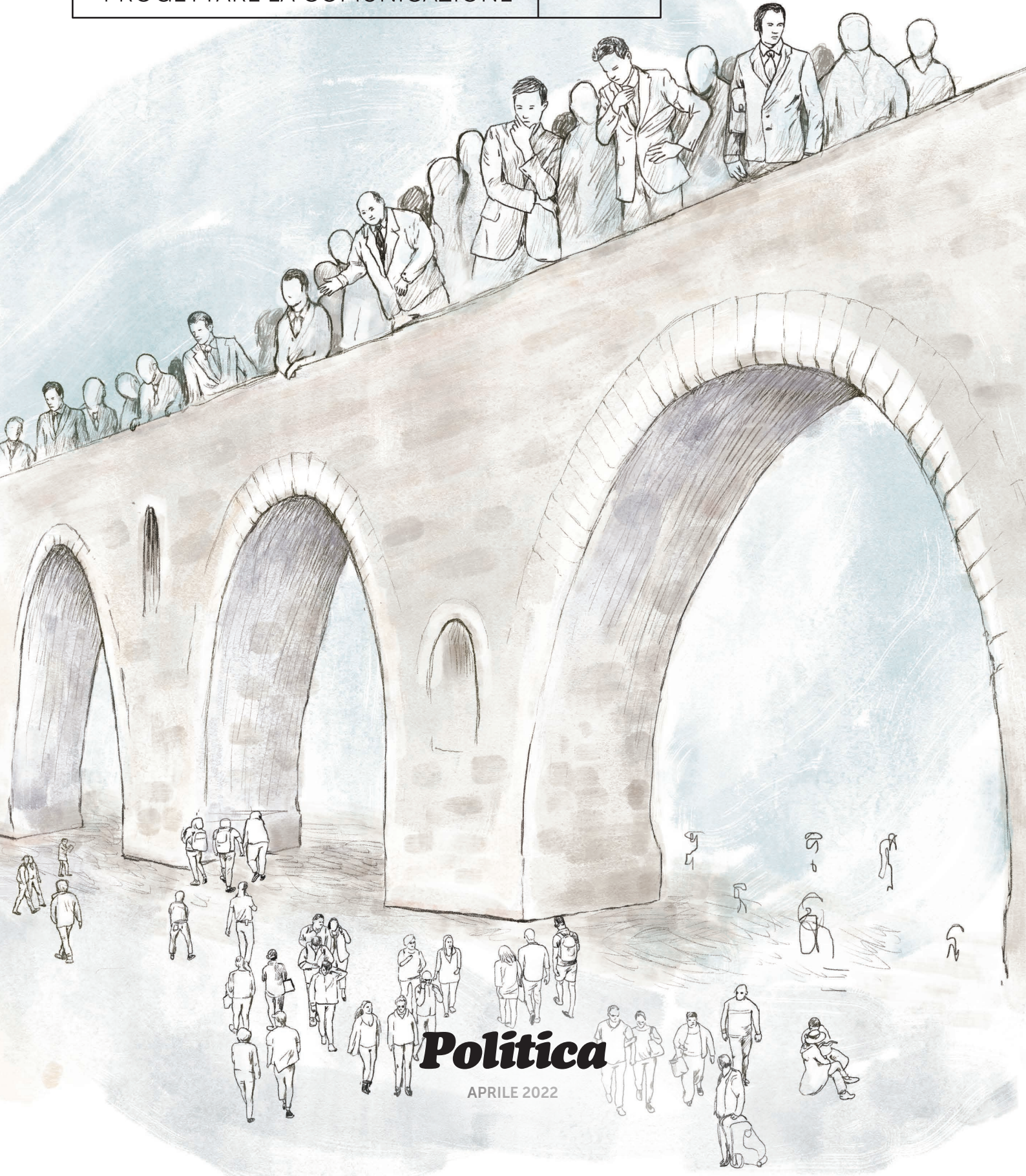


GRAPHICUS

ISSN 0017-3436

PROGETTARE LA COMUNICAZIONE

1079 / 0011



Politica

APRILE 2022

g

GRAPHICUS

Contatti:

Corso Luigi Settembrini, 178
10135 - Torino (TO)
www.graphicusmag.it
info@graphicusmag.it

Politecnico di Torino

Dipartimento di Architettura
e Design

www.polito.it/design

Copyright:

Opera distribuita con
Licenza Creative Commons
Attribuzione – Non commerciale
– Condividi allo stesso modo 4.0
Internazionale



L'editore si solleva da ogni
responsabilità in merito
di violazioni da parte degli
autori dei diritti di proprietà
intellettuale relativi a testi e
immagini pubblicati.

Prezzo di copertina:

15,00€

Partner tecnico:



g

POLITICA

APRILE 2022

Direttore:

Paolo Tamborrini

Comitato scientifico:

Silvia Barbero
Fiorella Bulegato
Francesca Comisso
Andrea Di Salvo
Chiara Remondino
Dario Russo

Redazione:

Sofia Cretaio
Sergio Degiacomi
Cristina Marino
Leonardo Moiso
Barbara Stabellini

Coordinamento redazionale:

Cristina Marino

Progetto grafico:

Alessandro Di Benedetto

Impaginazione:

Sofia Cretaio

Stampa:

Tech:art s.r.l.
Fedrigoni Splendorgel Extra
white 340g/m²
Fedrigoni Splendorgel Extra
white 115g/m²

ISSN (print) 0017-3436

ISSN (online) 2282-4545

iscritto al Registro dei Giornali e
Periodici del Tribunale di Torino
n.655 del 20.09.1951



COPERTINA NEBULOSE

SKIN&BONES

Politica e vita reale sono distanti
e si muovono come nebulose,
si sfiorano ma non si toccano
realmente, anche se sono vicine
sono distanti anni luce.

*Skin&Bones nasce dalla fusione
creativa di due artisti di Torino
— Simona Castaldo e Simone
Bubbico — con una speciale
predilezione per l'illustrazione,
il disegno e la musica. Entrambi
hanno studiato presso
l'Accademia Albertina di Belle
Arti di Torino, hanno all'attivo
riconoscimenti e mostre in Italia
e all'estero.*

6 EDITORIALE IL DESIGN E LA POLITICA

PAOLO TAMBORRINI



8 DESIGN E VALORE POLITICO DELL'ORDINARIO

STEFANO PELLONE



12 IL MANIFESTO POLITICO, OGGI

INTERVISTA A BRUNO MAGNO
DI ANDREA VENDETTI

3

16

I MEME COME UNITÀ CULTURALI

ROBERTA BRACCIALE



20

LABORATORIO POLITICO CARTOTECNICO

DILETTA DAMIANO
LORENZO CECCOTTI



24

NO GAME IS AN ISLAND

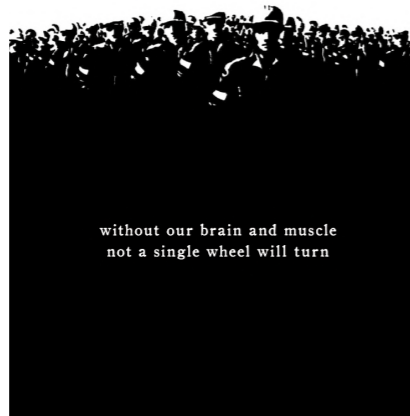
VINCENZO IDONE CASSONE



28

OUR WORLD IS POWERED BY TYPE DESIGN

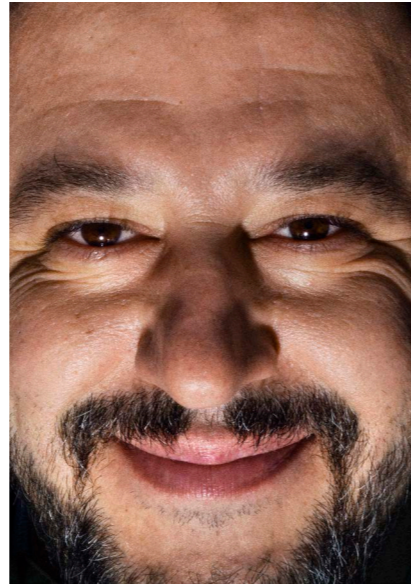
LOUKAS KARNIS



36

CULTURA (VISIVA) COME LIBERTÀ (POLITICA) DEL PROGETTISTA ORGANICO

LUCIANA GUNETTI



42

REALPOLITIK E IL CORPO DEL CAPITANO

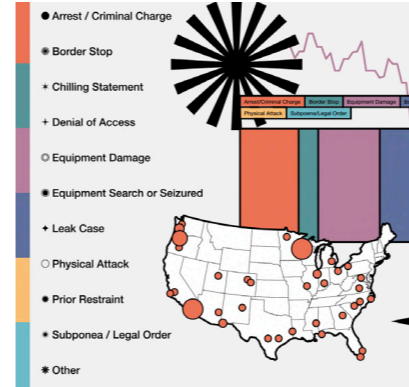
LUCA SANTESE
MARCO P. VALLI



54

ARTE E POLITICA: COMUNICARE IL PRESENTE

INTERVISTA A ROBERTO MASTROIANNI
DI ELENA INCHINGOLO



60

DATA VISUALIZATION E LIBERTÀ DI STAMPA

IRENE TROTTA
TOMMASO RENZINI



64

LUNGO LA LINEA ROSSA

MARIO PIAZZA

68

POLITIKON GAME

MARCO ALBERTO DONADONI



72

NON POSSEDERE MAI, MA USARE

SILVIA BERSELLI



76

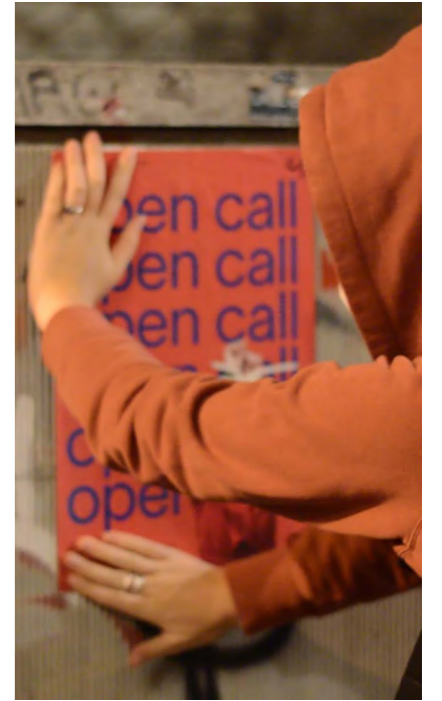
FACTANZA, UNA NUOVA REALTÀ INDIPENDENTE

INTERVISTA A BIANCA ARRIGHINI
DI SERGIO DEGIACOMI

80

DESIGN DELLA POST-POLITICA

NOEMI BIASSETTON
GIANNI SINNI



84

CREACTIVISMO

LUDOVICA GALLEANI D'AGLIANO

88

CAN DESIGN STOP A WAR & SAVE THE PLANET?

CAROL A. WELLS



DESIGN DELLA POST-POLITICA

Il design come strumento di costruzione della consapevolezza civica nei nuovi scenari della comunicazione post-politica

NOEMI BIASETTON

Dottoranda in Scienze del Design presso l'Università Iuav di Venezia.

GIANNI SINNI

Professore Associato di Design della comunicazione all'Università Iuav di Venezia.

Nella sera del 22 gennaio 2017, Kellyanne Conway, consigliera dell'allora presidente degli USA, fu invitata al programma *Meet the Press* della rete statunitense NBC per parlare della recente cerimonia inaugurale di Donald Trump. Nei giorni precedenti, erano sorte alcune controversie rispetto alle dimensioni della folla che aveva assistito all'evento. Trump stesso, in effetti, aveva previsto e annunciato sui suoi canali social che ci sarebbe stata un'affluenza mai vista prima d'ora. Tuttavia, il giorno dell'inaugurazione, la folla presente alla cerimonia era circa un terzo rispetto a quella che aveva assistito al giuramento d'ufficio di Barack Obama nel 2009. Non volendo ammettere la sconfitta, l'amministrazione Trump assunse una linea offensiva e Sean Spicer, portavoce della Casa Bianca, dichiarò che l'evento aveva attratto "il pubblico più ampio mai visto ad un'inaugurazione"¹. Quando il presentatore di *Meet the Press* Chuck Todd chiese a Conway perché l'amministrazione Trump aveva difeso una menzogna così facilmente screditabile, lei rispose che Sean Spicer non aveva mentito, ma offerto un "fatto alternativo"². L'utilizzo di questa frase da parte

di Conway attirò una raffica di critiche dall'ala liberale del mondo statunitense, e non solo. In passato, Trump aveva già manipolato più volte le parole di chi lo aveva incalzato su questioni controverse riguardo la sua campagna elettorale. Ad esempio, attribuendo l'etichetta "fake news" a qualsiasi testata, giornalista, presentatore o commentatore televisivo che cercasse di screditare le sue opinioni in materia di politica, economia, o altro. Tuttavia, con la sua entrata nella Casa Bianca, molti giornalisti e commentatori speravano che il neo presidente iniziasse a comportarsi in maniera più "consona" — partendo innanzitutto da un cambio radicale del suo registro comunicativo. Questo episodio sembrò non solo sfatare questa tesi, ma anche creare le premesse per una presidenza coinvolta in una guerra con la vera e propria nozione di realtà.

La campagna elettorale di Trump, così come quella pro-Brexit nel 2016, ha ribadito il ruolo fondamentale ma ambiguo delle

In basso, **Chuck Todd e Kellyanne Conway a Meet the Press (NBC), 22 gennaio 2017**



immagini e dei media nella comunicazione politica, accentuando il passaggio da un'età politica a una post-politica. Il concetto di post-politica è stato introdotto dal politologo Francis Fukuyama nel suo celebre saggio "La fine della storia e l'ultimo uomo"³, che rielabora le questioni storico-filosofiche Hegeliane e Marxiste. Nel saggio l'autore sostiene che, dopo aver sperimentato sistemi politici fallimentari quali monocrazia, oligarchia, o totalitarismo, una società inizia a cedere a causa delle sue contraddizioni interne, dando vita a nuove società sempre meno conflittuali. Tali società rappresentano lo stadio finale della storia, il punto a cui tutti i governi a livello globale tendono e oltre cui non si può andare: la democrazia liberale. Secondo la tesi dell'autore, il crollo del muro di Berlino aveva segnato l'ultimo passo evolutivo della storia per due ragioni: da un lato perché si scioglieva l'ultima vera contrapposizione ideologica politica mai esistita, cioè quella tra il blocco capitalista e quello socialista; dall'altro lato perché questo momento storico sanciva la trasformazione globale di ogni forma di governo in liberalismo. Per Fukuyama la fine della storia corrisponde con la fine delle ideologie e, pertanto, con la fine della politica.

Negli ultimi decenni la nozione di post-politica ha acquisito sempre più importanza nel dibattito accademico, ed è diventata parte integrante della critica al capitalismo globale e al pensiero neo-liberale di cui Mouffe⁴, Rancière⁵ e Žižek⁶ sono solo alcuni dei rappresentanti più conosciuti. La premessa centrale della critica alla post-politica è che la politica

stessa — intesa come un processo di apertura al conflitto, alle divergenze, e al *framing* di diverse relazioni socio-politiche — è sempre più preclusa da approcci manageriali, tecnocratici e improntati sulle logiche del consenso. Queste caratteristiche rendono la politica incline a processi di de-politicizzazione, dove la cittadinanza diventano consumatori e le elezioni sono concepite come una scelta tra la candidatura sulla base della loro apparenza o delle loro strategie comunicative.

Questa condizione dello stato politico occidentale, in particolare nell'ultimo decennio, ha scosso fortemente i mondi della comunicazione e dell'informazione. Per primo il mondo del giornalismo, che ha dovuto fare i conti con realtà arbitrarie e malleabili. Ma anche quello del design della comunicazione, che affronta non senza fatica la questione della rappresentazione visiva di un sistema in cui personalizzazione e spettacolarizzazione (in senso Debordiano) sembrano dominare le strategie comunicative degli attori politici. In particolare, questo scenario ha messo in luce quanto una comunicazione incentrata solo sul tradizionale approccio grafico e autoriale — come la campagna creata da Michael Bierut/Pentagram per Hillary Clinton o i poster progettati da Wolfgang Tillmans contro il voto per la Brexit — siano ormai del tutto inefficaci nell'innescare conversazioni convincenti nello spazio politico dei social. E come i media stessi con cui i designer normalmente operano — tra cui le classiche immagine coordinata, campagna informativa, poster, o logo del partito — siano ormai

lontanissimi dagli elettori, ormai tramutati in *prosumers*. Come scrive Sofia Gonçalves⁷ in *Image in the Post-Millennium*, "La fugacità di gran parte degli artefatti comunicativi del design contribuiscono all'idea di una disciplina che *serve* il presente". Eppure, lo scontro inevitabile con questa realtà sfaccettata sembra spingere la disciplina verso una nuova visione, un nuovo stato sociale. In sostanza, nella post-politica, il ruolo del design appare completamente da ridefinire.

Negli ultimi decenni, i professionisti del mondo del design sono diventati sempre più consapevoli della loro capacità di affrontare sfide politiche e sociali attraverso una ampia serie di metodi e approcci "non tradizionali". Ci riferiamo a questi ultimi come tali perché, nonostante la loro presenza nel mondo accademico da ormai almeno tre decenni, questi approcci sembrano non avere ancora una legittimità universale, soprattutto quando si parla di design e politica.

Si potrebbe dire che, nella post-politica, ci troviamo davanti a una sorta di inversione di polarità. Se prima l'ignoto veniva riempito con narrazioni immaginarie, oggi è proprio il centro della realtà che viene reso immaginifico. Secondo gli autori Jon K. Shaw e Theo Reeves-Everson⁸, ci sono almeno due modi in cui la fiction può essere utilizzata come metodo. Da un lato, c'è la fiction che rivela strutture nascoste, aiutando la fruizione a ricostruire aspetti sommessi della propria vita quotidiana; dall'altro lato, la fiction può essere impiegata come una narrazione che mira a esporre nuovi scenari

futuribili. Nel contesto post-politico, e in particolare dopo la popolarizzazione della post-verità come categoria concettuale, queste due modalità diventano pressoché inseparabili. In questo senso, come scrive Gonçalves⁹, “è necessario comprendere il ruolo della fiction nel ripristinare il luogo del reale, di comprenderla come uno strumento di (non-)azione di fronte allo stato delle cose, come un meccanismo di intervento dell’immaginazione nel reale, in grado di tradurre e modificare ciò che si vede o ciò che si vive”. Applicata al design, la fiction si palesa come un approccio per creare nuove narrazioni quando la realtà sembra ormai insignificante

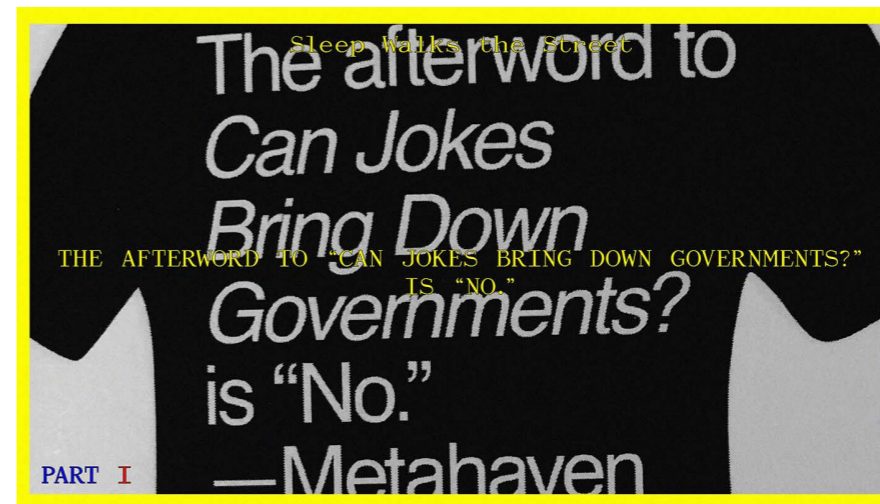
o insostenibile. Ci dà il permesso di commentare, di scrutinare, di sottolineare le contraddizioni della realtà, di rivelare verità scomode, senza responsabilità “reali”; di creare realtà alternative che ci permettono di comprendere il mondo in cui viviamo, che avremo nel futuro, verso il quale aspiriamo, o che rifiutiamo.

Un altro approccio interessante elaborato negli ultimi anni è quello proposto da Carl DiSalvo nel suo libro *Adversarial Design*¹⁰. Per *adversarial design* (che in italiano potremmo tradurre come “design antagonista”), l’autore intende il design come strumento per mettere in discussione credenze,

valori, o usanze che diamo ormai per scontate all’interno della nostra società. Invece di applicare il design in maniera “tradizionale” alla politica — come ad esempio rinnovare il design delle schede o dei seggi elettorali nel tentativo di migliorare la governance — questo è considerato come una pratica contestuale che prova a confutare gli approcci convenzionali alle questioni politiche. L’*adversarial design* opera in senso antagonista, utilizzando gli artefatti comunicativi come dei sistemi in grado di creare dei veri e propri “campi di battaglia” dove le cittadini possono riscoprire il diritto di essere in disaccordo, di mobilitarsi, e di cercare collettivamente alternative al presente in cui si trovano. Nella cultura politica odierna, dominata da una estrema polarizzazione dei punti di vista e dove impera il grido populista “noi contro loro”, l’intuizione di DiSalvo si rivela essenziale e necessaria per riportare lo scontro politico a un livello dialogico e non determinato unicamente dagli interessi della classe politica.

L’ultima teoria che vogliamo esplorare è quella di Tony Fry, che ormai vent’anni fa ha coniato il termine *defuturing* nel suo libro *A New Design Philosophy: An Introduction to Defuturing*¹¹. *Defuturing*, secondo Fry, è l’abilità di acquisire una comprensione della natura storica dell’insostenibilità (in termini ecologici, sociali e politici) e di identificare i processi che stanno distruggendo il nostro futuro. Nel libro, l’autore rappresenta il design come una forma

A sinistra, **Anti-Brexit campaign posters by Wolfgang Tillmans/ Between Bridges**, March – June 2016



In alto, **Can Jokes Bring Down Governments?** (Strelka Press, 2013) Pubblicato in Ingo Niermann e Joshua Simon (eds.), *Solution* 275-294: *Communists Anonymous* (Sternberg Press, 2017). Postfazione: *4 Metahaven, Sleep Walks the Street, Part 1, e-flux journal*, 2019.

vitale di azione politica. Basandosi sull’argomentazione di Hannah Arendt¹² secondo cui “la pluralità è la legge della terra”, Fry fa appello al design per creare un grande meta-progetto etico e politico che permetta di stabilire un bene comune in grado di abbracciare i diversi bisogni degli uomini in una “comunanza nella differenza”. Un artefatto di design deve essere in grado di mettere in luce la diversità dello spettro politico e le sue contraddizioni, poiché la pluralità impegna ad articolare i rapporti e a esercitare la pratica della disgiunzione e dell’associazione. L’obiettivo del design, secondo Fry, è quello di tessere trame dialettiche tra opinioni politiche diverse, ma rifiutando tanto le spinte centrifughe, che espongono alla frammentazione, quanto quelle centripete, che portano all’assimilazione delle diversità.

Nello *storytelling* post-politico il ruolo del designer è dunque tutto da rifondare. Come afferma provocatoriamente il collettivo Metahaven, in un contesto in cui i meme rappresentano per la resistenza al potere ciò che i manifesti politici erano una volta, il design politico tradizionale è ormai “un malato terminale” artificialmente mantenuto in vita dal designer stesso¹³. Le nuove direzioni verso cui il design potrà muoversi si intrecciano con la necessità impellente di formare cittadini pienamente consapevoli delle tecniche di manipolazione della realtà e di sfruttamento dei propri dati personali connaturate all’uso dei social network così come oggi li conosciamo. D’altro lato, sarà la disciplina stessa a dover riconoscere la legittimità di alternative oltre a quella di un design al servizio della realtà, del “qui e ora”, per creare i nuovi scenari della politica globale.

NOTE DI APPROFONDIMENTO

[1] Spicer: *Inauguration had largest audience ever.* (2017). CNN. [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=PKzHXelQi_A

[2] Kellyanne Conway: *Press Secretary Sean Spicer Gave “Alternative Fact.”* (2017). Meet The Press, NBC News. [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=VSrEEDQgFc8>

[3] Fukuyama, F. (1992). *The End of History and the Last Man*. Free Press.

[4] Mouffe, C. (2005). *The Return of the Political*. Verso.

[5] Rancière, J. (2010). *Dissensus: On Politics and Aesthetics*. Bloomsbury Publishing.

[6] Žižek, S. (2000). *The Ticklish Subject: The Absent Centre of Political Ontology*. Verso.

[7] [9] Gonçalves, S. (2021). *Vacant Lots and Insurmountable Territories: Communication design between reality and fiction, between expansion and degrowth*. In M. J. Baltazar & T. S. Quadros (Eds.), *Image in the Post-Millennium: Mediation, Process and Critical Tension* (pp.26–51). ONOMATOPEE.

[8] Shaw, J. K., & Reeves-Evison, T. (Eds.). (2017). *Fiction as Method*. Sternberg Press.

[10] DiSalvo, C. (2015). *Adversarial Design*. MIT Press.

[11] Fry, T. (1999). *A New Design Philosophy: An Introduction to Defuturing*. ZUNSW Press.

[12] Arendt, H. (1987). *Collective Responsibility*. In S. J. J. W. Bernauer (Ed.), *Amor Mundi: Explorations in the Faith and Thought of Hannah Arendt* (pp. 43–50). Springer.

[13] Metahaven. (2013). *Can Jokes Bring Down Governments? Memes, Design and Politics*. Strelka Press.

