

ux/ui & visual designer crafting bold products
through method and curiosity



DIANA BERSELLI

HEY THERE NICE TO MEET YOU :)



I'm Diana, a UX/UI and visual designer based in Milan, currently completing my Master's in Digital & Interaction Design at Politecnico di Milano —where I previously earned my Bachelor's in Communication Design.

Guided by a methodical approach and a keen visual eye, I balance logic, craft, and user needs to build meaningful digital experiences. I like tackling complex problems and turning them into functional, memorable products.

SKILLS

UX/UI Design: UX research, usability testing, information architecture, interaction design, design systems, prototyping

Visual & Brand: brand identity, editorial design, art direction, type design, illustration

Video: video editing, AI-supported video generation, motion design, animation

SW

Figma, Adobe suite (Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere, After Effects), Glyphs, Procreate, DaVinci Resolve, AI tools, collaborative digital workspaces, UX research and testing digital platforms.

Let's talk
Catch me @

dianaberselli03@gmail.com

PROJECTS INDEX

<i>OICO</i> (2026)	UX/UI; USER RESEARCH;	03
<i>ALOS</i> (2026)	SERVICE DESIGN; UX/UI; USER RESEARCH;	17
<i>HUMAN IMPACT</i> (2026)	MOTION DESIGN;	35
<i>LANGUAGE</i> (2025)	SPECULATIVE DESIGN;	42
<i>TORPEDO</i> (2025)	TYPE DESIGN;	55
<i>INCIPIT</i> (2024)	BRANDING; SOCIAL MEDIA;	63
<i>IN CIBO VERITAS</i> (2023)	EDITORIAL DESIGN;	77

OICO (2026)

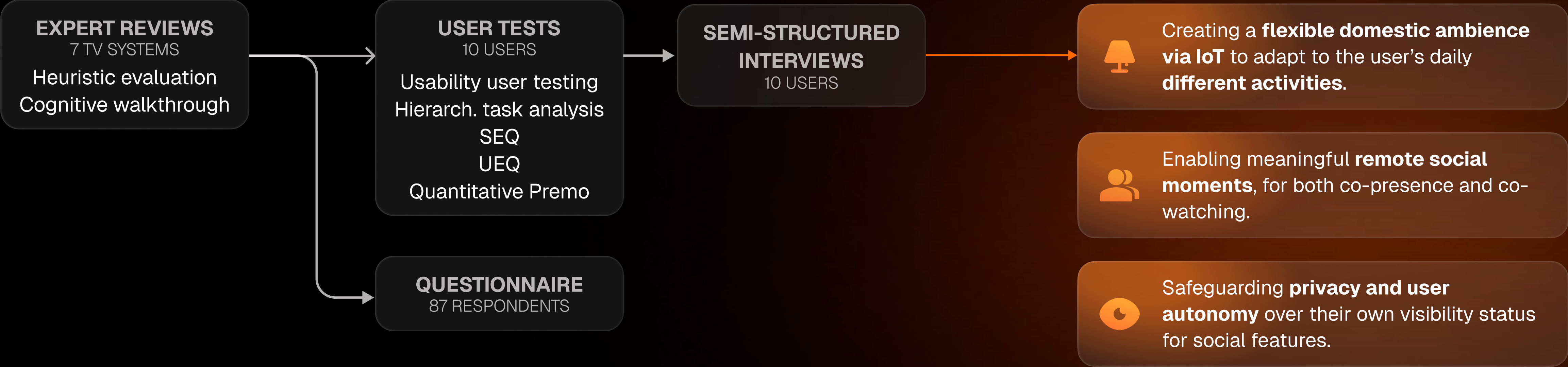
UX/UI;
USER RESEARCH;

[LINK TO VIDEO](#)

An integrated smart ecosystem transforming passive TV screens into adaptive social companions for solo-dwellers in compact homes. Through ambient scenes, remote co-watching, and dedicated hardware touchpoints—including a TV stick, smart remote, and companion app—Oico redefines small-space living.



Confined to small apartments, remote workers struggle to detach from work and face persistent isolation while their home's largest display, the TV, sits completely passive.



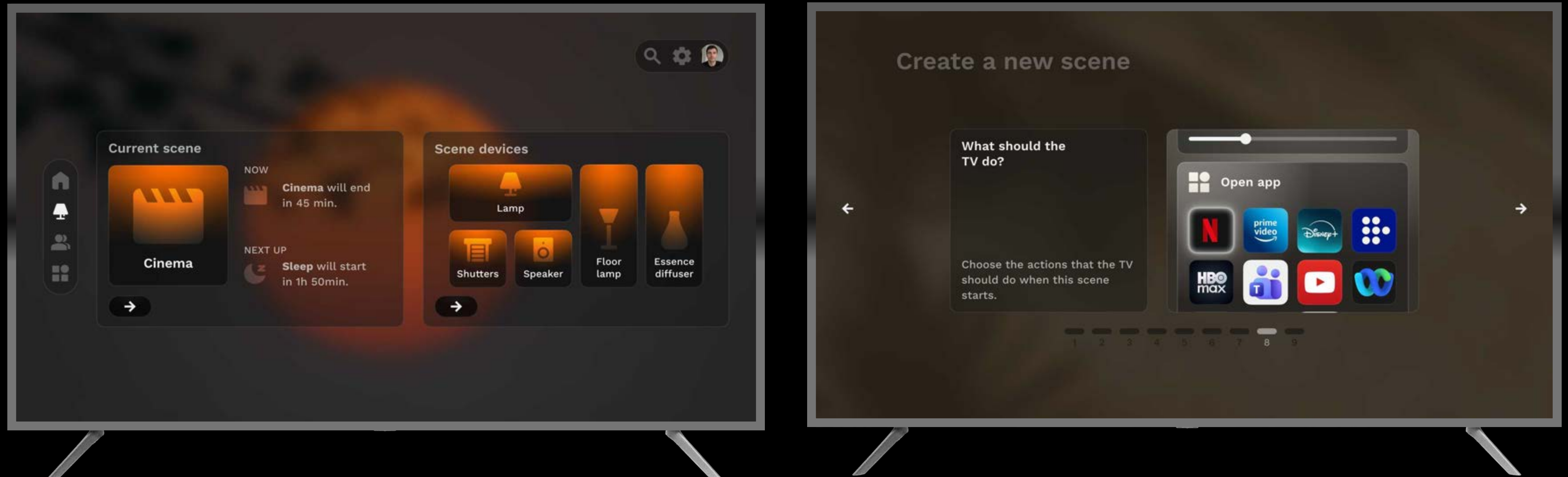
To uncover the limitations of current smart TVs, preliminary research combined expert review, habit surveys, user testing, and semi-structured interviews. The insights revealed solo-dwellers seek spatial flexibility between daily routines and desire natural co-presence, while demanding control over privacy and visibility.



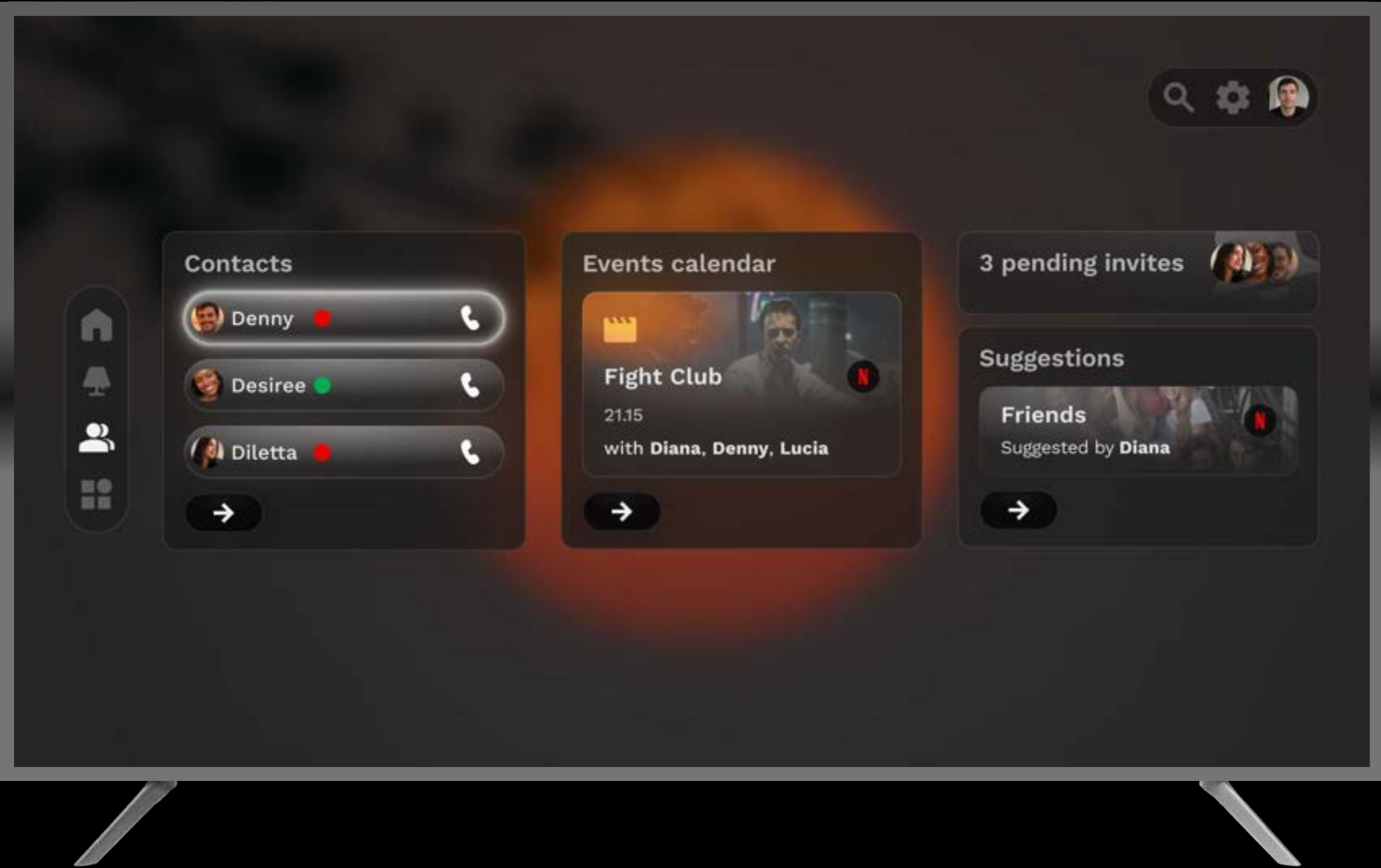
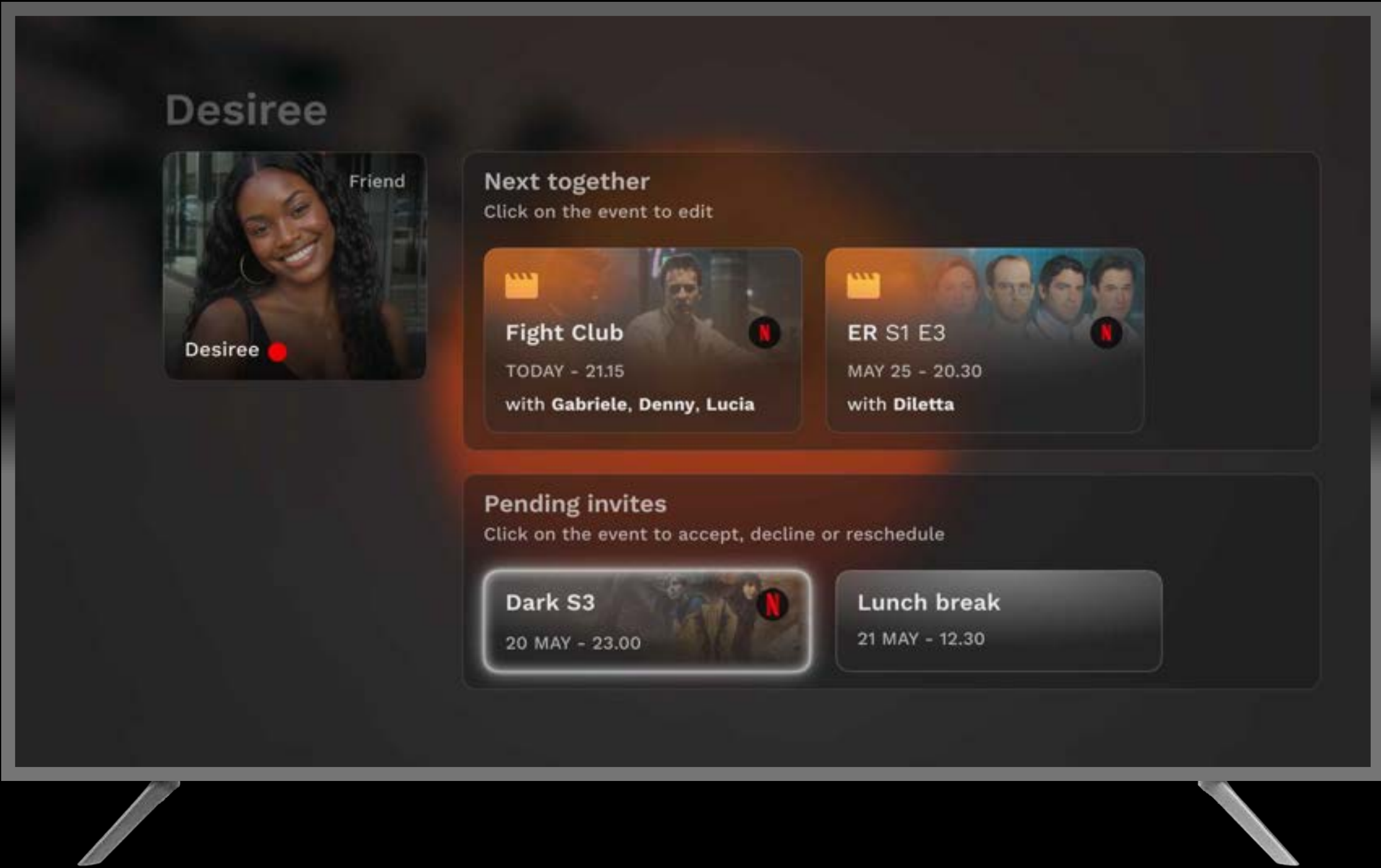
Our solution: Oico. An integrated IoT ecosystem enabling low-friction social co-presence while dynamically transforming the living space. Through customizable, automatable ambient "scenes" like Work or Cinema, Oico flexes to support solo-dwellers across their shifting daily routines.



The home dashboard dynamically adapts its color palette, background, and widget configuration to match the active Scene—shifting seamlessly from productivity-focused tools during working hours to immersive entertainment modes by evening.



Ambient features automate the living space through customizable Scenes (e.g., Work, Cinema, Relax). When configuring a scene, users select connected smart devices, define their behaviors, and assign dedicated TV dashboard widgets to match their activity.



Social features foster effortless co-presence through synchronized co-watching and hands-free big-screen video calls, allowing remote friends to share moments and feel connected without the friction of holding a device.



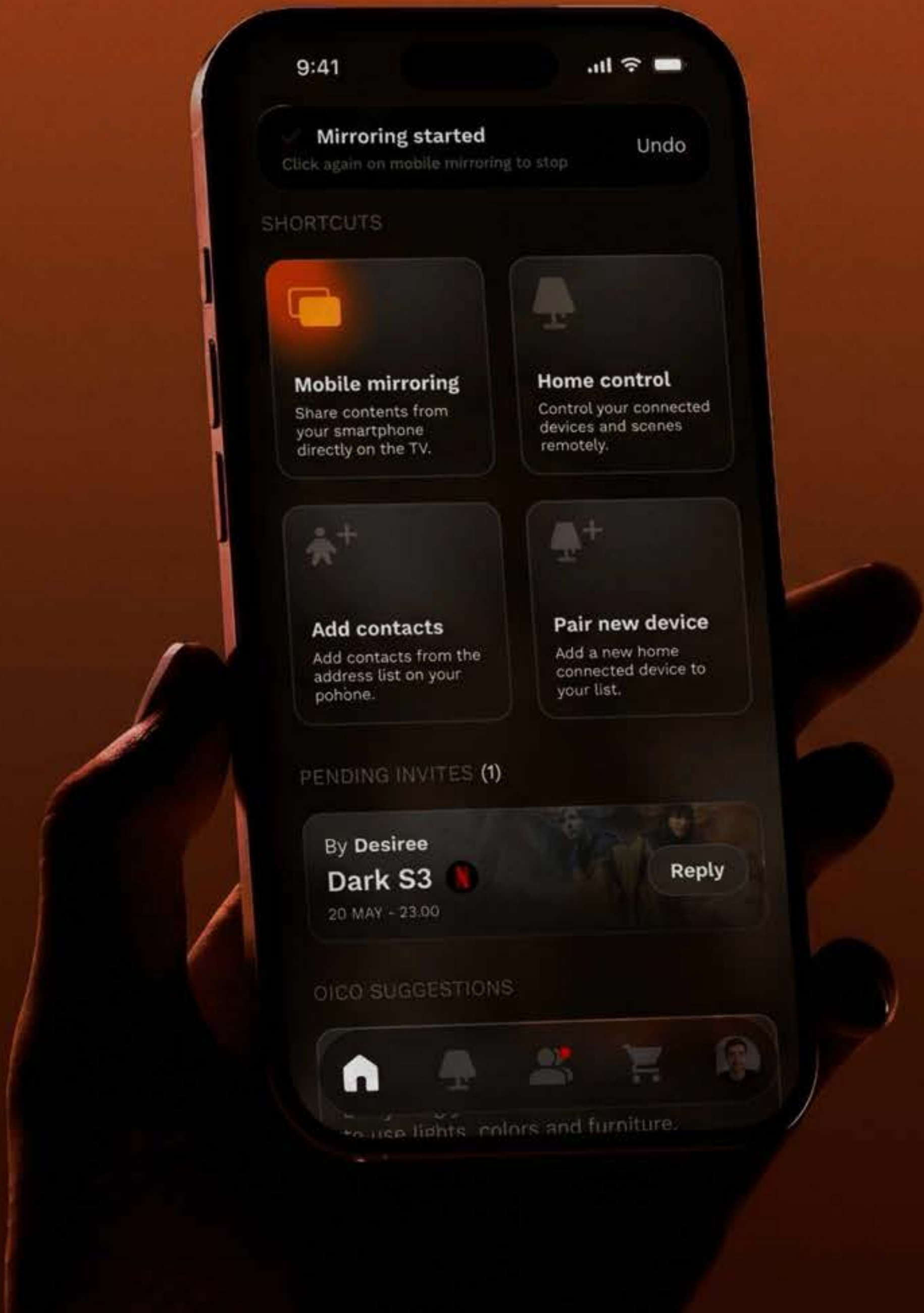


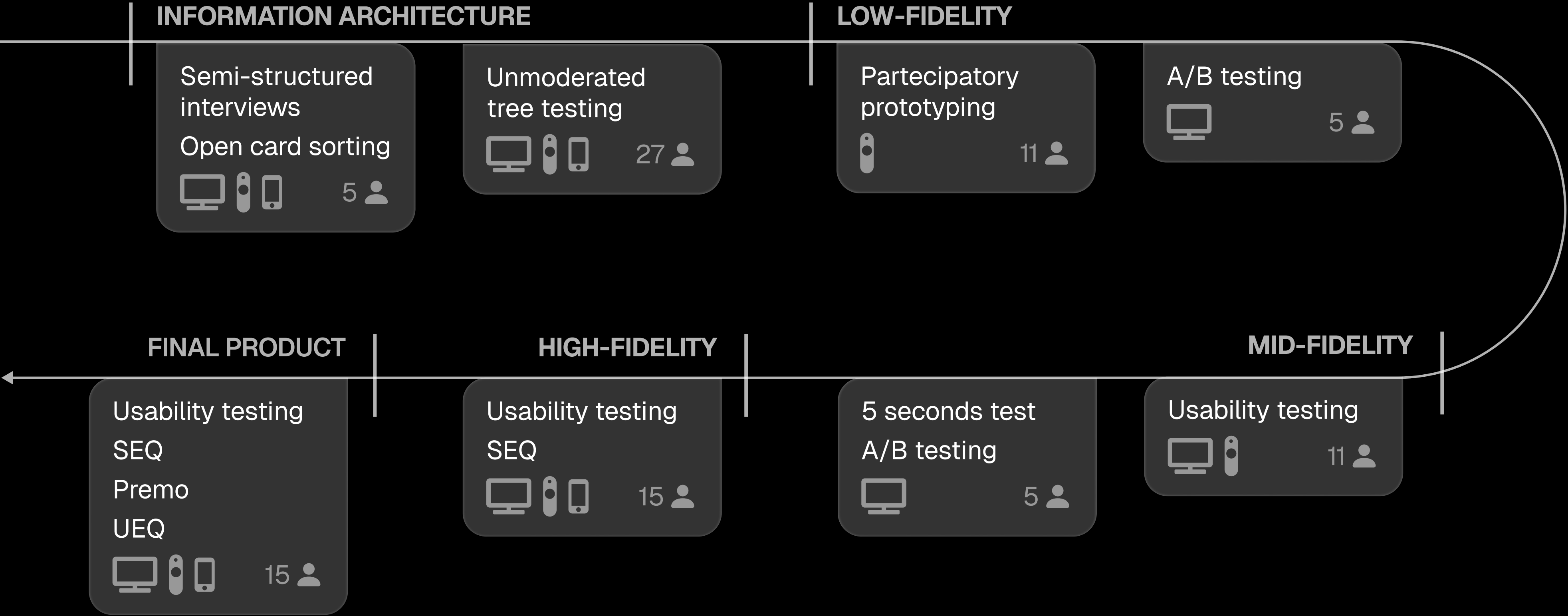
To connect with any TV setup, Oico includes a plug-and-play TV stick, a trackpad-equipped remote with shortcuts, and a webcam featuring a physical tilt-back privacy hinge. The ecosystem expands with additional smart accessories via the online store.





To eliminate the friction of on-screen TV typing, a dedicated companion app streamlines onboarding, contact management, and co-watching invitations, while serving as a store to purchase additional Oico devices.

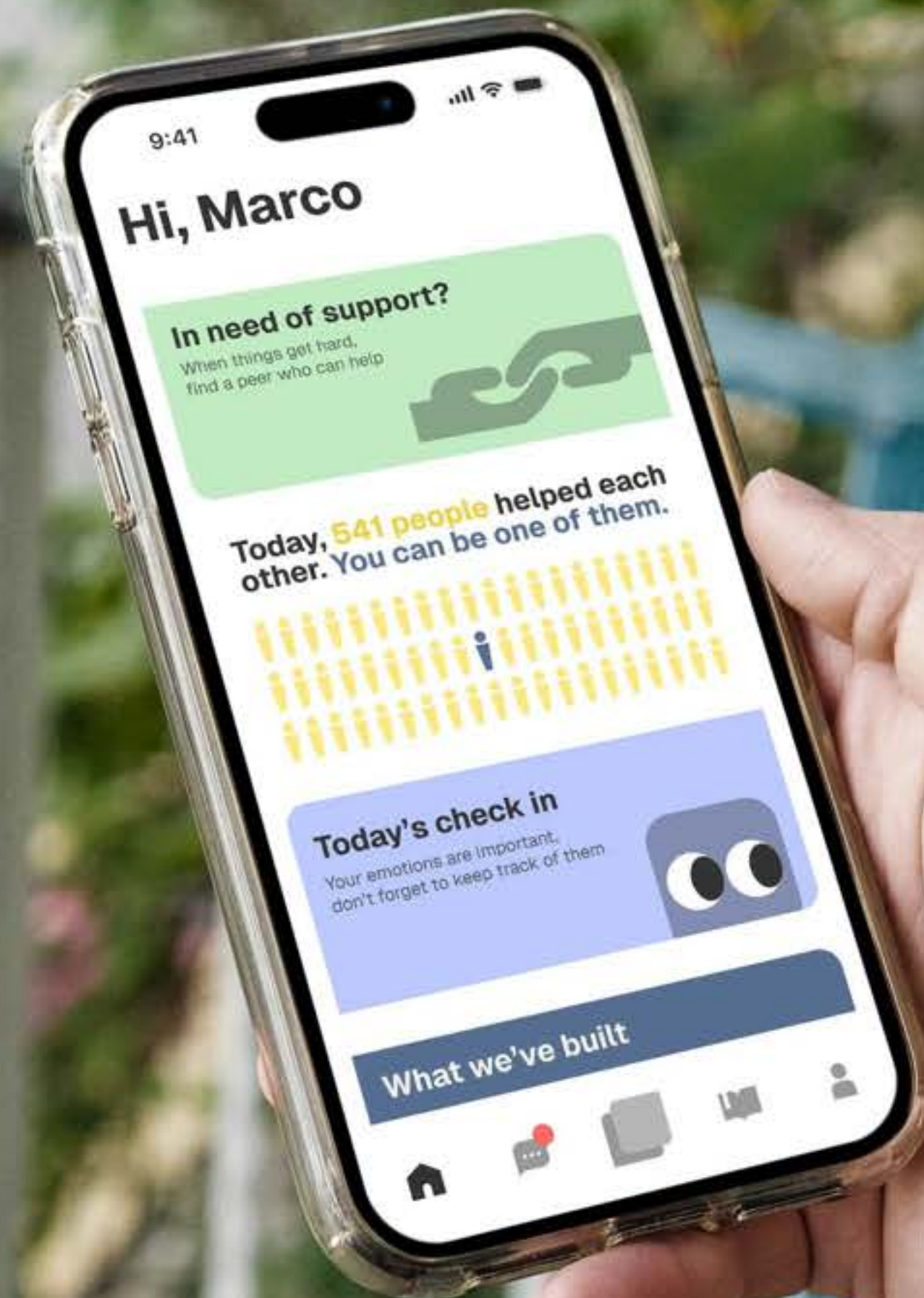




ALOS (2026)

UX/UI;
USER RESEARCH;
SERVICE DESIGN;

A digital peer-to-peer platform designed for caregivers of elderly with Alzheimer's and other forms of dementia. Built through continuous dialogue with real caregivers, the platform directly addresses the isolation that follows a diagnosis and provides support for daily struggles. At the core of the system is an AI-powered matchmaking engine that connects caregivers seeking advice with peers who have navigated the same challenge.



4 million people in Italy alone care for elderly with Alzheimer's and other forms of dementia.

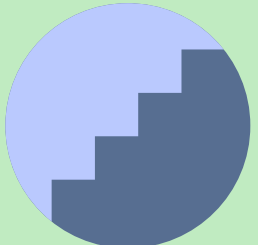
However, following a diagnosis, family caregivers often navigate medical care, bureaucracy, and daily life entirely alone.

Questionnaire
42 answers
ai • family dynamics • emotional struggle

Semi-structured interviews
4 caregivers
specific needs and pain points • platform features

User diaries
2 caregivers
real time emotional load • daily triggers

Observations
2 contexts (home; support group)
daily care management • question patterns



The **lack of post-diagnosis support** turns the caregiver into an improviser of medical, bureaucratic, and daily practical solutions.



There's a strong **need for practical peer advice**, as medical ones often mismatch with daily problems and the tangible support is little.



Caregivers **need an emotional safe space** that even family members (secondary caregivers) can't provide, due to the responsibility imbalance.



AI is accepted if its impact is meaningful and can help finding support and practical solutions. But privacy has to be guaranteed and transparent.

To understand caregivers' core needs and their attitudes toward AI, we conducted a four-phase user research. The findings reveal caregivers feel unsupported by healthcare systems and urgently seek peer support networks. AI is welcomed if it helps building a caregivers' network, but data privacy has to be guaranteed.

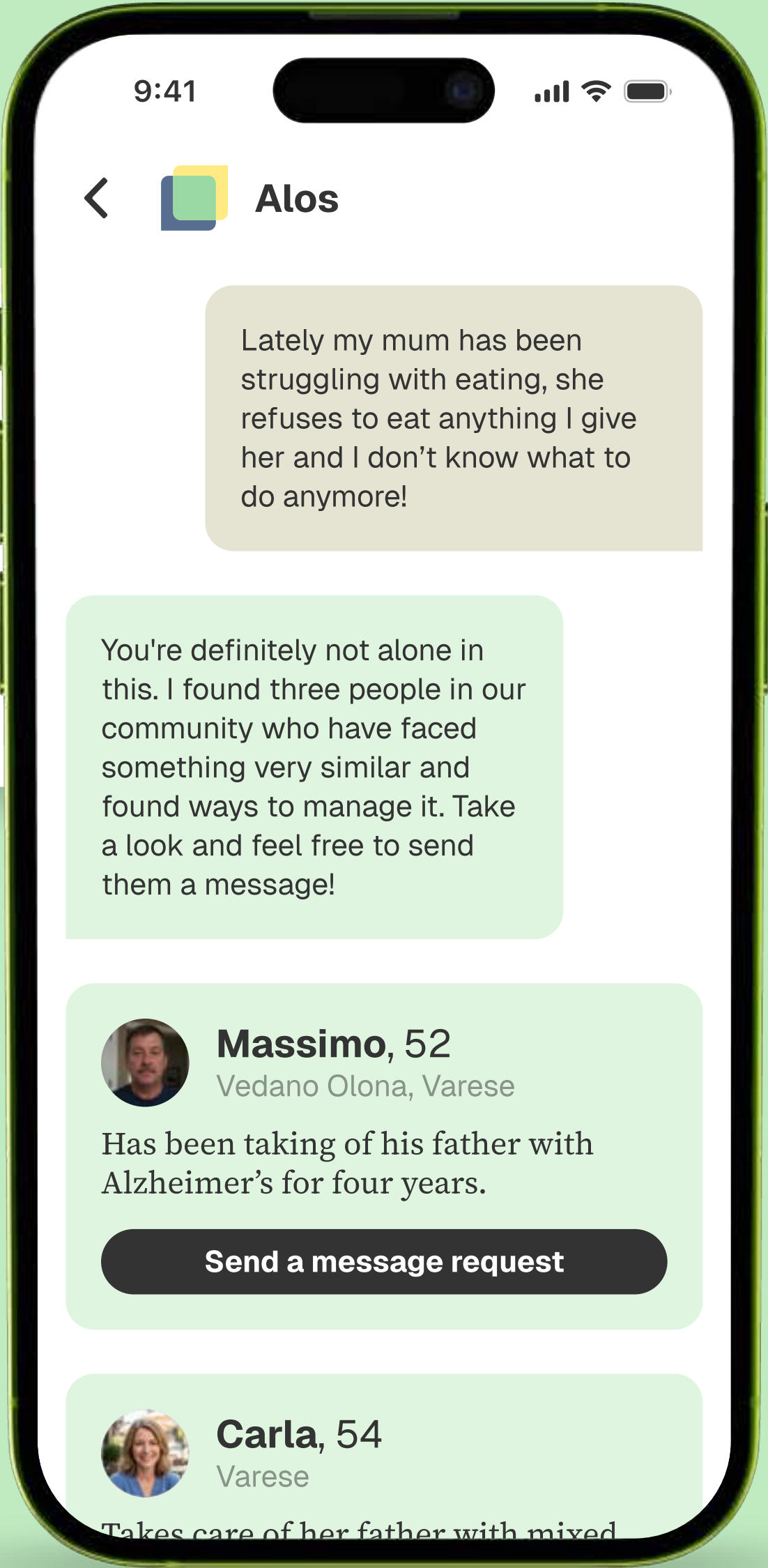


How might we connect caregivers of elderly with Alzheimer's with the right peer knowledge when they need it, to reduce isolation?

The Solution: Alos. An AI-driven service connecting caregivers facing similar challenges. Alos reduces isolation through smart peer matching, a private diary, community data insights, and direct links to local associations.



Hi **Marco!**
Let's find someone
who can help you



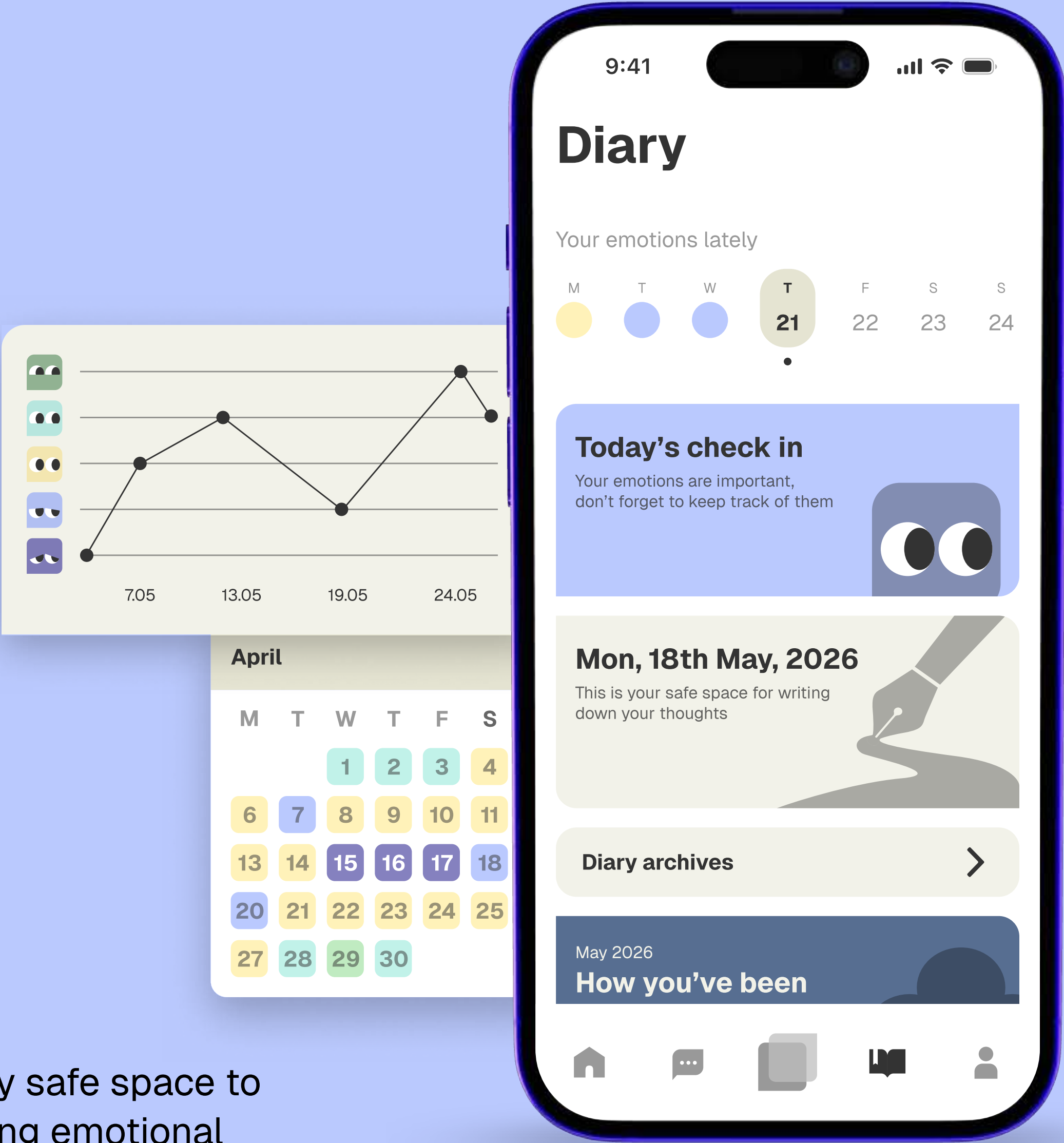
Did connecting with Massimo help you solve your problem?

Matches aren't always perfect. Your feedback helps us improve Alois's matchmaking and strengthen the community!

Yes, it helped!

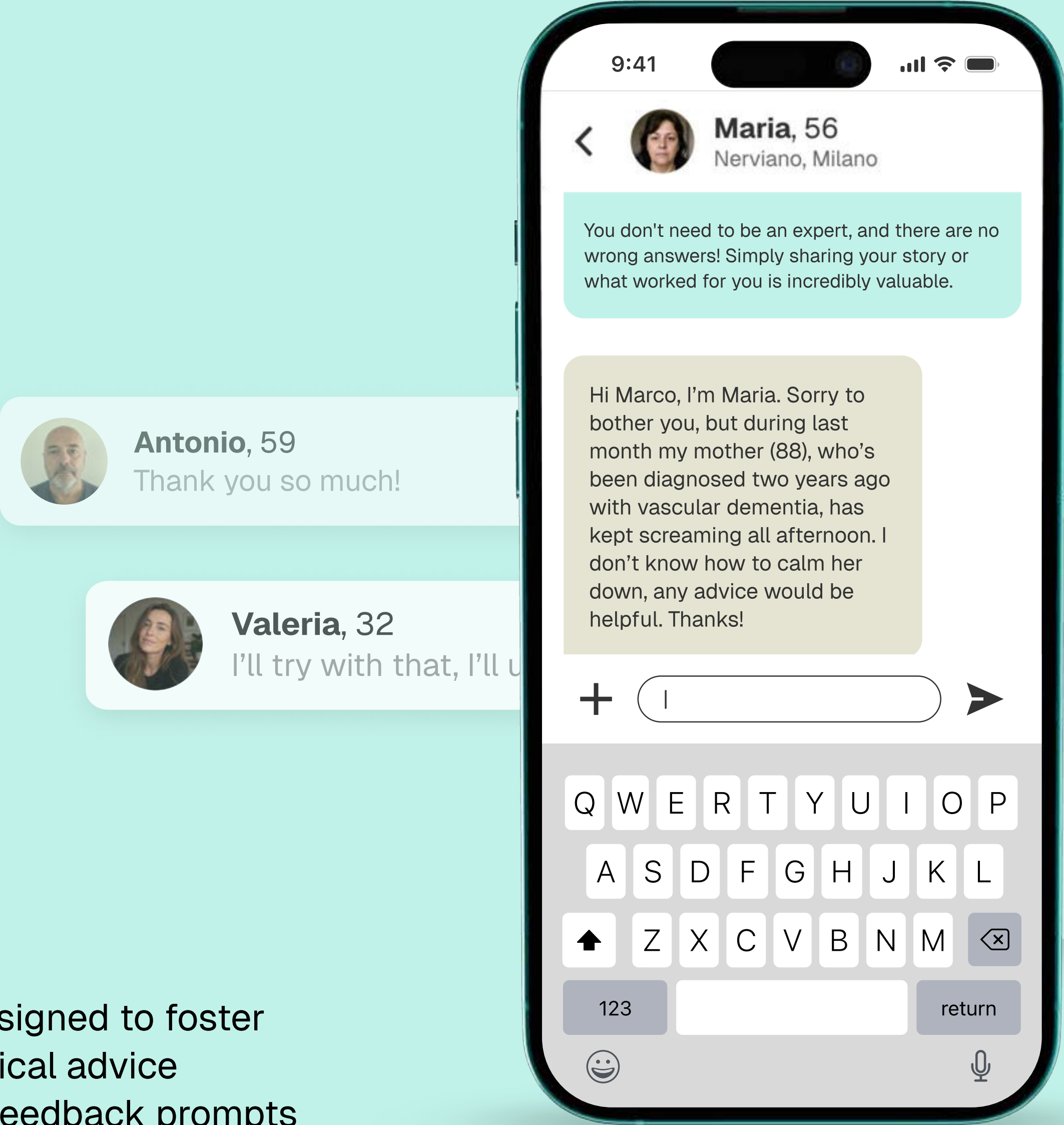
Not quite

At the core of the service is the Alos chatbot. When an issue arises, caregivers describe it in their own words, and the AI suggests three peer profiles who navigated the same challenge, transitioning directly into human-to-human conversations.



The diary serves as a private, emotionally safe space to log daily routines and reflections, mapping emotional patterns over time to continuously refine personalized recommendations.

Chats are a private 1-to-1 channel designed to foster trust, emotional exchange, and practical advice between matched peers. Follow-up feedback prompts assess the match’s value, enriching the platform’s solution database to improve future AI matches.



Pending help requests

Check out if someone from the community requested your help!

1 New Request >





Caregivers earn badges for supporting peers, valuing both offering and seeking help while highlighting practical caregiving expertise across the community.



Save event 



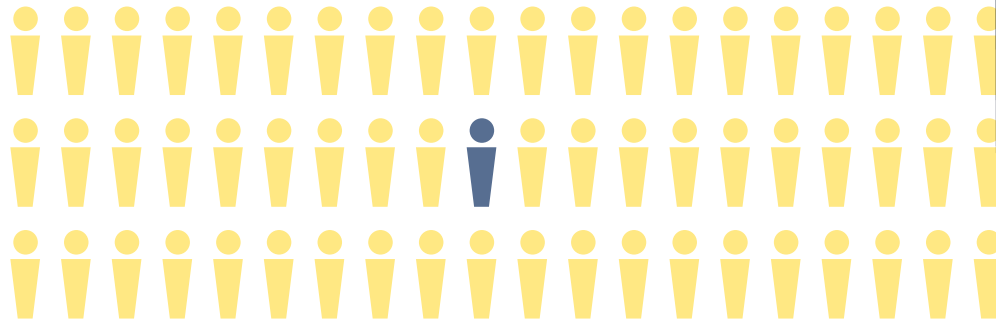
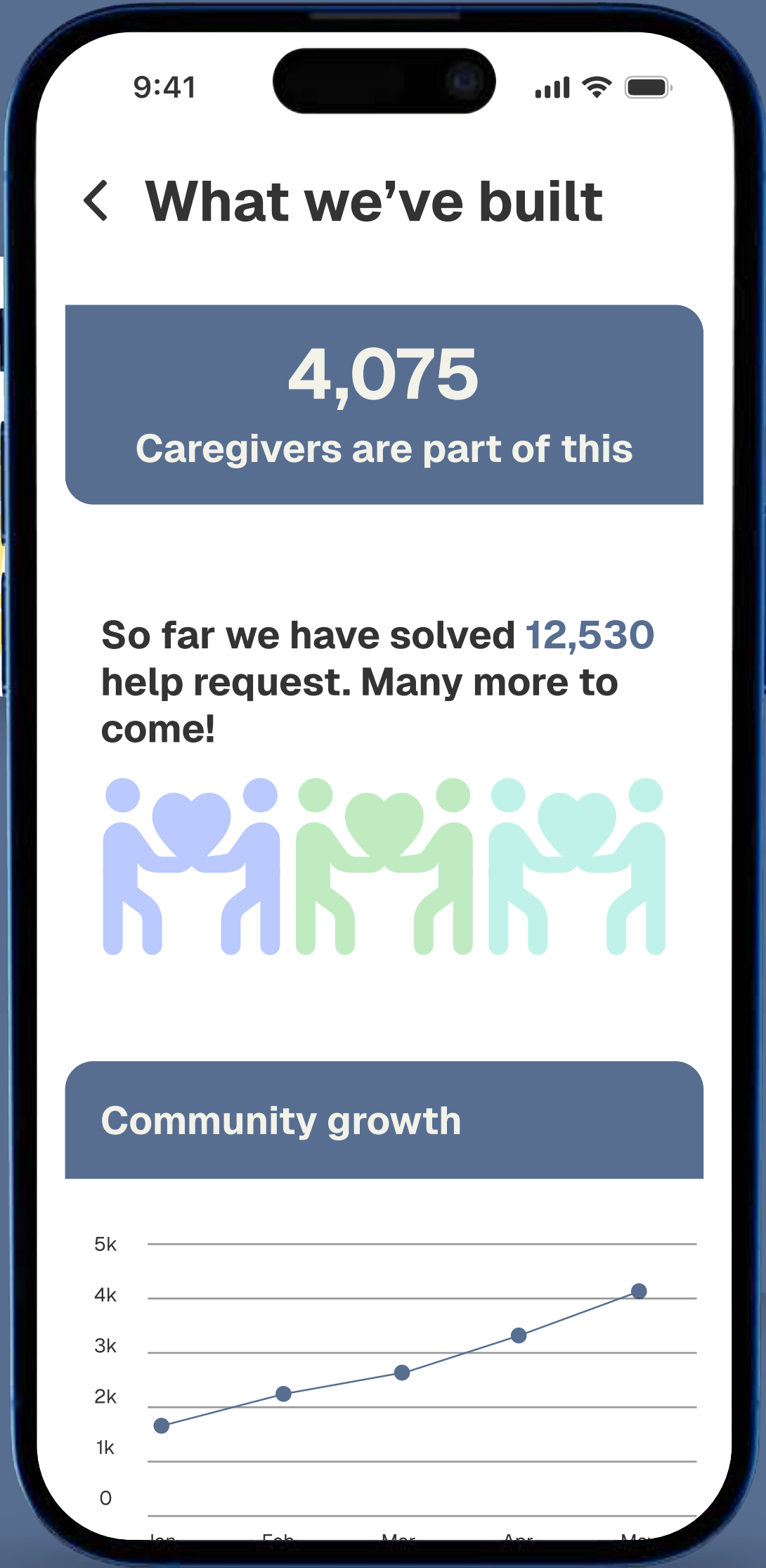
Saved resources (3)

Your touch of community,
to always stay connected



To address the lack of local resources, this directory maps nearby caregiver associations, care facilities, and community initiatives for accessible on-the-ground support.

Today, **541 people** helped each other. You can be one of them.

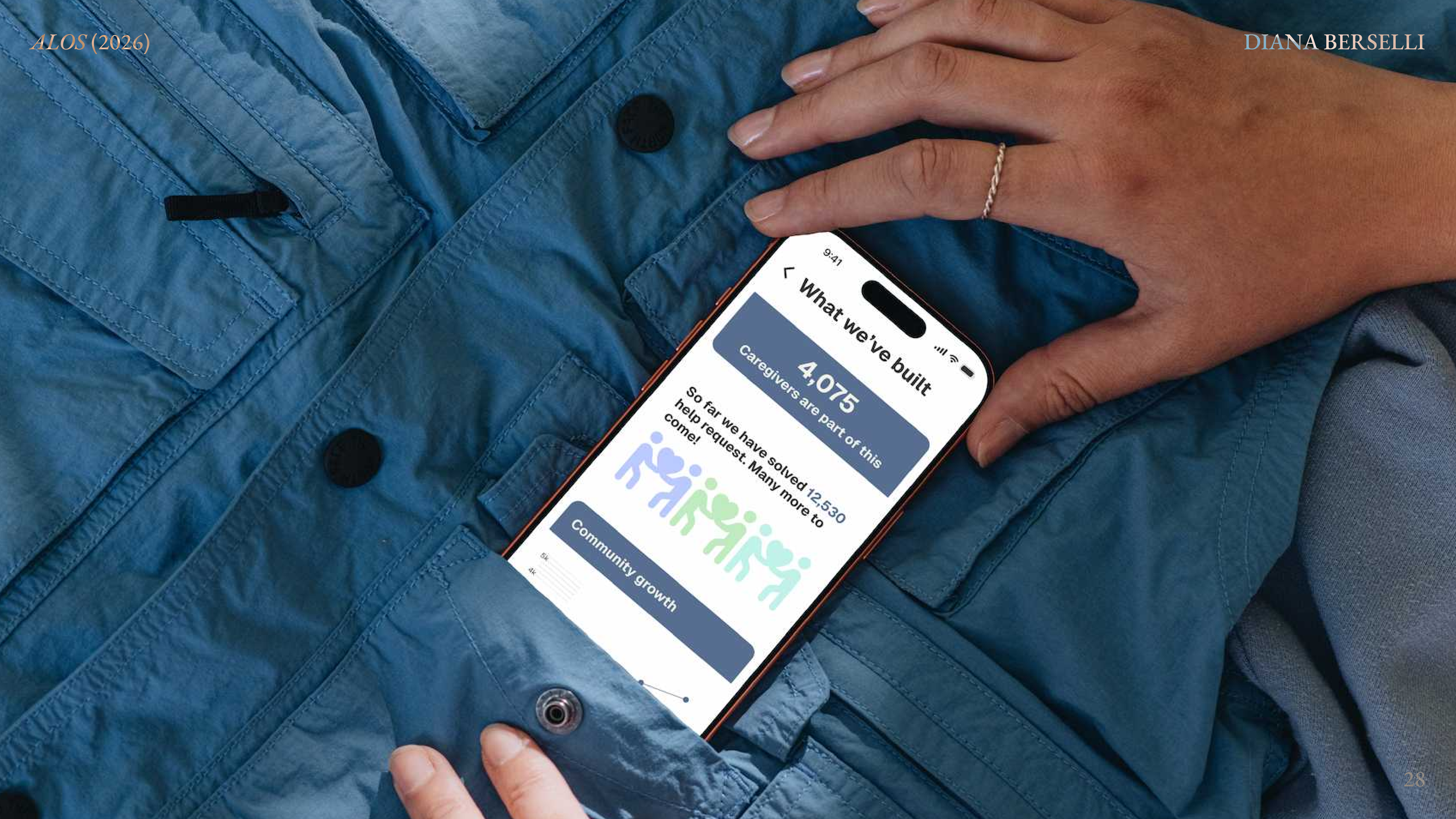


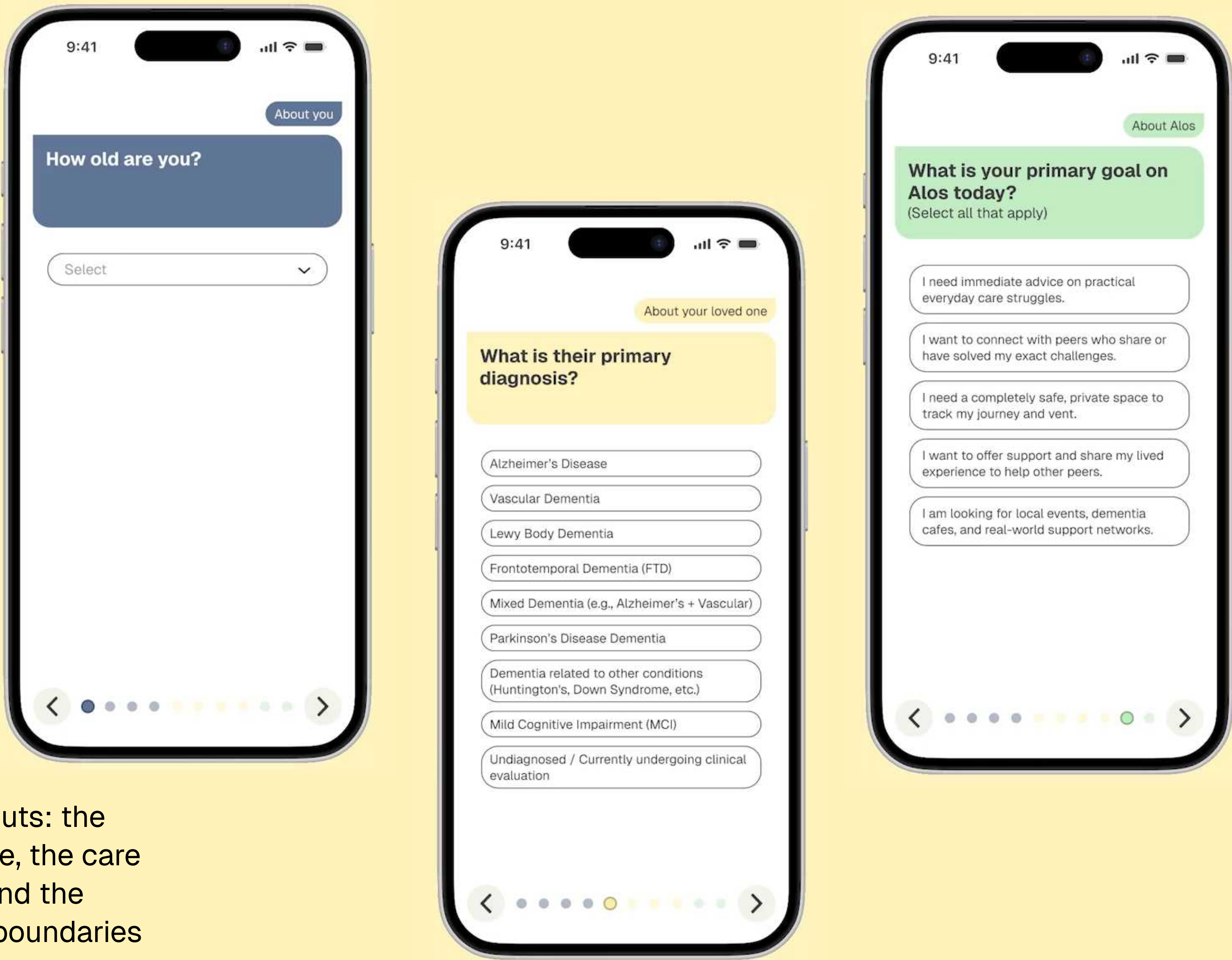
What we've built

See how your contribution matters in our growing, supportive caregiver community.



To foster a sense of community, a dashboard displays collective data, shared activity, and community milestones.





The onboarding flow captures three key inputs: the caregiver's workload and emotional baseline, the care recipient's dementia stage and behaviors, and the user's primary motivation to frame privacy boundaries transparently.

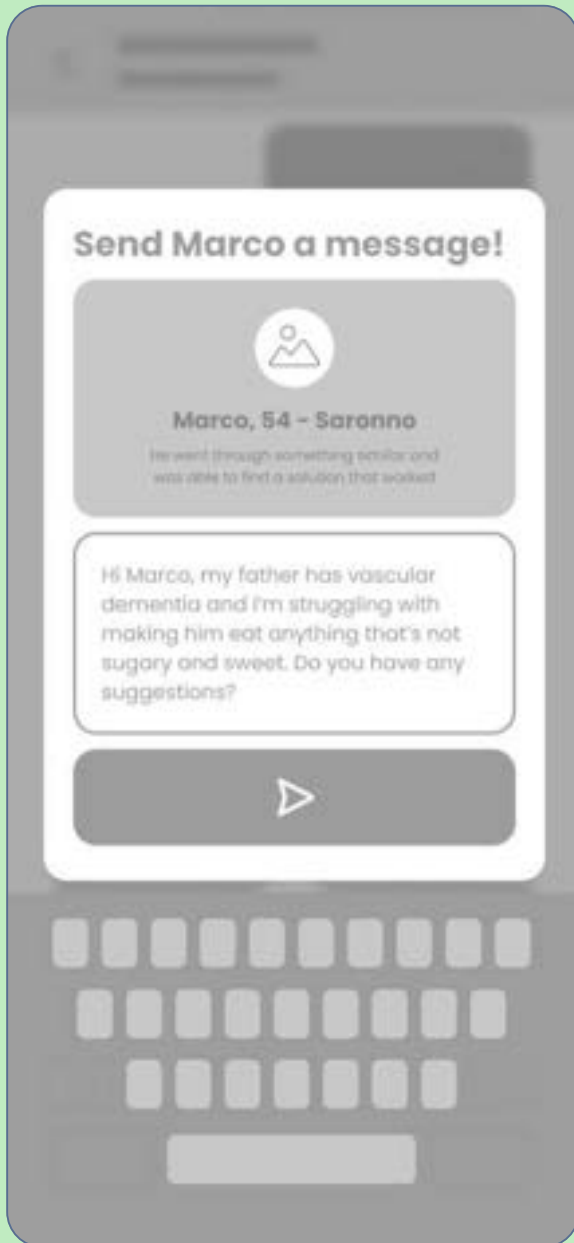
LOW FIDELITY



Crazy eights on paper 5

Closed card sorting 12

MID FIDELITY



Usability testing 4

HIGH FIDELITY



Guerrilla testing 6

A/B testing (color) 7

FINAL PRODUCT

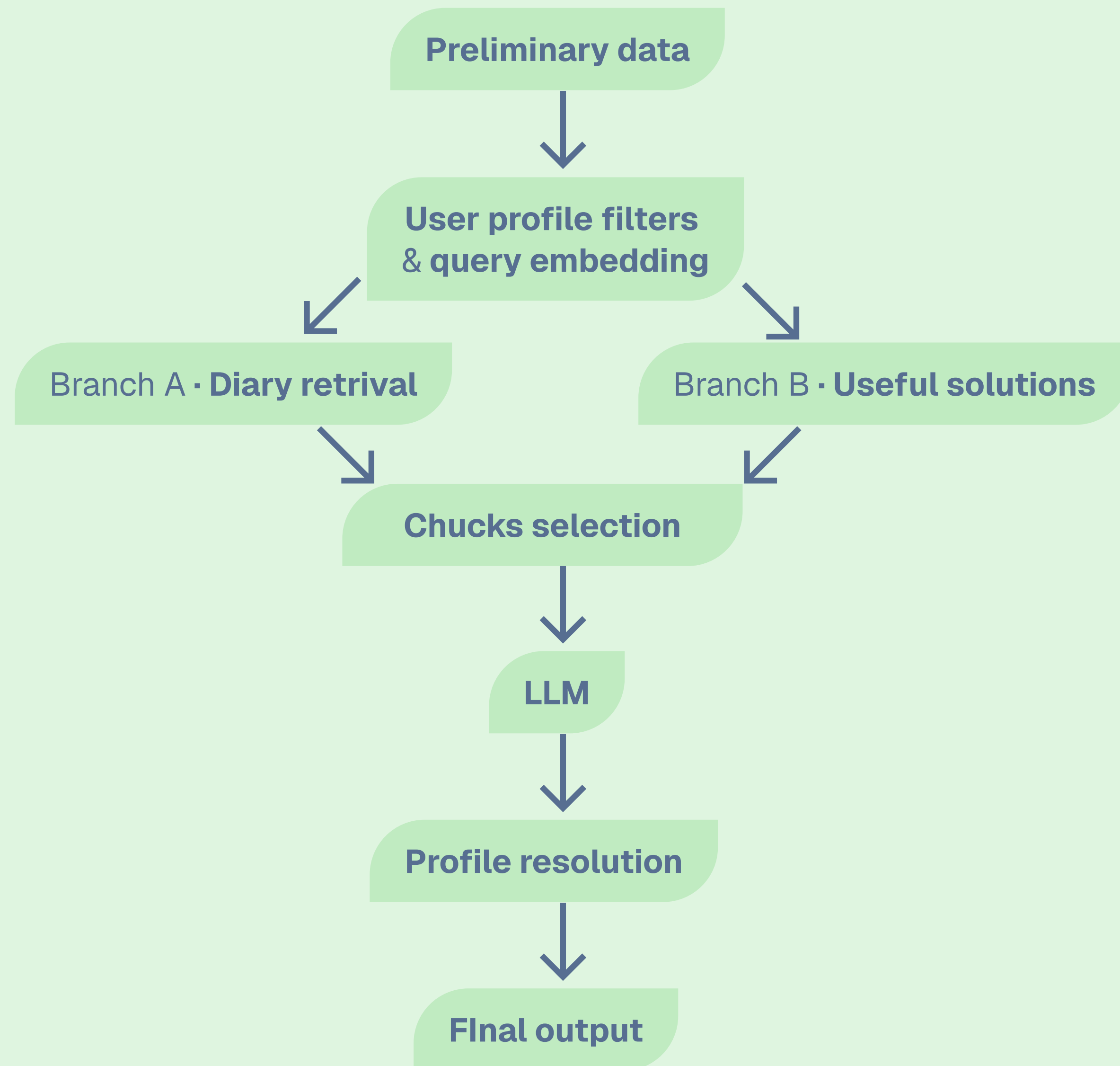


Usability testing 7

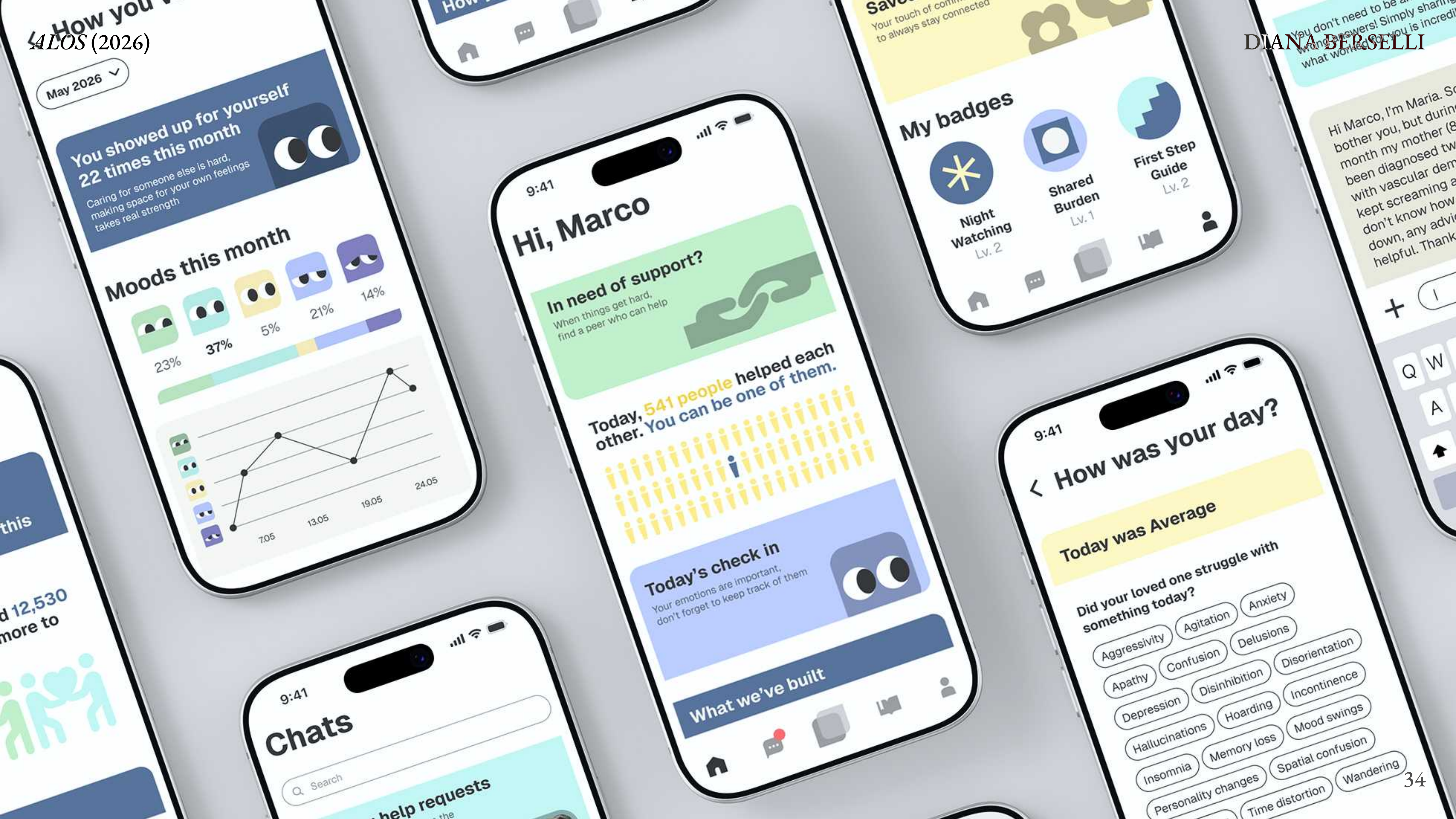
SEQ 7

Prototyping phase was made of three phases, each informed by the testing's results of the previous one. The tests were conducted with caregivers to gain the most important insights, supported by peer testings and expert reviews sessions.





The AI model to find the best caregiver matches is RAG-Powered Recommender System. Semantic search quickly narrows candidates by lived experience, while an LLM delivers the final judgment on match quality.

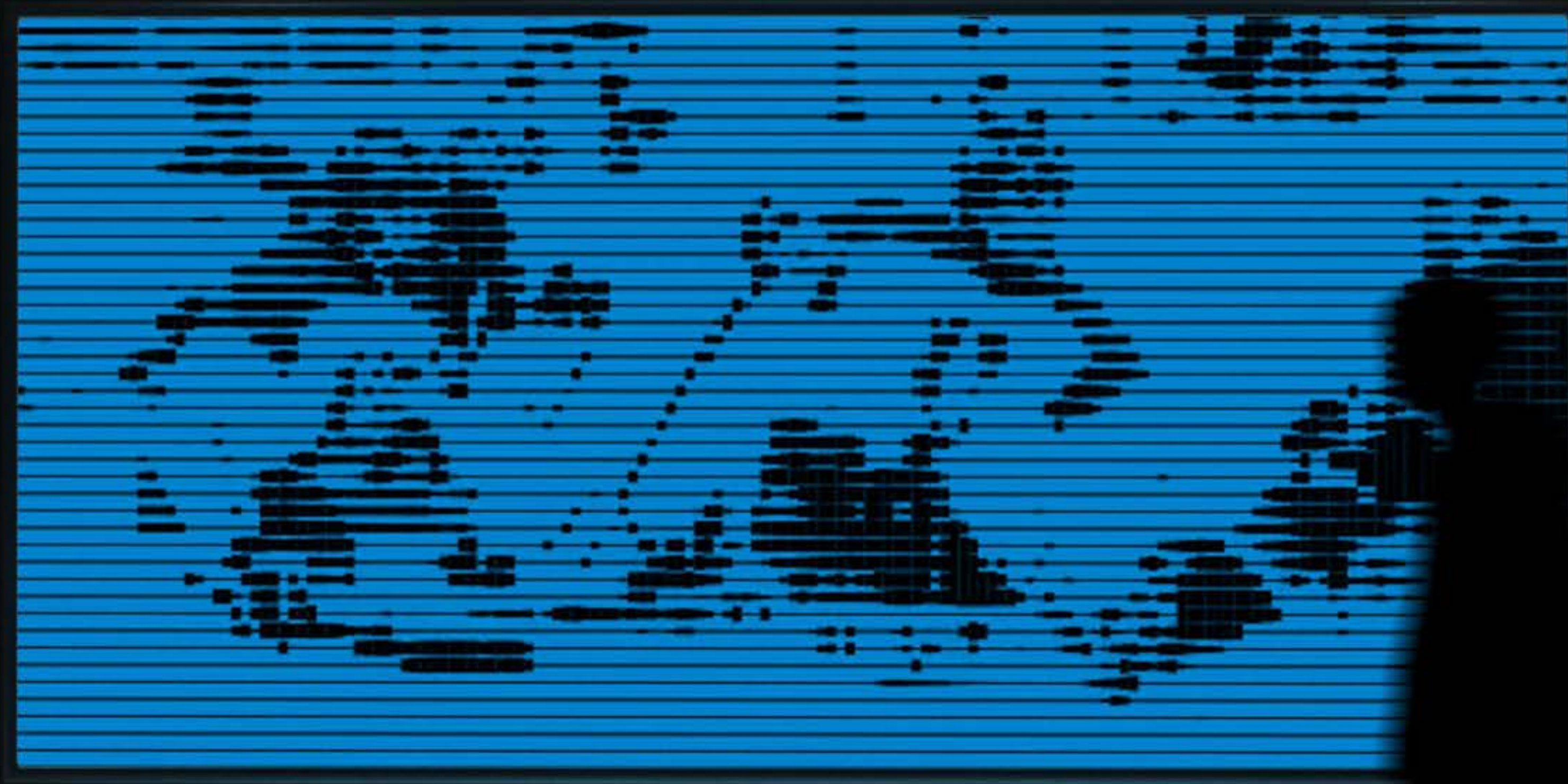


HUMAN IMPACT (2026)

MOTION DESIGN;

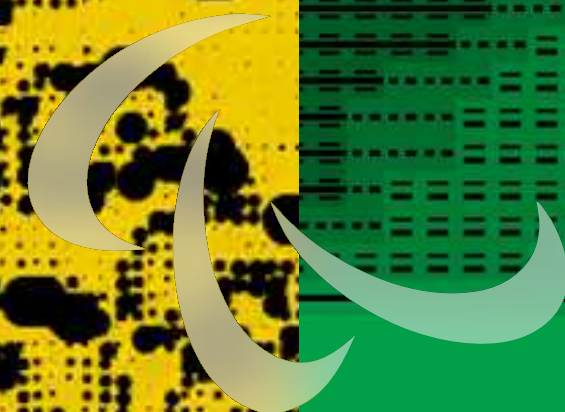
[LINK TO VIDEO](#)

A motion project developed for MEET and Politecnico di Milano celebrating sledge hockey for the 2026 Winter Olympics. It explores how individual effort transforms into team synergy. Built with generative AI workflows, it was broadcast across the Milan Metro and public ledwalls in Bergamo and Brescia during the Olympics.



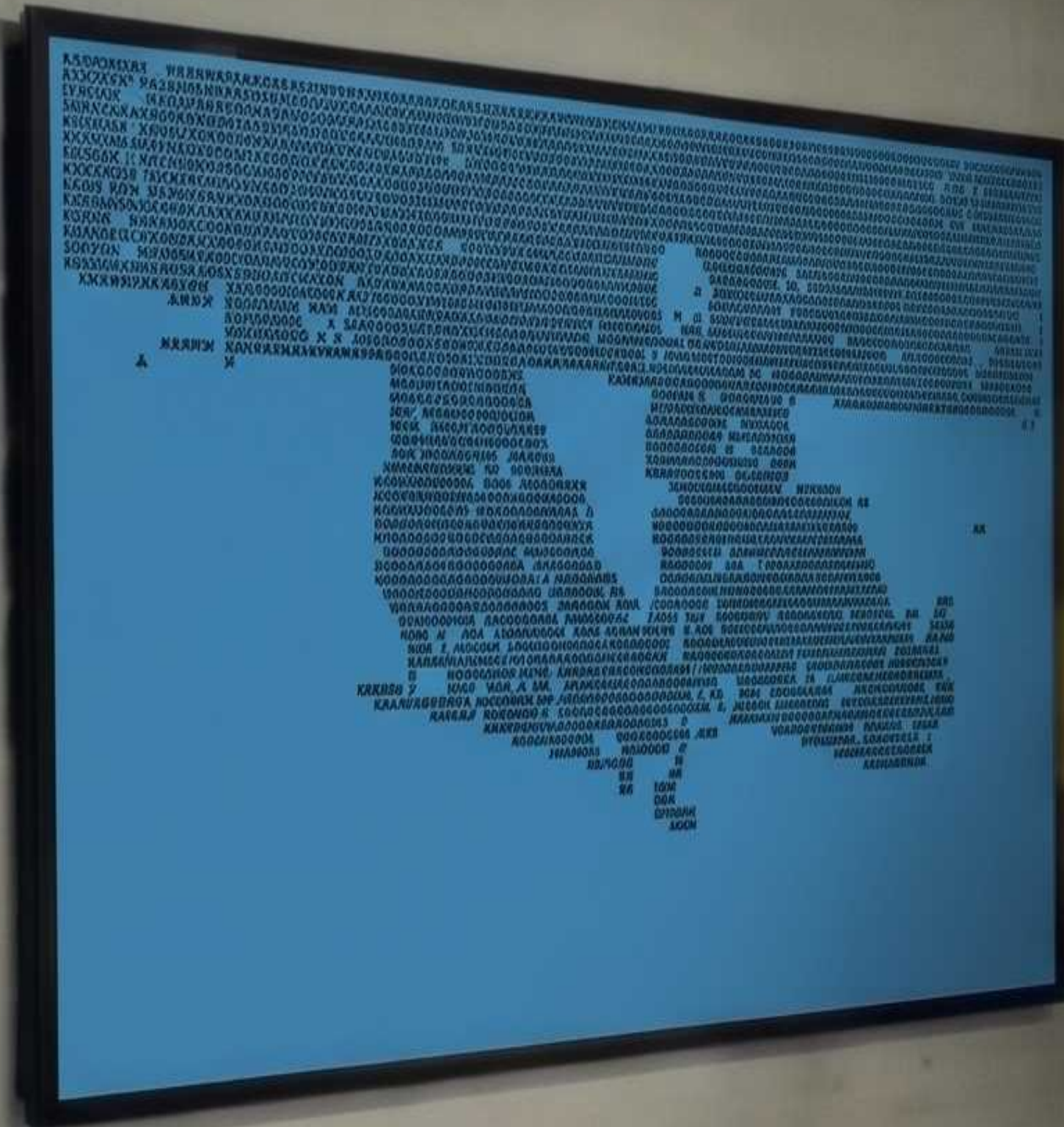


MILANO CORTINA
2026





IMPATTO UMANO





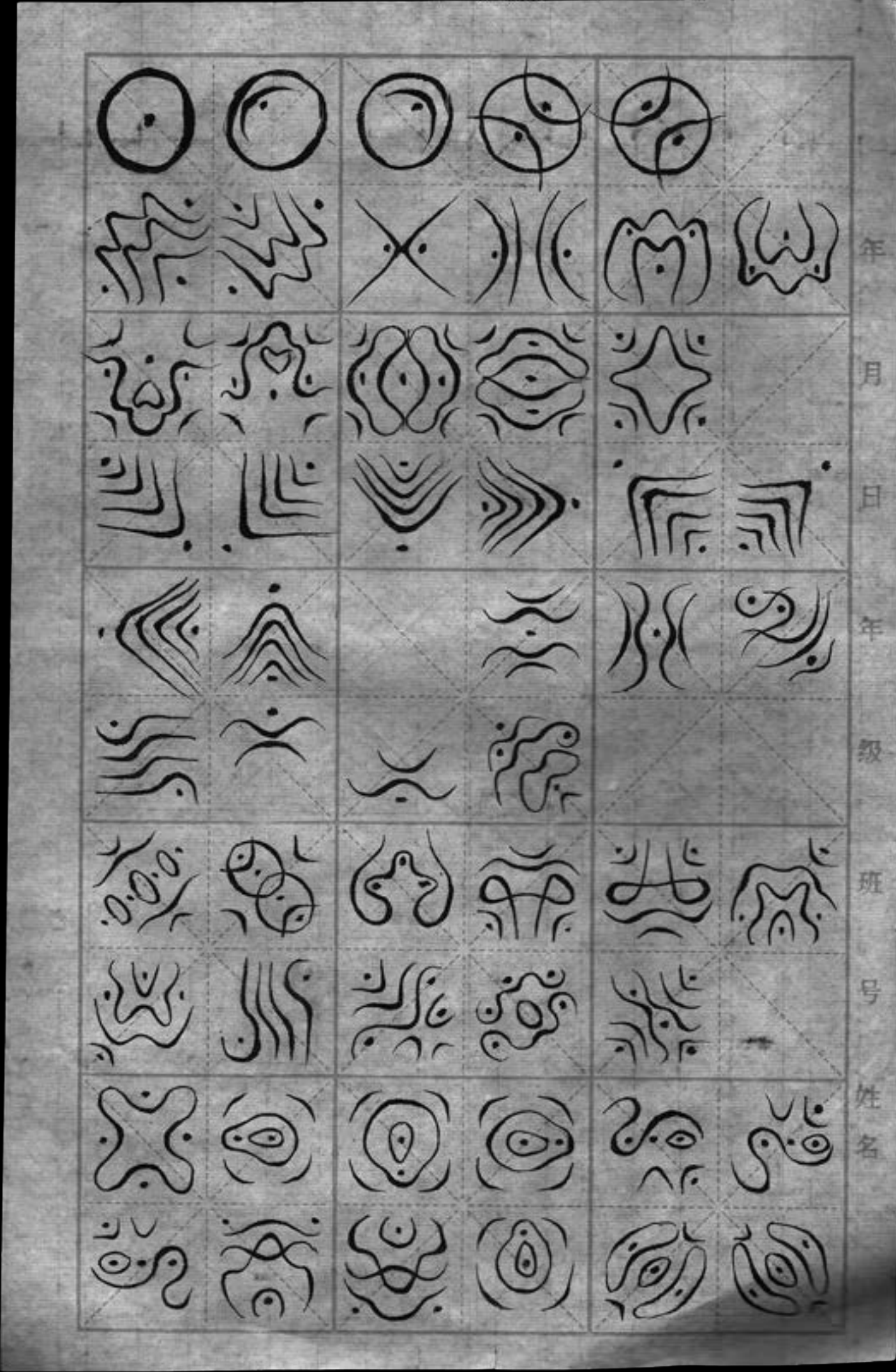
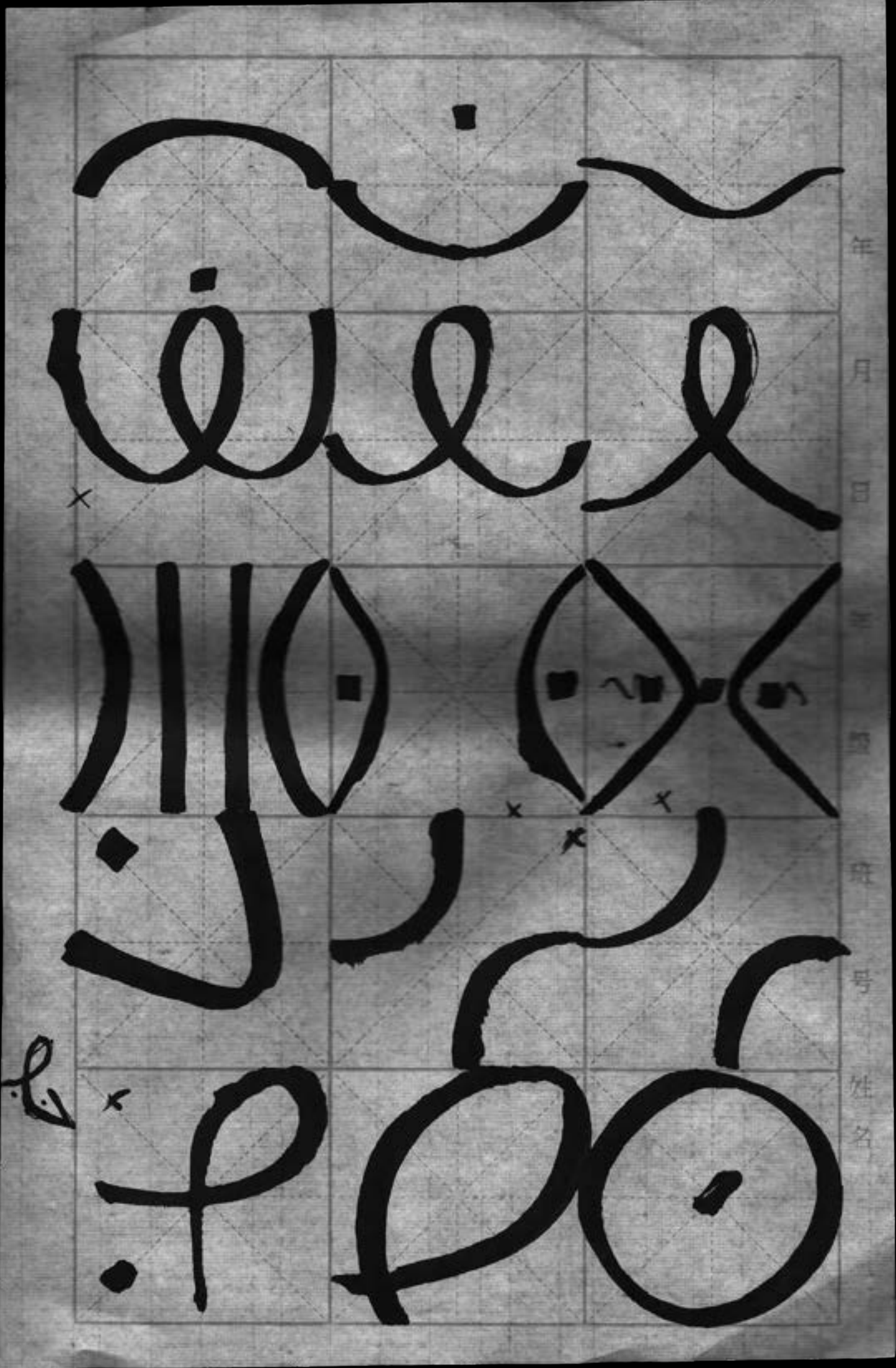
LANGUAGE (2026)

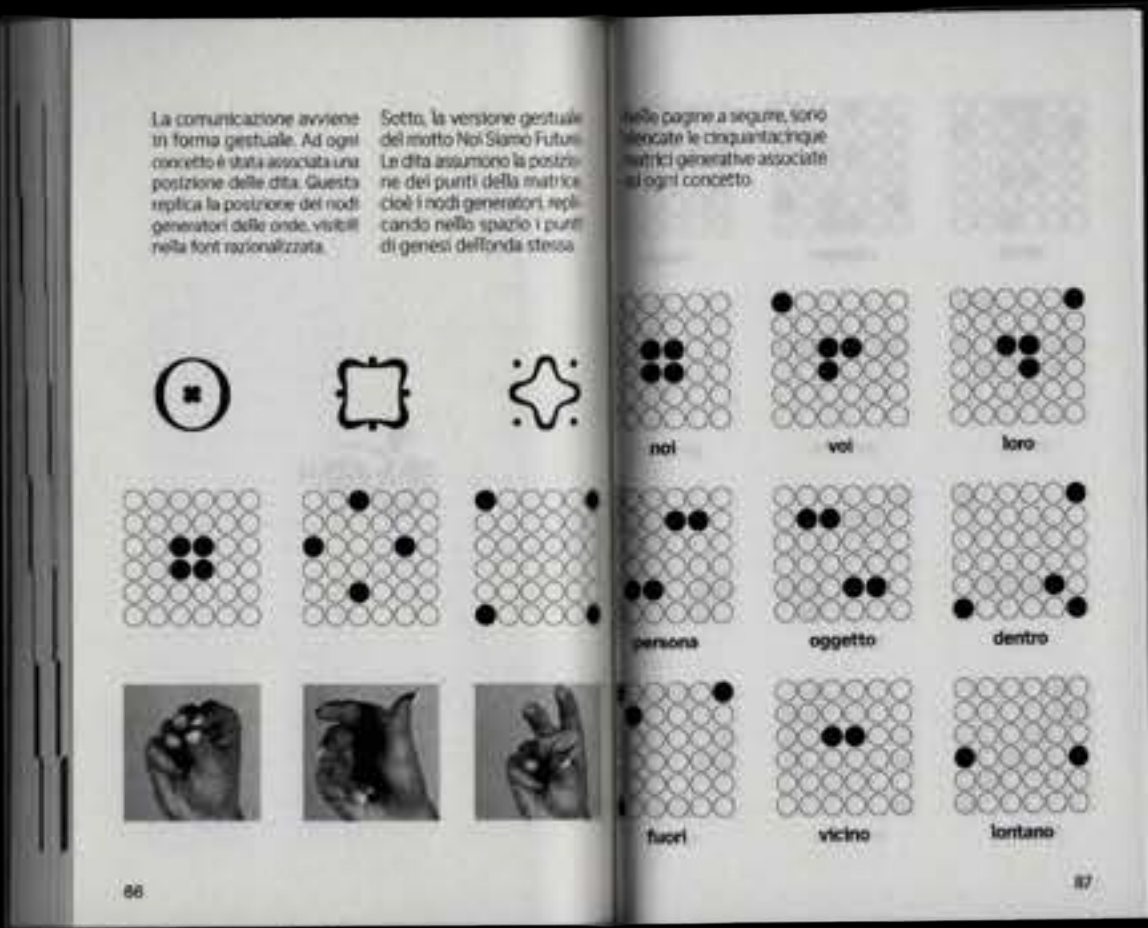
SPECULATIVE DESIGN;
UX/UI;

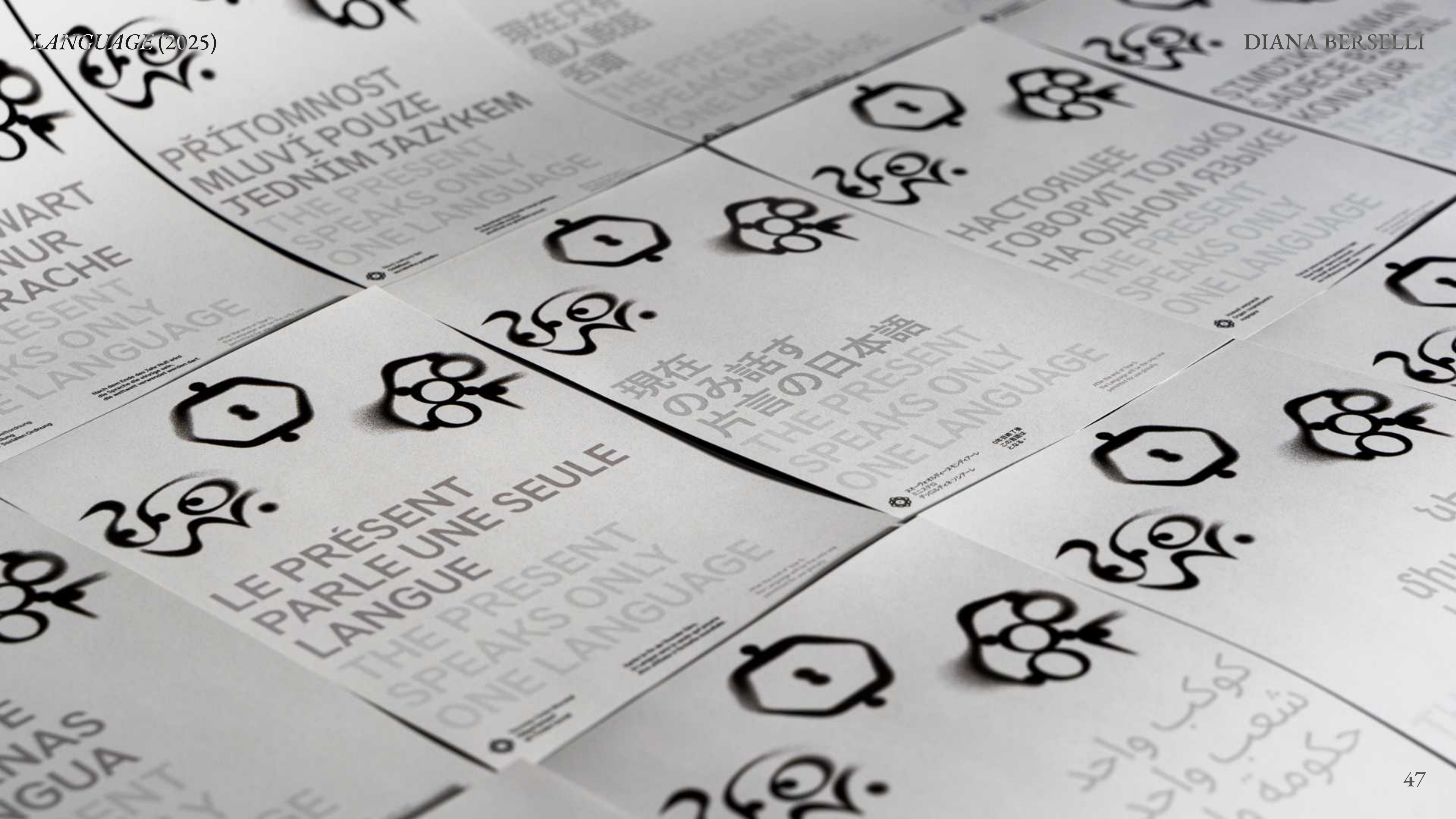
[LINK TO VIDEO](#)

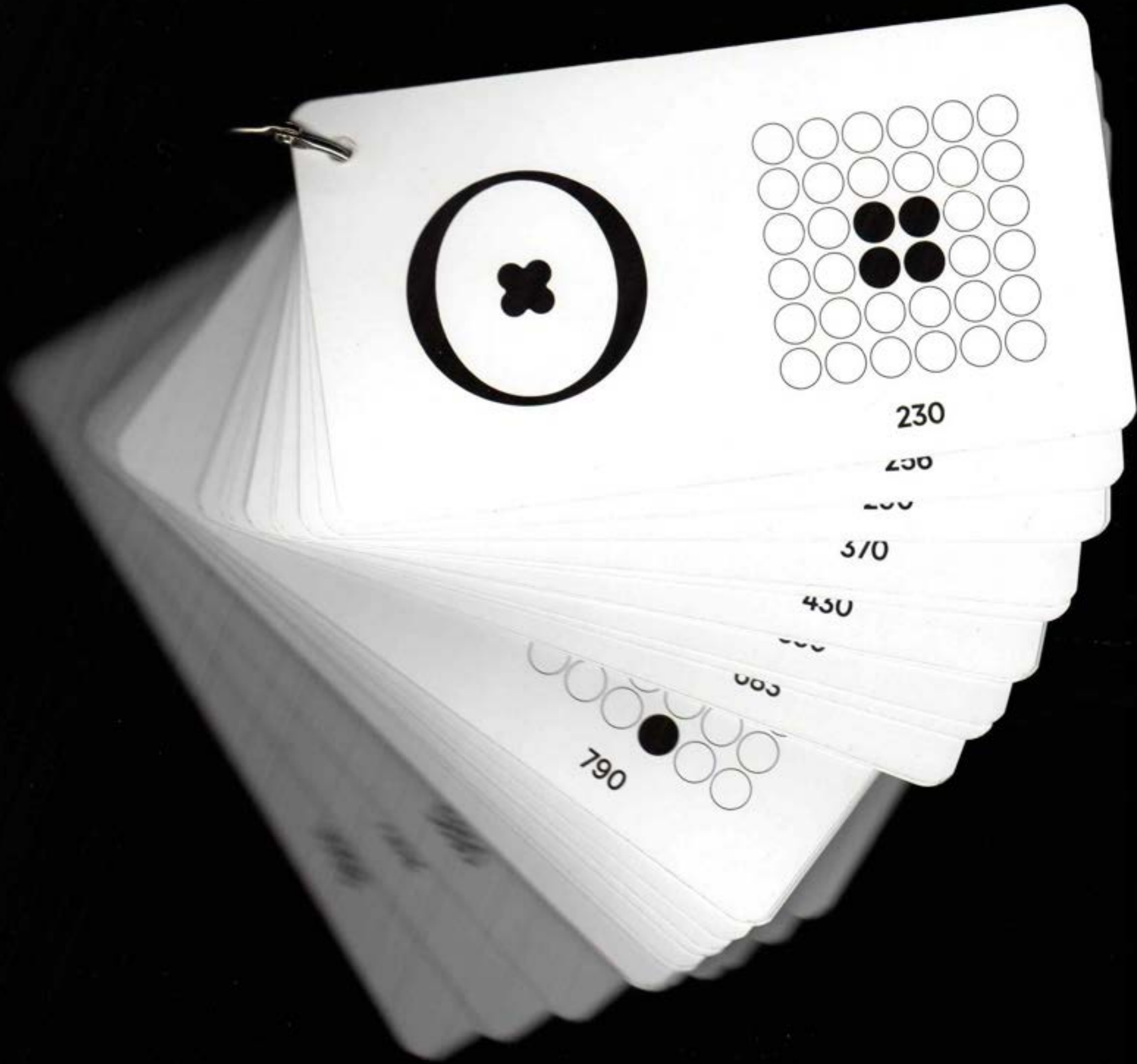
A speculative design project exploring language as a tool for global control, in a future in which a global government – the New World Order – imposes it. The language is reduced to 55 essential concepts expressed through symbols, gestures, and specific sound frequencies. At the core of the project is a translation machine, built from scratch using Arduino, Processing Python and Touchdesigner, which converts current language into the universal language. An institutional identity ecosystem for the New World Order was developed, including an official dictionary and flashcards. Exhibited at DotDotDot(2025) and Festival della Meraviglia (2026).

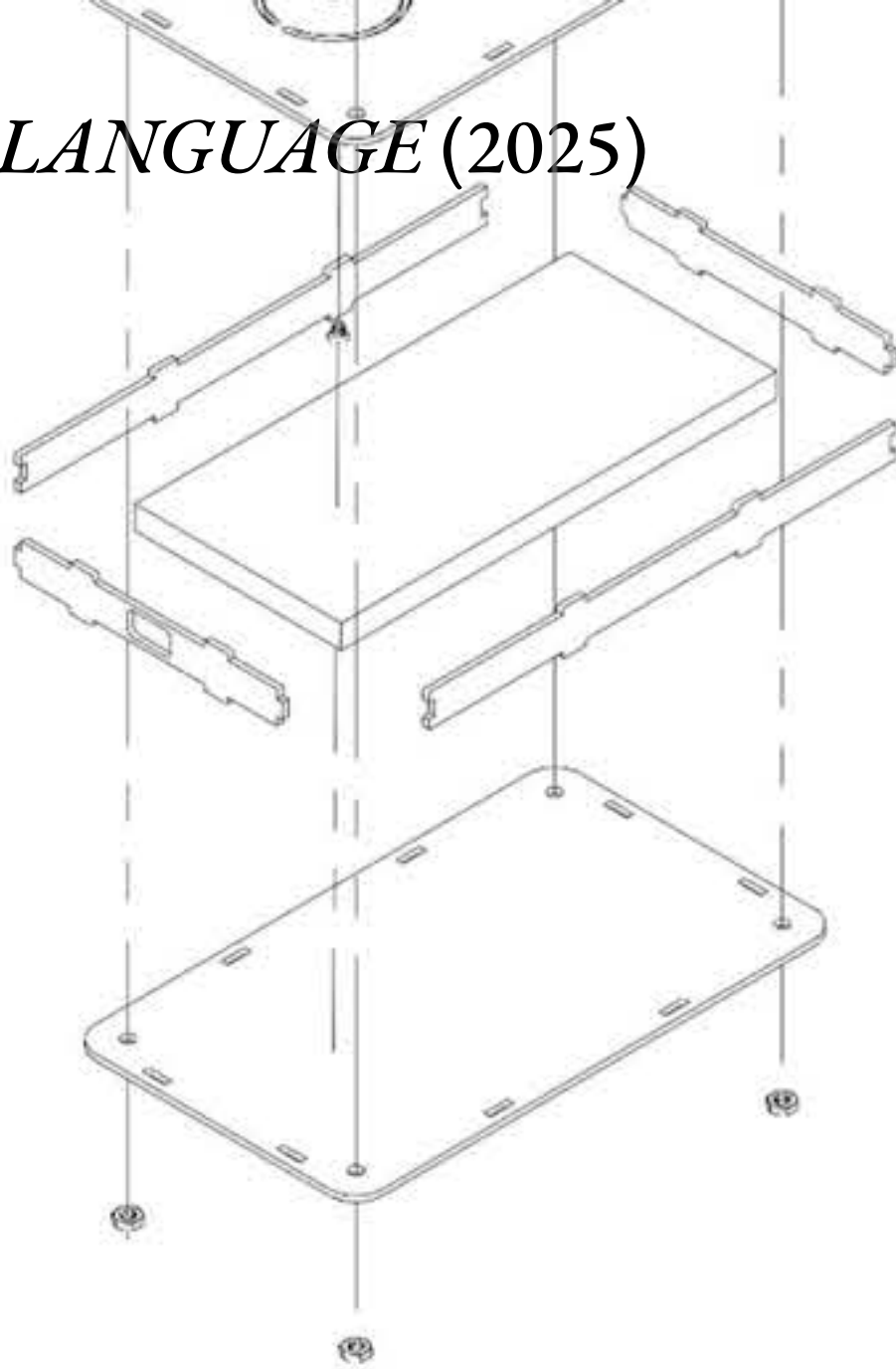




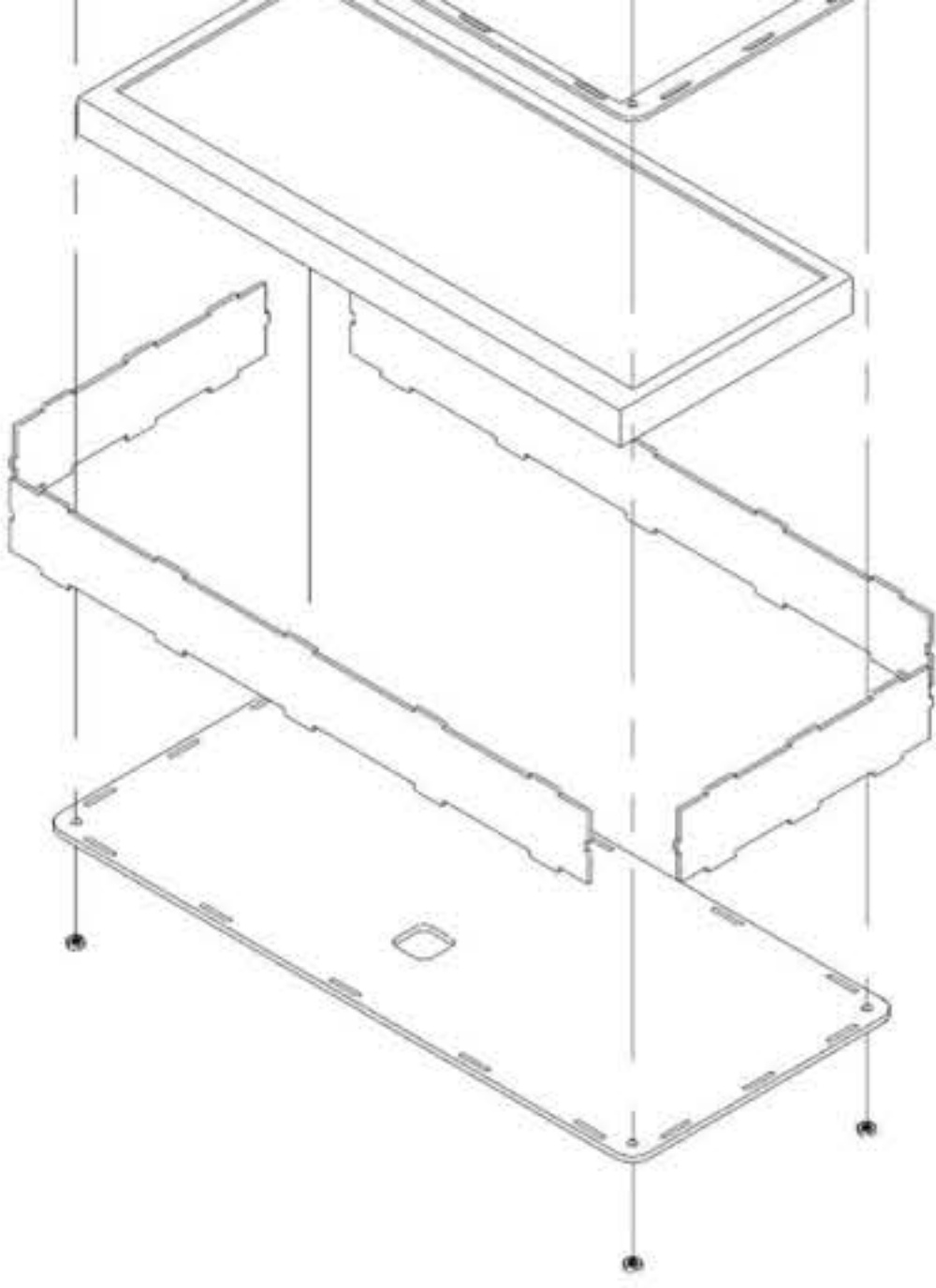




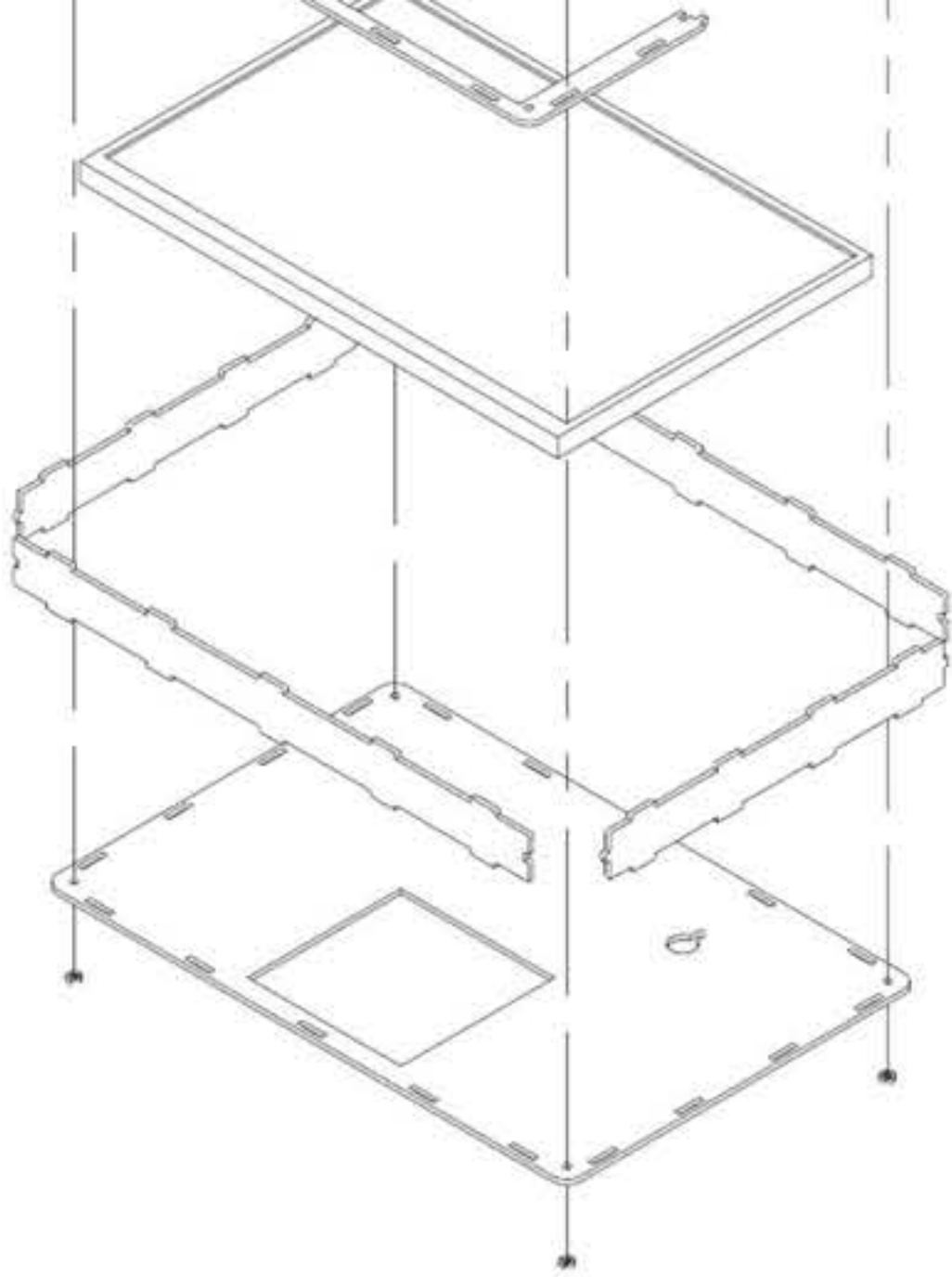




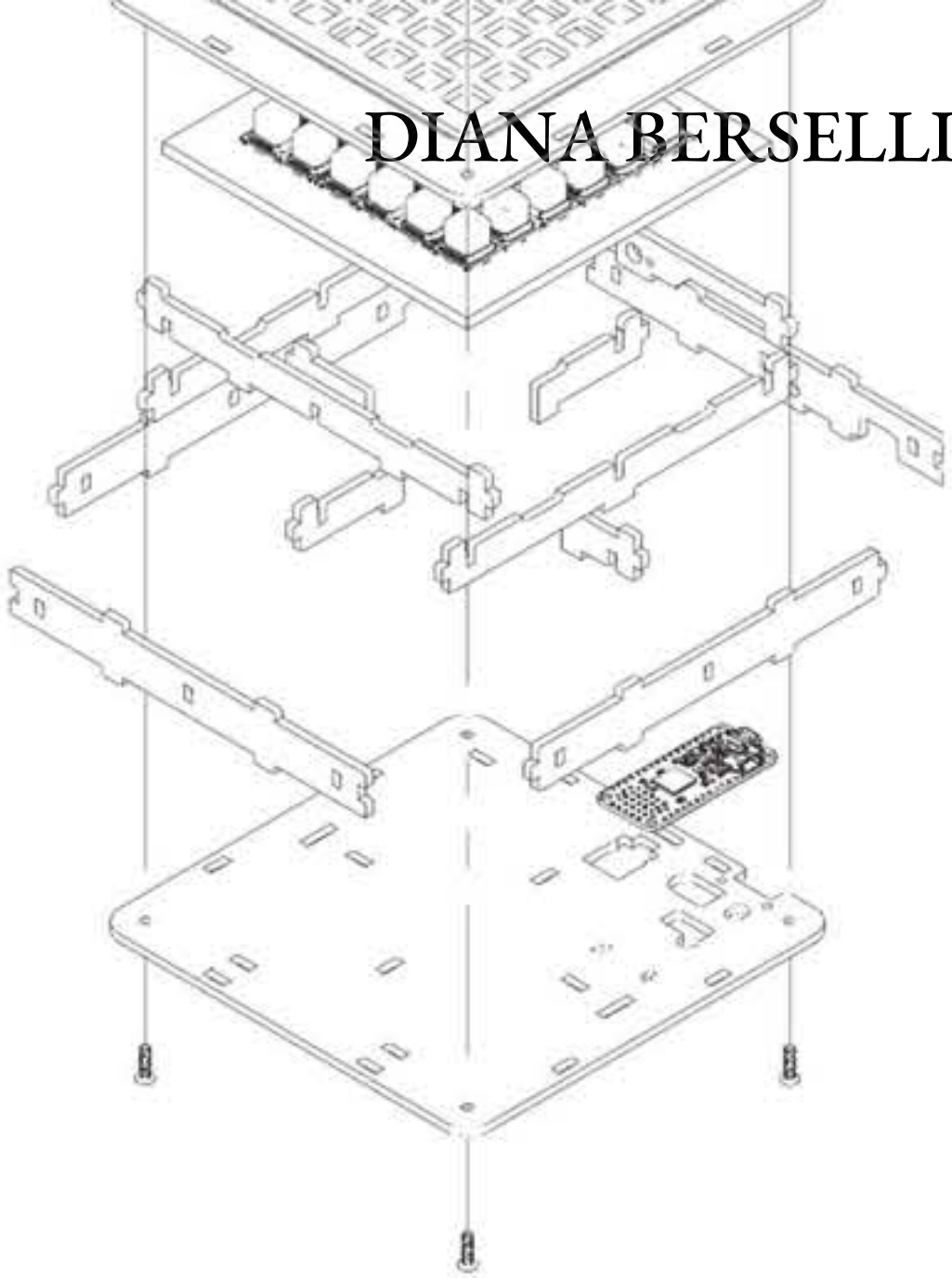
INPUT MIC
i/o;



AUXILIARY DISPLAY
simplification;



MAIN DISPLAY
translation;

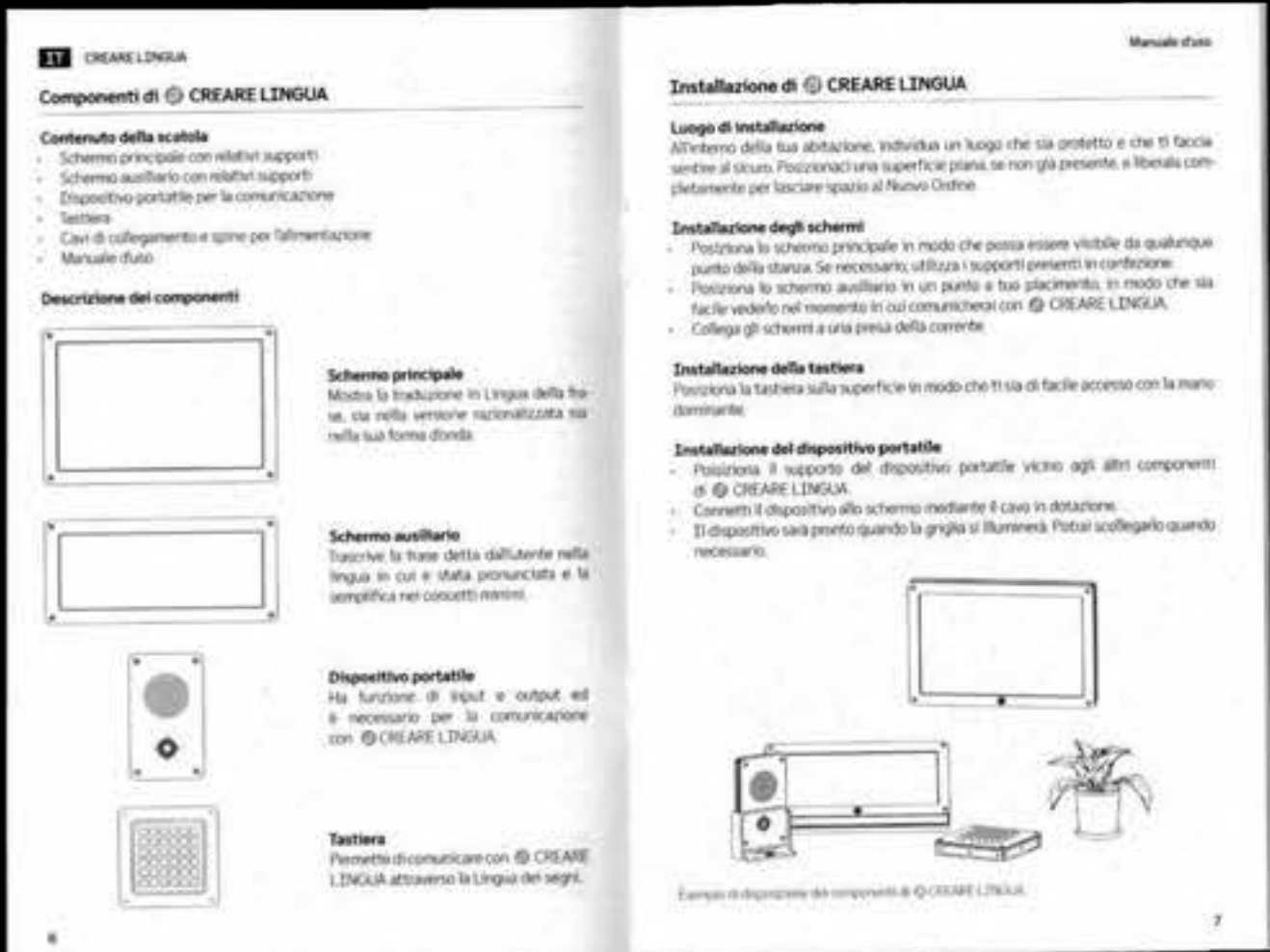
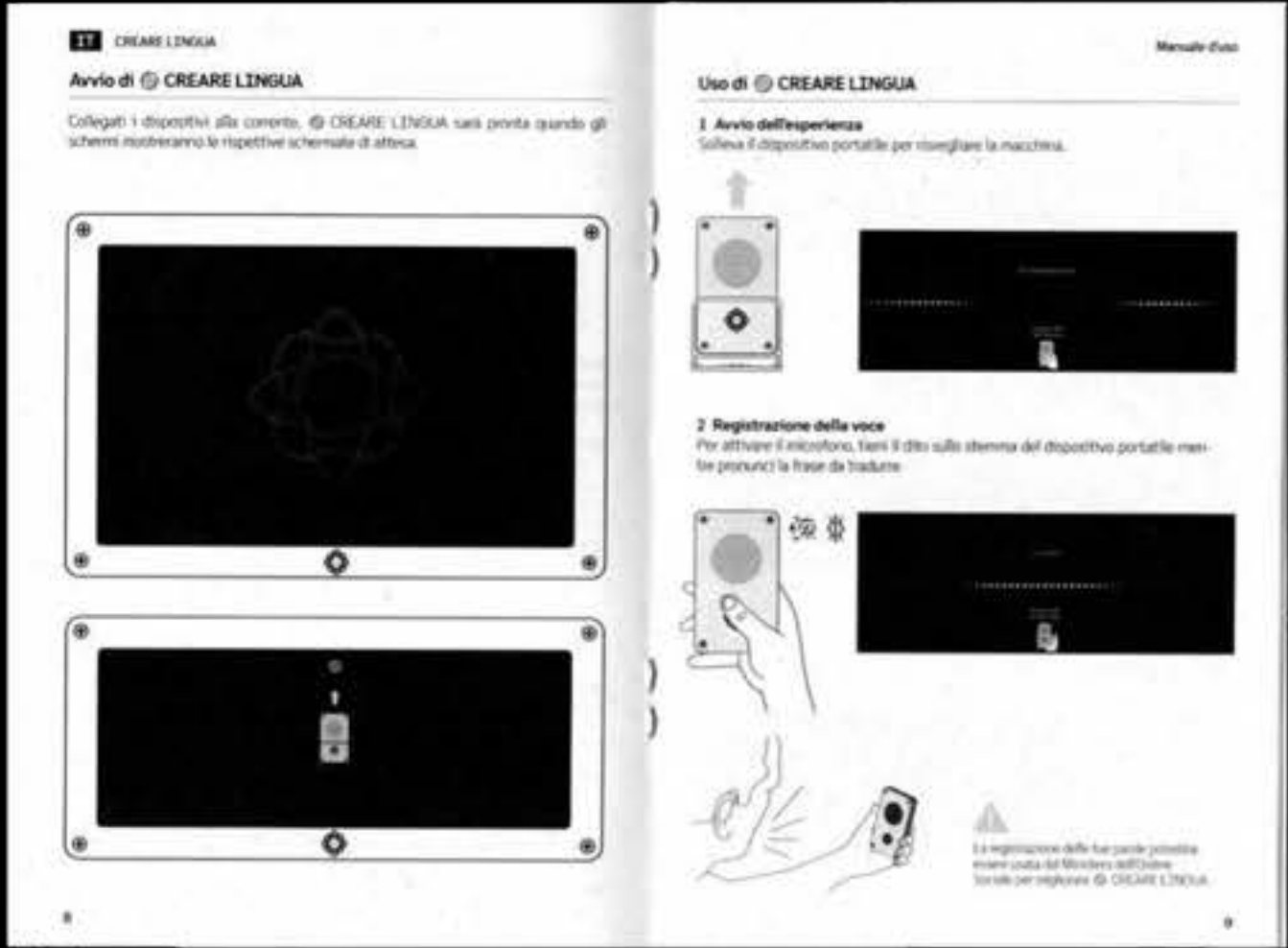
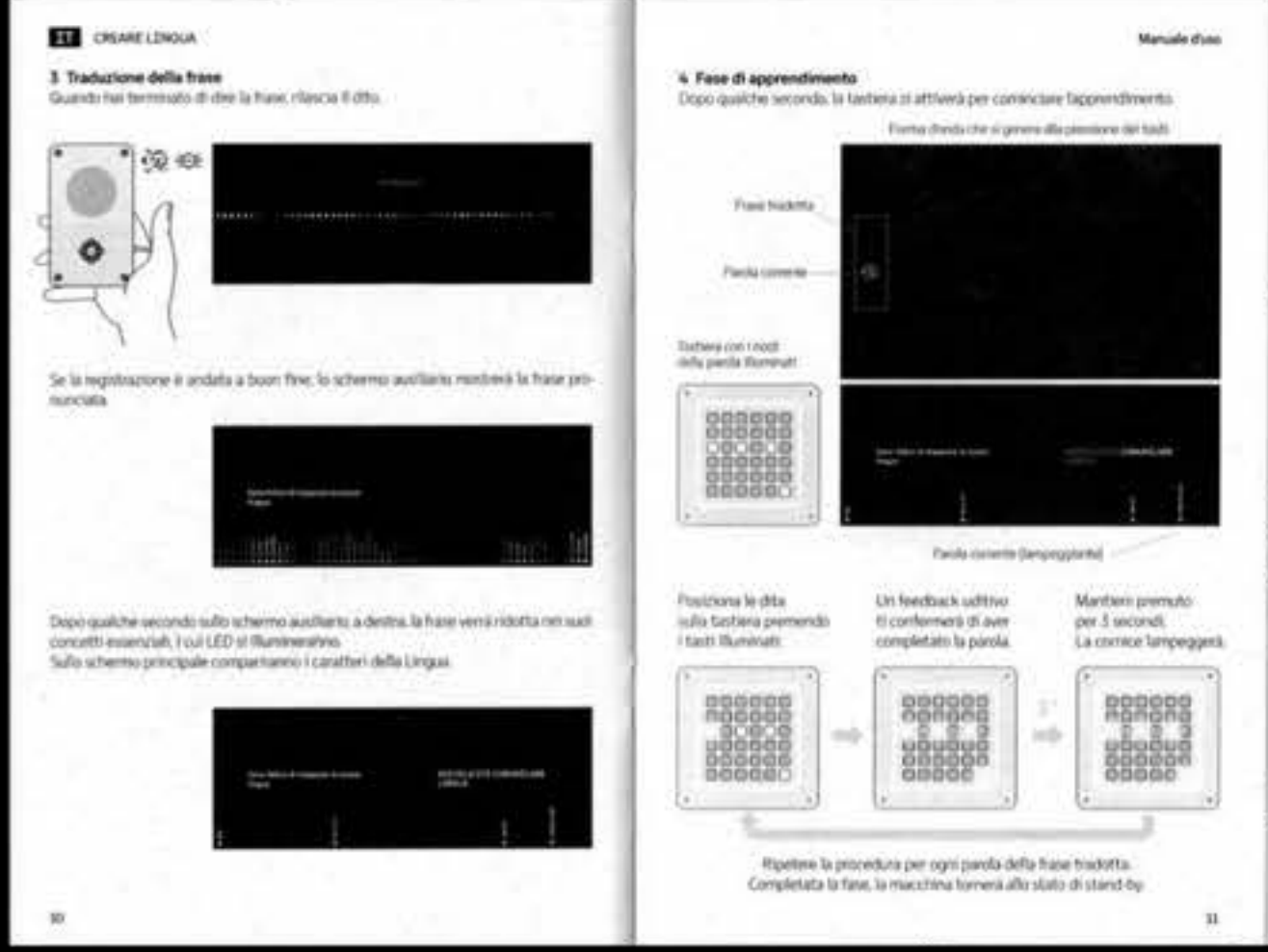


KEYPAD
sign learning;

Citizens have to learn the new universal language in one year. In order to do that, the New World Order sends a machine at each home. It translates the phrases in the native idioms into the new one.











TORPEDO (2025)

TYPE DESIGN;

A sharp sans serif typeface derived from a 1930s inscription at Milan's Monumental Cemetery. Evolving from hand-drawn sketches to digital vectors in Glyphs, it fuses period geometry with Art Nouveau letter construction.



À Á Â Ã Ä Å Æ Ø Ç Ć Ć Ć Ć Ć Đ ð Ď Ě
É Ê Ë Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě Ě
Ł
Œ œ P p Q q R r S s S s S s S s S s S s S s S s S s
T t T t T t T t U u Ú ú Û û Ü ü V v W w X x Y y Z z Ž ž
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¼







AMARO INCIPIT (2024)

BRANDING;
SOCIAL MEDIA;

A brand identity and multi-channel launch campaign for Incipit, an innovative Italian amaro designed to promote mindful drinking and authentic human connection. The strategy encompasses comprehensive brand positioning, cross-platform editorial content, targeted media planning, and an experiential pop-up activation.





AMARO
INCIPIT
ROMPI IL GHIACCIO

SPARK, SPONTANEITY

BEGINNING OF A
DEEPER CONNECTION

A NOD TO AMARI
AND COCKTAILS

AMARO
INCIPIT
ROMPI IL GHIACCIO

VALUES
A place for the mind, safety

STYLE
Direct, playful, engaging

MOOD
Meeting, culture, friendship

#5B0E20

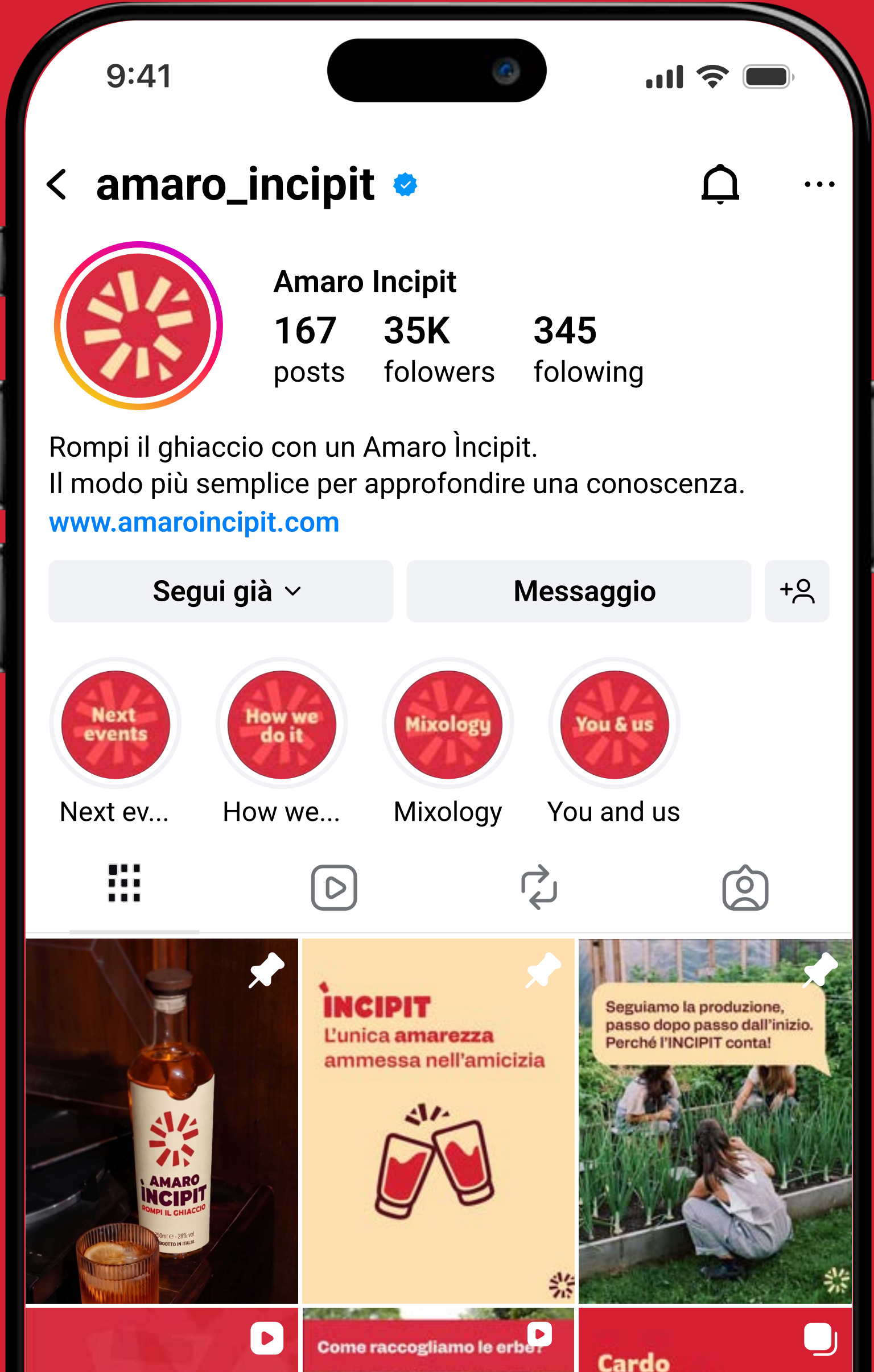
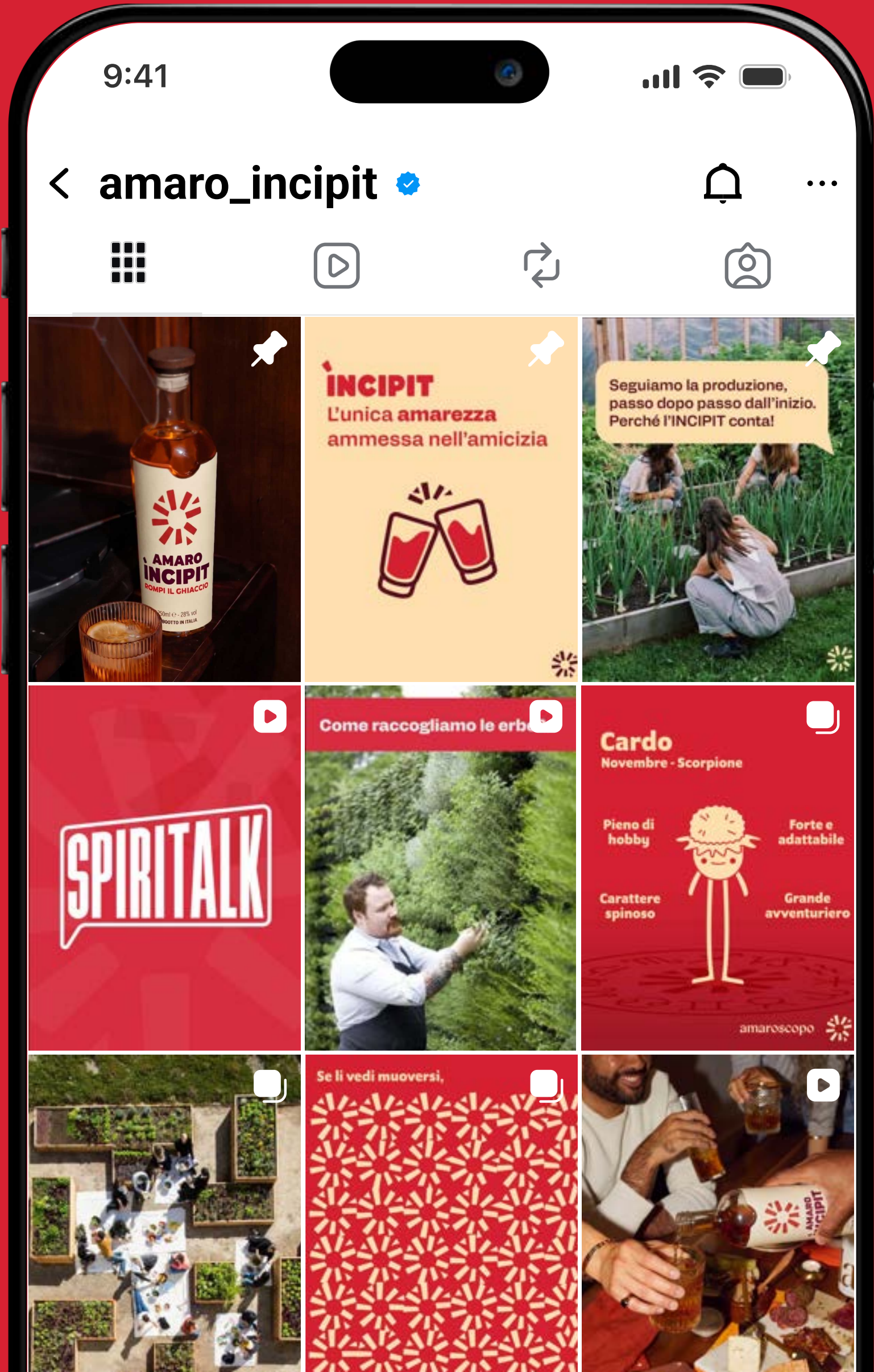
#D62132

#FEDEAD

Headlines
Program OT Bold

Bodycopy
Alfabet regular





#amaro
#herbs
#bitter
#information
#transparency
#connection
#embraceLife
#mindfulness
#connection

INSTAGRAM

#amaroscopo makes customers learn playfully about the herbs used in our bitter



INSTAGRAM

#amarcord lets customers discover fun facts about the world of bitters and liquors



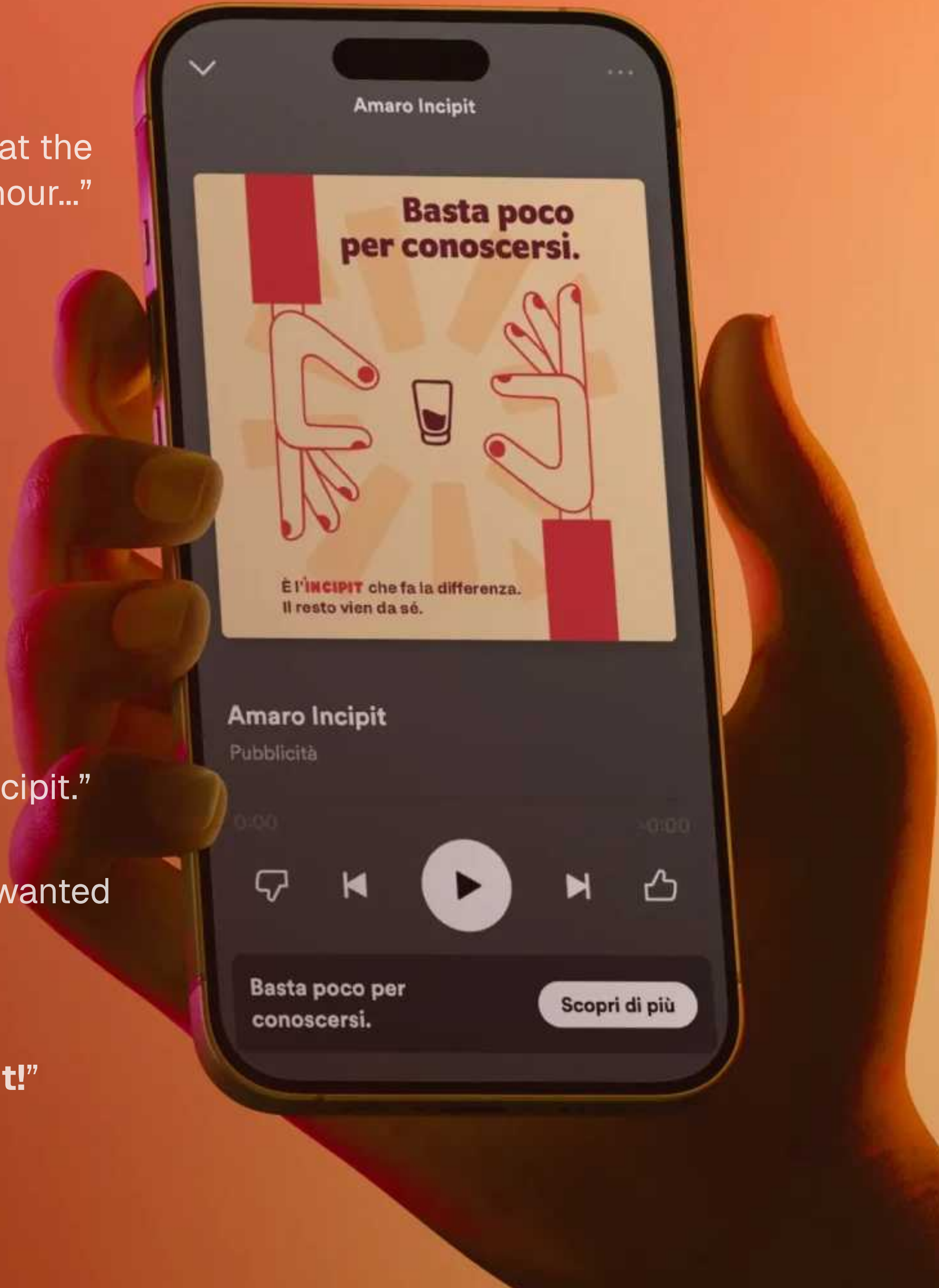
INSTAGRAM

#consapevolmente playfully raises awareness on conscious consume of alcohol





00"		*bar chatter and coughing*
	Waiter 1	(whispering) "Psst! Hey! What about those three at the table? They've been on their phones for half an hour..."
	Waiter 2	"Does that mean...?"
	Waiter 1	"Exactly. They need an incipit."
08"		*tense music starts*
	Waiters	(with urgency) "MAKE WAY! MAKE WAY!" "WHERE IS IT?! I NEED THE INCIPIT!!" "HERE IT IS!" "HAND ME THE HAMMER!" *sound of shattering ice & tense music stops*
16"		*bar chatter resumes*
		sound of amaro being poured
	Waiter 1	"Folks, we'd love to offer you a glass of Amaro Incipit." *sip*
	Client	"Aaah, thank you!" *pause* "So, what was it you wanted to talk to me about?"
25"	Narrator	"It takes so little to connect."
30"		(friendly tone) "Break the ice with Amaro Incipit!"



**Basta poco
per conoscersi.**

È l'INCIPIT che fa la differenza.
Il resto vien da sé.







IN CIBO VERITAS (2023)

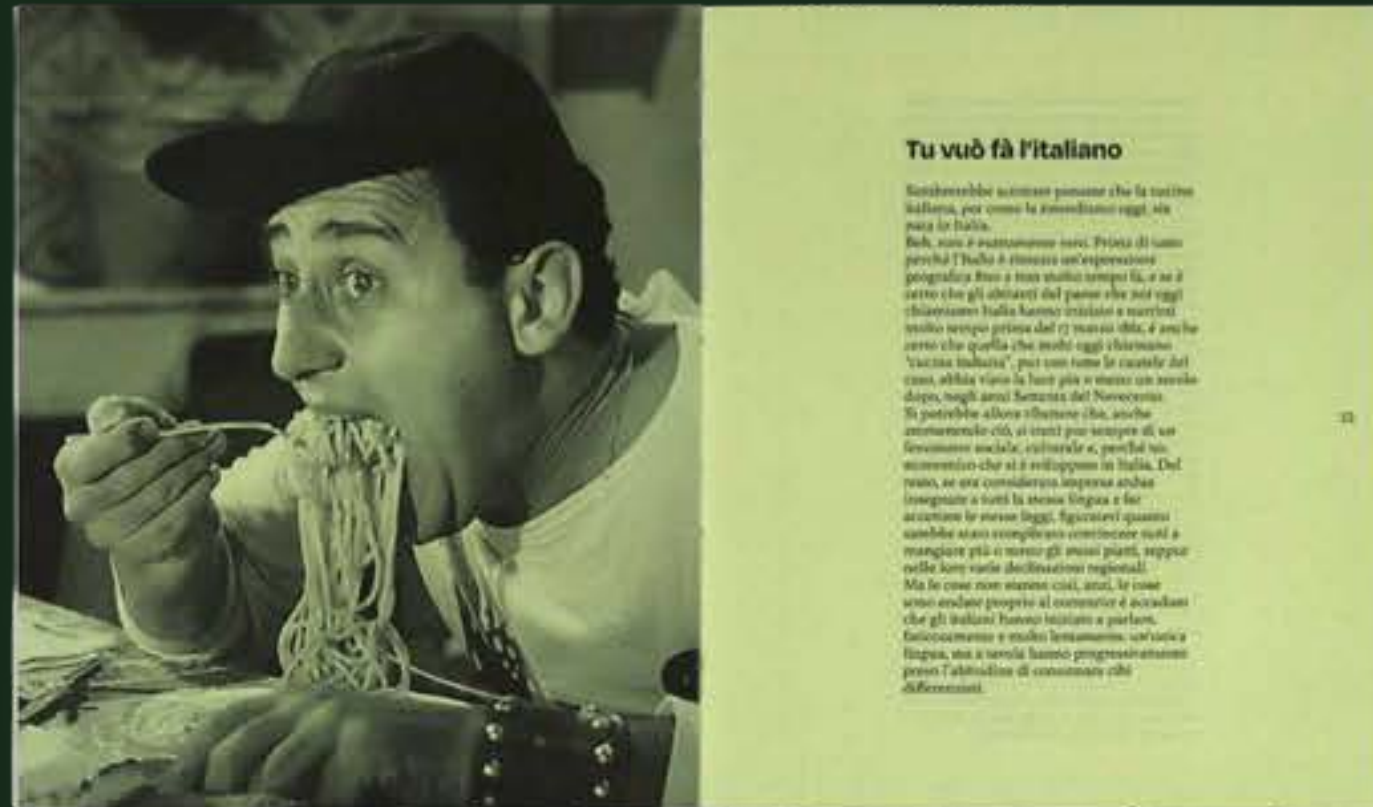
EDITORIAL DESIGN;

A research-led editorial project analyzing modern food disinformation, Italian culinary nationalism, and political opposition to novel foods like cultivated meat. The process was made of two phases: research and writing, followed by editorial layout, typesetting, and data visualization.





DICE IL SAGGIO
Fidarsi è bene, informarsi è meglio.



Tu vuoi fà l'italiano

Qualchebody vorrebbe pensare che la cucina italiana, per come la conosciamo oggi, sia nata in Italia. Beh, non è esattamente vero. Prima di tutto perché l'Italia è rimasta un'esperienza geografica fino a non molto tempo fa, e se è vero che gli italiani del pane che noi oggi chiamiamo Italia hanno iniziato a morire molto tempo prima del 17 marzo 1848, è anche vero che quella che molti oggi chiamano "cucina italiana", più come la capitale del caso, abbia visto la luce più o meno un secolo dopo, negli anni Settanta del Novecento. Si potrebbe allora obiettare che, anche strettamente ciò, si tratti pur sempre di un fenomeno sociale, culturale e, perciò, un movimento che si è sviluppato in Italia. Del resto, se ora considero sempre anche insegnare a tutti la stessa lingua e far accettare le stesse leggi, figurarsi quanti bambini sono sempre stati costretti a mangiare più o meno gli stessi piatti, seppure nelle loro varie declinazioni regionali. Ma le cose non stanno così, anzi, le cose sono andate proprio al contrario e accaduti che gli italiani hanno iniziato a parlare, fortissimamente e molto bene, una lingua, non a tavola hanno progressivamente perso l'abitudine di consumare cibi differenti.



Denominazione di origine inventata

C'è un aspetto non secondario nel fenomeno europeo contemporaneo che va inventando nomi: il cibo. Secondo una prova che sembra ormai consolidata, le DOP e le IGP e un regime di libero mercato costituiscono una limitazione allo scambio, proteggendo certi prodotti e lasci sulla base dell'origine e del luogo di storie e tradizioni. Ma cosa vale una denominazione geografica, come tale per quanto tempo? Supponiamo che una per natura delle nazioni nella giungla nazionale? Dov'è il "made in", che giustifica o legittima una denominazione basata sulle provenienze, costituisce quel metodo opportuno di protezione la diversità? E soprattutto, è compatibile con l'unità della diversità? All'inizio al mercato di una misura necessaria a vivere la frammentazione del quadro continentale, a prevenire la corsa di ogni Paese a stabilire le proprie regole. Poi è chiaro che diventa un tassello fondamentale della nuova identità nazionale quella che non è fatta per competere ai suoi identici con il solo scopo di affermare la propria pelle patria.



Semaforo nel carrello

In una realtà europea dove le diete non soltanto sono il principale fattore di rischio per malattie come quelle cardiovascolari o i diabete, una delle maggiori sfide che gli Stati devono affrontare è quella di migliorare l'alimentazione dei propri cittadini. Nei supermercati ci imbatiamo in una miriade di alimenti potenzialmente a metà: è facile capire se siamo o meno salutari. Tutti questi prodotti generano nel senso un'incertezza obbligatoria che ne descrive la composizione esatta: in loro presenza, come sono indicati: energia, proteine, carboidrati e zuccheri, grassi totali e saturi, fibre, vitamine e sali. Perché questa etichetta, fatta di numeri e simboli, spesso per brevità e perennità di attenzione giornalistica, comunque può risultare difficile da comprendere. L'Organizzazione Mondiale della Sanità strategica di adottare un'etichetta etichetta esplicativa, semplice e di facile interpretazione, da apporre sul fronte delle confezioni. Tra i vari modelli proposti la considerazione d'è il Semaforo. L'etichetta a semaforo funziona, già diffusa in diversi stati europei e a noi invece l'Italia si oppone fermamente.



Organismi Giornalisticamente Modificati

Se è un gruppo di persone comincio a chiedere che cos'è un OGM? Il concetto è piuttosto semplice, quasi sempre più o meno sbagliato, sulla base quale che l'investimento che questi organismi generano, perché il grado di accettabilità sociale degli OGM dipende molto più da quello che pensiamo che siano piuttosto che da ciò che realmente sono. Tra le risposte frequenti si trovano alcune parole che hanno subito una partecipazione generativa: oppure "Pasta che ha fatto dei geni di un'altra specie, ma anche "Pasta modificata" che insieme ai prodotti si riferisce per la fame nel mondo. Nessuno di questi risposte è esatto, ma per se alcuni OGM possono risultare in questi casi: per esempio, alcuni hanno già da tempo tutti i polmoni da un'altra specie, ma non sono immortali. Allo stesso tempo, il grano rosso possiede naturalmente i geni di altre specie ma non è un OGM. Che dire poi della diogenia che li classifica rispetto a una manipolazione genetica? A parte l'ovvio senso peggiorativo con cui si considerano manipolati e "modificati", tutte le specie coltivate hanno avuto il loro DNA modificato, più o meno, durante la storia, e le modifiche genetiche sono generate approssimativamente per convenzione prima con tecniche di selezione che con tecniche di ingegneria.



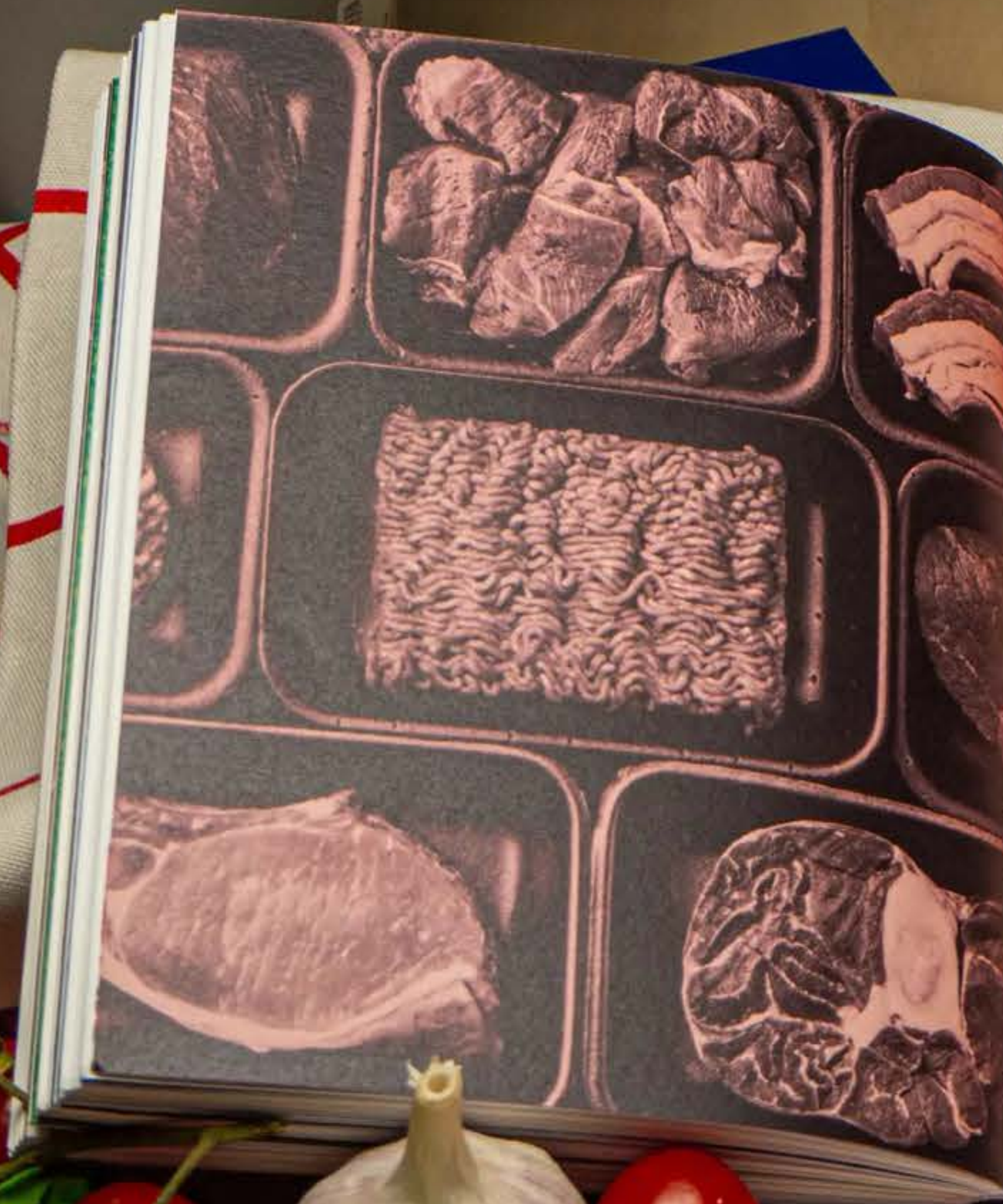
Larve nel piatto

I Novel Food sono tutti quei cibi e ingredienti considerati come "nuovi" rispetto a quelli conosciuti tradizionalmente. Tra questi, ci sono anche gli insetti e tutti i prodotti da essi derivanti. Secondo la FAO sono già più di 5 miliardi le persone nel mondo che mangiano insetti nel cibo come fonte alimentare. Gli insetti da mangiare disponibili per l'uomo sono di tipo specie diverse, tra questi, larve, bruchi, scorpioni, chitoni, coralli, funghi, vermi, ragni, vespri, millepiedi, caridei. Tuttavia, nelle negli ultimi anni l'entomologia ha catturato l'attenzione del media, degli istituti di ricerca, dei cuochi ed altri operatori del business alimentare, dei legislatori e agenzie che si occupano di agricoltura e alimentazione. L'Europa si muove ancora oggi nella adattare gli insetti nei suoi supermercati. E così, dunque, un'alternativa necessaria di sicurezza alimentare e rispetto della sostenibilità ambientale? O si tratta solamente di una limitazione culturale che si fatica a superare?



Bistecca in provetta

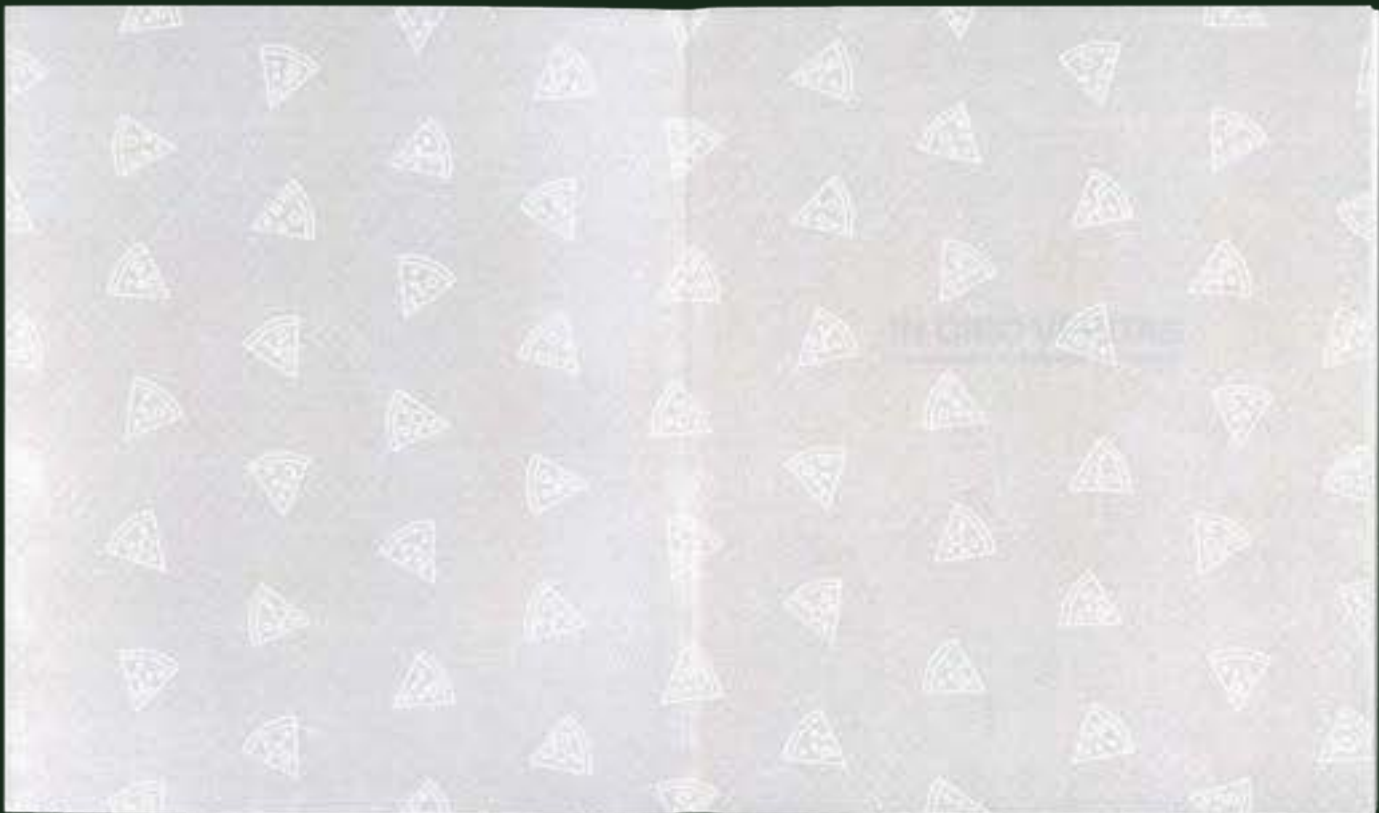
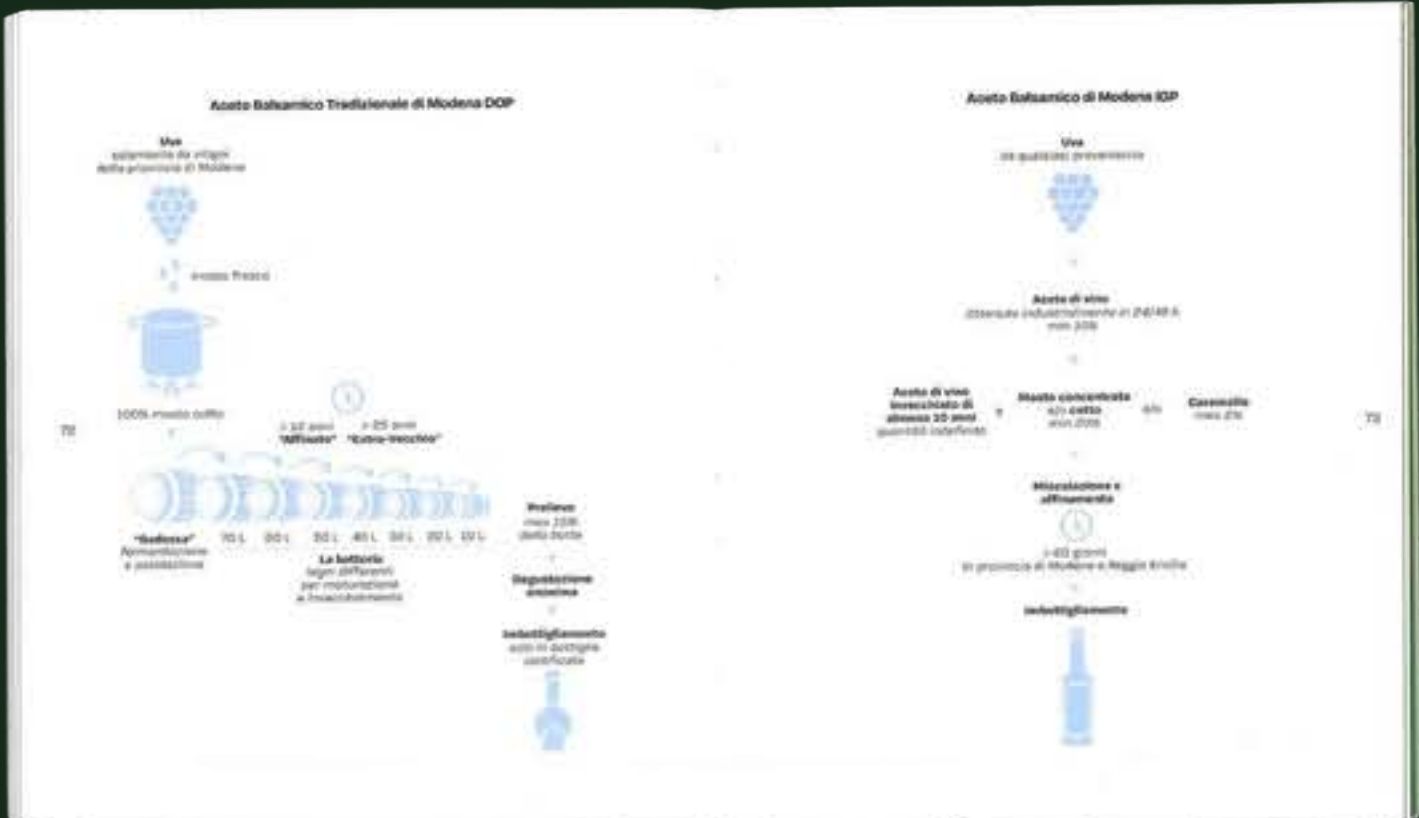
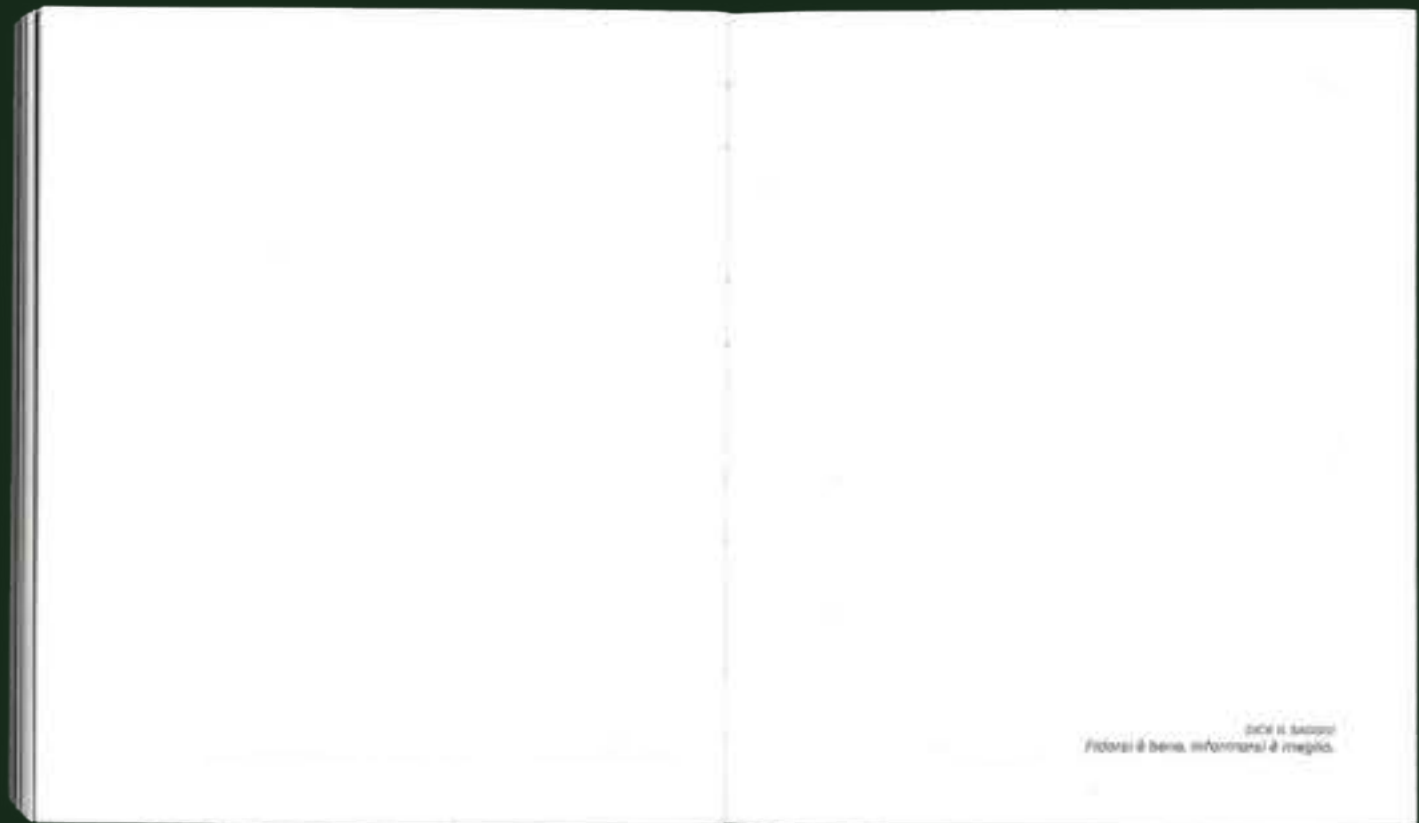
Stemmi, artefatti, Foodstems, carne, tutti in provetta, carne di bovino, albonino. Tutte queste espressioni, così diverse tra loro, vengono costantemente utilizzate per parlare di un unico fenomeno: il soggetto la carne coltivata che, immagina una carne possono nel mercato europeo è già stata vista. Nel governo italiano nel settore merita. In un mondo nel quale la parola "alternativa" ha spesso un'accezione negativa, il tema della carne "alternativa" e "artificiale" è molto dibattuto. Nonostante quella della carne animale sia un grande problema, non ad ambientale e proprio per questo le aziende e le reti up che producono carne in laboratorio stanno provando a diffonderla, senza pensare molto bene che cosa sta significando coltivarla.



Bistecca in provetta

Sintetico, artificiale, Frankenstein, clean, finto, in provetta, cruelty-free, alternativo. Tutte queste espressioni, così diverse tra loro, vengono correntemente utilizzate per parlare di un unico (e controverso) soggetto: la carne coltivata che, nonostante non sia ancora presente sul mercato europeo, è già stata vietata dal governo italiano sul nostro territorio. In un mondo nel quale la parola "sintetico" ha spesso un'accezione negativa, il tema della carne "alternativa" e "artificiale" è molto dibattuto. Nonostante quello della carne animale sia un grande problema etico ed ambientale e proprio per questo le aziende e le start up che producono carne in laboratorio stanno provando a diffondersi, sono presenti molte barriere tecniche ma soprattutto culturali.

185



102



103



THANKS FOR TAKING THE TIME TO EXPLORE MY PORTFOLIO.
NOW LET'S BUILD SOMETHING TOGETHER.



Let's talk
Catch me @

dianaberselli03@gmail.com