

ISSN PRINT 1824-1301
ISSN ONLINE 3103-5876

23 (42) 2026

International Journal
of Communication Design

Progetto Grafico

DESIGN UNDER ATTACK POLITICS, VALUES AND RESPONSIBILITY PRINCIPLES



AIAP EDIZIONI

DESIGN UNDER ATTACK POLITICS, VALUES AND RESPONSIBILITY PRINCIPLES



Progetto Grafico

N. 42, V. 23, Maggio • May 2026

International Journal
of Communication Design

Semestrale pubblicato da AIAP,
Associazione italiana design
della comunicazione visiva
*Half-yearly published by AIAP,
the Italian Association of Visual
Communication Design*

> pgjournal.aiap.it

ISSN print: 1824-1301
ISSN online: 3103-5876

Registrazione del Tribunale di Milano
n. 709 del 19/10/1991. Periodico
depositato presso il Registro Pubblico
Generale delle Opere Protette.
*Milan Court Registration No. 709 of
October 19, 1991. Periodical filed with the
General Public Register of Protected Works.*

Progetto Grafico adotta il sistema
di revisione del double-blind peer review.
*Progetto Grafico adopts a double-blind peer
review system.*

INDICIZZAZIONE INDEXING

Progetto Grafico è stata inclusa nella
lista ANVUR delle riviste di classe A
per l'area O8 e i settori O8/C1, O8/D1,
O8/E1, O8/F1.

*Progetto Grafico has been included in the
Italian ANVUR list of Class A Journals
for area O8 and sectors O8/C1, O8/D1,
O8/E1, O8/F1.*

EDITORE PUBLISHER

AIAP
Associazione italiana design
della comunicazione visiva
via Amilcare Ponchielli, 3
20129 Milano
+39 02 29520590
> aiap@aiap.it
> www.aiap.it

AIAP



CONSIGLIO DIRETTIVO AIAP 2025–2028
AIAP BOARD 2025–2028

PRESIDENTE
PRESIDENT
Francesco E. Guida

VICE PRESIDENTESSA
VICE PRESIDENT
Fabiana Ielacqua

SEGRETARIA GENERALE
GENERAL SECRETARY
Ilaria Montanari

CONSIGLIERI
BOARD MEMBERS
Isabella Battilani
Matteo Carboni
Gaetano Grizzanti
Maria Loreta Pagnani

COLLEGIO DEI PROBIVIRI
PANEL OF ARBITRATORS
Laura Bortoloni *Presidente President*
Simonetta Scala *Segretaria Secretary*
Stefano Tonti *Past President*
Giangiorgio Fuga
Claudio Madella

REVISORE DEI CONTI
AUDITOR
Dario Carta

SEGRETERIA E AMMINISTRAZIONE
SECRETARIAT AND ADMINISTRATION
Elena Panzeri

PAST PRESIDENT
PAST PRESIDENT
Marco Tortoioli Ricci

CENTRO DI DOCUMENTAZIONE SUL PROGETTO GRAFICO DI AIAP
AIAP GRAPHIC DESIGN DOCUMENTATION CENTRE
> www.aiap.it/cdpg/

RESPONSABILE ARCHIVIO, RICERCHE E BIBLIOTECA
ARCHIVE, RESEARCH AND LIBRARY MANAGER

Lorenzo Grazzani
> biblioteca@aiap.it

DIRETTORE SCIENTIFICO & RESPONSABILE

SCIENTIFIC & MANAGING DIRECTOR

Carlo Martino *Sapienza Università di Roma*

COMITATO SCIENTIFICO INTERNAZIONALE

INTERNATIONAL SCIENTIFIC COMMITTEE

José Manuel Allard *Pontificia Universidad Católica de Chile*

Andreu Balius *EINA, Centre Universitari de Disseny i Art de Barcelona*

Helena Barbosa *Universidade de Aveiro*

Letizia Bollini *Libera Università di Bolzano*

Mauro Bubbico *Abadir Accademia di Design e Comunicazione Visiva*

Valeria Bucchetti *Politecnico di Milano*

Fiorella Bulegato *Università Iuav di Venezia*

Paolo Ciuccarelli *Northeastern University*

Vincenzo Cristallo *Politecnico di Bari*

Federica Dal Falco *Sapienza Università di Roma*

Davide Fornari *ECAL/Haute école d'art et de design de Lausanne*

Rossana Gaddi *Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara*

Stuart Medley *Edith Cowan University*

Francesco Monterosso *Università degli Studi di Palermo*

Matteo Moretti *Università degli Studi di Sassari*

Luciano Perondi *Università Iuav di Venezia*

Daniela Piscitelli *Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"*

Emanuele Quinz *Université Paris 8 Vincennes-Saint-Denis*

Chiara Lorenza Remondino *Politecnico di Torino*

Elisabeth Resnick *Massachusetts College of Art and Design*

Fiona Ross *University of Reading*

Dario Russo *Università degli Studi di Palermo*

Gianni Sinni *Università Iuav di Venezia*

Michael Stoll *Technische Hochschule Augsburg*

Davide Turrini *Università degli Studi di Firenze*

Carlo Vinti *Università degli Studi di Camerino*

DIRETTORI DEL COMITATO EDITORIALE

EDITORS-IN-CHIEF

Alessio Caccamo *Sapienza Università di Roma*

Vincenzo Maselli *Sapienza Università di Roma*

COMITATO EDITORIALE INTERNAZIONALE

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

Roberta Angari *Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"*

Carlotta Belluzzi Mus *Sapienza Università di Roma*

Laura Bortoloni *Università degli Studi di Ferrara*

Josefina Bravo *University of Reading*

Fabiana Candida *Sapienza Università di Roma*

Dario Carta *CFP Bauer Milano*

Francesca Casnati *Politecnico di Milano*

Leonardo Gómez Haro *Universidad Politécnica de Valencia*

Pilar Molina *Pontificia Universidad Católica de Chile*

María Griñán Montealegre *Universidad de Murcia*

Cristina Marino *Università degli Studi di Parma*

Fabiana Marotta *Università degli Studi di Napoli "Federico II"*

Chris Nuss *University of Birmingham*

Giulia Panadisi *Università degli Studi "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara*

Dario Rodighiero *Universiteit Groningen*

Francesca Scalisi *Università degli Studi di Palermo*

Alessandro Spennato *Università degli Studi di Firenze*

Anna Turco *Sapienza Università di Roma*

Annapaola Vacanti *Università Iuav di Venezia*

MAIL DI CONTATTO & SOCIAL MEDIA

CONTACT MAILS & SOCIAL MEDIA

Director > director.pgjournal@aiap.it

Editorial > editors.pgjournal@aiap.it

Instagram @progetto_grafico_journal

LinkedIn @Progetto Grafico Journal

PROGETTO GRAFICO EDITORIALE

EDITORIAL DESIGN

Anna Turco

IMPAGINAZIONE

EDITING

Claudia Cecchi

COPERTINA

COVER

Si ringrazia Caterina Servadio, vincitrice della call for cover, per aver progettato e donato gratuitamente la copertina del numero 42 di Progetto Grafico.

We thank Caterina Servadio, winner of the call for cover, for designing and generously donating the cover of issue 42 of Progetto Grafico.

CARATTERI TIPOGRAFICI

TYPEFACE

Calvino by Andrea Tartarelli • Zetafonts

Atrament by Tomáš Brousil • Suitcase Type Foundry

PER LE ATTIVITÀ SVOLTE NEL 2026 RELATIVE AL DOUBLE-BLIND PEER REVIEW PROCESS, SI RINGRAZIANO I SEGUENTI REVISORI
AS CONCERN THE DOUBLE-BLIND PEER REVIEW PROCESS DONE IN 2026
WE WOULD THANKS THE FOLLOWING REFEREES

Roberta Angari *Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"*
Giovanni Baule *Politecnico di Milano*
Elena Caratti *Politecnico di Milano*
Ivo Caruso *Università degli Studi di Napoli "Federico II"*
Giulia Cordin *Libera Università di Bolzano*
Vincenzo Cristallo *Politecnico di Bari*
Veronica De Salvo *Università degli Studi di Palermo*
Daniela Dispoto *Sapienza Università di Roma*
Mario Fois *ISIA Roma Design*
Alvise Mattozzi *Politecnico di Torino*
Bruno Morello *ISIA Roma Design*
Marco Quagiotto *Politecnico di Milano*
Raimonda Riccini *Università Iuav di Venezia*
Chiara Scarpitti *Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"*
Raffaella Trocchianesi *Politecnico di Milano*
Elisabetta Trincherini *Università degli Studi di Ferrara*
Eleonora Trivellin *Università degli Studi di Ferrara*

DIRITTI

COPYRIGHTS

La rivista è pubblicata in open access. Tutto il materiale scritto dai collaboratori è disponibile sotto la licenza Creative Commons Attribuzione-NonCommerciale - Condividi allo stesso modo 4.0. Significa che può essere riprodotto a patto di citare Progetto Grafico, di non usarlo per fini commerciali e di condividerlo con la stessa licenza. *This is an open access publication. All material written by the contributors is available under Creative Commons license Attribution-NonCommercial- Share Alike 4.0 International. It can be reproduced as long as you mention Progetto grafico, do not use it for commercial purposes and share it with the same license.*



Le immagini utilizzate in Progetto Grafico rispondono alla pratica del fair use (Copyright Act 17 U.S.C. 107) recepita per l'Italia dall'articolo 70 della Legge sul Diritto d'autore che ne consente l'uso a fini di critica, insegnamento e ricerca scientifica a scopi non commerciali. *The images used in Progetto Grafico comply with fair use practices (Copyright Act 17 U.S.C. 107), implemented in Italy by Article 70 of the Copyright Law, which allows their use for criticism, teaching, and scientific research for non-commercial purposes.*

RINGRAZIAMENTI

AKNOWLEDGEMENTS

Progetto Grafico ringrazia Zetafonts per aver gentilmente concesso l'uso gratuito di uno dei suoi caratteri tipografici per la realizzazione di questa rivista. *Progetto Grafico thanks Zetafonts for kindly providing the complimentary use of one Calvino typefaces for this journal.*

ZETAFONTS™

Editoriale
Editorial

COMPLICI O AVVERSARI MILITANTI?

EDITORIALE PGJ412

di **Carlo Martino**

ACCOMPLICES OR MILITANT ADVERSARIES?

PGJ42 EDITORIAL

12 – 29

Inquadrare
Frame

ATTACCO AL DESIGN

VALORI, POLITICA, RESISTENZA

di **Valeria Bucchetti & Gianni Sinni**

DESIGN UNDER ATTACK

VALUES, POLITICS, RESISTANCE

30 – 55

Ricerca
Research

PUNTO, LINEA E DISINFORMAZIONE

O SE IL PROGETTO GRAFICO PUÒ INFLUENZARE
LA PERCEZIONE NEL GIORNALISMO POLITICO

di **Jim Pieretti**

POINT AND LINE TO DISINFORMATION

OR IF GRAPHIC DESIGN CAN INFLUENCE
THE PERCEPTION OF POLITICAL JOURNALISM

56 – 81

IL SONNO DELLA VISIONE GENERA MOSTRI

Costruzione dello sguardo
e politiche dell'immaginario

di **Lucia Lamacchia**

THE SLEEP OF VISION PRODUCES MONSTERS

CONSTRUCTING THE GAZE
AND POLITICS OF IMAGINATION

82 – 101

LE IMMAGINI DEL CONSENSO

Simboli, miti e propaganda
nelle copertine de la rivista illustrata
del popolo d'Italia (1923-1943)

di **Raissa D'Uffizi**

THE IMAGES OF CONSENT

Symbols, myths, and propaganda
on the covers of la rivista illustrata
del popolo d'Italia (1923-1943)

102 – 133

SEGNI & SIMBOLI FRA DESIGN, RESISTENZA & COLLETTIVITÀ

La disobbedienza semiotica
come atto civico di progetto

di **Alessio Caccamo, Alessandra Carrubba,
Mirko Bonfiglio & Caterina Vettriano**

SIGNS & SYMBOLS AMONG DESIGN, RESISTANCE & COLLECTIVITY

Semiotic disobedience
as a civic act of design

134 – 167

Ricerca
Research

LA TERRA È UNA GRANDE MEMORIA

IL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE
COME ATTO DI RESISTENZA MNESTICA

di **Clorinda Sissi Galasso & Anna Contro**

DESIGN ANTIDISCIPLINARE COME FORMA DI RESISTENZA EPISTEMICA

AGENCY CRITICA E POLITICA NELLA FORMAZIONE
IN DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

di **Francesco E. Guida, Enrico Isidori
& Claudia Tranti**

DESIGN ACTIVISM FOR QUEER FUTURES

OPEN DESIGN, CO-DESIGN E PEDAGOGIE CRITICHE
PER PROCESSI PARTECIPATIVI DI INNOVAZIONE
SOCIALE E TRASFORMAZIONE CULTURALE

di **Irene Fiesoli, Denise de Spirito,
Eleonora D'Ascenzi & Gabriele Pontillo**

LA PISCINA IN CUI TUTTI NUOTIAMO

PROGETTARE CONTROCORRENTE TRA
NEOLIBERALISMO E INFRASTRUTTURE COLLETTIVE

di **Teresa Pedretti, Pietro V. Ambrosini
& Letizia Bollini**

RENDERE VISIBILE IL CONFLITTO

IL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA
COME PRATICA CRITICA, PEDAGOGICA E POLITICA

di **Diletta Damiano**

THE EARTH IS A GREAT MEMORY

COMMUNICATION DESIGN
AS AN ACT OF MNESTIC RESISTENCE

168 – 193

ANTIDISCIPLINARY DESIGN AS EPISTEMIC RESISTANCE

CRITICAL AND POLITICAL AGENCY
IN COMMUNICATION DESIGN EDUCATION

194 – 217

DESIGN ACTIVISM FOR QUEER FUTURES

OPEN DESIGN, CO-DESIGN AND CRITICAL
PEDAGOGIES FOR PARTICIPATORY PROCESSES
OF SOCIAL INNOVATION AND CULTURAL TRANSFORMATION

218 – 235

THE POOL IN WHICH WE ALL SWIM

DESIGNING AGAINST THE TIDE FROM
NEOLIBERALISM TO COLLECTIVE INFRASTRUCTURES

236 – 255

MAKING CONFLICT VISIBLE

VISUAL COMMUNICATION DESIGN
AS A CRITICAL, PEDAGOGICAL, AND POLITICAL PRACTICE

256 – 271

Ricerca
Research

OLTRE IL WHITE CUBE

VALORI, LINGUAGGI E RESPONSABILITÀ DELLA
COMUNICAZIONE VISIVA NEGLI SPAZI ESPOSITIVI

di **Carlotta Belluzzi Mus & Gaia Casaldi**

BEYOND THE WHITE CUBE

VALUES, LANGUAGES AND RESPONSIBILITIES
OF VISUAL COMMUNICATION IN EXHIBITION SPACES

272 – 293

Visualizzare
Visualize

IL RUOLO DELLE COOPERATIVE NEL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE IN ITALIA

di **Luciano Perondi, Tommaso Guariento
& Giampiero Dalai**

THE ROLE OF COOPERATIVES IN COMMUNICATION DESIGN IN ITALY

294 – 319

CROMATOFORI

IL MIMETISMO DELLE MINORANZE,
CODE-SWITCHING E COMUNITÀ QUEER

di **William Graziani**

CHROMATOPHORES

THE MIMICRY OF MINORITIES,
CODE-SWITCHING AND THE QUEER COMMUNITY

320 – 329

Scoprire
Discover

POST-DIGITAL PRINT

LA MUTAZIONE DELL'EDITORIA DAL 1894

di **Alessandro Ludovico**
recensione di **Alessandra Clemente**

330 – 333

ON DESIGN, FEMINISM, AND FRIENDSHIP

di **Briar Levit**
recensione di **Monica Pastore**

334 – 339

Copertina
Cover

COVER N.42

di **Caterina Servadio**

340 – 341

COVER PROPOSALS


di **Giacomo Bocchini & Margherita Criseo,**
Sabrina D'Amicis & Domenico Piro - Studio Nosce,
Mattia Alfio Garozzo, Roberto Ingargiola, Daniel Lavrano,
Isotta Perugini, Elena Roccaro e Paola Tuccillo

342 – 343

OLTRE IL WHITE CUBE VALORI, LINGUAGGI E RESPONSABILITÀ DELLA COMUNICAZIONE VISIVA NEGLI SPAZI ESPOSITIVI


272 – 293

Carlotta Belluzzi Mus

 [0000-0003-0957-2155](https://orcid.org/0000-0003-0957-2155)

Sapienza Università di Roma
carlotta.belluzzimus@uniroma1.it

Gaia Casaldi

 [0009-0005-5020-9456](https://orcid.org/0009-0005-5020-9456)

Sapienza Università di Roma
gaia.casaldi@uniroma1.it

Design della Comunicazione Visiva • Exhibit Design
Design Plurale • Etica del Design • Narrative

Nel contesto contemporaneo, il museo non si configura più come un'istituzione esclusivamente dedicata alla conservazione del patrimonio culturale, ma si mostra permeabile a dinamiche di potere e politiche. Attraverso una critica al sistema narrativo museale e l'analisi di cinque casi studio, questo contributo evidenzia il ruolo centrale del Design della Comunicazione Visiva nella costruzione di contro-narrazioni capaci di decostruire l'esclusività e la gerarchia degli spazi espositivi tradizionalmente considerati neutrali.

Introduzione

La storia della museologia dimostra che gli spazi espositivi, come musei e mostre, non sono semplici contenitori neutri di oggetti artistici o culturali, ma agiscono come dispositivi politici che selezionano, gerarchizzano e amplificano narrazioni dominanti.

Attraverso la pratica espositiva, tali spazi modellano l'immaginario collettivo dei visitatori e della società culturale all'interno di specifiche cornici istituzionali, culturali ed economiche. Nel contesto attuale, il museo ha quindi superato il ruolo di istituzione esclusivamente dedicata alla conservazione del patrimonio culturale, divenendo permeabile a dinamiche di potere e a processi di legittimazione simbolica e ideologica. Le mostre producono ed espongono narrazioni che definiscono ciò che la società considera degno di memoria, visibilità e valore (Bennett, 1995; Duncan, 1995; Baioni, 2021).

273

Il regime del sapere non si esaurisce nelle scelte curatoriali o nei contenuti etici, ma si manifesta, come sottolinea Foucault (1977), in modo capillare e strutturale attraverso lo spazio e i dispositivi comunicativi e visivi che regolano la visibilità e accompagnano l'esperienza del pubblico. La pratica espositiva rende visibili alcune storie e ne neutralizza altre, allineandosi alle logiche statali, coloniali o patriarcali (Macdonald, 2006; Mignolo, 2003).

La teoria del White Cube (O'Doherty, 1986) descrive lo spazio espositivo moderno come una stanza tipicamente bianca, minimalista e uniformemente illuminata. Questa configurazione, tuttavia, non si propone come un contesto neutro, bensì come un'ideologia implicita che condiziona la percezione del contenuto. O'Doherty identifica alcuni tratti caratteristici del Cubo Bianco: l'isolamento dell'opera rispetto allo spazio e al contesto storico-culturale, la serialità ipnotica delle pareti bianche e l'onniscienza apparente del visitatore, profilato come soggetto distaccato, voyeuristico e in deficit di potere rispetto all'opera esposta.

Se da un lato il White Cube perpetua una narrazione di purezza formale e universalità, dall'altro consolida un canone ideologico occidentale fortemente correlato al concetto di gerarchia.

Critici successivi, come James Meyer (2000) e Maria Tuschberg, hanno ridefinito il White Cube non solo come apparato estetico, ma anche come dispositivo politico: un non-luogo capace di neutralizzare il dissenso e di trasformare ogni intervento artistico in merce. Da un punto di vista visivo, il linguaggio del White Cube si traduce in artefatti comunicativi e in sistemi di orientamento cromaticamente e tipograficamente austeri, che rinforzano un'ideologia alienante, rendendo invisibili le fratture sociali (Baule, 2018).

Superare tali logiche e orientarsi verso una progettazione contemporanea che vada oltre la neutralizzazione e la gerarchia richiede l'introduzione di contro-narrazioni all'interno del White Cube. Oltre il White Cube musei e spazi espositivi contemporanei si configurano come arene democratiche, in cui la comunicazione visiva promuove l'inclusione attiva attraverso sistemi grafici e spaziali capaci di stimolare la partecipazione cognitiva ed emotiva (Frascara, 2004). In questa prospettiva, la comunicazione visiva assume una responsabilità politica ed etica centrale. Dai layout espositivi curati dagli exhibit designer alla grafica, dagli apparati testuali ai sistemi di orientamento e mediazione, i linguaggi visivi non sono strumenti meramente funzionali, ma veri e propri attori nella produzione di senso e nella definizione delle relazioni di autorità tra istituzione e pubblico. Essi determinano chi prende la parola, da quale posizione e con quale grado di legittimità (Bal, 1996). In questa struttura politica, la comunicazione museale non si limita a rendere comprensibile e accessibile un contenuto, ma partecipa attivamente alla costruzione ideologica dell'istituzione (Hooper-Greenhill, 2000). Lo scenario futuro mostra una crescente attenzione critica verso le potenzialità della comunicazione visiva di sovvertire gli ordini narrativi museali imposti politicamente, trasformandosi da strumento di riproduzione del potere a spazio di negoziazione,

di conflitto e di contro-narrazione. Pratiche progettuali orientate alla decolonizzazione, alla partecipazione e alla pluralità sociale mettono in discussione l'autorità univoca dell'istituzione e interrogano il ruolo della comunicazione visiva come campo di resistenza e di riarticolazione simbolica (Sandell, 2007; Boast, 2011), ridefinendo il concetto di pubblico legittimo degli spazi espositivi. In questo senso, il museo diventa un laboratorio critico in cui la visualità non solo rappresenta il mondo, ma contribuisce a immaginarne uno diverso.

Nell'esperienza dello spazio espositivo opera una discriminante fondamentale: l'*entrance narrative*, un insieme implicito di pregiudizi e aspettative, rafforzato da immagini e saperi preesistenti (Tsybulskaya & Rounds, 2009).

La narrazione d'ingresso è un dispositivo cognitivo potente, poiché orienta l'esperienza del pubblico selezionando ex ante ciò che verrà percepito come interessante o comprensibile e ciò che resterà ai margini o invisibile (Falk & Dierking, 1992). Con la diffusione del modello del White Cube, ad esempio, l'*entrance narrative* si è consolidata nella percezione del museo come luogo di cultura esclusivo, destinato a una popolazione privilegiata chiamata a contemplare oggetti d'arte isolati ed elevati a simbolo estetico e sociale.

274

Considerando questo aspetto teorico, si comprende come la comunicazione visiva intervenga non solo nella mediazione interna alla mostra, ma anche nella costruzione o nella messa in discussione delle narrazioni che costituiscono il bagaglio pregresso dei visitatori. L'*entrance narrative* si forma anche attraverso il progetto di comunicazione esterna, le campagne diffuse, le pagine digitali della biglietteria e i pannelli informativi. Il linguaggio visivo con cui il visitatore entra in contatto prima della visita contribuisce a creare un legame e a definire implicitamente le aspettative e le modalità di fruizione dello spazio museale. Quando l'identità visiva è progettata adottando registri inclusivi, immagini non stereotipate e riferimenti culturali plurali, l'esperienza risulta percepita come democratica e universalmente pertinente (Baule & Caratti, 2016).

L'idea di *entrance narrative* consente di leggere con chiarezza il potenziale politico del design della comunicazione visiva negli spazi espositivi. Non si tratta solo di soluzioni etiche e funzionali legate alla rappresentazione e alla leggibilità, ma di vere e proprie strategie narrative capaci di incidere sulla percezione e di influenzare la sensazione di appartenenza del visitatore. Gli artefatti grafici possono sostenere

l'illusione di neutralità del White Cube o, al contrario, esplicitare le condizioni storiche e sociali che hanno generato la collezione e la mostra. La presenza di lingue minoritarie, caratteri impuri, iconografie non normate, corpi al di fuori dei canoni dominanti e percorsi accessibili chiaramente indicati non ha solo valore informativo, ma anche performativo: modifica l'*entrance narrative* e crea segnali di riconoscimento e di relazione democratica con la totalità degli individui.

Per i designer che operano in musei e mostre, la responsabilità è quella di adottare una grammatica politica capace di trasformare la comunicazione visiva da supporto neutro a strumento di contro-narrazione democratica. Un manifesto di tale grammatica includerebbe: la necessità di mantenere trasparenza sulle relazioni di potere e sull'identificazione degli autori dei messaggi; il bisogno di co-progettare e integrare nel progetto grafico tracce del processo partecipativo come dispositivo politico in grado di documentare la pluralità, restituendo voce a chi è stato escluso dal canone tradizionale e trasformando lo spazio in un laboratorio vivo di democrazia; e infine, l'assunzione dell'accessibilità come prerequisito politico. Progettare sistemi visivi che amplino il pubblico possibile non come tecnica, ma come atto di redistribuzione simbolica: layout ad alto contrasto, testi in braille o multilingue, wayfinding multisensoriale (tattile/sonoro) e scale iconografiche intuitive per non-lettori, con prototipi testati con utenti reali. In questo modo, l'accessibilità rompe l'*entrance narrative* elitaria, affermando che il museo è per corpi e menti diversi, generando inclusione effettiva anziché simbolica.

Per comprendere come i principi di responsabilità politica della comunicazione visiva si traducano in contesti reali, vengono analizzati i valori e le risonanze di cinque casi di studio di rilievo nazionale e internazionale. La selezione dei casi di studio è stata guidata da parametri quali l'aderenza del tema curatoriale a un intento politico di fondo, il ruolo della comunicazione visiva spaziale e editoriale nell'allestimento delle mostre e la dislocazione delle esperienze su scala nazionale e internazionale; inoltre, durante una mappatura preliminare, si è dato peso anche alla collocazione delle mostre in spazi neutri o non caratterizzati, in continuità con la necessità di analizzare il ruolo del White Cube nella politicizzazione del design applicato ai contesti espositivi. Questi casi intendono validare le riflessioni critiche proposte e stimolare il dibattito sul contributo del design visivo a trasformare le pratiche museali oltre il White Cube, verso un approccio politico che si discosti dal potere di neutralizzazione selettiva.

Triennale Milano XXIV Esposizione “Geopolitica e Biopolitica delle Diseguaglianze”, Milano (2025)

La Triennale di Milano rappresenta uno degli spazi pubblici più significativi e frequentati della città, caratterizzato da un pubblico eterogeneo che varia profondamente per interessi, finalità di visita e aspettative culturali. L'edizione del 2025, dedicata alla geopolitica e alla biopolitica delle diseguaglianze, si configura come un progetto di portata globale che ospita 341 autori provenienti da 73 paesi.

Questo scenario di straordinaria apertura geografica e sociale ha costituito il terreno fertile per la costruzione di narrazioni inclusive e non esclusive, in cui la comunicazione visiva svolge un ruolo determinante nel mediare la complessità politica e sociale.

La veste grafica della mostra ① è stata progettata dallo Studio FF3300, collettivo di design noto per il suo approccio critico e *politically engaged* alla comunicazione visiva. Essa definisce strategie deliberate per costruire uno spazio espositivo *democraticamente accessibile e politicamente schierato* a favore delle soggettività subalterne.

Il sistema grafico sviluppato non è puramente funzionale o estetico, ma produce effetti ideologici (Margolin, 2002) supportati da tre strategie principali: (i) l'uso di una *tipografia scalabile e modulare*; (ii) la creazione di *mappe contro-cartografiche* che sovvertono le rappresentazioni geografiche e decostruiscono le convenzioni attraverso rappresentazioni che privilegiano i flussi migratori, le rotte dell'esilio, i network di solidarietà transnazionale; (iii) la costruzione di un *wayfinding iconico* che accompagna e orienta efficacemente la navigazione attraverso temi complessi come le migrazioni forzate, l'housing precario e le diseguaglianze strutturali.

Particolarmente significativo è il modo in cui l'*entrance narrative* è stata progettata come dispositivo di inclusione radicale. Gli ingressi tematici sono caratterizzati da citazioni dirette di attivisti marginalizzati in font *bold oversized*, una scelta grafica che sovverte le narrazioni, dando voce e visibilità a soggetti normalmente esclusi dal discorso pubblico dominante.

Infine, le visualizzazioni interattive dei dati permettono ai visitatori di collegare esperienze globali a contesti locali, rendendo tangibili e comprensibili fenomeni complessi attraverso un linguaggio visivo immediato. L'interattività non è meramente decorativa, ma funzionale allo sviluppo dell'empatia e della comprensione ②.

Il Design della Comunicazione si configura così come pratica epistemica dal ruolo di mediatore attivo (Rose, 2016) all'interno del sistema museo.

Biennale d'Arte di Venezia 2024 “Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere”, Venezia (2024)

La 60ª Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia, curata da Adriano Pedrosa, prende il titolo dalle opere in neon del collettivo italo-britannico Claire Fontaine. Le installazioni luminose riportano in oltre cinquanta lingue, tra cui alcune indigene ormai estinte, l'espressione “stranieri ovunque”, trasformando una frase che può essere letta sia come constatazione xenofoba sia come dichiarazione di solidarietà universale. L'opera del collettivo Claire Fontaine apre il percorso delle Corderie all'Arsenale, costruendo un'*entrance narrative* democratica e inclusiva che esplicitamente esorta ad abbandonare ogni forma di razzismo, nazionalismo e discriminazione. La scelta di utilizzare lingue indigene estinte è un atto di contromemoria che restituisce visibilità a culture cancellate dalla storia ufficiale ③.

Al centro del progetto, l'allestimento progettato da Lina Bo Bardi nel 1968, caratterizzato dall'uso dei celebri cavalletti di vetro ④. Questi dispositivi - costituiti da lastre di vetro autoportanti su basi cubiche in cemento - nascevano dall'idea radicale di desacralizzare la parete museale, rifiutando la tradizionale gerarchia verticale dell'appendere opere su muri istituzionali.

La scelta di Pedrosa di recuperare questo sistema allestitivo è programmatica: i cavalletti di Bo Bardi incarnano un'estetica anti-monumentale e democratica, in cui le opere fluttuano nello spazio in una disposizione orizzontale che invita alla circolazione libera e non gerarchica. La comunicazione policromatica e popolare ⑤ del Nucleo Contemporaneo rifugge dall'estetica minimalista e bianca tipica delle istituzioni d'arte contemporanea occidentali, abbracciando invece colori vivaci e saturati che richiamano tradizioni visuali non occidentali, l'estetica popolare, il kitsch, il decorativo, elementi storicamente svalutati dall'establishment artistico eurocentrico. Questa scelta cromatica e compositiva non è ornamentale ma discorsiva: i sistemi grafici e allestitivi orientano la percezione del visitatore e definiscono gerarchie di valore culturale (Lupton & Miller, 1996). Il focus sulla contro-narrazione politica si concentra, infatti, su figure specifiche valorizzate e centralizzate dall'impianto visivo e spaziale: l'artista queer, l'outsider ai margini del mondo dell'arte, l'artista folk o pop, l'artista indigeno trattato come straniero nella propria terra.

Si osserva, infine, come il progetto operi su due livelli simultanei: da un lato, un'estetica e un'aspettativa di accoglienza radicale; dall'altro, rifiuta l'estetica neutralizzante delle istituzioni occidentali, abbracciando invece una visualità multiculturale, colorata e non gerarchica, che include e sfida le convenzioni del White Cube.



①
"Geopolitica e Biopolitica delle
Diseguaglianze", Milano (2025)
*"Geopolitics and Biopolitics of Inequalities",
Milan (2025)*

④
"Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere",
Venezia (2024)
*"Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere",
Venice (2024)*



“Manifesta12”, Palermo (2018)

Manifesta 12 rappresenta un caso utile a mostrare come la comunicazione visiva possa operare come strumento di contro-narrazione urbana e di sovversione delle rappresentazioni mainstream. Mousse Agency ha sviluppato un sistema visivo radicalmente distante dall'estetica istituzionale tradizionale, basato su un trattamento delle immagini colorato e psichedelico, concepito come metafora visiva dell'ibridazione e delle metamorfosi che caratterizzano Palermo come crocevia mediterraneo.

Il sistema grafico ©, ⑦ si articola attraverso immagini originali bitonali che catturano elementi fitomorfi e urbani, poi sottoposti a un trattamento cromatico che li fa contaminare tra naturale e artificiale, in cui i colori acidi evocano simultaneamente vitalità organica e tossicità chimica, bellezza naturale e inquinamento urbano. Il concept del virus grafico è particolarmente significativo dal punto di vista politico. Mousse Agency ha descritto l'identità visiva come un sistema “capace di infettare qualsiasi immagine”, un dispositivo che “hackera la comunicazione e mescola le curve di colore”.

L'uso della metafora virale non è casuale: il virus è una contaminazione che attraversa confini, mescola identità, trasforma l'ospite. In un contesto dinamico come quello di Palermo, la metafora del virus diventa un modo di rappresentare visivamente la coesistenza non come armonia statica, ma come contaminazione dinamica (Muraben, 2018). Inoltre, il carattere grottesco, caratterizzato da forme geometriche ibride, riflette la stessa logica di contaminazione formale del sistema d'immagini. La tipografia, in contrasto con l'organicità delle immagini trattate, crea una tensione visiva tra ordine e caos, tra staticità e trasformazione.

In conclusione, il rifiuto del minimalismo neutralizzante tipico delle biennali internazionali e l'adozione di un'estetica massimalista e psichedelica, che richiama controculture, movimenti di protesta e linguaggi visivi urbani, si configurano come agenti di sovversione e strumenti politici per rappresentare una città storica come organismo urbano vivo, in trasformazione e vitale.

“Hope to Nope: Graphics and Politics 2008-18”, Design Museum, London (2018)

La mostra costituisce un caso paradigmatico di come il graphic design espositivo possa riflettere e amplificare il contenuto politico della mostra attraverso scelte formali radicali. Il progetto grafico, firmato dallo studio LucienneRoberts+, si configura come una riflessione metagrafica sul ruolo dei messaggi politici visivi nel decennio 2008-2018, periodo segnato da movimenti

come Occupy, le Primavere Arabe, Black Lives Matter, la Brexit e l'elezione di Trump. Attraverso poster, placche di protesta, *meme*, campagne virali e altri artefatti della comunicazione politica, si esplora la trasformazione del design grafico da strumento di speranza a veicolo di disillusione e di rifiuto.

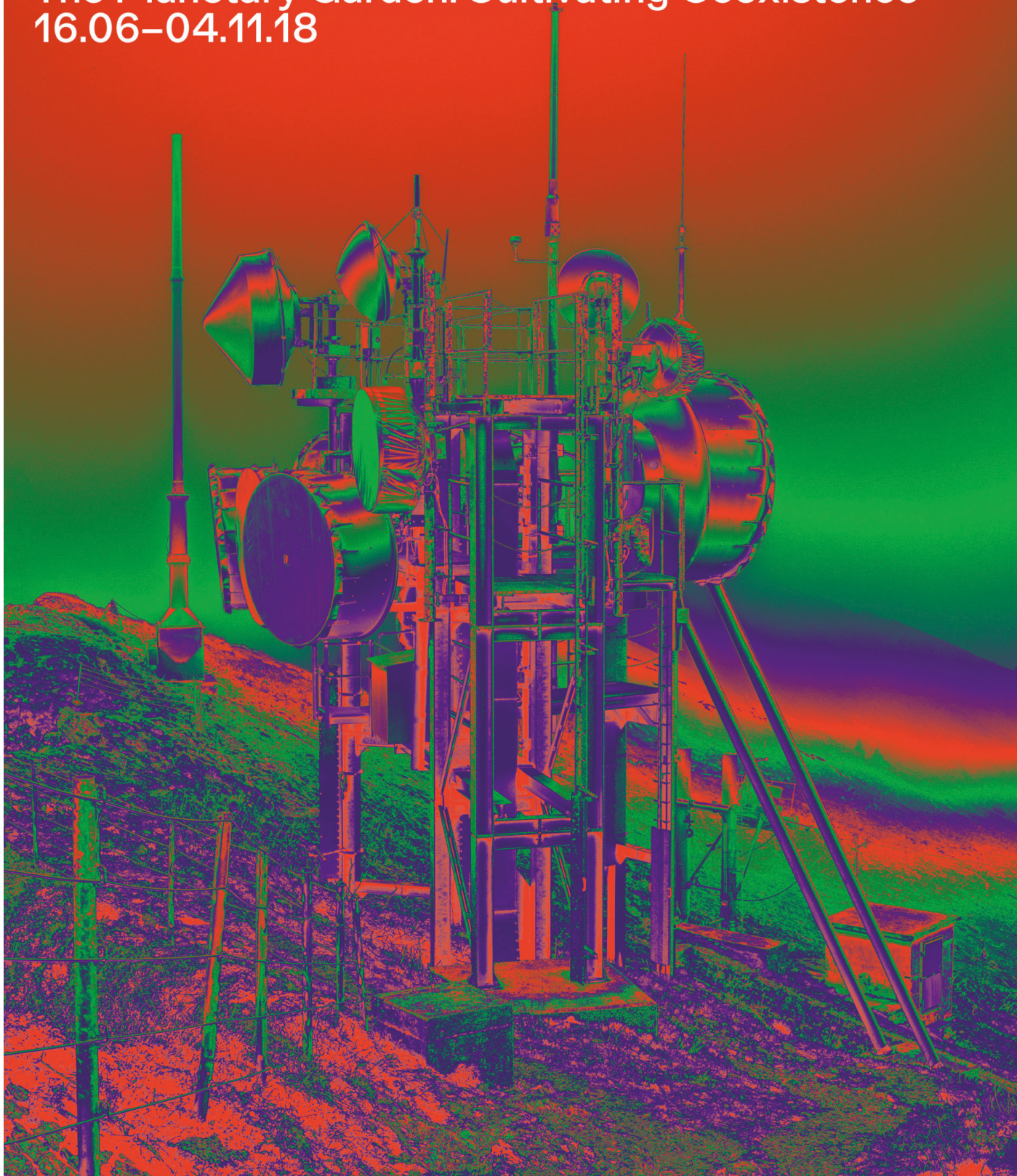
L'identità visiva della mostra è configurata come un collage di linguaggi visivi contrastanti, che riflette deliberatamente il caos e la pluralità cacofonica del decennio analizzato e si posiziona come elemento di rottura visiva rispetto all'ambiente tradizionalmente neutrale e minimal del Design Museum. La strategia tipografica mantiene leggibilità e accessibilità in un ambiente visivamente denso e sovraccarico, ma al contempo gioca con ironia e contrasto alternando neutralità a operazioni di *over-scaling*, mimando la natura stessa della comunicazione politica contemporanea, dove messaggi sussurrati coesistono con slogan urlati. Densità e multimedialità dei contenuti rappresentano un elemento chiave del progetto. L'allestimento stratifica poster stampati, schermi digitali, proiezioni, oggetti tridimensionali, creando un ambiente immersivo che rispecchia la saturazione informativa dell'era dei social media e sperimenta la stessa condizione di *information overload*. In questo senso il progetto grafico non si limita a contenere i materiali esposti ma li interpreta attivamente: Jona Piehl, in *Graphic Design in Museum Exhibitions: Display, Identity and Narrative* (2020), dimostra come la grafica espositiva non possa essere ridotta a dispositivo di display, ma contribuisca sostanzialmente alla costruzione del contenuto e alle modalità con cui esso viene vissuto nello spazio museale. Anche la scelta cromatica è radicale: nessuna palette unificante, nessuna neutralizzazione tonale. Il progetto grafico utilizza colori segnaletici e iconici che preservano il potere politico delle opere originali e rifiutano la democrazia cromatica ©.

Infine, la mostra integra visual design e data visualization. Diagrammi temporali, mappe di diffusione virale e network di hashtag non vengono impiegati come semplici elementi decorativi, ma come strumenti per decostruire il concetto di manifesto politico come forma d'arte e per fornire al pubblico, in chiave pedagogica, strumenti critici per la comprensione della materia, preservando la carica sovversiva delle opere ©.

“Forensic Architecture - Counter Investigations”, ICA London (2018)

L'ultimo caso di studio, realizzato all'Institute of Contemporary Arts di Londra, rappresenta un caso limite, in cui il graphic design diventa uno strumento di controinchiesta e di contro-narrazione su violenze statali, crimini di guerra, abusi polizieschi e violazioni dei diritti umani. Il progetto grafico, realizzato dallo studio Other Means, trasforma lo spazio espositivo in un

Manifesta 12 Palermo
The Planetary Garden. Cultivating Coexistence
16.06–04.11.18

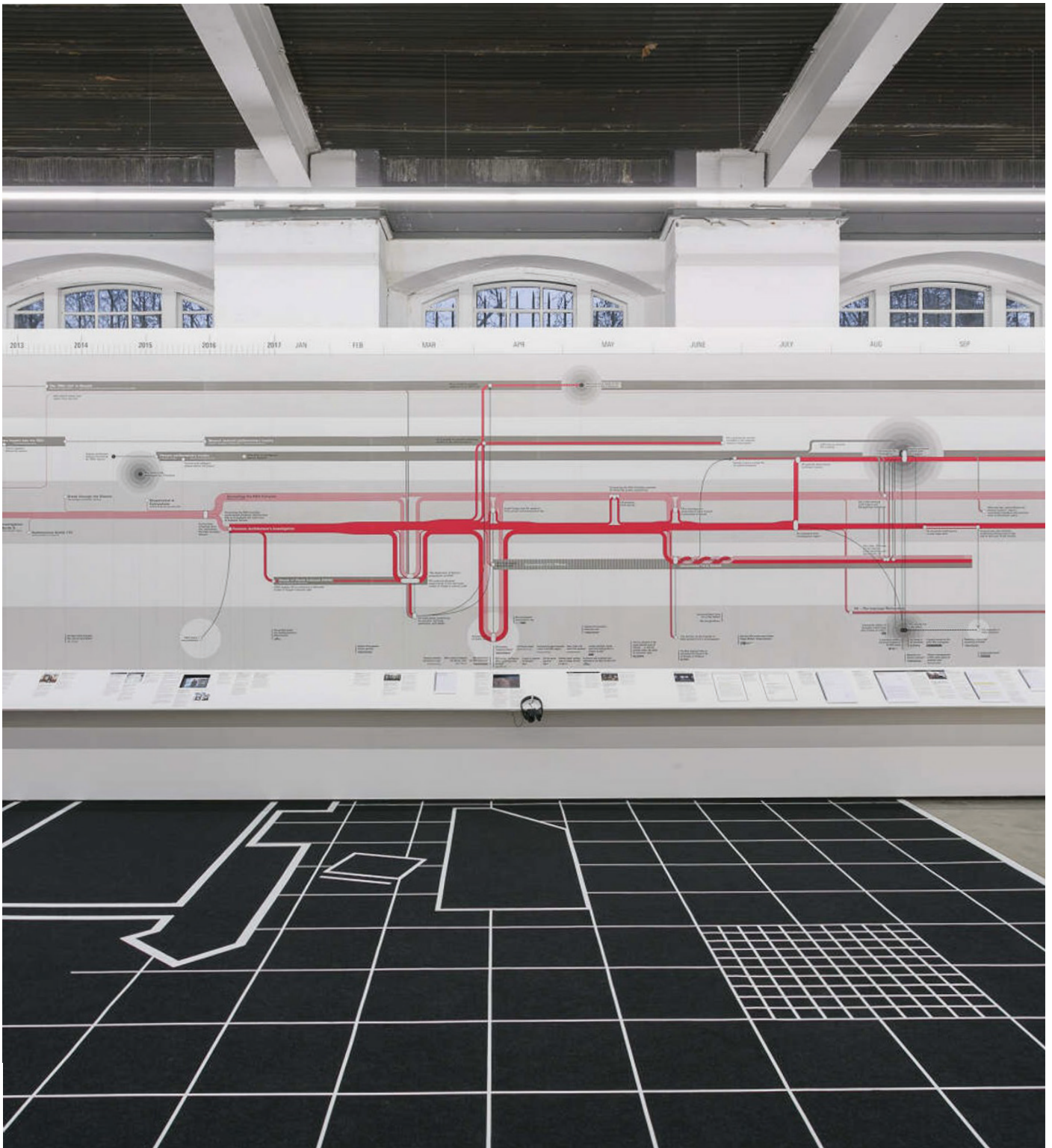




⑧

"Hope to Nope: Graphics and Politics 2008-18", Londra (2018)

"Hope to Nope: Graphics and Politics 2008-18", London (2018)



ambiente probatorio, volto a creare un'*entrance narrative* avvincente e un'esperienza in cui il visitatore è invitato ad assumere il ruolo di investigatore, giudice, testimone. Il sistema grafico combina diagrammi a parete, planimetrie tatuate a terra e tipografia annotativa. Non si tratta di un'estetica intimidatoria, ma di una strategia comunicativa che invita alla partecipazione attiva e alla democratizzazione dell'expertise.

Le mappe temporali e i flussi testuali costituiscono il cuore del sistema visivo @, @. *Forensic Architecture* utilizza sofisticati strumenti di narrazione per ribaltare le versioni ufficiali di eventi contestati. Le mappe non sono rappresentazioni neutre, ma argomenti visuali, calibrati per costruire evidenza a fronte di prove contrastanti rispetto alle versioni ufficiali dei fatti.

La tipografia annotativa svolge un ruolo cruciale nell'identità del sistema: numeri, frecce, legende e note a margine trasformano le immagini in documenti analitici. Non più didascalie passive, ma apparati critici che guidano l'occhio e isolano o mettono in relazione dettagli significativi. La tipografia è sobria, burocratica, ma non per adattarsi al contesto neutrale, quanto per enfatizzare l'engagement e richiamare deliberatamente il linguaggio dei rapporti forensi, delle perizie tecniche, dei documenti legali.

282

Inoltre, il layout dello spazio è caratterizzato dall'apertura e dall'assenza di gerarchie curatoriali imposte: una riflessione visiva sull'idea politica secondo cui la verità non è imposta dall'alto, ma ricostruita dal basso attraverso la partecipazione attiva dei cittadini. Il graphic design del progetto in questione riesce a produrre credibilità, utile a costruire evidenza e generare verità contro-egemoniche. La comunicazione visiva assume responsabilità epistemologiche capaci di sfidare le narrazioni statali, smascherare le menzogne istituzionali e restituire voce e visibilità alle vittime di violenze altrimenti invisibili.

Conclusioni

L'analisi dei casi di studio presentati, rappresentativi di un più ampio panorama globale, evidenzia come il ruolo della comunicazione visiva, dalla grafica decorativa al dispositivo cognitivo e politico, sia profondamente radicato nella pratica museale contemporanea e favorisca la trasparenza delle dinamiche di potere, delle gerarchie e delle responsabilità. Inoltre, nelle pratiche progettuali esaminate, il design apre spazi interpretativi funzionali alla creazione di narrazioni plurali, comunicazioni dirette e contro-storie, in linea con la sensibilità dei progettisti e dei team curatoriali. La costruzione di contro-narrazioni che sovvertono i principi del White Cube non si discosta dall'idea di linguaggio visivo

come linguaggio ideologico, ma dimostra come il potere istituzionale possa orientarsi verso etiche di inclusione e verso società non gerarchiche. Questi progetti mostrano che il ruolo di agente politico non si limita all'oggetto artistico, ma si estende inevitabilmente al progetto grafico e spaziale, concretizzandosi in scelte relative a iconografie, tipografie, cromatismi e materiali. La dimensione esperienziale e sinestetica degli spazi espositivi dipende dagli stimoli generati dagli input visivi rivolti al pubblico; di conseguenza, il design deve necessariamente considerare il proprio posizionamento etico e politico nella produzione di tali input.

In sintesi, nel panorama museale contemporaneo, la comunicazione visiva si configura come un campo di negoziazione politica e culturale, in grado di ridefinire la relazione tra istituzione e pubblico, promuovere la trasparenza e aprire lo spazio ai margini. L'adozione di un linguaggio critico può sia perpetuare sia sovvertire i dispositivi di potere nei modelli espositivi ereditati dall'epoca moderna. Se il White Cube ha rappresentato il paradigma gerarchico di un'esperienza visiva e contemplativa regolata da norme implicite di esclusione, le pratiche analizzate dimostrano che il Visual e l'Exhibit Design possono diventare strumenti di resistenza, includendo soggettività e linguaggi e guidando il settore verso forme di fruizione più democratiche e partecipative. La sovversione non si realizza attraverso l'ornamento o la mera provocazione formale, ma mediante una riformulazione consapevole e responsabile dei linguaggi visivi che costruiscono l'immaginario museale. La comunicazione visiva assume così un ruolo equivalente a quello dell'opera d'arte o del testo curatoriale: costruisce una grammatica che rende visibile la complessità sociale, rinegozia le memorie e genera nuove forme di cultura estetica. In sinergia con le altre componenti mediatiche del sistema, il progetto visivo produce conoscenza, superando l'illusione di un sapere neutro e universale, spesso esclusivo.

La museografia contemporanea individua nel design un alleato politico e un campo operativo per sperimentare modelli di partecipazione, accessibilità e trasparenza. Le tensioni tra potere e rappresentazione, tra centro e margini, tra neutralità e schieramento, costituiscono un terreno fertile per una nuova pratica curatoriale che accoglie la parzialità e la complessità. Attraverso tipografie non convenzionali, linguaggi plurali, dispositivi multisensoriali e pratiche di co-progettazione, il design si configura come un'infrastruttura democratica di un museo inteso come spazio relazionale, etico e trasformativo. In definitiva, la riflessione sul potere performativo della comunicazione visiva restituisce al museo la sua dimensione più vitale: quella di luogo in cui il vedere si configura come atto politico e in cui il progetto

espositivo non si limita a rappresentare il mondo, ma contribuisce attivamente a riscriverlo. In questa prospettiva, la museologia del futuro potrà superare l'ideologia del White Cube, affermando modelli di rappresentazione che riconoscono la diversità come valore generativo e la comunicazione visiva come pratica di cittadinanza culturale.

BEYOND THE WHITE CUBE VALUES, LANGUAGES AND RESPONSIBILITIES OF VISUAL COMMUNICATION IN EXHIBITION SPACES

*Visual Communication Design, Exhibit Design,
Plural Design, Design Ethics, Narrative*

283

Abstract

In the contemporary context, museums are no longer institutions exclusively dedicated to the preservation of cultural heritage, but are permeable to power dynamics and politics. Through a critique of the museum narrative system and the analysis of five case studies, this contribution highlights the central role of Visual Communication Design in the construction of counter-narratives capable of deconstructing the exclusivity and hierarchy of exhibition spaces traditionally considered neutral.

Introduction

The history of museology demonstrates that exhibition spaces, such as museums and exhibitions, are not simply neutral containers for artistic or cultural objects, but act as political devices that select, hierarchise and amplify dominant narratives. Through exhibition practice, such spaces shape the collective imagination of visitors and of cultural society within specific institutional, cultural and economic frameworks. In the current context, the museum has therefore moved beyond its role as an institution exclusively dedicated to the preservation of cultural heritage, becoming permeable to power dynamics and to processes of symbolic and ideological legitimisation. Exhibitions produce and display narratives that define what society considers worthy of memory, visibility and value (Bennett, 1995; Duncan, 1995; Baioni, 2021). The regime of knowledge

is not exhausted by curatorial choices or ethical content, but manifests itself, as Foucault (1977) underlines, in a capillary and structural manner through space and through the communicative and visual devices that regulate visibility and accompany the audience's experience. Exhibition practice renders some stories visible whilst neutralising others, aligning itself with state, colonial or patriarchal logics (Macdonald, 2006; Mignolo, 2003).

The theory of the White Cube (O'Doherty, 1986) describes the modern exhibition space as a typically white, minimalist and uniformly lit room. This configuration, however, does not present itself as a neutral context, but rather as an implicit ideology that conditions the perception of content. O'Doherty identifies several characteristic traits of the White Cube: the isolation of the work from its space and historical-cultural context, the hypnotic seriality of white walls, and the apparent omniscience of the visitor, profiled as a detached, voyeuristic subject in a position of power deficit relative to the exhibited work. Whilst the White Cube perpetuates a narrative of formal purity and universality, it simultaneously consolidates a Western ideological canon strongly correlated with the concept of hierarchy. Later critics, such as James Meyer (2000) and Maria Tuschberg, have redefined the White Cube not only as an aesthetic apparatus, but also as a political device: a non-place capable of neutralising dissent and of transforming every artistic intervention into a commodity. From a visual standpoint, the language of the White Cube translates into communicative artefacts and orientation systems that are chromatically and typographically austere, reinforcing an alienating ideology and rendering social fractures invisible (Baule, 2018).

Transcending such logics and orienting oneself towards a contemporary design approach that goes beyond neutralisation and hierarchy requires the introduction of counter-narratives within the White Cube. Beyond the White Cube, museums and contemporary exhibition spaces configure themselves as democratic arenas in which visual communication promotes active inclusion through graphic and spatial systems capable of stimulating cognitive and emotional participation (Frascara, 2004). From this perspective, visual communication assumes a central political and ethical responsibility. From exhibition layouts curated by exhibit designers to graphics, from textual apparatuses to wayfinding and mediation systems, visual languages are not merely functional tools, but genuine actors in the production of meaning and in the definition of authority relations between institution and public. They determine who speaks, from which position, and with what degree of legitimacy (Bal, 1996). Within this political structure,

museum communication does not merely render content comprehensible and accessible, but actively participates in the ideological construction of the institution (Hooper-Greenhill, 2000). The future scenario reveals a growing critical attention towards the potential of visual communication to subvert politically imposed museum narrative orders, transforming itself from an instrument of power reproduction into a space of negotiation, conflict and counter-narrative. Design practices oriented towards decolonisation, participation and social plurality challenge the unitary authority of the institution and interrogate the role of visual communication as a field of resistance and symbolic rearticulation (Sandell, 2007; Boast, 2011), redefining the concept of the legitimate public of exhibition spaces. In this sense, the museum becomes a critical laboratory in which visibility not only represents the world, but contributes to imagining a different one.

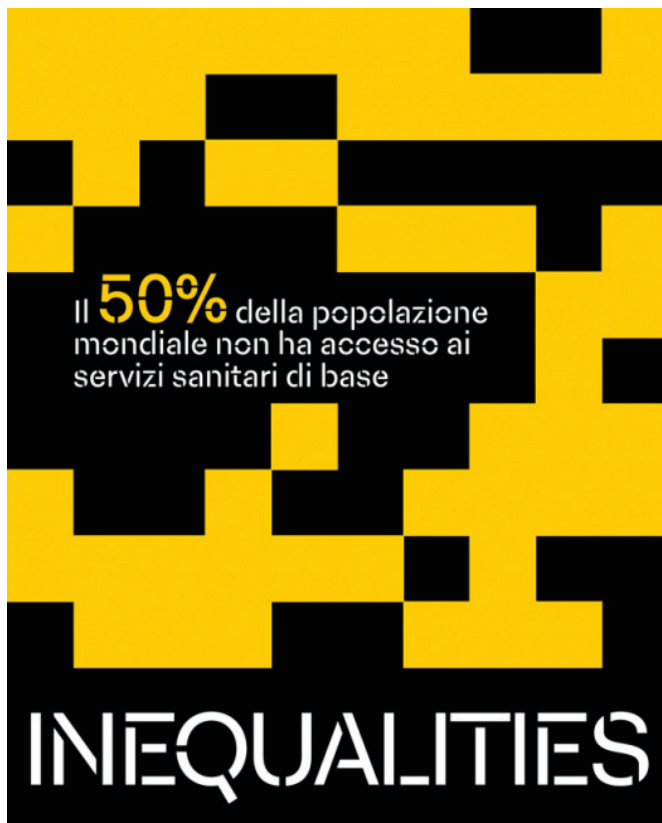
Within the experience of the exhibition space, a fundamental discriminant operates: the *entrance narrative*, an implicit set of prejudices and expectations, reinforced by pre-existing images and knowledge (Tsybul'skaya & Rounds, 2009). The entrance narrative is a powerful cognitive device, since it orients the audience's experience by selecting *ex ante* what will be perceived as interesting or comprehensible and what will remain marginal or invisible (Falk & Dierking, 1992). With the spread of the White Cube model, for example, the *entrance narrative* has become consolidated in the perception of the museum as an exclusive cultural venue, intended for a privileged population called upon to contemplate artworks isolated and elevated to the status of aesthetic and social symbol.

Considering this theoretical aspect, one understands how visual communication intervenes not only in internal mediation within the exhibition, but also in the construction or questioning of the narratives that constitute visitors' prior knowledge. The *entrance narrative* is also formed through the external communication project, distributed campaigns, digital ticketing pages and information panels. The visual language with which the visitor comes into contact prior to the visit contributes to creating a bond and to implicitly defining expectations and modes of engaging with the museum space. When visual identity is designed adopting inclusive registers, non-stereotyped images and plural cultural references, the experience is perceived as democratic and universally relevant (Baule & Caratti, 2016). The concept of the *entrance narrative* allows for a clear reading of the political potential of visual

communication design in exhibition spaces. This is not merely a matter of ethical and functional solutions linked to representation and legibility, but of genuine narrative strategies capable of affecting perception and influencing the visitor's sense of belonging. Graphic artefacts can sustain the illusion of the White Cube's neutrality or, conversely, make explicit the historical and social conditions that generated the collection and the exhibition. The presence of minority languages, impure typefaces, non-normative iconographies, bodies outside dominant canons and clearly signposted accessible routes has not only informative but also performative value: it modifies the *entrance narrative* and creates signals of recognition and democratic relation with the totality of individuals.

For designers working in museums and exhibitions, the responsibility is to adopt a political grammar capable of transforming visual communication from a neutral support into an instrument of democratic counter-narrative. A manifesto of such a grammar would include: the necessity of maintaining transparency about power relations and the identification of message authors; the need to co-design and to integrate within the graphic project traces of the participatory process as a political device capable of documenting plurality, restoring voice to those excluded from the traditional canon and transforming the space into a living laboratory of democracy; and, finally, the assumption of accessibility as a political prerequisite. Designing visual systems that broaden the possible audience not as a technique, but as an act of symbolic redistribution: high-contrast layouts, texts in Braille or multilingual formats, multisensory wayfinding (tactile/audio) and intuitive iconographic scales for non-readers, with prototypes tested with real users. In this way, accessibility breaks the elitist *entrance narrative*, affirming that the museum is for diverse bodies and minds, generating effective rather than merely symbolic inclusion.

To understand how the principles of political responsibility in visual communication translate into real contexts, the values and resonances of five nationally and internationally significant case studies are analysed. The selection of case studies was guided by parameters such as the alignment of the curatorial theme with an underlying political intent, the role of spatial and editorial visual communication in the exhibition design, and the geographical distribution of the experiences across national and international scales. Moreover, during a preliminary mapping phase, weight was also given to the location of the exhibitions within neutral or non-characterised spaces, in continuity with the need to analyse the role of the White Cube in the politicisation of design applied to exhibition contexts. These cases are intended to validate the critical reflections proposed and



to stimulate debate on the contribution of visual design to transforming museum practice beyond the White Cube, towards a political approach that departs from the power of selective neutralisation.

**Triennale Milano XXIV Exhibition
“Geopolitics and Biopolitics of Inequalities”,
Milan (2025)**

The Triennale di Milano represents one of the most significant and well-attended public spaces in the city, characterised by a heterogeneous audience that varies profoundly in terms of interests, visiting purposes and cultural expectations. The 2025 edition, dedicated to the geopolitics and biopolitics of inequalities, is configured as a project of global scope hosting 341 authors from 73 countries. This scenario of extraordinary geographical and social openness provided fertile ground for the construction of inclusive and non-exclusive narratives, in which visual communication plays a decisive role in mediating political and social complexity.

The graphic identity of the exhibition ① was designed by Studio FF3300, a design collective known for its critical and *politically engaged* approach to visual communication. It defines deliberate strategies to construct an exhibition space that is *democratically accessible and politically committed* to subaltern subjectivities. The graphic system developed is not purely functional or aesthetic, but produces ideological effects (Margolin, 2002) supported by three principal strategies: (i) the use of *scalable and modular typography*; (ii) the creation of *counter-cartographic maps* that subvert geographical representations and deconstruct conventions through representations that privilege migratory flows, routes of exile and networks of transnational solidarity; (iii) the construction of an *iconic wayfinding system* that effectively accompanies and orients navigation through complex themes such as forced migration, precarious housing and structural inequalities.

Particularly significant is the manner in which the *entrance narrative* was designed as a device of radical inclusion. The thematic entrances are characterised by direct quotations from marginalised activists in *bold oversized* typefaces, a graphic choice that subverts dominant narratives, lending voice and visibility to subjects normally excluded from mainstream public discourse. Finally, interactive data visualisations allow visitors to connect global experiences to local contexts, rendering complex phenomena tangible and comprehensible through an immediate visual language. Interactivity is not merely decorative, but functional to the development of empathy and understanding ②. Communication Design is thus configured as an epistemic practice in the role of active mediator (Rose, 2016) within the museum system.

②

“Geopolitica e Biopolitica delle Diseguaglianze”, Milano (2025)
“Geopolitics and Biopolitics of Inequalities”,
Milan (2025)

Venice Art Biennale 2024
“Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere”,
Venice (2024)

The 60th International Art Exhibition of the Venice Biennale, curated by Adriano Pedrosa, takes its title from the neon works of the Italo-British collective Claire Fontaine. The luminous installations display in over fifty languages, including some now extinct indigenous ones, the phrase “foreigners everywhere”, transforming a phrase that can be read both as a xenophobic statement and as a declaration of universal solidarity. The collective Claire Fontaine's work opens the journey through the Corderie at the Arsenale, constructing a democratic and inclusive *entrance narrative* that explicitly exhorts visitors to abandon every form of racism, nationalism and discrimination. The choice to employ extinct indigenous languages is an act of counter-memory that restores visibility to cultures erased from official history ③.

At the heart of the project is the installation designed by Lina Bo Bardi in 1968, characterised by the use of her celebrated glass easels ④. These devices – consisting of self-supporting glass panels on cubic concrete bases – were born from the radical idea of desacralising the museum wall, rejecting the traditional vertical hierarchy of hanging works on institutional walls. Pedrosa's decision to revive this display system is programmatic: Bo Bardi's easels embody an anti-monumental and democratic aesthetic, in which works float in space in a horizontal arrangement that invites free and non-hierarchical circulation.

286

The polychromatic and popular communication ⑤ of the Nucleo Contemporaneo shuns the minimalist and white aesthetic typical of Western contemporary art institutions, embracing instead vivid and saturated colours that recall non-Western visual traditions, popular aesthetics, kitsch and the decorative – elements historically devalued by the Eurocentric artistic establishment. This chromatic and compositional choice is not ornamental but discursive: graphic and installation systems orient the visitor's perception and define hierarchies of cultural value (Lupton & Miller, 1996). The focus on political counter-narrative is concentrated, in fact, on specific figures valorised and centralised by the visual and spatial framework: the queer artist, the outsider on the margins of the art world, the folk or pop artist, the indigenous artist treated as a foreigner in their own land.

It is observed, finally, how the project operates on two simultaneous levels: on the one hand, an aesthetic and expectation of radical hospitality; on the other,



③ “Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere”, Venezia (2024)
 “Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere”, Venice (2024)



⑤

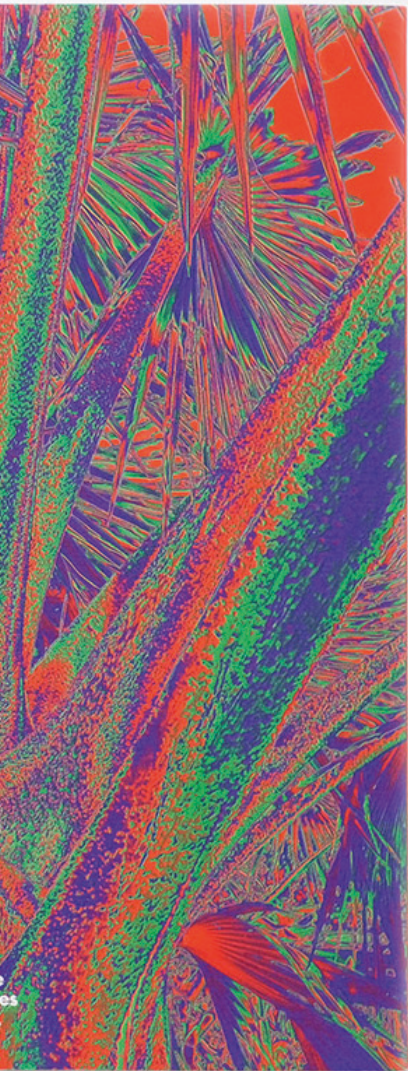
"Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere",

Venezia (2024)

"Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere",

Venice (2024)





a rejection of the neutralising aesthetic of Western institutions, embracing instead a multicultural, colourful and non-hierarchical visuality that includes and challenges the conventions of the White Cube.

“Manifesta 12”, Palermo (2018)

Manifesta 12 represents a useful case for demonstrating how visual communication can operate as an instrument of urban counter-narrative and of the subversion of mainstream representations. Mousse Agency developed a visual system radically distant from traditional institutional aesthetics, based on a colourful and psychedelic treatment of images, conceived as a visual metaphor for the hybridisation and metamorphoses that characterise Palermo as a Mediterranean crossroads.

The graphic system ©, ⑦ is articulated through original bitonal images that capture phytomorphic and urban elements, subsequently subjected to a chromatic treatment that causes them to be contaminated between the natural and the artificial, in which acid colours simultaneously evoke organic vitality and chemical toxicity, natural beauty and urban pollution. The concept of the graphic virus is particularly significant from a political standpoint. Mousse Agency described the visual identity as a system “capable of infecting any image”, a device that “hacks communication and blends colour curves”. The use of the viral metaphor is not accidental: the virus is a contamination that crosses boundaries, blends identities, transforms the host. In a dynamic context such as Palermo's, the metaphor of the virus becomes a means of visually representing coexistence not as static harmony, but as dynamic contamination (Muraben, 2018). Furthermore, the grotesque typeface, characterised by hybrid geometric forms, reflects the same logic of formal contamination as the image system. The typography, in contrast with the organic quality of the treated images, creates a visual tension between order and chaos, between stasis and transformation.

In conclusion, the rejection of the neutralising minimalism typical of international biennials and the adoption of a maximalist and psychedelic aesthetic – recalling countercultures, protest movements and urban visual languages – configure themselves as agents of subversion and political instruments for representing a historic city as a living, transforming and vital urban organism.

“Hope to Nope: Graphics and Politics 2008-18”, Design Museum, London (2018)

The exhibition constitutes a paradigmatic case of how expository graphic design can reflect and amplify the political content of an exhibition through radical formal choices. The graphic project, by the studio

Lucienne Roberts+, is configured as a metagraphic reflection on the role of visual political messages in the decade 2008–2018, a period marked by movements such as Occupy, the Arab Springs, Black Lives Matter, Brexit and the election of Trump. Through posters, protest placards, *memes*, viral campaigns and other artefacts of political communication, the exhibition explores the transformation of graphic design from an instrument of hope to a vehicle of disillusionment and refusal.

The visual identity of the exhibition is configured as a collage of contrasting visual languages, deliberately reflecting the chaos and cacophonous plurality of the analysed decade, and positions itself as an element of visual rupture relative to the traditionally neutral and minimalist environment of the Design Museum. The typographic strategy maintains legibility and accessibility in a visually dense and overloaded environment, whilst simultaneously playing with irony and contrast, alternating neutrality with operations of *over-scaling*, mimicking the very nature of contemporary political communication, where whispered messages coexist with shouted slogans.

290

Density and multimediality of content represent a key element of the project. The installation layers printed posters, digital screens, projections and three-dimensional objects, creating an immersive environment that mirrors the informational saturation of the social media era and experiments with the same condition of *information overload*.

In this sense, the graphic project does not merely contain the exhibited materials but actively interprets them: Jona Piehl, in *Graphic Design in Museum Exhibitions: Display, Identity and Narrative* (2020), demonstrates how expository graphics cannot be reduced to a display device, but contribute substantially to the construction of content and to the manner in which it is experienced within the museum space. The chromatic choices are equally radical: no unifying palette, no tonal neutralisation. The graphic project employs signalling and iconic colours that preserve the political power of the original works and refuse chromatic democracy ⑤.

Finally, the exhibition integrates visual design and data visualisation. Temporal diagrams, maps of viral diffusion and hashtag networks are employed not as mere decorative elements, but as tools for deconstructing the concept of the political manifesto as an art form and for providing the public, in a pedagogical key, with critical instruments for understanding the subject matter, whilst preserving the subversive charge of the works ⑥.

“Forensic Architecture - Counter Investigations”, ICA London (2018)

The final case study, realised at the Institute of Contemporary Arts in London, represents a boundary case, in which graphic design becomes an instrument of counter-investigation and counter-narrative concerning state violence, war crimes, police abuse and human rights violations. The graphic project, realised by the studio Other Means, transforms the exhibition space into an evidentiary environment, aimed at creating a compelling entrance narrative and an experience in which the visitor is invited to assume the role of investigator, judge and witness.

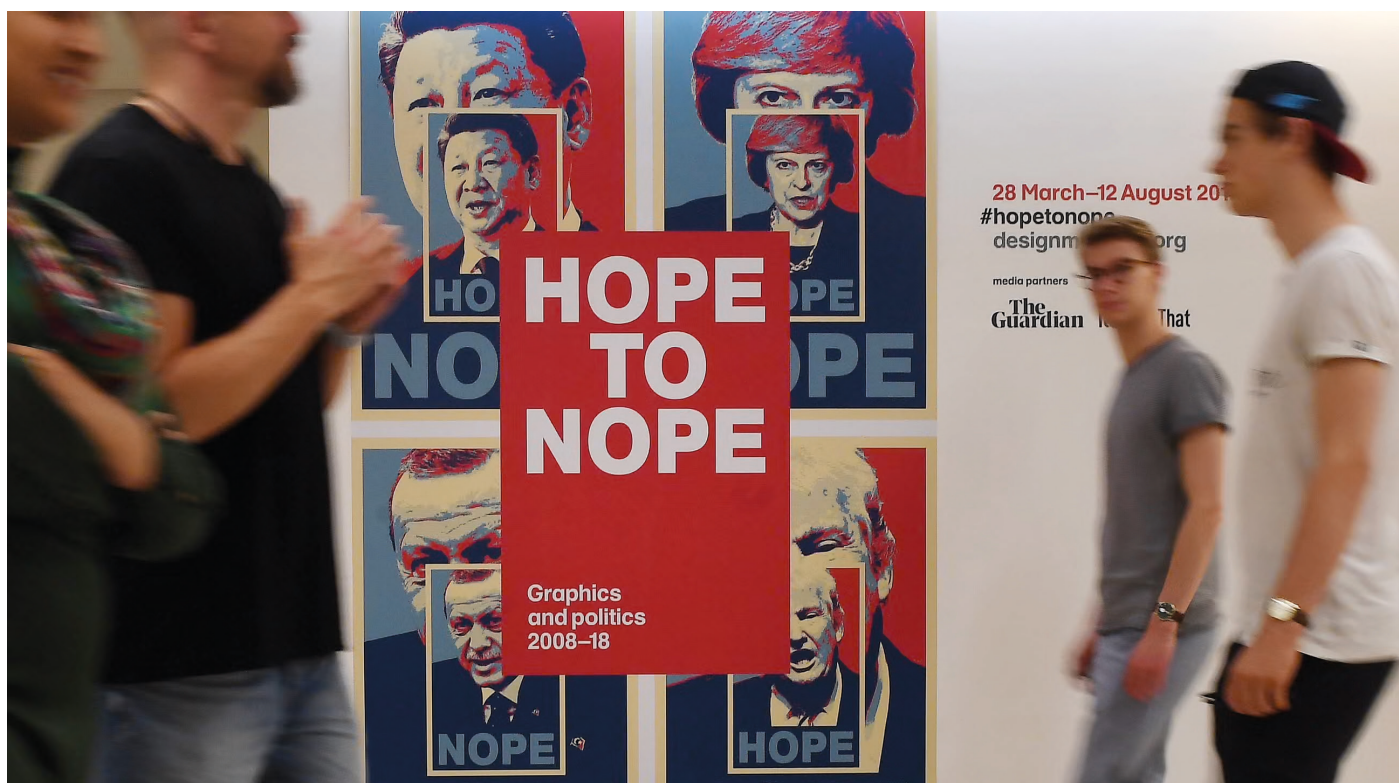
The graphic system combines wall diagrams, floor-plan layouts tattooed onto the ground and annotative typography. This is not an intimidating aesthetic, but a communicative strategy that invites active participation and the democratisation of expertise. Temporal maps and textual flows constitute the heart of the visual system ⑦,⑧. *Forensic Architecture* employs sophisticated narrative tools to overturn official accounts of contested events. The maps are not neutral representations, but visual arguments, calibrated to construct evidence in the face of contradictory proof relative to official versions of events.

Annotative typography plays a crucial role in the identity of the system: numbers, arrows, legends and marginal notes transform images into analytical documents. No longer passive captions, but critical apparatuses that guide the eye and isolate or relate significant details. The typography is sober and bureaucratic, but not so as to adapt to a neutral context – rather, to emphasise engagement and to deliberately recall the language of forensic reports, technical assessments and legal documents.

Furthermore, the spatial layout is characterised by openness and the absence of imposed curatorial hierarchies: a visual reflection on the political idea that truth is not imposed from above, but reconstructed from below through the active participation of citizens. The graphic design of this project succeeds in producing credibility, useful for constructing evidence and generating counter-hegemonic truths. Visual communication assumes epistemological responsibilities capable of challenging state narratives, unmasking institutional lies and restoring voice and visibility to the victims of otherwise invisible acts of violence.

Conclusions

The analysis of the case studies presented, representative of a broader global panorama, highlights how the role of visual communication – from decorative graphics to cognitive and political device – is deeply rooted in contemporary museum practice and favours the



⑨
"Hope to Nope: Graphics and Politics 2008-18", Londra (2018)

"Hope to Nope: Graphics and Politics 2008-18",
Londra (2018)

⑩
"Forensic Architecture - Counter
Investigations", Londra (2018)
"Forensic Architecture - Counter Investigations",
Londra (2018)

transparency of power dynamics, hierarchies and responsibilities. Moreover, in the design practices examined, design opens interpretive spaces functional to the creation of plural narratives, direct communications and counter-stories, in line with the sensibilities of designers and curatorial teams. The construction of counter-narratives that subvert the principles of the White Cube does not depart from the idea of visual language as ideological language, but demonstrates how institutional power can orient itself towards ethics of inclusion and towards non-hierarchical societies. These projects show that the role of political agent is not limited to the artistic object, but extends inevitably to the graphic and spatial project, materialising in choices relating to iconographies, typographies, chromatisms and materials. The experiential and synaesthetic dimension of exhibition spaces depends on the stimuli generated by visual inputs directed at the public; consequently, design must necessarily consider its own ethical and political positioning in the production of such inputs.

292

In summary, within the contemporary museum panorama, visual communication configures itself as a field of political and cultural negotiation, capable of redefining the relationship between institution and public, promoting transparency and opening space to the margins. The adoption of a critical language can both perpetuate and subvert the devices of power within exhibition models inherited from the modern era.

If the White Cube represented the hierarchical paradigm of a visual and contemplative experience regulated by implicit norms of exclusion, the practices analysed demonstrate that Visual and Exhibit Design can become instruments of resistance, including subjectivities and languages and guiding the sector towards more democratic and participatory forms of engagement. Subversion is not achieved through ornament or mere formal provocation, but through a conscious and responsible reformulation of the visual languages that construct the museum imaginary.

Visual communication thus assumes a role equivalent to that of the artwork or the curatorial text: it constructs a grammar that renders social complexity visible, renegotiates memories and generates new forms of aesthetic culture. In synergy with the other mediatic components of the system, the visual project produces knowledge, transcending the illusion of a neutral and universal – and often exclusive – form of knowledge. Contemporary museography identifies in design a political ally and an operative field for experimenting with models of participation, accessibility and transparency. The tensions between power and

representation, between centre and margins, between neutrality and commitment, constitute fertile ground for a new curatorial practice that embraces partiality and complexity. Through unconventional typographies, plural languages, multisensory devices and co-design practices, design configures itself as a democratic infrastructure for a museum conceived as a relational, ethical and transformative space.

Ultimately, reflection on the performative power of visual communication restores to the museum its most vital dimension: that of a place in which seeing is configured as a political act and in which the exhibition project does not merely represent the world, but actively contributes to rewriting it. From this perspective, the museology of the future will be able to transcend the ideology of the White Cube, affirming models of representation that recognise diversity as a generative value and visual communication as a practice of cultural citizenship.

REFERENCES

- Baioni, M. (2021). *Vedere per credere. Il racconto museale*. Diacronie. Viella Editrice
- Bal, M. (1996). *Double exposures: The subject of cultural analysis*. Routledge.
- Baule, G. (2018). *Progettare la comunicazione culturale. Design, identità, territorio*. FrancoAngeli.
- Baule, G., & Caratti, E. (2016). *Design è traduzione: il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*. FrancoAngeli.
- Bennett, T. (1995). *The birth of the museum: History, theory, politics*. Routledge.
- Boast, R. (2011). Neocolonial collaboration: Museum as contact zone revisited. *Museum Anthropology*, 34(1), 56-70.
- Duncan, C. (1995). *Civilizing rituals: Inside public art museums*. Routledge.
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (1992). *The museum experience*. Whalesback Books.
- Foucault, M. (1977). *Sorvegliare e punire. Nascita della prigione*. Einaudi.
- Frascara, J. (2004). *Communication design: Principles, methods, and practice*. Allworth Press.
- Hooper-Greenhill, E. (2000). *Museums and the interpretation of visual culture*. Routledge.
- Lupton, E., & Miller, J. A. (1996). *Design writing research: Writing on graphic design*. Phaidon.
- Macdonald, S. (Ed.). (2006). *A companion to museum studies*. Blackwell.
- Margolin, V. (2002). *The politics of the artificial: Essays on design and design studies*. University of Chicago Press.
- Meyer, J. (2000). The Functional Site: or The Transformation of Site Specificity' in E. Suderburg (ed.), *Space, Site, Intervention: Situating Installation Art*. University of Minnesota Press, 25.
- Mignolo, W. (1995). *The darker side of the renaissance: Literacy, territoriality, and colonization*. University of Michigan Press.
- Muraben, B. (2018, October 9). Mousse Agency on its identity for Manifesta 12, conceived of a virus "able to infect any image". *It's Nice That*. <https://www.itsnicethat.com/articles/mousse-agency-manifesta-12-palermo-identity-graphic-design-091018>
- O'Doherty, B. (1986). *Inside the white cube: The ideology of the gallery space* (expanded ed.). University of California Press.
- Piehl, J. (2020). *Graphic design in museum exhibitions. Display, identity and narrative*. Routledge.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). Sage.
- Sandell, R. (2007). *Museums, prejudice and the reframing of difference*. Routledge.
- Tsybul'skaya, D., & Rounds, J. (2009). Accessing and incorporating visitors' entrance narratives in guided museum tours. *Curator: The Museum Journal*, 52(4), 335-350.

BIO

Carlotta Belluzzi Mus

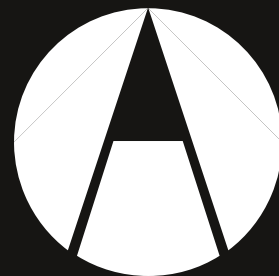
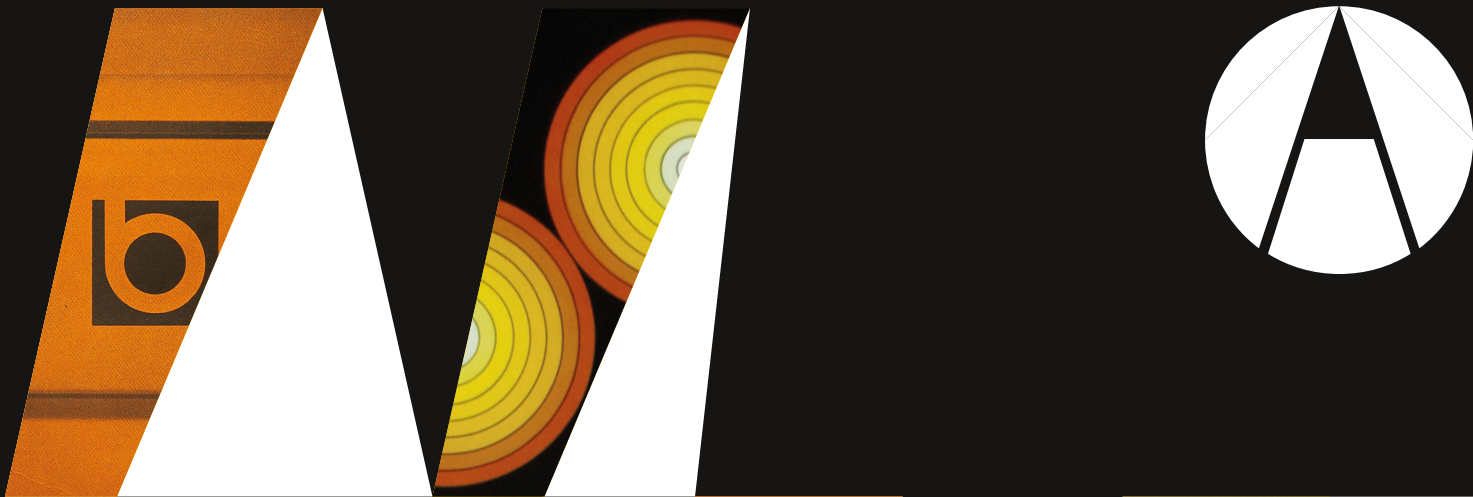
PhD in Design, è assegnista di ricerca e docente a contratto presso la Sapienza Università di Roma e docente a contratto presso l'Università degli studi di Ferrara. La sua ricerca si concentra nell'ambito del Design della Comunicazione Visiva e dell'Exhibit Design, con particolare attenzione al ruolo educativo del Design.

PhD in Design, she is a research fellow and adjunct lecturer at Sapienza University of Rome and an adjunct lecturer at the University of Ferrara. Her research focuses on Visual Communication Design and Exhibit Design, with particular attention to the educational role of Design.

Gaia Casaldi

Laureata Magistrale in Design della Comunicazione Visiva e Multimediale, è dottoranda in Design presso il Dipartimento PDTA della Sapienza Università di Roma. La sua ricerca dottorale approfondisce il ruolo degli artefatti comunicativi e allestitivi nel mantenimento della soglia dell'attenzione degli utenti.

Holds a Master's degree in Visual and Multimedia Communication Design, she is a PhD candidate in Design at the PDTA Department of Sapienza University of Rome. Her doctoral research explores the role of communication and exhibition artifacts in maintaining users' attention span.



**AIAP CDPG > CENTRO
DI DOCUMENTAZIONE
SUL PROGETTO GRAFICO
AIAP CDPG > GRAPHIC
DESIGN DOCUMENTATION
CENTRE**



**PIÙ DI UN ARCHIVIO
MORE THAN AN ARCHIVE**

WWW.AIAP.IT > AIAP.IT/CDPG/

The new AIAP CDPG digital platform is a project funded by the European Union – Next Generation EU within the framework of the PNRR (National Recovery and Resilience Plan) in accordance with Directorial Decree No. 385 dated 19/10/2022 – Sub-investment 3.3.2 – Support to cultural and creative sectors for innovation and digital transition. Project Ref. No. TOCC 0001515, COR 15905620, CUP C87J23000580008.



**Co-funded by
the European Union**



**MINISTERO
DELLA
CULTURA**



Aiap Women in Design Award

2026

(sixth edition)

Biennial prize
for women* in the
creative field.

Deadline 30 June
aiap-awda.com

AWDA

BACK THEN IS BACK NOW

DESIGN HISTORY AND EDUCATION IN THE AGE OF AI

Il design della comunicazione visiva ha storicamente fondato la propria legittimità su una pratica consapevole: un'attività culturale radicata in processi riflessivi, competenze incarnate e responsabilità etiche nei confronti dei sistemi sociali, economici e tecnologici in cui opera. Oggi assistiamo a una trasformazione sistemica: l'intelligenza artificiale generativa svuota progressivamente queste fondamenta, delegando ad algoritmi imperscrutabili quella mediazione critica che era il cuore della disciplina.

Questo numero interroga cosa rimane del designer quando la produzione visiva si automatizza. Non si limita a registrare l'impatto tecnologico sugli artefatti, ma scandaglia le conseguenze epistemologiche e formative che questa trasformazione produce sulla pratica progettuale – mappando il valore metodologico della storia del design come risorsa critica, la dimensione artigianale del processo come conoscenza incarnata, e le possibilità di trasmissione di queste competenze nei contesti educativi. Designer, storici e formatori documentano come il recupero critico delle pratiche storicamente radicate nella comunicazione visiva possa restituire agency e autorialità al designer nell'era dell'IA, interrogando come la conoscenza del passato possa diventare strumento per immaginare un futuro in cui l'intenzionalità progettuale non venga semplicemente consegnata a un sistema automatizzato.

Visual communication design has historically grounded its legitimacy in conscious practice: a cultural activity rooted in reflective processes, embodied competencies, and ethical responsibility toward the social, economic, and technological systems it operates within. Today we are witnessing a systemic transformation: generative artificial intelligence progressively hollows out these foundations, delegating to inscrutable algorithms the critical mediation that once lay at the heart of the discipline.

This issue interrogates what remains of the designer when visual production becomes automated. It does not merely document technology's impact on artifacts, but probes the epistemological and educational consequences this transformation produces on design practice – mapping the methodological value of design history as a critical resource, the craft dimension of process as embodied knowledge, and the possibilities for transmitting these competencies within educational contexts.

Designers, historians, and educators document how the critical recovery of historically rooted practices in visual communication can restore agency and authorship to the designer in the age of AI, questioning how knowledge of the past might become a tool for imagining a future in which projective intentionality is not simply surrendered to an automated system.

Progetto Grafico

International Journal
of Communication Design

ISSN PRINT 1824-1301
ISSN ONLINE 3103-5876