). Foundations for designing user-centered systems: What system designers need to know about people. Springer-Verlag London.

Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. In *Advances in experimental social psychology* (pp. 173-220). Academic Press.

Sherman, S. J., & Corty, E. (1984). Cognitive heuristics. In *Handbook of social cognition* (pp. 189–286). Lawrence Erlbaum Associates Publishers

Smith, R. A. (2007). Language of the lost: An explication of stigma communication. *Communication Theory*, *17*(4), 462–485.

Spinuzzi, C. (2005). The methodology of participatory design. *Technical communication*, *52*(2), 163-174.

Stickdorn, M., & Schneider, J. (2012). *This is service design thinking: Basics, tools, cases*. John Wiley & Sons.

Sue, D. W., Capodilupo, C. M., Torino, G. C., Bucceri, J. M., Holder, A. M. B., Nadal, K. L., & Esquilin, M. (2007). Racial microaggressions in everyday life: Implications for clinical practice. A*merican Psychologist*, *62*(4), 271–286.

Tajfel, H. (1981). Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge University Press.

Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In *Political psychology* (pp. 276-293). Psychology Press.

Tilak, S., Bagley, B., Cantu, J., Cosby, M., Engelbert, G., Hammonds, J. K., & Williams, M. (2024). Using text-to-image generative AI to create storyboards: Insights from a college psychology classroom. *Journal of Sociocybernetics, 19*(1), 1-42

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.

Turner, P., & Turner, S. (2011). Is stereotyping inevitable when designing with personas?. *Design studies*, *32*(1), 30-44.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases. *Science, 185*(4157), 1124–1131

Wikström, A., Andersson Schaeffer, J., Öberg, Å., & Eriksson, Y. (2011). The use of storyboard to capture experiences. In DS 68-10: Proceedings of the 18th International Conference on Engineering Design (ICED 11), Impacting Society through Engineering Design (pp. 331–340). Design Society.

Wolff, P., & Holmes, K. J. (2011). Linguistic relativity. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, *2*(3), 253-265.

In questo libro le autrici riflettono sulle pratiche di design e su come stereotipi, pregiudizi e discriminazioni influenzano il processo progettuale, anche in modo inconsapevole. La riflessione si concentra sul processo più che sulle soluzioni progettuali: sulle dinamiche, le decisioni, gli assunti e i valori che si attivano prima ancora che la soluzione prenda forma. È in questo spazio, spesso trascurato, che si annidano molte delle cause profonde delle discriminazioni che ritroviamo nei risultati finali.Il punto di partenza è la comprensione dei concetti di stereotipo, di pregiudizio e di discriminazione, combinando la prospettiva cognitiva con la prospettiva sociale e culturale, per poi riflettere su alcuni approcci e metodi di design per ripensarli nell'ottica della progettazione responsabile.

Annamaria Recupero ha conseguito il Dottorato di Ricerca in Psicologia presso Sapienza Università di Roma, ed è attualmente ricercatrice presso l'Università degli Studi di Siena dove insegna Design della Comunicazione. Dal 2018 collabora con il Santa Chiara Fab Lab dell'Università degli Studi di Siena in progetti di ricerca e sviluppo applicando le metodologie del co-design e del design thinking. Si occupa di ricerca per il design con un focus specifico sulle dinamiche psico-sociali coinvolte nell'interazione con strumenti e servizi.

Letizia Vaccarella è assegnista di ricerca presso l'Università degli Studi di Siena, dove collabora con il Santa Chiara Fab Lab su progetti legati alla sostenibilità, all'accessibilità e all'uso delle tecnologie nei contesti educativi e culturali. Con un background in comunicazione, visual design e interaction design, si occupa di progettazione visiva e comunicazione accessibile, applicando metodologie di co-design e game design per il cambiamento sociale. È attivista transfemminista e si occupa di formazione su tematiche legate alle discriminazioni di genere e LGBTQIA+* in collaborazione con Arcigay.

Giulia Teverini è dottoranda in "Design for Made in Italy: Identity, Innovation & Sustainability" presso l'Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli". Svolge la sua attività di ricerca al Santa Chiara Fab Lab dell'Università di Siena, dove si occupa di innovazione design-driven in ambito sanitario e benessere. Attualmente collabora con il gruppo di ricerca Care and Wellbeing presso Elisava – Barcelona School of Design and Engineering. I suoi interessi di ricerca riguardano la progettazione di tecnologie che possano abilitare esperienze di cura, individuali e collettive, di valore.

WWW.LEDIZIONI.IT

9 791256 005369 >

€ 7,50