



WordCamp Italia 2021

# **Accessibilità digitale: uno strumento di inclusione**

Roberto Rafaschieri

# Ciao!



Mi chiamo Roberto Rafaschieri, sono un **giornalista, copywriter** e creatore di prodotti cross-mediali. Dal 2020 mi occupo di comunicazione inclusiva.



# **Cosa vuol dire comunicazione inclusiva?**



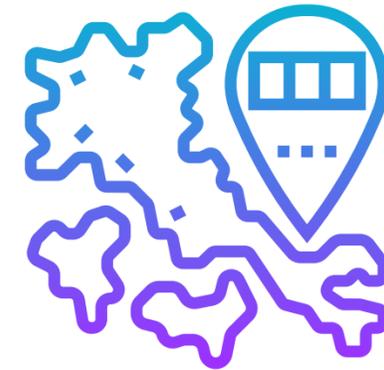
# Cosa non vuol dire comunicazione inclusiva?



L'accessibilità è condizione  
**necessaria** (ma non sufficiente)  
per una comunicazione inclusiva



# Un po' di numeri...



persone **ipovedenti**

217 milioni

1,3 milioni

(fonte OMS)

persone **cieche**

36 milioni

220 mila

(fonte OMS)

persone **sorde**  
(o ipoacusiche)

72 milioni

1 milione

(stime)



# Come si creano contenuti accessibili?

Linee guida internazionali: WCAG 2.1.

*Web Content Accessibility Guidelines*

World Wide Web Consortium (W3C)



# L'accessibilità digitale è largamente regolamentata

- linee guida internazionali
- normative europee
- normative italiane (leggi 2004, 2018, e altre):  
l'ultima entrata in vigore riguarda le linee guida sull'accessibilità degli strumenti informatici, che dal 2020 le pubbliche amministrazioni sono tenute a seguire

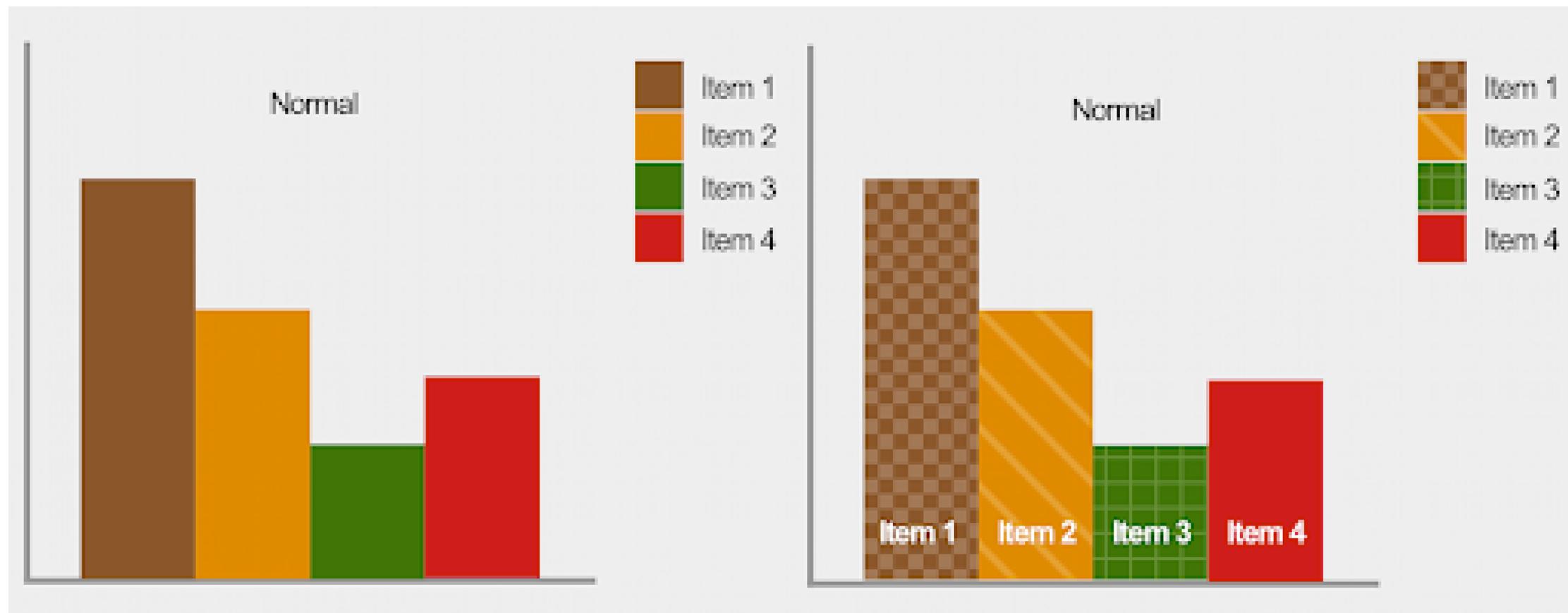


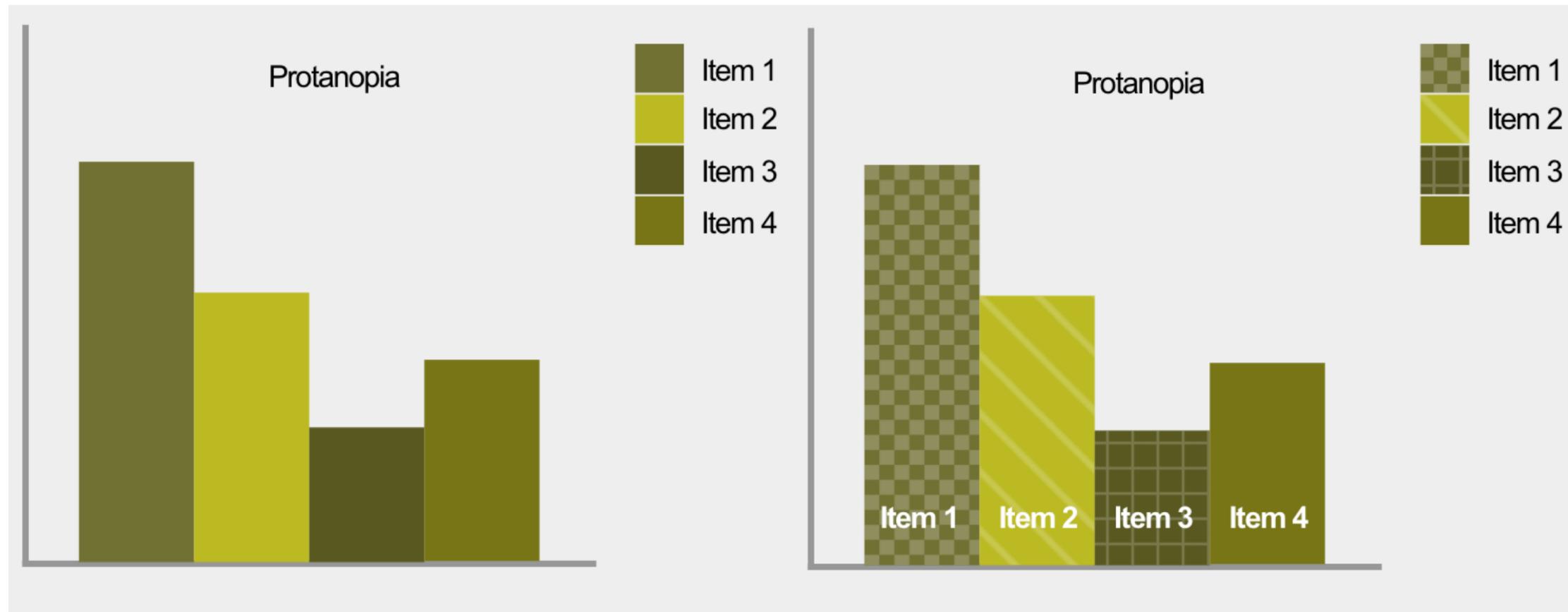
# Applichiamo le WCAG

*Il colore non deve essere utilizzato come unica modalità visiva per rappresentare informazioni, indicare azioni, richiedere risposte o come elemento di distinzione visiva.*

**Criterio di successo 1.4.1. sull'uso del colore**







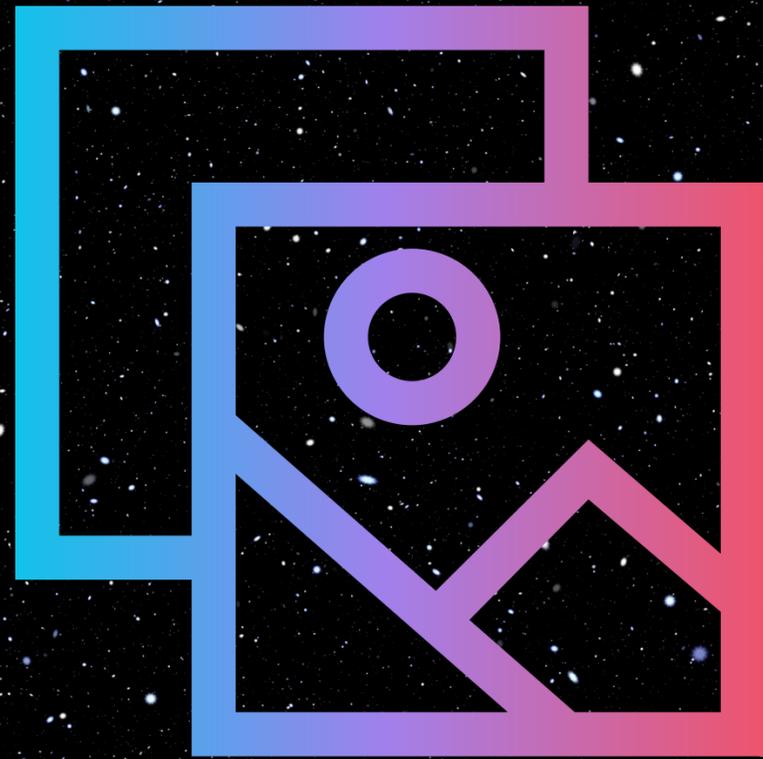
**Belle le linee guida,  
ma non ci vivrei...**



facciamo un passo oltre

# **Accessibilità come forma di inclusione**



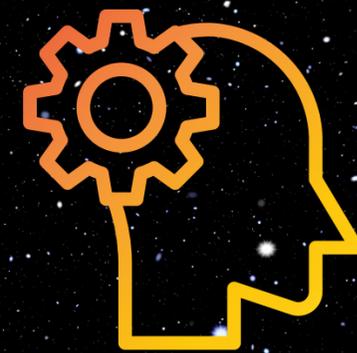
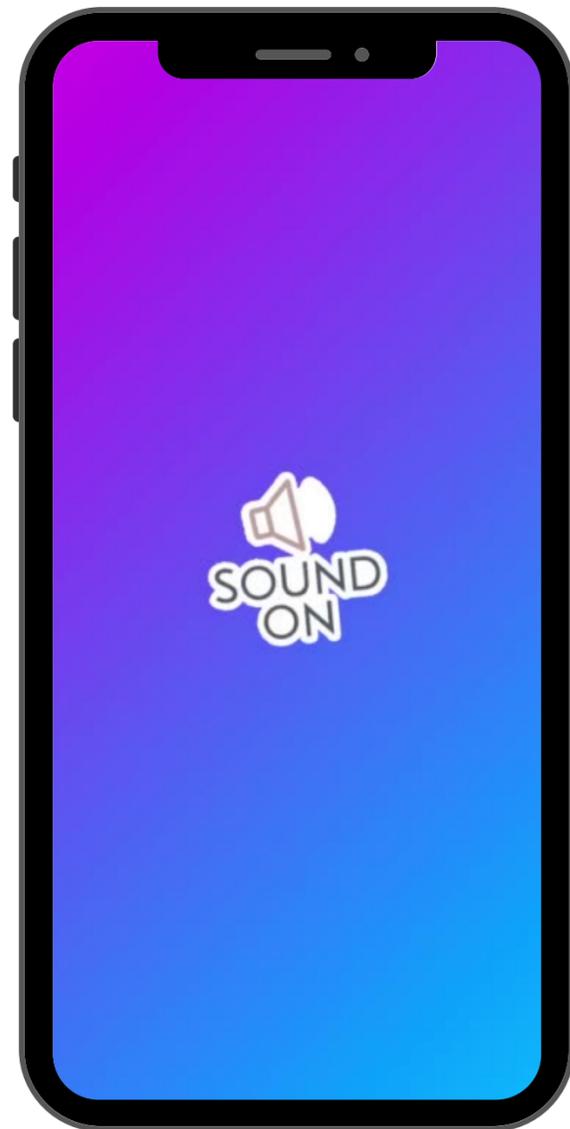


# Un caso pratico: i limiti dell'alt text

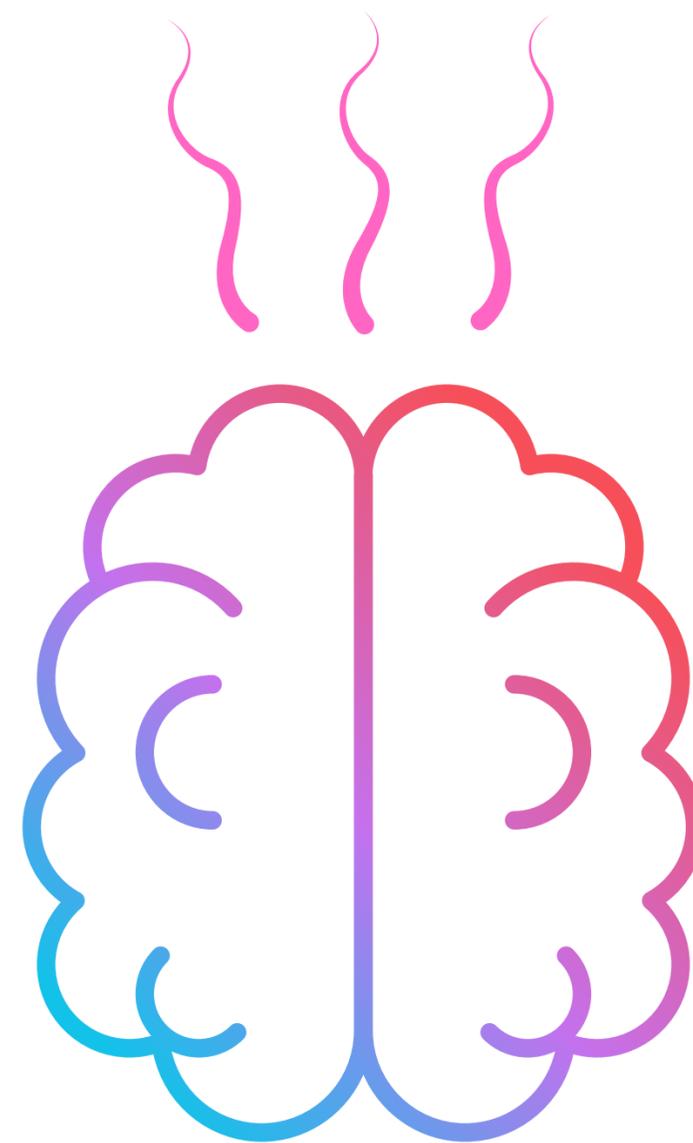


# Instagram stories





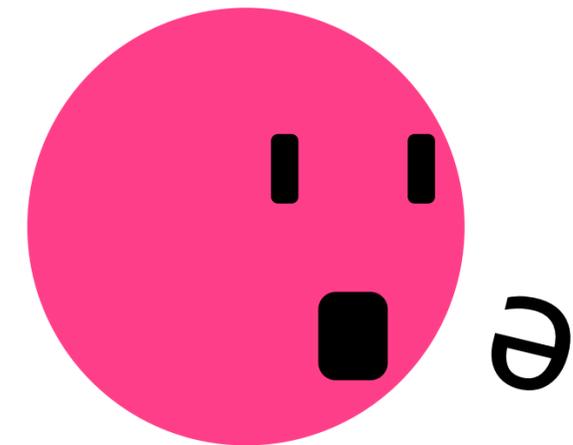
NON  
È  
FACILE!





# I pro dello **schwa**

Alternativa totalmente neutra  
al binarismo di genere, che  
può essere utilizzata anche  
nella lingua parlata



# I contro dello **schwa**

Non sempre viene letto correttamente dagli *screen reader*, anche se complessivamente risulta più comprensibile rispetto all'asterisco e ad altri segni grafici.

Nei testi, può affaticare chi già ha difficoltà nella lettura.



# **Ma allora anche il copywriting deve essere accessibile**

**L'accessibilità non è solo una questione di forma**



# Copy accessibili

- semplicità linguistica: lingua, lessico tecnico, sigle, sintassi
- parsimonia coi segni grafici (schwa, ma anche affini: asterischi, x, chiocciole etc). Ma anche...



# Le emoji, uno strumento utile di cui non abusare



utili per decifrare meglio l'emozione trasmessa dal messaggio



se troppe, diventano un problema per gli screen reader



IT'S  
COMPLICATED



**Pensare all'accessibilità in un'ottica di inclusione ci permette di mettere al centro le necessità delle persone a cui ci rivolgiamo, trovando di volta in volta il modo migliore di soddisfarle.**



# Grazie!

**Restiamo in contatto**

roberto.rafaschieri@gmail.com

