

(UN) MADE IN PATRIARCHY

*La grafica e l'attivismo
per decostruire i codici di genere*



L'atlante dei linguaggi visivi

L'atlante dei linguaggi visivi



(Un) Made in Patriarchy
La grafica e l'attivismo
per decostruire i codici di genere.
Atlante dei linguaggi visivi.

Studentessa Giulia Gnessi
Matricola 250568

Relatrice Valeria Bucchetti
Co-relatrice Francesca Casnati

Finito di stampare a giugno 2026.

+ materiali extra
BRIEF
TAVOLE DI LAVORO
RIFLESSIONI

La pratica del design è stata storicamente insegnata e tramandata come una disciplina neutra, un mezzo oggettivo capace di comunicare qualsiasi messaggio senza mai prendere posizione o contaminarsi con il contesto politico. Eppure, come emerge con chiarezza dalle analisi critiche degli ultimi decenni, il design non è mai neutrale, né può esserlo. Ogni singola scelta formale, dalla selezione di una palette cromatica alla scelta tipografica, dall'ordine compositivo della pagina alla modalità di rappresentazione delle figure, comunica precisi sistemi di valori, perpetua o contesta gerarchie sociali stratificate, e naturalizza o denaturalizza le norme di genere. Per decenni, la comunicazione visiva mainstream e la formazione accademica d'ispirazione modernista hanno riprodotto stereotipi sistemici, frammentato i corpi femminili riducendoli a oggetti passivi, invisibilizzato le soggettività queer, trans e razzializzate, e normalizzato il controllo patriarcale attraverso codici visivi codificati come apparentemente innocenti, decorativi o universali. Contemporaneamente, il sistema neoliberista ha operato una sistematica appropriazione del linguaggio della rivolta femminista, svuotandolo della sua carica radicale. Il femminismo, in molti contesti commerciali, è diventato così un brand, un'estetica performativa da consumare e una consolazione formale priva di un reale conflitto strutturale, utile solo a ripulire le immagini aziendali attraverso pratiche di *tokenism*.

Eppure, parallelamente a questa mercificazione e depoliticizzazione dell'immaginario, esiste una pratica attivista diffusa che continua ostinatamente a resistere. L'attivismo femminista, transfemminista e intersezionale contemporaneo ha trovato nei linguaggi visivi uno strumento primario di contro-narrazione e comunicazione consapevole, configurando veri e propri "anticorpi comunicativi" capaci di reagire alle rappresentazioni dominanti e tossiche. Questa pratica non si è fermata, continua ad agire oggi attraverso forme nuove, muovendosi tra i muri delle città e lo spazio delle piattaforme digitali, grazie all'azione di collettivi eterogenei, diffusi e orizzontali. L'atlante che segue nasce proprio dal bisogno di mappare, smontare e comprendere la grammatica di questa resistenza visiva, restituendo a chi progetta uno strumentario critico e operativo per iniziare a disfare la norma attraverso il progetto.

ANALISI

La ricerca svolta analizza in chiave critica i linguaggi visivi e verbali utilizzati dall'attivismo femminista, transfemminista e intersezionale italiano contemporaneo per comunicare le complessità delle questioni di genere. L'indagine nasce dalla volontà di osservare da vicino le grammatiche visive della militanza odierna per attivare una riflessione sistematica e speculativa su di esse, interrogandone i meccanismi di produzione del senso, il potenziale di rottura e i limiti formali. Attraverso l'osservazione sistematica e la scomposizione metodologica di 100 artefatti grafici, raccolti mappando l'azione di 44 collettivi attivi sul territorio nazionale, l'indagine ha permesso di identificare i pattern ricorrenti, le costanti espressive e le scelte progettuali che caratterizzano la produzione attivista odierna. L'analisi rivela che l'attivismo grafico non si muove mai per pura casualità o urgenza estemporanea, ma opera attraverso scelte deliberate di forma, colore, uso politico della tipografia e strategie di rappresentazione. Questi linguaggi agiscono come risposte visive e resistenze grafiche alle narrazioni tossiche ed egemoniche della cultura dominante. Il loro compito è decostruire gli stereotipi sistemici e visibilizzare i corpi, i vissuti e le identità storicamente marginalizzate. Da questa estesa mappatura originano i frammenti, i segni, le desinenze verbali e le morfologie corporee che compongono i materiali dell'atlante visivo che segue. Gli elementi estratti dal *corpus* vengono offerti come una materia prima, un archivio aperto e smontabile che vi viene consegnato per essere esplorato, decodificato e risignificato attraverso una pratica consapevole.

CORPUS DI ANALISI

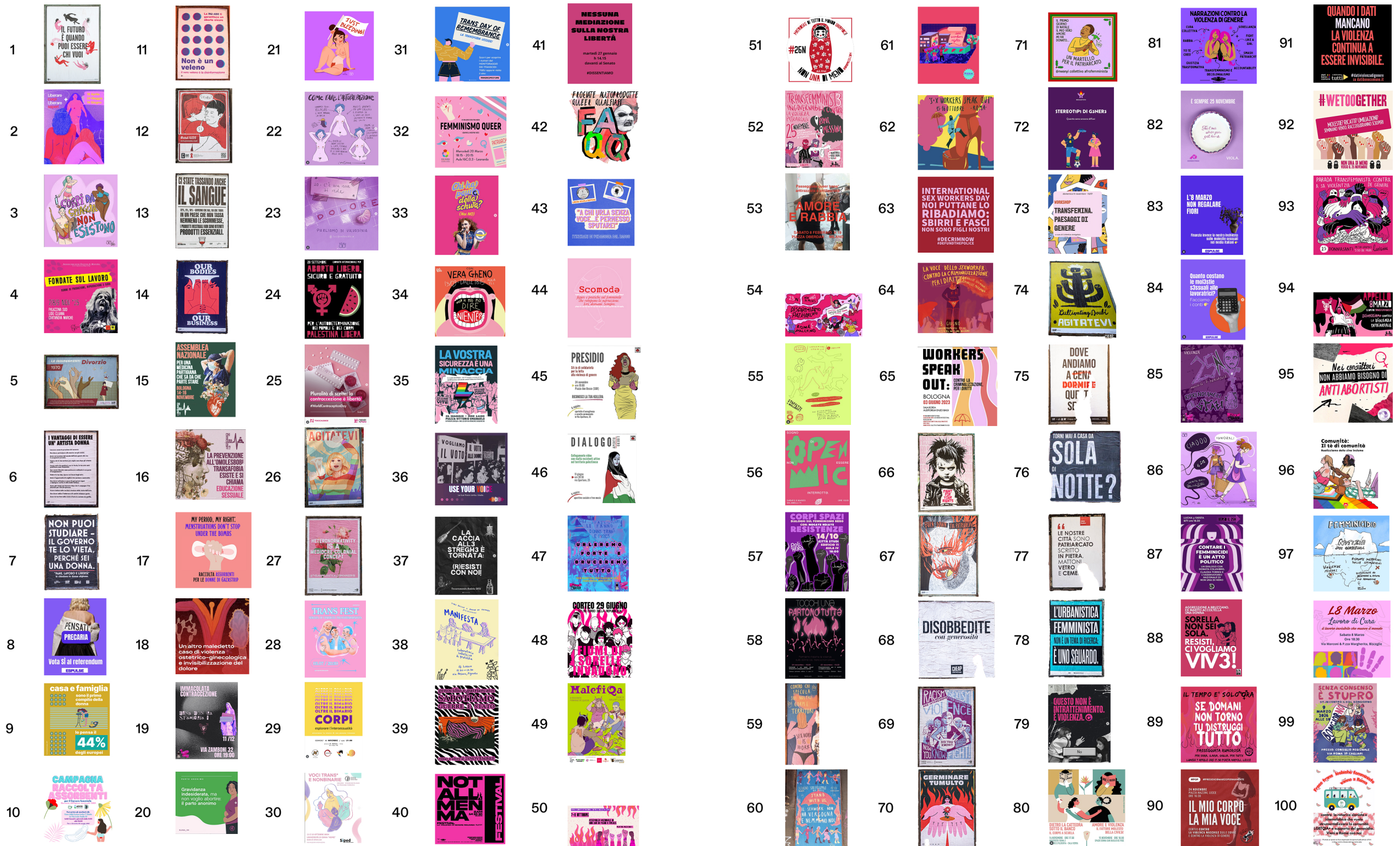


TABELLA DI ANALISI

IDENTIFICAZIONE	TASSONOMIA
-----------------	------------

ARTEFATTO	ASSOCIAZIONE	TEMATICA
	Aidos Alfi Amigdala Amleta Associazione donne di mondo AvvoLatoras Bande de Femmes Bruciamo tutto Cattive maestre Cheap Chi si cura di te Collettivo Strasura Collettivo Ziwanda Consultorio mi cuerpo es mio DeGenerAzione donnexstrada Donniasanti èFICA Espulse FactoryA Faqq FemFest Festival Femminismo Etico Intersexioni koll.era La MALA education Laiga 194 Lenti Viola Liber3 tutt3 Lucha y Siesta Malefiqa mujeres libre Non una di meno Nwary Officina mai + Ombre Rosse Patate Bollenti Period think thank Polihero Poliedro Sboccat3 Smaschieramenti Tocca a noi	1. Corpi non conformi, diversità ed inclusione 2. Diritti del lavoro ed economici 3. Diritti riproduttivi e salute 4. Identità di genere ed orientamento sessuale 5. Linguaggio non discriminatorio 6. Manifestazioni, eventi, cultura di movimento 7. Sex work e diritti sessuali 8. Slogan, ‘inni’ femministi e denuncia 9. Spazi urbani e vivibilità 11. Violenza di genere

TASSONOMIA	LIVELLO TECNICO
------------	-----------------

SUPPORTO	DOMINANTE CROMATICA	TIPOGRAFIA		
Fisico Digitale	Rosa Rosso Viola Nero Bianco	Sans Serif Serif Scritto a mano	Maiuscolo Minuscolo	Extended Narrow

TABELLA DI ANALISI

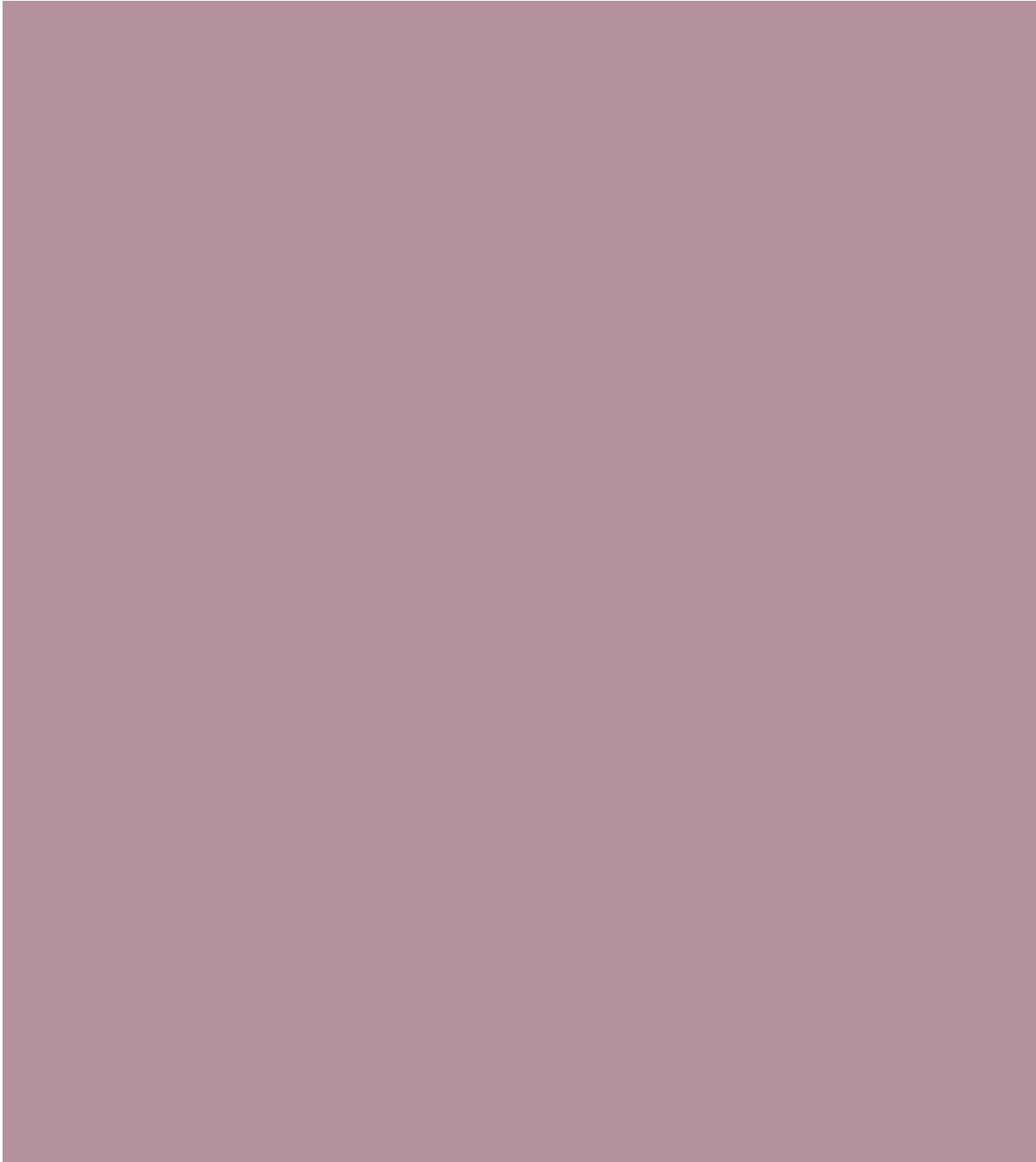
LIVELLO TECNICO	LIVELLO CRITICO
-----------------	-----------------

ICONOGRAFIA	NOTE DELLA RICERCA	SIMBOLI
Illustrazione Composizione tipografica Fotografia Collage/Tecnica mista	Esempio (artefatto n. 8) “Immagine celebre di messaggio ‘femminista’ bianco ampiamente criticato, riletto in chiave provocatoria”.	Pugno Simbolo di genere/ intersezionalità Ombrello rosso Anguria

LIVELLO CRITICO

LINGUAGGIO VERBALE INCLUSIVO	DESINENZE	AREA SEMANTICA PREDOMINANTE
Presente/ assente	Schwa Asterisco 3 x	1. Estetiche della rivolta, la denuncia e l’invito alla lotta 2. Sorellanza, cura e comunità.

Sfocatura media



L'analisi del *corpus* evidenzia l'assoluta prevalenza del rosa, del viola e del fucsia, dato confermato estraendo sperimentalmente il colore medio ("Sfocatura media") di tutti i 100 manifesti. L'impiego di questa palette solleva un interrogativo critico: si tratta di una consapevole riappropriazione semantica per rompere lo stereotipo del "femminile frivolo", o di una ricaduta involontaria nell'immaginario rassicurante imposto dal femvertising e dai social network? I dati della ricerca dimostrano che l'attivismo risolve questo dilemma trasformando il

colore in un dispositivo di *Dissensus* attraverso due modalità:

Contrasto visivo: Quando il rosa o il fucsia si innestano su immaginari crudi di lotta, si genera una forte dissonanza cognitiva che amplifica la carica sovversiva del messaggio, violando l'aspettativa sociale di una palette "docile".

Spazio di svelamento: Il viola e il rosa identitari dei collettivi diventano lo sfondo politico su cui ospitare rotture radicali, come la nudità non conforme o il realismo del sangue rosso, scardinando la censura e l'asetticità della comunicazione mainstream.

TIPOGRAFIA

Sans Serif maiuscolo

					
art. 15	art. 1	art. 4	art. 6	art. 7	art. 8
					
art. 41	art. 43	art. 16	art. 79	art. 30	art. 32
					
art. 70	art. 94	art. 46	art. 66	art. 53	art. 57
					
art. 81	art. 88	art. 73	art. 83	art. 91	art. 57
					
art. 88	art. 40	art. 13	art. 36	art. 65	art. 35
					
art. 68	art. 66	art. 87	art. 37		

Sans Serif minuscolo

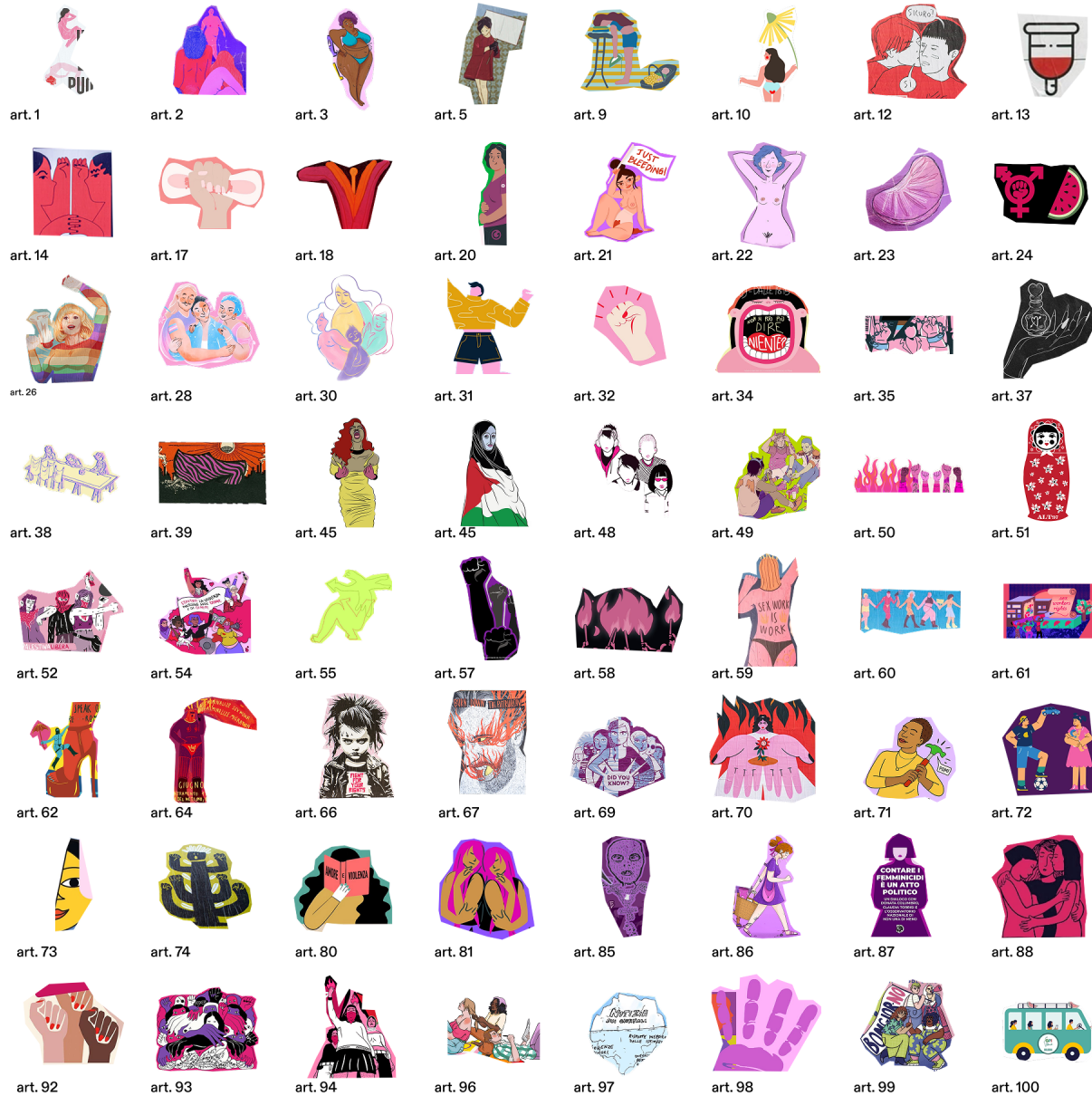
					
art. 18	art. 18	art. 9	art. 5	art. 20	art. 84
Handwritten					
					
art. 38	art. 42	art. 52	art. 54	art. 58	art. 67
					
art. 89	art. 94	art. 52	art. 64	art. 23	art. 60
					
art. 3	art. 22	art. 55			

L'indagine a livello tipografico ha preso in esame la famiglia di appartenenza dei caratteri, le loro manipolazioni formali e l'uso del *case* (maiuscolo/minuscolo), svelando una precisa strategia di posizionamento politico ed espressivo all'interno del corpus. I dati raccolti mostrano una netta polarizzazione: ben 67 manifesti su 100 prediligono caratteri Sans Serif (bastone), 30 riprendono la tradizione dell'Handwritten (scritto a mano) e ben 76 utilizzano il maiuscolo. Le tavole analitiche e statistiche che seguono documentano visivamente questa grammatica della protesta.

Da un lato, la ricorrenza del carattere a bastone segna un distacco netto dall'estetica del "decorativo", storicamente e stereotipatamente associata alla sfera del femminile, per adottare i codici della razionalità, dell'impatto e di una neutralità autorevole. Dall'altro, l'uso sistematico del maiuscolo (*all-caps*) agisce come un amplificatore verbale: una scelta deliberata per conferire gravità, urgenza e dignità alle rivendicazioni, rifiutando di farsi "rimpicciolire" nello spazio pubblico.

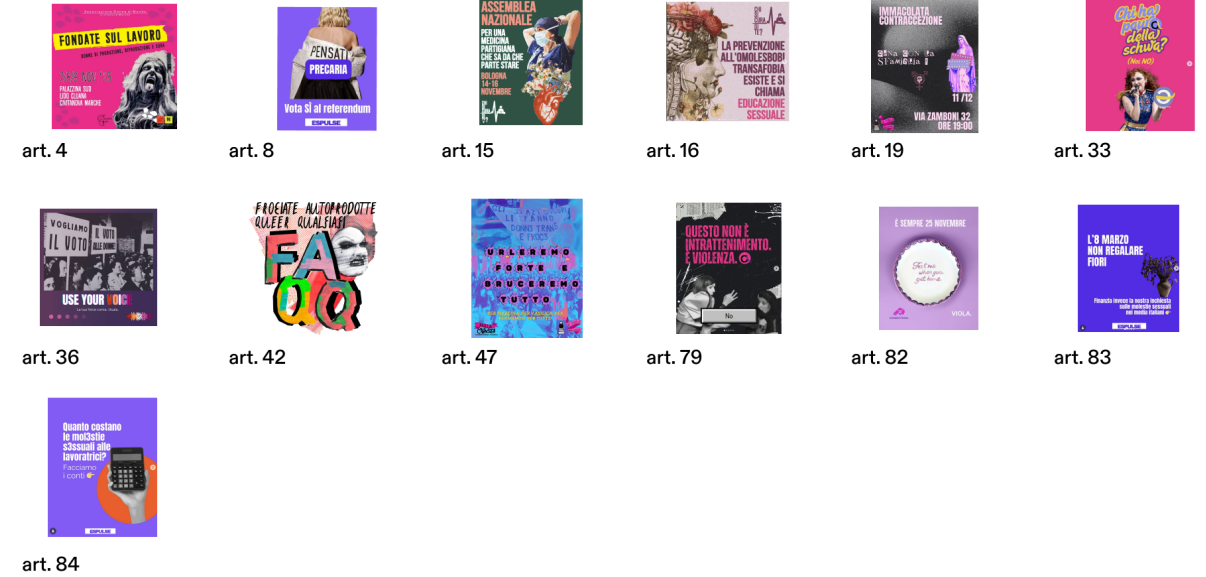
ICONOGRAFIA

Tecniche illustrative

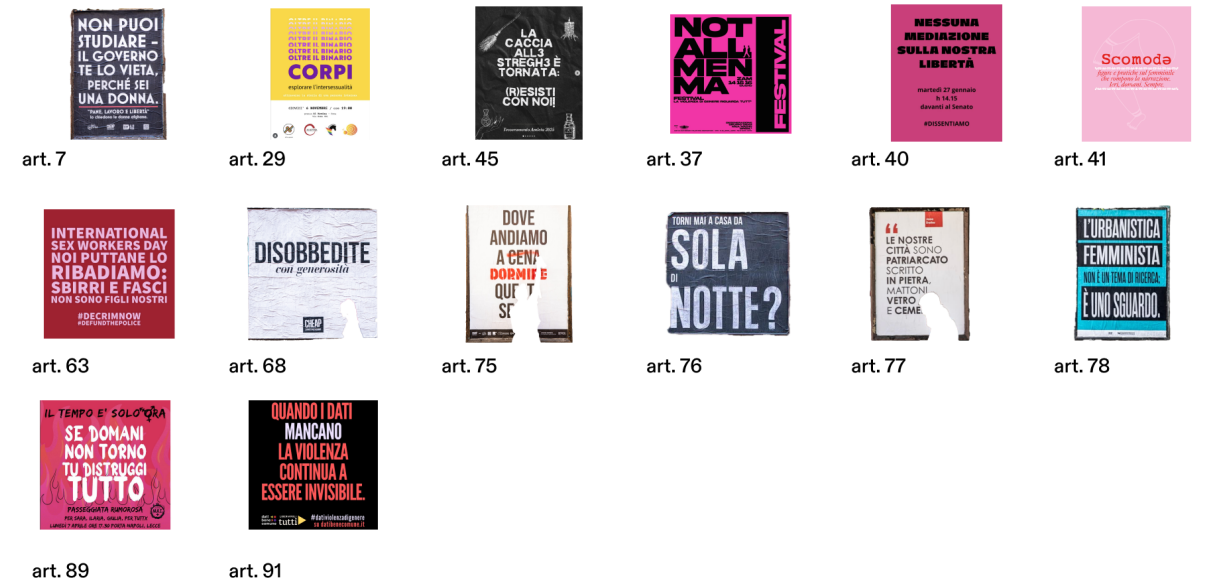


L'indagine focalizzata sull'iconografia mappa le scelte tecnologiche ed espressive del *corpus*, distinguendo tra artefatti illustrati, fotografici, tipografici o basati sulla tecnica mista del collage. I dati statistici evidenziano una prevalenza dell'illustrazione, rintracciata in ben 68 manifesti su 100, a fronte di 19 artefatti unicamente tipografici, 10 collage e appena 3 casi di utilizzo del medium fotografico. Le tavole di questa sezione documentano visivamente i risvolti politici di queste percentuali. La prevalenza dell'illustrazione affonda le radici nell'accessibilità storica del mezzo, capace di superare le barriere linguistiche e di alfabetizzazione, ma risponde soprattutto a una precisa postura semiotica: il rifiuto dell'obiettivo fotografico, storicamente saturo di *male gaze*, oggettivazione e stereotipi commerciali.

Artefatti con tecnica collage



Artefatti tipografici



Laddove la fotografia rischia di vincolare il segno a una dimensione documentaria e normata, l'illustrazione permette di passare dalla semplice raffigurazione della realtà alla configurazione di un mondo nuovo (Anceschi, 1992), dando forma a soggettività e corpi non conformi fuori dai canoni tradizionali.

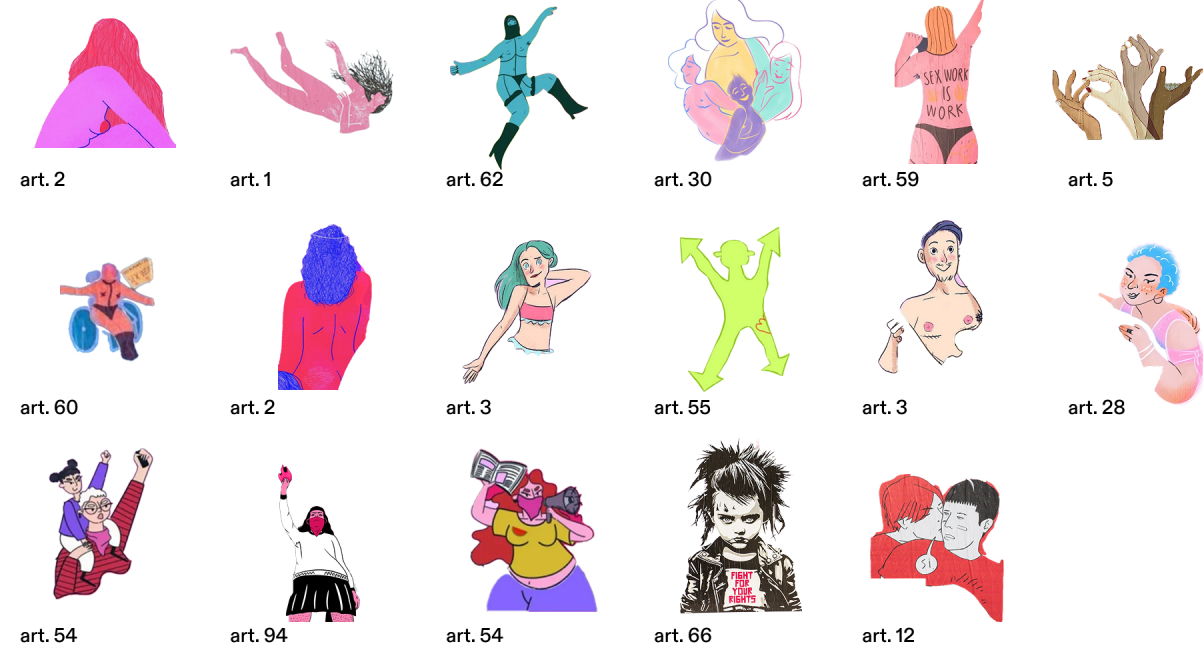
Allo stesso modo, le schede dedicate alla tecnica del collage mostrano un vero e proprio atto di sabotaggio visivo che recupera l'estetica punk degli anni Novanta, dove il ritaglio decostruisce le immagini egemoniche per risignificarle. Infine, le tavole tipografiche testimoniano la scelta radicale di rinunciare all'iconografia per conferire massima urgenza al messaggio verbale.

RAPPRESENTAZIONE

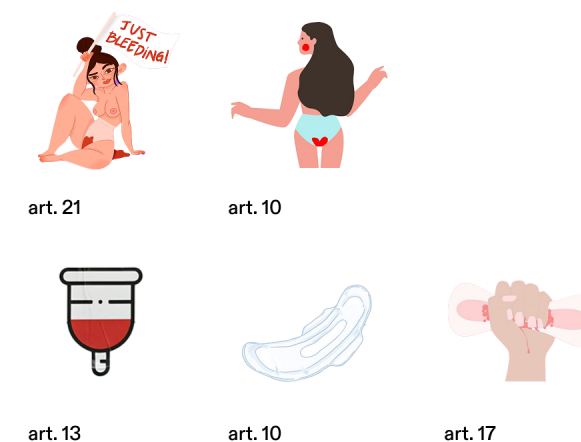
Protagonistə



Questa sezione dell'atlante traduce in materia operativa le rilevazioni emerse dall'analisi quantitativa e qualitativa del corpus dei 100 manifesti. La ricerca sul campo ha identificato la rappresentazione dei corpi come il territorio di scontro più fecondo dell'attivismo visivo contemporaneo. Lontano dalle logiche commerciali del *tokenism* e dalle ipocrisie del *femvertising*, i dati d'archivio dimostrano come i collettivi utilizzino la visibilità dei corpi non conformi come un vero e proprio dispositivo di resistenza. Le protagoniste rintracciate fuggono programmaticamente dallo sguardo sessualizzante maschile (*male gaze*) e ridefiniscono i confini dello spazio pubblico attraverso tre assi analitici strutturali. La ricerca evidenzia un uso sistematico della nudità politica e dei corpi grassi per scardinare il dogma occidentale del controllo corporeo, rifiutando i filtri della *Body Positivity* commerciale.



Menstruonormatività



In questo alveo si colloca la rottura del tabù della menstruonormatività, che normalizza visivamente il sangue mestruale come atto di autodeterminazione. Dall'analisi del corpus emerge una mappatura densa delle soggettività queer e della fluidità di genere. I segni grafici registrati si fanno carico di narrazioni profonde: dalla fiera esibizione dei peli corporei (rifiuto del *beauty labor* patriarcale) alla visibilizzazione delle cicatrici da chirurgia di affermazione di genere (*top surgery*), fino al superamento del binario estetico negli indumenti. I dati rilevano un'azione deliberata volta a smantellare lo sguardo caucasico come standard universale. Attraverso l'inclusione di corpi non bianchi e di pluralità culturali o religiose (come le soggettività con il velo), la comunicazione attivista scardina il razzismo strutturale del panorama mediatizzato italiano, opponendosi alla dicotomia tra invisibilità e iper-sessualizzazione.

STRATEGIE NARRATIVE

Contro-narrazioni



art. 7



art. 8



art. 11



art. 12



art. 13



art. 16



art. 17



art. 25



art. 40



art. 81



art. 88

Infografiche e trasparenza



art. 6



art. 9



art. 91

L'osservazione sistematica ha dimostrato che l'attivismo visivo progetta precise strutture retoriche e testuali per scardinare il discorso pubblico, utilizzando due macro-strategie narrative ricorrenti come dispositivi di risignificazione politica: 1. Le contro-narrazioni e il ribaltamento egemonico: Questa strategia opera un esplicito ribaltamento critico dei temi di attualità e dei discorsi istituzionali dominanti. Attraverso il sabotaggio testuale e lo svelamento delle contraddizioni sistemiche, la parola scritta attacca apertamente le narrative tossiche dell'egemonia culturale per smantellarne i presupposti ideologici e ribaltare il senso comune.

2. L'infografica di pubblica utilità : Questa seconda modalità prevede l'integrazione sistematica di dati statistici, informazioni tecniche e schemi informativi all'interno del manifesto. La progettazione visiva assume qui una funzione di puro servizio pubblico e di trasparenza collettiva: l'obiettivo primario non è la sollecitazione emotiva, ma la razionalizzazione del dato, al fine di rendere quantificabile e visibile ciò che il sistema tende a isolare come privato, invisibile o puramente aneddotico.

SIMBOLI

Pugno chiuso



art. 57



art. 50



art. 32



art. 92



art. 74

Simbolo dell'intersezionalità



art. 32



art. 54



art. 89



art. 95



art. 3



art. 19



art. 24



art. 94

Ombrello rosso - simbolo del Sex Work



art. 61



art. 64



art. 89



art. 60



art. 62

Anguria - simbolo della resistenza palestinese



art. 24



art. 100

Questa sezione dell'atlante traduce in materia operativa la mappatura dei simboli ricorrenti rintracciati all'interno del corpus dei 100 manifesti. Nel design della comunicazione per il sociale, il simbolo non agisce come mero elemento decorativo, ma opera come un potente vettore di posizionamento politico e di identità. L'indagine evidenzia come la forza di questi segni risieda nel loro "capitale simbolico" (Luke, 2011), ovvero nella capacità di condensare istanze politiche complesse in icone collettive immediatamente riconoscibili, capaci di conferire significato, valore e status alle comunità di riferimento.

Il Pugno Chiuso e il Simbolo Transfemminista: La ricerca documenta la persistenza del pugno chiuso, un'icona che condensa oltre un secolo di resistenze. Nelle tavole, questo segno si

ibrida nell'evoluzione transfemminista contemporanea: innestandosi sullo specchio di Venere (♀) insieme ai vettori di Marte (♂) e della transessualità, il pugno diventa la sintesi visiva dell'intersezionalità attuale, sancendo che la lotta di genere non può essere scissa dalle questioni trans, queer e di classe.

L'Ombrello Rosso: Riscontrato programmaticamente negli artefatti dedicati al tema del sex work, questo simbolo affonda le radici nella marcia della Biennale di Venezia del 2001.

L'Anguria: Rilevato come uno dei simboli più urgenti e attuali, l'uso dell'anguria testimonia l'appropriazione da parte del movimento transfemminista di codici resistenziali esterni per ribadire la natura intersezionale della lotta.

Desinenze neutre

art. 33

art. 58

art. 44

art. 64

art. 56

art. 52

art. 47

art. 88

art. 37

art. 47

art. 40

art. 89

Questa sezione dell'atlante traduce in materia operativa le rilevazioni della ricerca focalizzate sulle sperimentazioni linguistiche e verbali all'interno del corpus dei 100 manifesti. L'osservazione sistematica conferma l'uso diffuso di formule verbali inclusive, impiegate programmaticamente per riferirsi a singole soggettività o a gruppi collettivi attraverso soluzioni

morfologiche neutre. All'interno del campione, l'indagine ha isolato 11 occorrenze esplicite e significative che documentano questa postura testuale: un dato che, seppur numericamente circoscritto, rivela una precisa e deliberata strategia di posizionamento politico e decostruzione del binarismo della lingua italiana.

AREA SEMANTICA PREDOMINANTE

Gruppi in manifestazione					
					
art. 52	art. 94	art. 69	art. 48	art. 54	
Singolə in manifestazione					
					
art. 59	art. 62	art. 64	art. 85	art. 54	
Simbolo del pugno					
					
art. 92	art. 57	art. 50	art. 32	art. 74	art. 50
Elemento delle fiamme					
					
art. 67	art. 72	art. 50	art. 58	art. 64	art. 60

Quest’ultima sezione dell’atlante traduce in materia operativa la mappatura delle aree semantiche predominanti, intese come gli insiemi di parole, segni e concetti legati dallo stesso ambito di esperienza visiva e verbale. L’analisi del corpus dei 100 manifesti rivela la coesistenza di due macro-aree semantiche distinte che cooperano nella costruzione del nuovo immaginario politico contemporaneo: 1. L’Universo della Lotta e della Rottura: Questa dimensione raccoglie l’immaginario visivo e verbale del conflitto: fiamme, volti coperti da passamontagna, scene di corteo e termini rivendicativi come “Rabbia”, “Violenza” o “Disobbedite”. La rottura più radicale registrata dalla ricerca avviene attraverso l’uso politico di *slur* (insulti come “Froci” o “Puttane”):

Terminologia dell’area semantica					
					
art. 79	art. 35	art. 53	art. 18	art. 50	art. 23
					
art. 60	art. 57	art. 44	art. 52		
					
art. 68	art. 70	art. 72	art. 41	art. 43	art. 88
					
art. 35	art. 47	art. 39	art. 26	art. 66	art. 67
					
art. 74	art. 89	art. 48	art. 38		
					
art. 47	art. 42	art. 63	art. 100		

parole storicamente oppressive che vengono riappropriate dalle comunità, neutralizzando l’offesa e trasformandosi in vessilli di orgoglio e autodeterminazione. 2. L’Universo della Cura Radicale e della Costruzione: Questa seconda area risponde a una postura diametralmente opposta ma altrettanto sovversiva. La comunicazione si rivolge verso l’interno per nutrire la comunità stessa, traducendosi in un immaginario visivo dai toni organici in cui la figura umana è inserita in una rete di relazioni e supporto reciproco, spostando il focus sull’affettività e sulla cura collettiva.

AREA SEMANTICA PREDOMINANTE

Gruppi in atteggiamento di cura e sorellanza



art. 52



art. 94



art. 69



art. 48



art. 54



art. 48



art. 54



art. 54

Terminologia riferita alla sorellanza

SORELLANZA SORELLE SORELLA

art. 52

art. 94

art. 69

Terminologia dell'area semantica

Famiglia

art. 52

Sit-in di solidarietà

art. 94

generosità

art. 69

Lavoro di Cura

art. 48

RIPRODUZIONE E CURA

art. 54

CURA COLLETTIVA

art. 48

(R)ESISTI CON NOI

art. 54

Anticorpi comunicativi: Termine coniato nell’ambito del Design della Comunicazione (in particolare da Giovanni Baule e Valeria Bucchetti) per definire l’insieme delle azioni progettuali, degli strumenti e degli artefatti visivi capaci di agire sul pensiero e sulla cultura dei fruitori per renderli “immuni” agli stereotipi, con particolare riferimento a quelli di genere. Gli anticorpi comunicativi rappresentano la risposta etica, critica e responsabile del design di fronte alla riproduzione di modelli sociali discriminatori e all’assuefazione visiva tipica del panorama mediatico contemporaneo.

Dissensus: Termine mutuato dal pensiero del filosofo francese Jacques Rancière e applicato al campo del Design Activism dal teorico Thomas Markussen. Definisce l’atto estetico e politico capace di sospendere e scardinare il “consenso” (ovvero l’ordine sociale normativo) introducendo elementi eterogenei e inaspettati nel campo percettivo. In sintesi, nell’attivismo grafico e urbano il *Dissensus* è la tattica progettuale che trasforma l’estetica in resistenza politica: innesca un cortocircuito visivo ed emotivo che disturba lo *status quo*, creando spazi temporanei in cui possono emergere nuove forme di appartenenza, di comunità e nuove identità per le soggettività storicamente escluse o reificate.

Beauty labor: Il complesso delle pratiche ossessive di cura, depilazione e controllo corporeo imposte sistematicamente alle soggettività femminili e non binarie. Questo lavoro invisibile sul corpo risponde a precisi standard estetici normativi dettati dal controllo patriarcale (Tampone, 2023).

Femvertising e Commodity feminism: Strategie di marketing neoliberale che si appropriano dei claim e dell’estetica delle rivolte femministe per trasformarli in merci di consumo (*commodity*). Questa operazione svuota il messaggio della sua carica radicale e del suo potenziale conflittuale, riducendolo a puro brand performativo e intrattenimento consolatorio.

Femminismo intersezionale: Quadro teorico e metodologico che analizza come le diverse identità sociali e le relative forme di oppressione (genere, etnia, classe sociale, orientamento sessuale, abilità) non agiscano in modo isolato, ma si sovrappongano e si intersechino inestricabilmente all’interno delle dinamiche di potere (Crenshaw, 1989).

Male gaze: Concetto teorico che definisce lo “sguardo maschile” egemonico radicato nei media, nel cinema e nella comunicazione visiva mainstream. Questa lente strutturale posiziona lo spettatore maschile eterosessuale come soggetto attivo del desiderio, relegando i corpi femminili e non conformi a oggetti passivi di consumo visivo e oggettivazione sessuale (Mulvey, 1975).

Queer: (dall’inglese “eccentrico, insolito”); originariamente usato come insulto denigratorio contro le persone LGBTQ+, è stato rivendicato tra la fine degli anni Ottanta e l’inizio degli anni Novanta dai movimenti attivisti (come Queer Nation). Oggi, oltre l’orientamento sessuale, descrive una postura critica che rifiuta le categorie fisse e binarie, opponendosi radicalmente ai sistemi dell’eteronormatività e della cisnormatività.

Tokenism: Pratica superficiale e performativa che consiste nell’includere una presenza minima e simbolica di individui appartenenti a gruppi marginalizzati (per genere, etnia o orientamento) al solo scopo di ripulire l’immagine pubblica di un brand o di un’istituzione, eludendo qualsiasi reale cambiamento strutturale.

Top surgery: Intervento chirurgico di rimodellamento del torace (mastectomia o mastoplastica) eseguito all’interno dei percorsi di affermazione di genere.

Questo atlante funge da guida operativa per l’attività di workshop e nasce come estensione progettuale della ricerca di tesi “(Un)made in Patriarchy”, raccogliendone e traducendone in prassi le principali rilevazioni analitiche.

BIBLIOGRAFIA DI TESI

Anceschi, G. (1992). L’oggetto della raffigurazione. Etaslibri.

Bourdieu, P. (1998). Masculine Domination. Stanford: Stanford University Press.

Bucchetti, V. (2021). Cattive immagini. Il design della comunicazione e la rappresentazione di genere. FrancoAngeli.

Bucchetti, V., & Baule, G. (2012). Anticorpi comunicativi. Milano: Franco Angeli.

Bucchetti, V. (2014). Tracce di ipervisibilità. Per un’analisi della comunicazione di genere. FrancoAngeli.

Buckley, C. (1989). Made in Patriarchy: Toward a Feminist Analysis of Women and Design. In V. Margolin (Ed.), Design Discourse.

Calabi, D. (2018). Percezioni aptiche e cromatiche per il design. In V. Bucchetti (a cura di), Progetto e culture vive. Elementi per il design della comunicazione (pp. 51-98). FrancoAngeli.

Cantor, N. F. (1969). The age of protest: Dissent and rebellion in the twentieth century. Hawthorn Books.

Casnati, V., & Bucchetti, V. (2019). Transdisciplinarity among universities as a catalyst for a gender-sensitive revolution. Strategies and approaches from the perspective of communication design. In C. Vezzoli (a cura di), Designing Sustainability for All. Proceedings of the LeNS World Congress 2019 (pp. 523-529). Edizioni Polidesign.

Collins, P. (2019) Intersectionality as Critical Social Theory, Patricia Hill Collins, Duke University Press.

Collettivo Ombre Rosse, Siamo ombre rosse: sex worker transfemministe contro la violenza, lo stigma e la criminalizzazione (2022), in Garofalo Geymonat, G. e Selmi, G. (a cura di), Prostituzione e lavoro sessuale in Italia, Rosenberg & Sellier

Costanza-Chock, S. (2020). Design justice: Community-led practices to build the worlds we need. MIT Press.

Criado-Pérez, C. (2020). Invisibili. Einaudi

De Lauretis, T. (1999). Sui generis. Scritti di teoria femminista. Milano: Feltrinelli.

Demaria, C., Tiralongo, A. (2019). Teorie di genere. Femminismi e semiotica, Bompiani.

Fuad-Luke, A. (2009). Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World. Earthscan.

Ghenov, V. (2019). Femminili Singolari. Il femminismo è nelle parole. Effequ.

Gnugnoli, A. (2014). William Morris. Art e Dossier. Firenze: Giunti.

Guerra, J. (2021). Il femminismo non è un brand. Einaudi.

Hall, S. (1997). Representation: Cultural representations and signifying practices. Sage Publications; The Open University.

hooks, b. (1984). Feminist theory: From margin to center. South End Press.

hooks, b. (1994). Teaching to Trasgress, Routledge.

Lupton, E., & Tobias, J. (2021). Extra Bold: A Feminist, Inclusive, Anti-racist, Nonbinary Field Guide for Graphic Designers. Princeton Architectural Press.

Manchia, V. (2025). Dentro l’immagine. Einaudi.

Markussen, T. (2013). The Disruptive Aesthetics of Design Activism: Enacting Design Between Art and Politics. The MIT Press.

Mergner, J., Pekşen, S., Leišytė, L., (2026). Intersectionality at German Universities: Empowering Teaching Staff as Change Agents With Higher Education Didactic Workshops, in “Social Inclusion”.

Oliveira, L. P. M. de (2018). Design gráfico e ativismo: análise da obra do coletivo Guerrilla Girls para o Museu de Arte de São Paulo [Design grafico e attivismo: analisi dell’opera del collettivo Guerrilla Girls per il Museo d’Arte di San Paolo]. In Anais do 13° P&D Design. Joinville, Brasile: Univille.

Papanek, V. (1985). Design for the Real World: Human Ecology and Social Change (2nd ed.). Academy Chicago Publishers.

Paoletti, J. B. (2012). Pink and Blue: Telling the Boys from the Girls in America. Indiana University Press

Pastore, R. (2016). Il rosa e il blu. Genere e design. Postmedia Books.

Pepponi, E. (2021). Lingua... di che genere? Riflessioni preliminari e proposte operative per una comunicazione istituzionale universitaria che superi il binarismo di genere. Lingue e Linguaggi, 41, 247-264.

Place, A. (Ed.). (2023). Feminist designer: On the personal and the political in design. MIT Press.

Resnik, E. (2025). Women Graphic Designers: Rebalancing the Canon. Bloomsbury Publishing.

Roberts, L. (2006). Good: An introduction to ethics in graphic design. AVA Publishing.

Tampone, F. (2018). Le rappresentazioni delle violenze di genere nelle pubblicità sociali italiane. Un’analisi intersezionale. CIRSDe – Centro Interdisciplinare di Ricerche e Studi di Donne e di Genere, Università degli Studi di Torino.

Nochlin, L. (1971). Why Have There Been No Great Women Artists? In V. Gornick & B. Moran (Eds.), Woman in Sexist Society: Studies in Power and Powerlessness. Basic Books.

Ciciarelli, R. (2019, 11 Marzo). Il personale è politico: storia e significato dello slogan femminista. Bossy. [https://www.bossy.it/il-personale-e-politico-storia-e-significato-dello-slogan-femminista.html]

Dinamico Festival. (s.d.). IL FEMMINISMO COME METODO Workshop. [https://dinamicofestival.it/project/femminismo-come-metodo-workshop/]

Hotpotatoes. (2017). See Red Women’s Workshop: Feminist Posters 1974-1990.[https://www.hotpotatoes.it/2018/10/07/see-red-womens-workshop-feminist-posters/]

Mazumdar, M. (2025, 2 Maggio). Designing Gender: A Feminist Toolkit, reviewed by Madhumita Mazumdar [Recensione del libro Designing Gender: A Feminist Toolkit, di S. E. Baker]. Design Research Society. https://www.designresearchsociety.org/articles/designing-gender-a-feminist-toolkit-reviewed-by-madhumita-mazumdar

Media Design School. (2025, 15 Marzo). Designing an equitable future: Dr Sarah Elsie Baker’s feminist toolkit for change. Media Design School News. [https://www.mediadesignschool.com/news/designing-equitable-future-dr-sarah-elsie-bakers-feminist-toolkit-change]

Savastio, P. (2022). Insegnare comunità di bell hooks. Il Tascabile.[https://www.iltascabile.com/recensioni/insegnare-comunita-bell-hooks/]

Stachanovblog.org. (s.d.). Storia di un simbolo: IL PUGNO CHIUSO. [https://stachanovblog.org/2013/10/22/storia-di-un-simbolo-il-pugno-chiuso/]

Superrr Lab. (s.d.). Feminist Tech Principles. [https://superrr.net/en]

