

DESIGN UNDER ATTACK POLITICS, VALUES AND RESPONSIBILITY PRINCIPLES



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



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 Quaggiotto *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

COMPLICI O AVVERSARI MILITANTI? EDITORIALE PGJ42

12 – 29

Carlo Martino

 [0000-0002-0664-0549](https://orcid.org/0000-0002-0664-0549)

Sapienza - Università di Roma

carlo.martino@uniroma1.it

Il numero 42 di Progetto Grafico viene pubblicato in un momento storico e in un contesto geopolitico caratterizzato da numerosi conflitti internazionali e da una condizione di grande instabilità politica, sociale ed economica. Principi etici quali la democrazia, la sovranità dei popoli, l'inclusività, l'uguaglianza, la tolleranza e la sostenibilità sono messi fortemente in discussione. Ormai da qualche decennio siamo al centro di uno scontro tra civiltà (Huntington, 1993) e viviamo immersi in quella che già verso la fine degli anni Ottanta veniva definita una società del rischio (Beck, 1986). La scena politica internazionale è caratterizzata da figure che perseguono strategie predatorie (Da Empoli, 2025) e le tensioni internazionali non accennano a diminuire. Negli ultimi mesi si è registrata un'escalation di eventi bellici e di strategie governative orientate allo scontro che allontanano l'ipotesi di una nuova armonia globale.

Tali condizioni di contesto si riverberano profondamente sul design che è chiamato a riflettere sulle sue finalità e sul proprio ruolo: essere strumentale alle nuove strategie politiche, asservendole, o perseguire i principi ed i valori etici legati al progresso ed al bene comune che l'hanno ispirata per molti decenni.

13

In questo scenario, il design della comunicazione nelle sue peculiarità di traduttore di contenuti (Baule e Caratti, 2016), di dispositivo per l'accesso alla conoscenza (Bucchetti, 2018), di veicolo di informazione (Munari, 1968), di mezzo persuasivo (Eco, 1964; Bonsiepe, 1995) risulta essere più che mai investito di nuove responsabilità e di grandi antinomie.

Come affermava Giovanni Lussu: "La grafica - e di conseguenza il design della comunicazione ndr - (...) proprio per essere un servizio che si giustifica per la presenza di una committenza, è strutturalmente dipendente dagli sviluppi politici e sociali" (1999 - 171).

Appaiono pertanto evidenti le motivazioni che ci hanno guidato nella selezione del Topic di questo numero, proposto a due voci da Valeria Bucchetti e Gianni Sinni, ed altrettanto pertinente risulta essere l'interrogativo sotteso che esso pone: i valori, i principi etici e le politiche che il design ha finora perseguito, hanno perso il loro senso?

Estratto dalla call for contribution:

"(...) Mai come oggi siamo testimoni di un vero e proprio "attacco al design", al suo ruolo di dispositivo progettuale fondato su azioni trasformative, portatore di ideologie e attivatore di consapevolezze responsabilizzanti. Nasce da qui la necessità di denunciare e potenziare la riconfigurazione dello statuto epistemico, etico e operativo del design della comunicazione, provando a chiedersi come

possa il design rispondere oggi a un contesto che sovverte i suoi presupposti etici e politici, e, nello specifico, se il progetto comunicativo possa esimersi dal prendere posizione rispetto ad un panorama globale segnato da disuguaglianze crescenti, crisi migratorie, regressioni dei diritti civili, catastrofi climatiche e guerra dell'informazione.

Il numero 42 di Progetto Grafico invita designer, teorici, ricercatori e attivisti a riflettere sul design della comunicazione visiva come forma di militanza, atto di resistenza, strumento di informazione critica e dispositivo di costruzione di immaginari alternativi, ad analizzare e ipotizzare nuove o potenziate forme di espressione che ne amplifichino la capacità di operare come vero e proprio agente di rottura dei codici dominanti e veicolo di nuove visioni per il futuro, ma anche ad ampliare lo sguardo alle condizioni di possibilità e ai contesti sistemici in cui il progetto prende forma".

In risposta alla call sono pervenuti numerosi contributi da ricercatori affiliati a università e centri di ricerca distribuiti su tutto il territorio nazionale - da Bolzano a Catania - e che hanno indagato il topic da diverse angolazioni, dimostrando che la ricerca scientifica è sensibile alla questione epistemica sollevata dal topic nonché fortemente centrata sull'argomento.

Nell'inquadramento tematico Valeria Bucchetti e Gianni Sinni hanno sviluppato una profonda riflessione teorico-critica sul design della comunicazione inteso come pratica intrinsecamente politica, interrogandone le dimensioni ontologiche, performative ed etiche nel contesto contemporaneo. Dallo scenario da loro descritto, caratterizzato dalla platform society e dall'espansione dell'intelligenza artificiale, emerge un ruolo di iperresponsabilità del designer della comunicazione chiamato a confrontarsi con le conseguenze sistemiche, spesso imprevedibili, del proprio operato. Il contributo problematizza la retorica del "design for good", evidenziando, senza ipocrisie, la complicità del progetto nelle logiche di potere, controllo e manipolazione. In tale prospettiva, il design si configura come campo di tensione critica e possibile spazio di resistenza rispetto alla ridefinizione politica dei diritti e dei valori democratici.

Nella sezione "ricercare", la potenzialità manipolatoria del design della comunicazione, finalizzata alla creazione di legittimazione e consenso, accomuna i contributi di Pieretti, Damiano e D'uffizi.

Jim Pieretti descrive le metodologie e gli esiti di una sperimentazione orientata a verificare quanto il progetto grafico - applicato alla stampa di attualità politica - possa influire sulla formazione dell'opinione pubblica. I risultati ottenuti mostrano una generale indifferenza al progetto di comunicazione visiva, ma evidenziano la possibilità dello stesso di favorire il riconoscimento delle distorsioni informative.

L'articolo di Lucia Lamacchia si concentra sull'insieme di pratiche, dispositivi e strumenti che definiscono ciò che può essere visto e compreso in relazione a esigenze storiche e socio economiche. L'autrice analizza il ruolo delle immagini nella costruzione dello sguardo contemporaneo, assumendo una prospettiva interdisciplinare che intreccia design della comunicazione con storia dell'arte, cultura visuale, filosofia e antropologia.

Di natura storica è invece il contributo di Raissa d'Uffizzi che propone una tassonomia critica costruita sulla vicenda del progetto grafico delle copertine - e dei relativi autori - della rivista di regime "Il Popolo d'Italia" tra il 1923 e il 1943. Numerose sono le ricorrenze tematiche evidenziate dall'autrice, in cui il design della comunicazione ha svolto un chiaro ruolo manipolatorio teso a costruire ed a rafforzare il consenso verso il regime fascista.

Caratterizzati dalla descrizione di "azioni di contrasto" all'attacco sferrato al design, perpetuate attraverso il design della comunicazione, sono i contributi di Caccamo, Galasso, Guida e Fiesoli. Azioni che spaziano dalla "disobbedienza semiotica" a diverse forme di resistenza - "resistenza mnestica" e "resistenza epistemica" - fino ad un vero e proprio "Design Activism" virato sulla difesa delle questioni di equità e di genere.

14

Alessio Caccamo et al. riportano numerosi casi di studio di design della comunicazione che perseguono forme di militanza, di disobbedienza e di resistenza attraverso la "rimediazione" dal basso di artefatti comunicativi in grado di eludere la censura algoritmica.

Ne consegue che il design della comunicazione si configura come una pratica intrinsecamente politica, capace di modellare le ecologie entro cui i significati vengono prodotti e contestati.

Il contributo di Clorinda Galasso et al. parte da una critica alla nostra epoca, segnata da vuoti di memoria e da un'erosione continua del ricordo, che genera un presente onnipresente e ipertrofico, alla quale oppone un design della comunicazione sentito come una pratica di "resistenza mnestica", capace di riconoscere, tradurre e rimediare alla vulnerabilità in un'azione condivisa. Francesco Guida et al. riportano gli esiti di laboratori didattici tenuti al Politecnico di Milano negli ultimi anni, caratterizzati da un approccio antidisciplinare, che consiste nel lavorare nei margini, nelle transizioni fra domini, nello spazio vuoto tra le discipline al fine di attivare nei progetti un'agency critica e politica. Una forma di resistenza epistemica che può essere interpretata come una pratica che agisce sul modo in cui la conoscenza viene prodotta e resa visibile sotto forma di artefatti, dispositivi, immagini e interfacce.

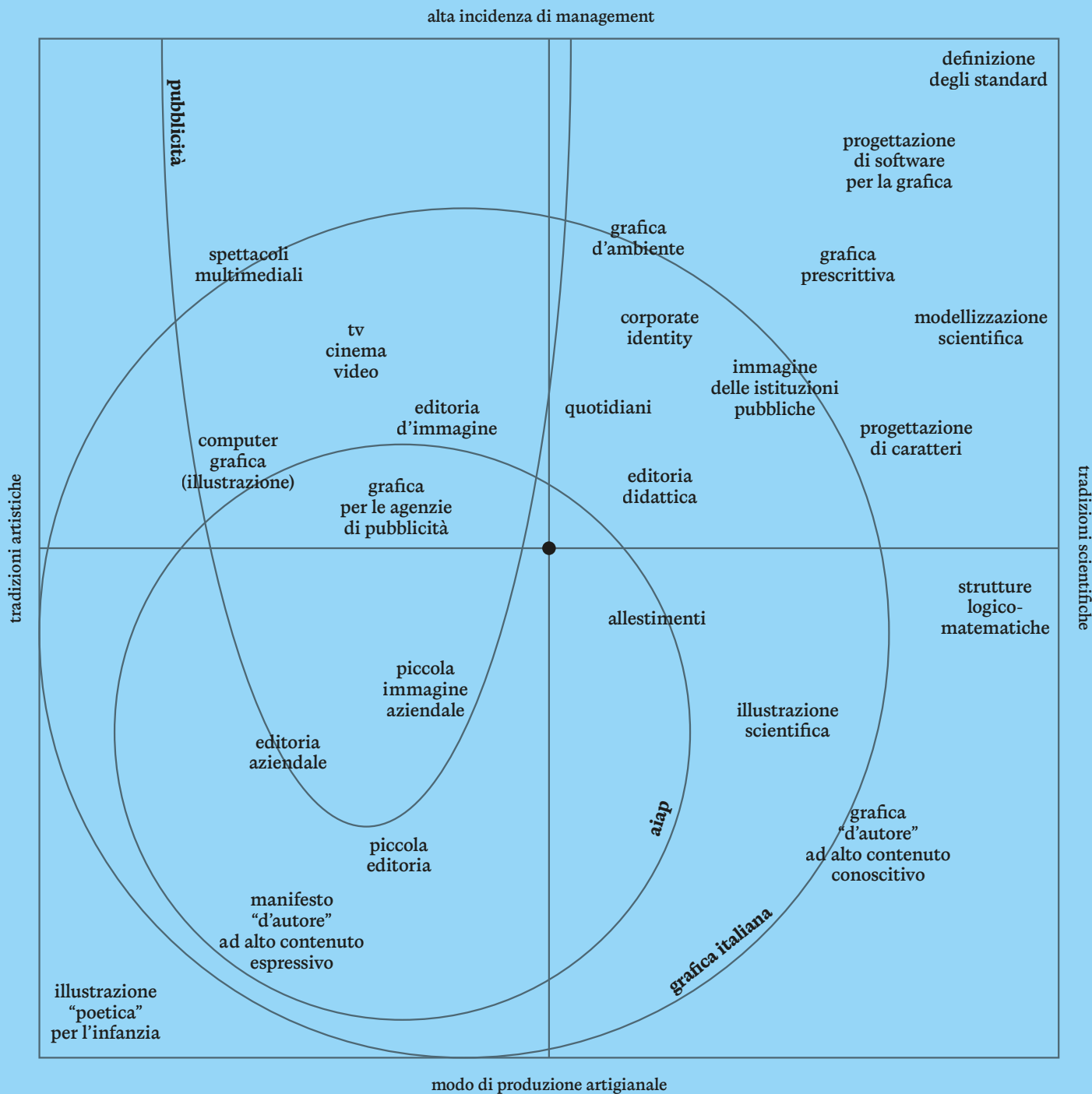
Irene Fiesoli et al. riportano gli esiti di una ricerca che indaga come l'open design e le prospettive queer-informed possano superare le logiche rappresentazionali e trasformare il design in un dispositivo di attivazione sociale capace di generare futuri condivisi, plurali e trasformativi. La ricerca delinea due idee di progetto - *Queer Generative Futures e Queering Learning* - che mostrano come tali principi possano tradursi in modelli operativi scalabili ed esportabili.

Accomunati infine da strategie progettuali di contrasto ma che coinvolgono il rapporto tra design della comunicazione e spazio, sono gli articoli di Pedretti, Damiano e Belluzzi Mus che lo investigano in relazione alla rigenerazione urbana, alla cartografia critica ed alle istituzioni museali.

Teresa Pedretti et al. partendo da un inquadramento sullo scenario internazionale neoliberista, nel loro articolo evidenziano i processi di trasformazione urbana partecipativa come spazi in cui il design può assumere un ruolo più etico e radicale.

Il design della comunicazione si è infatti avvalso del design partecipativo e dei suoi strumenti per alimentare l'entusiasmo e la partecipazione del pubblico, dimostrando di non avere di fatto un ruolo neutrale. Diletta Damiano nel suo contributo delinea un quadro teorico che interpreta il design come pratica agonistica e riflessiva, volta a rendere visibili le tensioni e i conflitti che strutturano lo spazio pubblico, dimostrando attraverso sperimentazioni didattiche attuate con specifici Design Device, come la mappatura collettiva e il progetto grafico ad essa associato, possano costituire pratiche di riappropriazione critica dello spazio vissuto. Infine l'articolo di Carlotta Belluzzi Mus et al. si concentra sull'istituzione museale che non si configura più come un organismo esclusivamente dedicato alla conservazione del patrimonio culturale, ma si mostra permeabile a dinamiche di potere e politiche. Attraverso una critica al sistema narrativo museale tradizionale e all'analisi di alcuni casi studio, il contributo evidenzia il ruolo centrale del design della comunicazione nella costruzione di contro-narrazioni capaci di decostruire l'esclusività e la gerarchia degli spazi espositivi tradizionalmente considerati neutrali.

Nella sezione "Visualizzare", il numero 42 ospita un ampio contributo di Luciano Perondi et al. nel quale vengono presentati e visualizzati in modo sistematico, diversi modelli di reti professionali operanti nel mercato interno differenti, per struttura politica e socio-economica. Al centro l'esplorazione di modelli cooperativistici tra designer in grado di garantire redditi stabili e a tutelare maggiormente i diritti. Segue il contributo visuale del giovanissimo William Graziani, un estratto dalla sua ricerca multimediale di tesi di laurea magistrale, centrato sul tema del



① La *Mappa del campo della grafica*, disegnata da Giovanni Lussu, è stata pubblicata nel 1994 in "La nuova configurazione Aiap. Documenti, interventi, nuovo statuto, regolamenti", supplemento al n.2 di *Notizie Aiap*, edito da *Aiap Edizioni*. Nel diagramma le varie attività applicative sono disposte secondo due assi (da arte a scienza e da artigianato a management). Il pallino al centro indica la questione cruciale della comunicazione visiva: la scrittura, la forma del testo. Rispetto al centro, la grafica italiana appare nettamente decentrata e la pubblicità rimane esterna.

The Map of the Graphic Design Field, designed by Giovanni Lussu, was published in 1993 in "La nuova configurazione Aiap. Documenti, interventi, nuovo statuto, regolamenti", a supplement to issue no. 2 of *Notizie Aiap*, published by *Aiap Edizioni*. In the diagram, the various applied activities are arranged along two axes (from art to science and from craftsmanship to management). The dot at the center indicates the crucial issue of visual communication: writing, the form of the text. Relative to the center, Italian graphic design appears clearly off-center, and advertising remains outside.

“Code Switching” o commutazione di codice, il processo adattivo originariamente studiato come alternanza tra differenti codici linguistici in funzione della situazione comunicativa e delle dinamiche sociali che regolano l’interazione ed invece comunemente adottato da gruppi minoritari che vivono le restrizioni e le disuguaglianze di un mondo profondamente iniquo.

Infine la sezione “Scoprire” recensisce due testi profondamente legati al topic indagato: “Post-digital print. La mutazione dell’editoria dal 1894”, di Alessandro Ludovico, pubblicato per la prima volta nel 2012 e “On Design, Feminism, and Friendship”, di Briar Levit, pubblicato nel 2024. Il primo ha una vicenda editoriale alquanto originale essendo stato distribuito in forma alternativa - in formato PDF su una serie limitata di chiavi USB con un contenuto integralmente in inglese - due settimane prima del rilascio della versione stampata dall’editore. Un testo che si concentra sull’editoria analogica come forma di resistenza in grado comunque di dialogare con il contesto digitale. Il secondo volume raccoglie alcuni degli esiti del dibattito sull’intersezione tra graphic design e femminismo, inteso soprattutto come atto di consapevolezza e militanza politica e sociale urgente.

16

Dall’insieme dei contributi descritti emergono numerose risposte alle questioni sollevate dalla call. È ampiamente sostenuta a ribadita la non neutralità del design della comunicazione rispetto alle diverse condizioni di contesto in cui opera, così come la ferma presa di posizioni rispetto a questioni etiche fondative delle democrazie più evolute.

È stato ribadito con forza il ruolo del design come pratica responsabile e critica giungendo a definire la figura del designer della comunicazione come progettista iperesponsabilizzato nel gestire forme e contenuti della comunicazione contemporanea e nell’indirizzarne gli effetti, superando di gran lunga “il mantello di moralità” attribuitogli da Bruno Latour (2005, 2021). Sono numerose le azioni di contrasto e di resistenza riportate negli articoli che evidenziano originali forme di militanza e di attivismo. Infine diversi contributi hanno riportato l’esito progettuale di strumenti comunicativi che facilitino la visibilità di soggettività marginalizzate e l’accesso per queste ultime agli strumenti del progetto. Al di là di un quadro generale che non nega le complicità passate e presenti del design della comunicazione nell’asservire le distorsioni etiche dominanti, emergono evidenti azioni di contrasto e di resistenza agli attacchi che da più parti giungono al design e che si trasformano al contrario in azioni costruttive e in importanti atti rigenerativi.



- ② Carta del progetto grafico. Progetto grafico di Mario Piazza. IT, 1989 codice aiap: FGT-CVli056 | Archivio + Biblioteca/Fondo Marco Biassoni /Fondo Aiap/Fondo Gianfranco Torri. Pieghevole, formato chiuso 15 x 30 cm, formato aperto 44 x 60 cm. AIAP CDPG, Centro di Documentazione sul Progetto Grafico di AIAP *Graphic Design Project File. Graphic design by Mario Piazza. IT, 1989 AIAAP code: FGT-CVli056 | Archive + Library/Marco Biassoni Collection / AIAP Collection / Gianfranco Torri Collection. Brochure, closed size 15 x 30 cm, open size 44 x 60 cm. AIAP CDPG, Graphic Design Documentation Centre of AIAP, Milan.*
- ③ Nel programma del governo non una parola sulla scuola, 1975. Daniele Turchi. AIAP CDPG, Centro di Documentazione sul Progetto Grafico di AIAP, Fondo Daniele Turchi, Milano. *The government’s program makes no mention of schools, 1975. Daniele Turchi. AIAP CDPG, Graphic Design Documentation Centre of AIAP, Daniele Turchi Fund, Milan.*

NEL PROGRAMMA
DEL GOVERNO
NON UNA PAROLA
SULLA SCUOLA

GLI STUDENTI
DICONO

NO

AI DECRETI
DELEGATI
ALLA
CRISI ECONOMICA
ALLA VIOLENZA
FASCISTA

PER CAMBIARE
LA SCUOLA
PER COSTRUIRE
IL NOSTRO FUTURO
PER IL LAVORO
ED UN NUOVO
SVILUPPO
ECONOMICO

**SCIOPERO
GENERALE
DEGLI
STUDENTI**

SABATO 30 MARZO
ORE 9.30 CORTEO

Studio, J. H. H. H. H. H.





stampa Sigma serigrafia/prog. M. Dolcini

Resistenza per la pace contro

congresso provinciale dell'A.N.P.I./Associazione nazionale partigiani d'Italia Pesaro

④

Resistenza per la pace contro il terrorismo,
1982. Massimo Dolcini.

MAGMA - Museo Archivio Grafica Manifesto.

Resistance for Peace Against Terrorism, 1982.

Massimo Dolcini. MAGMA - Museum Archive
Graphic Posters.



Copertina

A partire da questo numero il progetto grafico della copertina del journal sarà l'esito di una "call for cover" aperta all'intera comunità di grafici nazionali ed internazionali, lanciata dall'AIAP attraverso i suoi social ed i suoi portali. A questa prima chiamata hanno risposto nove designer o gruppi di designer da varie parti del paese. La scelta è ricaduta sulla proposta della giovane Caterina Servadio, selezionata per il livello di astrazione e texturizzazione proposto dal progetto che lo rende adatto alla funzione prefigurativa di contenuti, nonché per la forte rispondenza al tema trattato nel numero.

ACCOMPLICES OR MILITANT ADVERSARIES? PGJ42 EDITORIAL

Issue 42 of *Progetto Grafico* is published at a historical moment and within a geopolitical context marked by numerous international conflicts and a condition of profound political, social, and economic instability. Ethical principles such as democracy, the sovereignty of peoples, inclusivity, equality, tolerance, and sustainability are being seriously called into question. For some decades now we have been at the centre of a clash of civilisations (Huntington, 1993) and we live immersed in what was already described towards the end of the 1980s as a risk society (Beck, 1986). The international political scene is characterised by figures pursuing predatory strategies (Da Empoli, 2025), and international tensions show no signs of abating. In recent months there has been an escalation of acts of war and government strategies oriented towards confrontation, distancing any prospect of a new global harmony.

These contextual conditions reverberate profoundly on Design, which is called upon to reflect on its purposes and its role: to be instrumental to new political strategies, serving them, or to pursue the ethical principles and values linked to progress and the common good that have inspired it for many decades. In this scenario, Communication Design – in its peculiar capacity as translator of contents (Baule and Caratti, 2016), as a device for access to knowledge (Bucchetti, 2018), as a vehicle of information (Munari, 1968), and as a means of persuasion (Eco, 1964; Bonsiepe, 1995) – finds itself more than ever invested with new responsibilities

and great antinomies. As Giovanni Lussu stated: "Graphics – and consequently communication design – precisely because it is a service justified by the presence of a client, is structurally dependent on political and social developments" (1999, p. 171).

The motivations that guided our selection of the topic for this issue, proposed jointly by Valeria Bucchetti and Gianni Sinni, are therefore evident, as is the pertinence of the underlying question it raises: have the values, ethical principles, and policies that design has pursued until now lost their meaning?

Excerpt from the call for contributions:
"Never as today are we witnessing a genuine 'attack on design', on its role as a design device grounded in transformative actions, carrier of ideologies and activator of responsible awareness. It is from this that the need arises to denounce and strengthen the reconfiguration of the epistemic, ethical, and operative statute of communication design, trying to ask how design can respond today to a context that subverts its ethical and political premises, and specifically whether the communicative project can refrain from taking a stance with respect to a global panorama marked by growing inequalities, migration crises, regressions of civil rights, climate catastrophes, and information warfare. Issue 42 of Progetto Grafico invites designers, theorists, researchers, and activists to reflect on communication design as a form of militancy, an act of resistance, an instrument of critical information, and a device for the construction of alternative imaginaries; to analyse and hypothesise new or enhanced forms of expression that amplify its capacity to operate as a genuine agent for breaking dominant codes and a vehicle for new visions of the future; but also to broaden the gaze towards conditions of possibility and the systemic contexts in which the project takes shape."

20

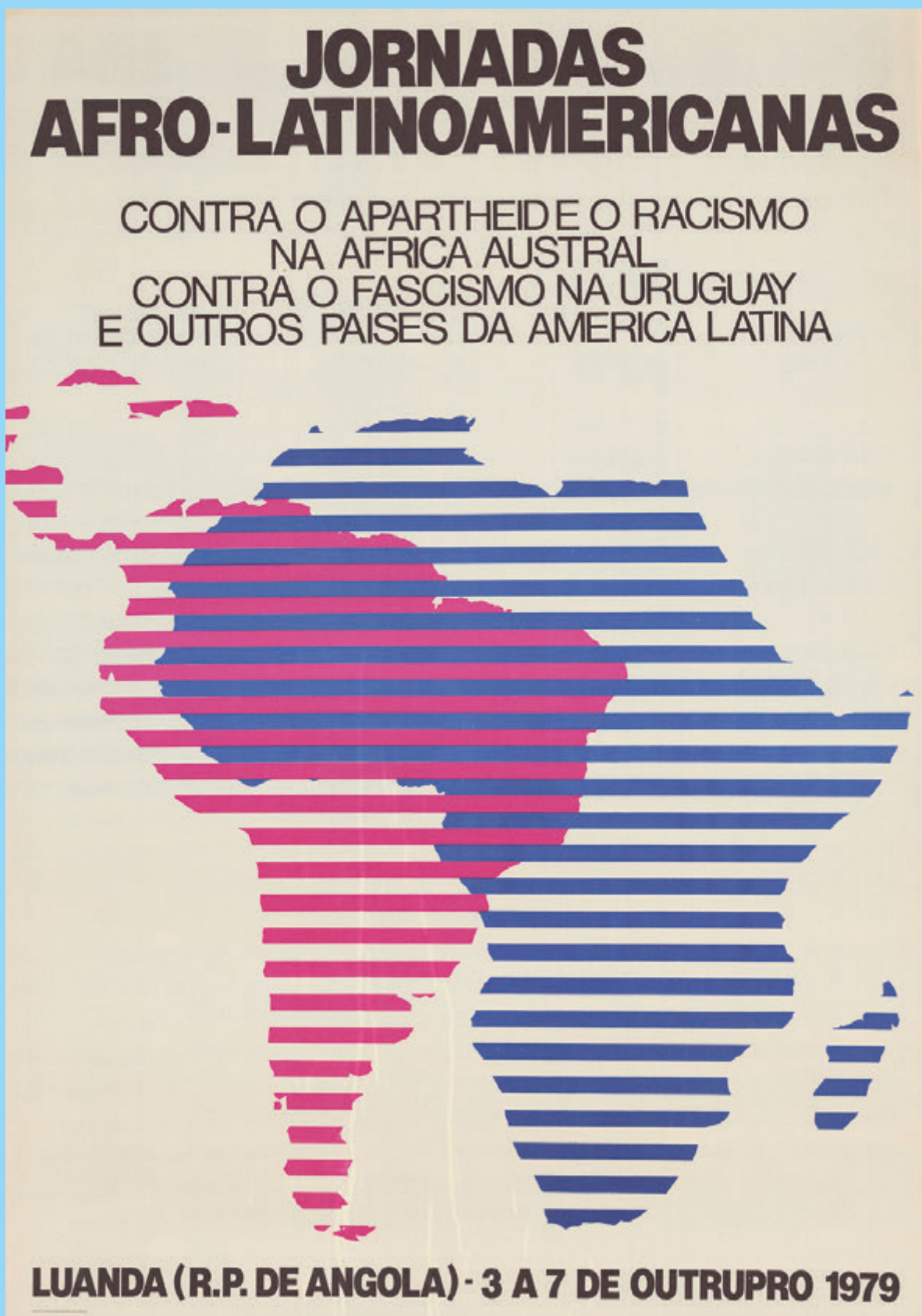
In response to the call, numerous contributions were received from researchers affiliated with universities and research centres distributed across the national territory – from Bolzano to Catania – who investigated the topic from various angles, demonstrating that scientific research is sensitive to the epistemic questions raised by the topic and strongly focused on the subject matter.

In the thematic framework, Valeria Bucchetti and Gianni Sinni developed a profound theoretical and critical reflection on communication design understood as an intrinsically political practice, interrogating its ontological, performative, and ethical dimensions in the contemporary context. From the scenario they

describe – characterised by the platform society and the expansion of artificial intelligence – there emerges a role of hyper-responsibility for the Communication Designer, who is called upon to confront the systemic, often unforeseeable consequences of their own work. The contribution problematises the rhetoric of "design for good", highlighting, without hypocrisy, the complicity of the project in the logics of power, control, and manipulation. In this perspective, design is configured as a field of critical tension and a possible space of resistance with respect to the political redefinition of rights and democratic values.

In the "Research" section, the manipulatory potential of Communication Design – aimed at the creation of legitimation and consensus – connects the contributions by Pieretti, Damiano, and D'Uffizi. Jim Pieretti describes the methodologies and outcomes of an experiment aimed at verifying to what extent graphic design – applied to the press in relation to current political affairs – can influence the formation of public opinion. The results obtained show a general indifference towards the visual communication project, but highlight its potential to foster recognition of informational distortions. Lucia Lamacchia's article focuses on the set of practices, devices, and tools that define what can be seen and understood in relation to historical, socioeconomic needs. The author analyses the role of images in the construction of the contemporary gaze, adopting an interdisciplinary perspective that weaves together communication design with art history, visual culture, philosophy, and anthropology. Of a historical nature is the contribution by Raissa D'Uffizi, which proposes a critical taxonomy constructed around the graphic design history of the covers – and their respective authors – of the regime publication *Il Popolo d'Italia* between 1923 and 1943. The author highlights numerous thematic recurrences in which communication design played a clear manipulatory role aimed at constructing and reinforcing consensus towards the Fascist regime.

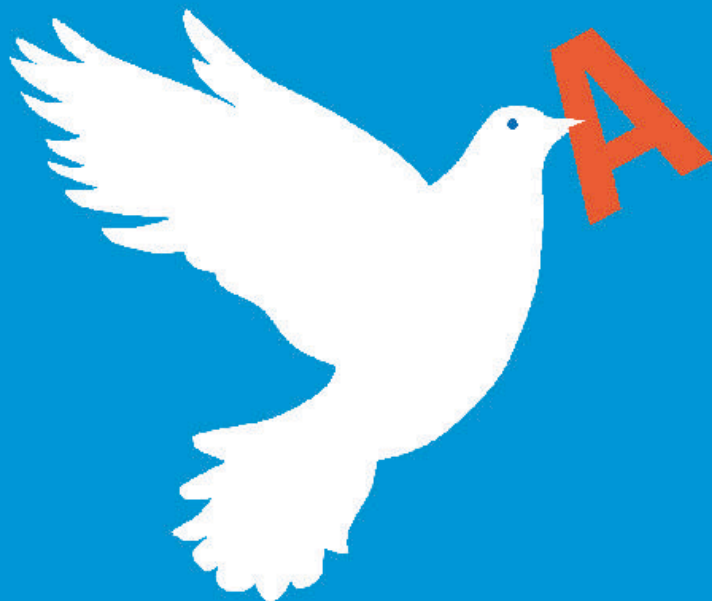
Characterised by the description of "counteracting actions" against the attack launched on Design – carried out through Communication Design – are the contributions by Caccamo, Galasso, Guida, and Fiesoli. Actions ranging from "semiotic disobedience" to various forms of resistance – "mnemonic resistance" and "epistemic resistance" – up to a genuine "Design Activism" oriented towards the defence of equity and gender issues. Alessio Caccamo et al. report numerous case studies in communication design that pursue forms of militancy, disobedience, and resistance through the grassroots "remediation" of communicative artefacts capable of eluding algorithmic censorship. It follows that communication design is configured as an intrinsically



⑤

Jornadas Afro-Latinoamericanas, 1979.
Bruno Magno. MAGMA - Museo Archivio
Grafica Manifesto.
Afro-Latin American Conference, 1979.
Bruno Magno. MAGMA - Museum Archive
Graphic Posters.

PE CE

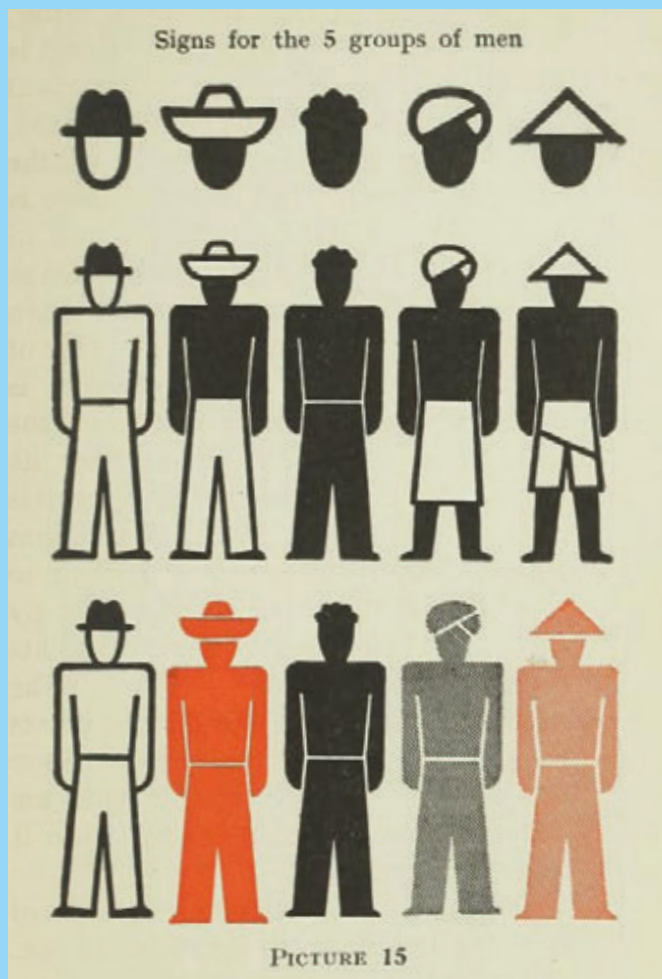


© Design: Armando Miliani
Armando Miliani

W R



un messaggio
di amore
per il mondo



political practice, capable of shaping the ecologies within which meanings are produced and contested. Clorinda Galasso et al.'s contribution departs from a critique of our era – marked by gaps in memory and a continuous erosion of recollection that generates an omnipresent and hypertrophic present – to which it opposes a communication design conceived as a practice of "mnemonic resistance", capable of recognising, translating, and remedying vulnerability through shared action. Francesco Guida et al. report the outcomes of teaching workshops held at the Politecnico di Milano in recent years, characterised by an anti-disciplinary approach that consists in working at the margins, in transitions between domains, in the empty space between disciplines, in order to activate a critical and political agency within projects. A form of epistemic resistance that can be interpreted as a practice acting on the way in which knowledge is produced and made visible in the form of artefacts, devices, images, and interfaces.

Irene Fiesoli et al. report the outcomes of research investigating how open design and queer-informed perspectives can overcome representational logics and transform design into a device for social activation capable of generating shared, plural, and transformative futures. The research outlines two project ideas – *Queer Generative Futures and Queering Learning* – which demonstrate how such principles can be translated into scalable and exportable operational models.

Finally, connected by design strategies of counteraction involving the relationship between communication design and space, are the articles by Pedretti, Damiano, and Belluzzi Mus, who investigate this relationship in connection to urban regeneration, critical cartography, and museum institutions. Teresa Pedretti et al., starting from an overview of the neoliberal international scenario, highlight in their article the processes of participatory urban transformation as spaces in which design can assume a more ethical and radical role. Communication design has drawn on participatory design and its tools to fuel public enthusiasm and participation, demonstrating that it does not in fact hold a neutral role. Diletta Damiano's contribution outlines a theoretical framework that interprets design as an agonistic and reflexive practice aimed at making visible the tensions and conflicts that structure public space, demonstrating – through teaching experiments conducted with specific Design Devices such as collective mapping and the associated graphic project – how these can constitute practices of critical reappropriation of lived space. Finally, the article by Carlotta Belluzzi Mus et al. focuses on the museum institution, which is no longer configured exclusively as an institution dedicated to the conservation of cultural heritage, but reveals itself to be permeable to dynamics

©

Peace, 2003. Armando Milani.
Centro di Documentazione sul Progetto Grafico
di AIAP, Fondo Armando Milani, Milano.

Peace, 2003. Armando Milani.
AIAP CDPG, *Graphic Design Documentation*
Centre of AIAP, Armando Milani Fund, Milan.

⑦

Signs for the 5 groups of men. Otto Neurath.
estratto da Otto Neurath (1936). *International*
Picture Language: The First Rules of Isotype.
London, K. Paul, Trench, Trubner & co., Ltd.
Signs for the 5 groups of men. Otto Neurath.
Excerpt from Otto Neurath (1936). *International*
Picture Language: The First Rules of Isotype.
London, K. Paul, Trench, Trubner & Co., Ltd.

of power and politics. Through a critique of the traditional museum narrative system and an analysis of selected case studies, the contribution highlights the central role of communication design in the construction of counter-narratives capable of deconstructing the exclusivity and hierarchy of exhibition spaces traditionally regarded as neutral.

In the "Visualise" section, issue 42 hosts a substantial contribution by Luciano Perondi et al., in which various models of professional networks operating in the domestic market – differing in political and socioeconomic structure – are systematically presented and visualised.

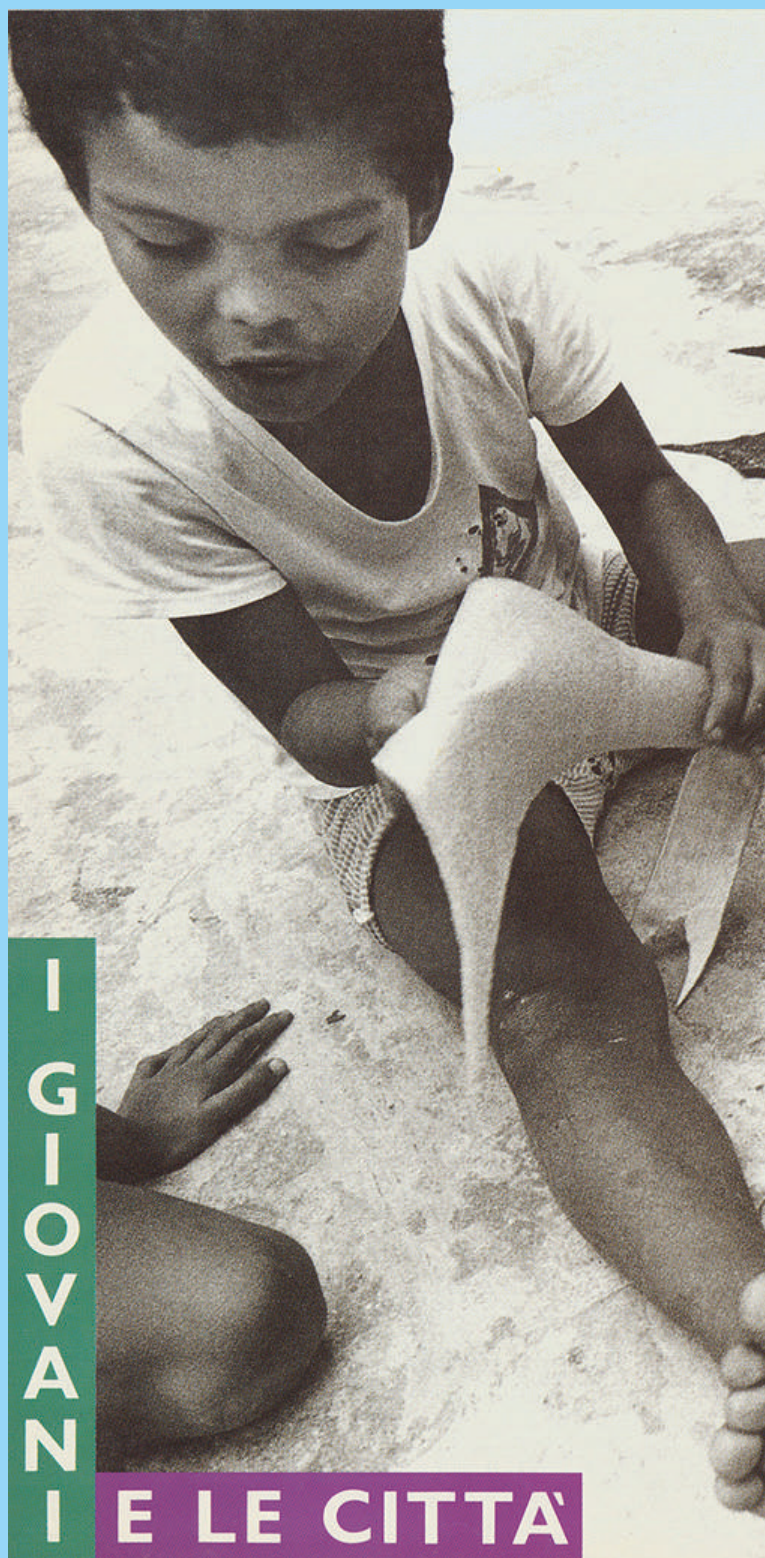
At the centre is the exploration of cooperative models among designers capable of guaranteeing stable incomes and better safeguarding workers' rights. This is followed by the visual contribution of the very young Wiliam Graziani, an extract from his multimedia master's thesis research, centred on the theme of "code switching" – the adaptive process originally studied as the alternation between different linguistic codes depending on the communicative situation and the social dynamics governing interaction, and instead commonly adopted by minority groups living under the restrictions and inequalities of a profoundly unjust world.

24

Finally, the "Discover" section reviews two texts deeply connected to the investigated topic: *Post-Digital Print: The Mutation of Publishing Since 1894* by Alessandro Ludovico, first published in 2012, and *On Design, Feminism, and Friendship* by Briar Levit, published in 2024.

The first has a rather original publishing history, having been distributed in alternative form – as a PDF on a limited series of USB drives with content entirely in English – two weeks before the release of the printed version by the publisher. It is a text that focuses on analogue publishing as a form of resistance that is nonetheless capable of engaging with the digital context. The second volume collects some of the outcomes of the debate on the intersection between graphic design and feminism, understood above all as an act of awareness and urgent political and social militancy.

From the full body of contributions described, numerous responses emerge to the questions raised by the call. The non-neutrality of communication design with respect to the various contextual conditions in which it operates is broadly sustained and reaffirmed, as is the firm taking of stances with regard to ethical questions foundational to the most advanced democracies. The role of design as a responsible and critical practice

I
G
I
O
V
A
N
I

E LE CITTÀ



Firenze 13/15 Novembre 1989

Istituto degli Innocenti

Piazza SS. Annunziata 12

Con il patrocinio di:
Comune di Firenze
Provincia di Firenze

Strategie per affrontare l'emarginazione giovanile nelle città dei Paesi in Via di Sviluppo

Via dei Rustici 7

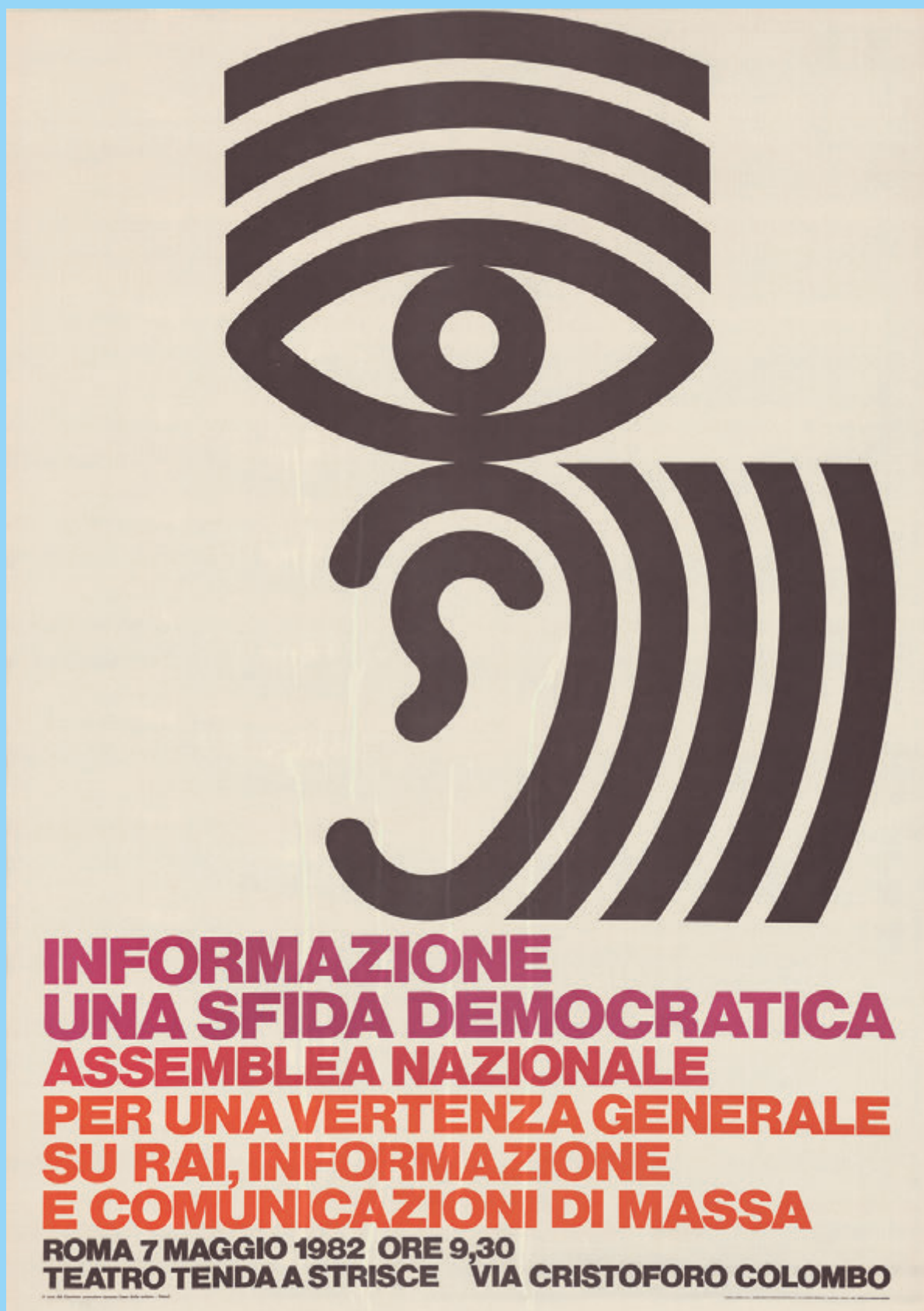
Firenze Tel. 055/288290



Progetto grafico Stefano Rovai - Graphiti, Stampa Press 80

®

I giovani e le città, 1989. Stefano Rovai. MAGMA - Museo Archivio Grafica Manifesto. Youth and Cities, 1989. Stefano Rovai. MAGMA - Museum Archive Graphic Posters.



⑨
Informazione una sfida democratica, 1982.
Bruno Magno. MAGMA - Museo Archivio
Grafica Manifesto.
Information: A Democratic Challenge, 1982.
Bruno Magno. MAGMA - Museum Archive
Graphic Posters.

Si ringrazia Andrea Lancia per la selezione
delle immagini.
We thank Andrea Lancia for the selection of images.

has been forcefully reasserted, arriving at a definition of the communication designer as a hyper-responsible practitioner in managing the forms and contents of contemporary communication and in directing its effects – going far beyond the "mantle of morality" attributed to it by Bruno Latour (2005, 2021). The articles report numerous counteracting and resistance actions that highlight original forms of militancy and activism. Finally, several contributions have reported the design outcomes of communicative tools that facilitate the visibility of marginalised subjectivities and their access to the instruments of design practice. Beyond an overall picture that does not deny the past and present complicities of communication design in serving dominant ethical distortions, evident actions of counteraction and resistance emerge in response to the attacks on design coming from multiple directions – actions that transform themselves, on the contrary, into constructive interventions and significant acts of regeneration.

Cover

Starting from this issue, the graphic design of the journal's cover will be the outcome of a "call for cover" open to the entire national and international graphic design community, launched by AIAP through its social media and portals. Nine designers or groups of designers from various parts of the country responded to this first call. The selection fell on the proposal by the young Caterina Servadio, chosen for the level of abstraction and texturisation offered by the project – making it well suited to the prefigurative function of contents – as well as for its strong responsiveness to the theme addressed in this issue.

REFERENCES

- Baule, G., & Caratti, E. (a cura di). (2016). *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*. FrancoAngeli.
- Beck, U. (1986). *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Suhrkamp. (Trad. it.: *La società del rischio. Verso una seconda modernità*. Carocci, 2000)
- Bonsiepe, G. (1995). *Dall'oggetto all'interfaccia. Mutazioni del design*. Feltrinelli.
- Bucchetti, V. (2018). *Progetto e culture visive*. FrancoAngeli.
- Da Empoli, G. (2025). *L'ora dei predatori. Il nuovo potere mondiale visto da vicino*. Einaudi.
- Eco, U. (1964). *Apocalittici e integrati*. Bompiani.
- Huntington, S. P. (1993). The clash of civilizations? *Foreign Affairs*, 72(3), 22-49.
- Latour, B. (2009). Un Prometeo cauto? Primi passi verso una filosofia del design. *E/C Serie Speciale*, 3(3/4), 255-263.
- Lussu, G. (1999). *La lettera uccide. Storie di grafica*. Stampa Alternativa & Graffiti.
- Munari, B. (1968). *Design e comunicazione visiva*. Giuseppe Laterza e Figli.

BIO

Carlo Martino

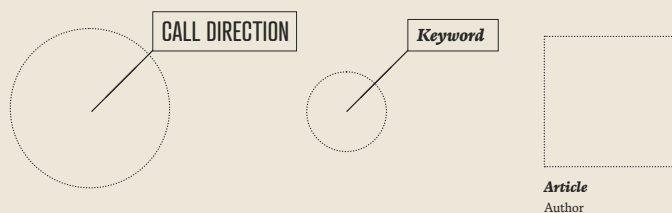
(Nato a Bari, Italia, nel 1965) Architetto e designer. Professore ordinario di Design presso Sapienza Università di Roma. Principali temi personali di ricerca e insegnamento: Design, identità culturale e territoriale; Design e multiculturalismo; Design e capitale naturale; Sperimentazioni linguistiche e morfologiche; applicate trasversalmente nei campi del Product Design, Visual and Graphic Design, Exhibit and Spatial Design. Coordinatore della Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, presso Sapienza Università di Roma (2007 · 2023) e membro del Comitato Brevetti della Sapienza (2017 · 2021). Dal 2013 al 2021 è stato membro della selezione finale dei migliori progetti italiani per l'ADI (Associazione per il Disegno Industriale) Design Index e, dal 2018, membro del Dipartimento Generale dell'ADI. Tra il 2009 e il 2011 è stato membro del Consiglio Italiano del Design MIBAC (Ministero per i Beni e le Attività Culturali) e tra il 2015 e il 2016 è stato membro del Comitato Brevetti per il MISE (Ministero dello Sviluppo Economico). Autore di oltre 200 articoli, monografie, saggi e contributi per pubblicazioni scientifiche italiane e straniere, è anche membro di comitati editoriali nazionali e internazionali. Direttore della rivista di design "Design for Made in Italy. Da Roma al Lazio" e collaboratore per le tematiche di design dell'"Enciclopedia Treccani". Promotore di numerose iniziative ed eventi sulla diffusione della cultura del design.

(Born in Bari, Italy 1965) Architect and Designer. Full Professor of Design at Sapienza University of Rome. Main personal topics of research and education: Design, Cultural and Territorial Identity; Design and Multiculturalism; Design and Natural Capital; Language and Morphological Experimentations; transversally applied in the fields of Product Design, Visual and Graphic Design, Exhibit and Spatial Design. Head of Design, Multimedia and Visual Communication Master Degree Program at Sapienza University (2007 _ 2023) and Member of Patent Committee of Sapienza (2017-2021). From 2013 to 2021 was member of the final selection of best Italian projects for ADI (Italian Association of Design) Design Index and, since 2018 member of ADI General Department. Between 2009 and 2011 was member of Italian Design Council MIBAC (Italian Ministry of Cultural Heritage) and between 2015 and 2016 was member of Patent Committee for MISE (Italian Ministry of Economic Development). Author of 200+ articles, monographs, essays and papers for Italian and foreign scientific publications, while also a member of national and international editorial committees. Director of "Design for Made in Italy. From Rome to Lazio" design magazine and collaborator for design topics of "Enciclopedia Treccani." Promoter of numerous initiatives and events about the spreading awareness of Design Culture.

Infografica di Alessio Caccamo

COME SI LEGGE • HOW TO READ IT

Gerarchia • *Hierarchy*



Connessione • *Connection*

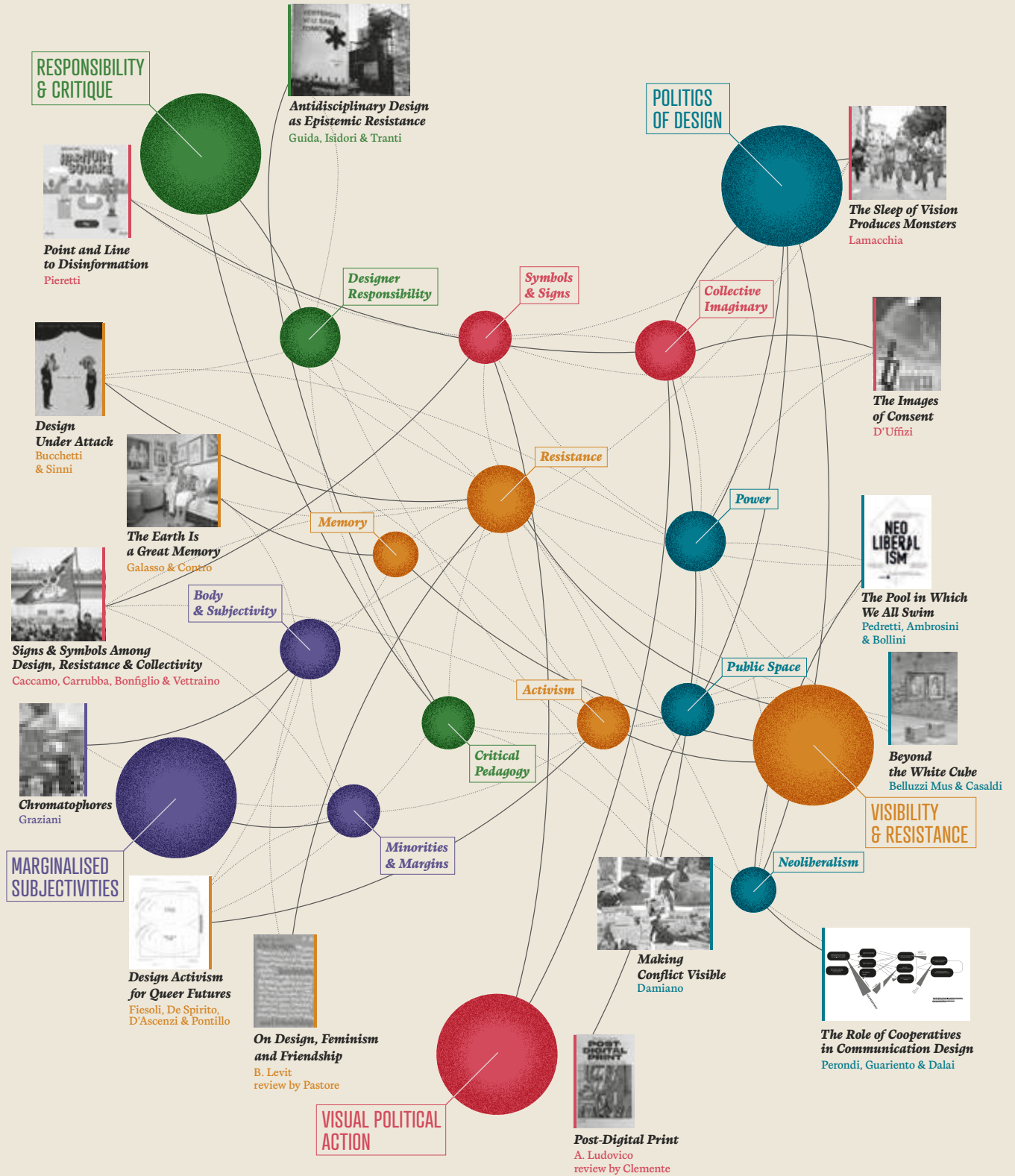
- *Strutturale • Structural* – call > keyword, art. > primary
- *Semantica • Semantic* – keyword > nucleus, art. > secondary

Call Indirizzi • *Directions*

- *Responsibility & Critique*
- *Politics of Design*
- *Visibility & Resistance*
- *Marginalised Subjectivities*
- *Visual Political Action*

Nucleo Semantico • *Semantic nucleus (size - frequency)*






ATTACCO AL DESIGN

VALORI, POLITICA, RESISTENZA

30 – 55


Valeria Bucchetti

 [0000-0002-3538-3625](https://orcid.org/0000-0002-3538-3625)

Politecnico di Milano

valeria.bucchetti@polimi.it

Gianni Sinni

 [0000-0002-6672-4859](https://orcid.org/0000-0002-6672-4859)

Università Iuav di Venezia

gsinni@iuav.it

Etica del Progetto • Iperresponsabilità • Design for Good
Normatività • Resistenza Critica

Nel tempo della saturazione informativa, dell'ipervisibilità e della crescente automatizzazione dei processi, il design della comunicazione emerge come uno dei luoghi decisivi in cui si negoziano senso, accesso e potere. L'articolo sviluppa una riflessione teorico-critica sul design della comunicazione inteso come pratica intrinsecamente politica, interrogandone le dimensioni ontologiche, performative ed etiche nel contesto contemporaneo.

A partire dalla sua funzione di mediazione e traduzione tra sistemi di contenuto e soggetti destinatari, il design viene assunto come dispositivo interpretativo capace di configurare condizioni di accesso, inclusione ed esclusione, nonché di produrre effetti normativi impliciti. In un ecosistema segnato dalla platform society e dall'espansione dell'intelligenza artificiale, tali dinamiche si intensificano, delineando una condizione di iperesponsabilità del progettista, chiamato a confrontarsi con le conseguenze sistemiche, spesso imprevedibili, del proprio operato. Il contributo problematizza la retorica del "design for good", evidenziando la complicità del progetto nelle logiche di potere, controllo e manipolazione.

In tale prospettiva, il design si configura come campo di tensione critica e possibile spazio di resistenza rispetto alla ridefinizione politica dei diritti e dei valori democratici.

Ontologia del design della comunicazione

La riflessione sul ruolo del design della comunicazione e sugli attacchi molteplici ai quali è sottoposto comporta una lettura del campo che non può prescindere dalla *funzione ontologica* dell'oggetto di questo specifico ambito del design che vede i contenuti al centro della progettazione dell'azione comunicativa, e del sistema di artefatti, unitamente alla *qualità* della costruzione semantica nelle sue plurime articolazioni espressive (Bucchetti, 2024).

31

In gioco è la natura stessa del design della comunicazione nella sua funzione di mediatore fra un insieme di contenuti e un utente-destinatario, e dunque di dispositivo per l'accesso. In questa sua funzione, espressa - o potremmo dire agita - attraverso il processo di *messa in figura*, nella sua accezione più estesa (Anceschi, 1991; Bucchetti, 2007), essa muove da un *principio traduttivo* (Baule e Caratti, 2016) e ancor prima da un *atto interpretativo*. Traduce la necessità di entrare in relazione con un mondo semantico altrimenti inaccessibile, "perché non ne conosce la 'lingua' o perché non è in grado di 'vederlo' con chiarezza, o per altre e diverse ragioni" (Zingale, 2016).

Questo suo compito implica la capacità di studiare la presenza di un problema quale istanza sociale, "anche quando tale presenza non costituisce ancora una 'coscienza comune' e quindi non si esprime in un discorso sociale definito" (ibidem). Ciò vuol dire cogliere l'oggettualità problematica da cui un processo progettuale prende avvio. Significa raccogliere il *pensiero comune* e

"riorganizzarlo secondo un principio di coerenza, selezionarne le pertinenze, farne emergere i tratti che possono costituire una gerarchia di obiettivi di senso. E altro ancora. Questa prima fase ha quindi lo scopo di testualizzare le istanze sociali e problematiche, ossia di rendere tali istanze luogo di analisi condivisa" (ibidem).

Una pratica, dunque, che pone alla base di ogni atto progettuale un *principio interpretativo* unitamente a scelte di senso e visioni del mondo orientate. Condotte che, in particolare nel passaggio da *forma del contenuto a forma dell'espressione*, con la *messa in figura*, sono necessariamente accompagnate da un portato di valori trasferito sia dagli elementi della configurazione, sia dalla dimensione di *invisibilità* dell'immagine (Floch, 1986; Bredekamp, 2015; Purgar, 2019), ossia da ciò che l'immagine non raffigura e tuttavia veicola.

Si tratta di un processo che, al contempo, implica un ulteriore carico di responsabilità poiché trasferisce un principio di *normatività*: afferma e determina ciò che è conforme e ciò che non lo è, e che, proprio per questa ragione, deve muovere da una radicata consapevolezza progettuale e da una dimensione etica imprescindibile. Consapevolezza ed etica, due termini chiave sui quali è necessario continuare a interrogarsi per riflettere sulla contemporaneità e imparare a disgiungere l'*intenzionalità* dall'abbrivo generato dall'*inerzia di pensiero*: la prima riferita al modello che si intende promuovere, la seconda relativa all'orizzonte culturale del soggetto che agisce. Due dimensioni che seppur distanti,

e per certi versi simmetriche, concorrono a determinare quell'ininterrotto atto di formazione inavvertita, di assimilazione passiva, di involontaria introiezione (Baule, 2012) prodotto dall'atto comunicativo quale espressione costante di una dimensione culturale e politica.

Performativo è politico

Giovanni Lussu affermava la "grafica è politica" ^❶; il *design della comunicazione* è politica e lo è su molteplici piani poiché, da qualunque prospettiva lo si osservi, è sempre relativo alla vita della comunità o delle comunità (Aime, 2019). E nel considerarlo tale, dobbiamo leggerlo a partire dal suo essere leva per una crescita socio-culturale, ossia in funzione del proprio *valore performativo*, quindi in considerazione della sua capacità di apportare un cambiamento.

32

Il design della comunicazione, come è noto, fa parte dei processi di tipo trasformativo; l'artefatto comunicativo possiede, o forse meglio, trasferisce, un grado di *agentività*, di capacità di iniziare delle serie causali di cui si fa tramite, considerate opera di una volontà o di un'intenzione; si trova cioè a *mediare l'intenzionalità sociale* (Gell, 1998; Coccia, 2014), e non può essere diversamente in quanto l'atto progettuale è sempre un'azione situata. È dunque atto politico se ne consideriamo le *forme dell'espressione*, proprie dell'artefatto, poiché attraverso di esse - sul piano dell'accessibilità comunicativa - si determinano le condizioni di *inclusione* o *esclusione* dei riceventi (Andriello e Riccò, 2024), mediate dalla significazione (comprensibilità sul piano cognitivo o linguistico), dalla *normatività* indirizzata (è o non è rivolto a te), dal filtro percettivo con l'esclusione di alcuni registri. Attraverso barriere o idioletti, le *forme dell'espressione* tracciano, in ogni caso, recinti che determinano coinvolgimento o emarginazione.

È atto politico in relazione ai contenuti che veicola, alle questioni alle quali si aderisce agendolo, delle quali ci si vuole fare portatori: dalle tematiche di genere (Baule e Bucchetti, 2012; Riccini, 2017; Bollini, 2025; Casnati, 2025), ai contesti contrassegnati dall'emergenza (Piscitelli, 2019), alle azioni di *advocacy* (Mancini, 2004). Non ultimo, possiamo leggerlo come atto politico se consideriamo come ogni enunciato iconico assuma

una vita propria nella *mediasfera*, sfuggendo quindi al controllo di chi lo ha determinato - voluto o progettato - andando ad alimentare catene di effetti di senso e, dunque, il mondo comunicativo in cui viviamo immersi, quel Mondo III "culturale" (in contrapposizione a "fisico" e "mentale") di cui parla Karl Popper che, come ci ricorda Ugo Volli (1991), corrisponde al nostro mondo reale, benché costruito, "quello in cui davvero viviamo, l'orizzonte della nostra comprensione" e che la *digital society* ha espanso e virtualizzato (Lorusso, 2025). Ciascuna delle dimensioni citate è sotto attacco. Consideriamo densità, affollamento, velocizzazione, inflazione, ipervisibilità, saturazione, (Lotman, 1973; Volli, 1991), solo per citare alcune delle questioni con cui il design della comunicazione deve fare i conti. Come sottolinea Marco Aime (2019, p. 46-47):

"Siamo quotidianamente avvolti da flussi continui di informazioni, che spesso neppure riusciamo a elaborare, perché scompaiono pochi istanti dopo. Il nostro immaginario viene via via deformato dalle raffiche di informazioni che ogni giorno ci colpiscono. Tutto avviene sotto i nostri occhi, in tempo reale, e la dimensione del presente sembra dilatarsi sempre più. La rapidità con cui tutto viene consumato, anche i sentimenti, comprime il tempo [...]. *L'ora* e il *qui* diventano preponderanti rispetto al tempo passato e a quello futuro. È la surmodernità, un'accelerazione della storia in cui la rapidità ha annullato le distanze, e pertanto il tempo prevale sullo spazio".

Ed è in questo quadro, in cui ogni artefatto contende la propria *ipervisibilità* (Carmagnola, 1989; Anceschi, 1999; Baule, 2000; Bucchetti, 2022), che dobbiamo tracciare spazi di resistenza e abbiamo il compito di ridefinire le priorità sulle quali concentrare energie e risorse nel campo della ricerca e della formazione.

Principi di responsabilità ed etiche plurali

Ci si trova così a ribadire una *prospettiva di responsabilità* che, in realtà, dovrebbe essere un prerequisito della comunicazione tout court, ma che certamente si fa tratto imprescindibile nel momento in cui la figura del designer della comunicazione si pone come interprete della domanda sociale, quando affianca le trasformazioni che la società, la politica, le istituzioni stanno compiendo (Rosina e Sorgi, 2016), quando deve accompagnare il cambiamento e fornire strumenti per sostenere le relazioni con gli utenti, con i cittadini e le cittadine, con l'insieme dei soggetti all'interno delle diverse comunità (Bucchetti, 2017; 2024; Sinni, 2019). Quando coinvolge ciò che appartiene tradizionalmente alla progettazione di *utilità sociale* che, come è noto, seppure con linee di lavoro differenti, ha visto nel corso degli anni riaffermare l'idea di un "mestiere" di progettista della comunicazione aperto al dialogo,

^❶ Si fa riferimento alla conferenza "Grafica e politica, Grafica è politica. Indizi", tenuta da Giovanni Lussu presso l'Isia di Urbino il 24 maggio 2017.



①

First things first, 1964. Scritto e progettato da Ken Garland. (Foto da designmanifestos.org).
 First things first, 1964. Written and designed by Ken Garland. (Photo by designmanifestos.org).

alle tensioni della società, capace di sostenere un'alternativa all'ideologia della professionalizzazione (Pignotti, 1984), richiamando il progettista al coraggio "etico" (Bollini, 2003).

In questo quadro complessivo si sviluppa l'ipotesi di trasferire la stessa idea di etica "dai paradigmi totalizzanti e dai modelli assoluti e onnicomprensivi a una dimensione di mirata complessità" per aprire uno scenario di *etiche plurali* (Baule, 2015; Fabris, 2006; 2021). Dunque l'ipotesi che la *domanda etica* si traduca in articolate declinazioni, così da investire ogni particolare ambito di un compito specifico, da praticare in proprio e non più delegabile a teorie generalizzanti. Una prospettiva che rende necessario operare per missioni mirate

"al di fuori di generiche testimonianze o richiami a modelli assoluti, così da evitare nuove retoriche e nuove formule ideologiche autoreferenziali.

È come se, ora, a quella generale domanda, a quell'interrogativo comune dovessero rispondere in proprio ciascuna delle aree, ciascuno degli ambiti particolari che alla cultura del progetto fanno riferimento: tocca a ciascuno di loro procedere per obiettivi ben definiti, in quanto dotati ciascuno di proprie competenze specifiche, di proprie pratiche e strumenti di intervento" (Baule 2015).

34

Ed è in questo senso che vanno riconsiderate tutte quelle forme di scrittura o prese di posizione come carte, manifesti di intenti, dichiarazioni di principi; nati e redatti dall'interno del mondo del design, che costituiscono atti di posizionamento teorico, assunzioni di una presa di posizione critica.

Basti citare il manifesto di Ken Garland *First Things First* ②① che promuoveva un rovesciamento degli obiettivi primari della comunicazione ("prima" le necessità sociali e culturali), la *Carta del Progetto grafico* ③ con la sua esplicitazione di assumere come fondamento costante il punto di vista dell'utenza e la volontà di agire per determinare la qualità dei sistemi che producono

②

Il manifesto *First Things First* fu scritto nel 1963 e pubblicato nel 1964 da Ken Garland.

③

La *Carta del Progetto Grafico. Tesi per un dibattito sul progetto della comunicazione* fu redatta da Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, Gianfranco Torri e fu espressione della commissione degli estensori (formata da G. Anceschi, G. Baule, G. D'Ambrosio, P. Grimaldi, G. Iliprandi, G. Lusso, A. Marangoni, G. Torri) costituitasi ad Aosta in occasione della Preassemblea nazionale Aiap del 24 giugno 1989. La Carta venne presentata il 27 novembre presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano per l'apposizione di un primo nucleo di firme.

④

La Carta è stata redatta da Giovanni Baule e Valeria Bucchetti, e rappresenta l'esito di un progetto sviluppato all'interno del Dipartimento di Design, Politecnico di Milano, committente Edizioni Dativo; promotore Istituto Italiano Imballaggio.

standard, la *Carta Etica del Packaging* ④ in cui i valori, tra i quali, sostenibilità, accessibilità, trasparenza determinano i principi formulati, il *Manifesto per una comunicazione gender-sensitive* ⑤, una dichiarazione di intenti e di principi che pone al centro il linguaggio iconico e i temi dell'inclusione, riconoscendo il design della comunicazione come leva per lo sviluppo di forme di resistenza. A cui possiamo affiancare quelle manifestazioni, iniziative, festival - come *AWDA*, *Big*, *Graphic days*, *Desina* ⑥ - che si pongono come spazi per diffondere una cultura del progetto di comunicazione ponendo particolare attenzione alle ricadute sociali. Si tratta di atti e iniziative che certamente muovono da un bisogno: dotarsi di strumenti per promuovere forme di pensiero autoriflessivo e riaffermare, sebbene con forme diverse, il ruolo del design della comunicazione come pratica responsabile e critica.

Nel partecipare a questo processo, siamo comunque tenuti ad interrogarci su come possa il design rispondere a una realtà che sovverte i suoi valori fondanti e che si sviluppa intorno a forme di automatismo del nostro mondo simbolico. La riflessione sui linguaggi non può che porsi come critica in un contesto in cui l'analisi della comunicazione si situa continuamente in una posizione *tautologica* poiché - come già negli anni Novanta ricordava Ugo Volli - nel nostro mondo non c'è più un *al di fuori* del linguaggio. Qual è dunque l'*al di fuori* per il design della comunicazione?

Il rischio che non possiamo ignorare è che il nostro agire progettuale e le nostre pratiche autoriflessive ci portino

"[...] a vestire di continuo con lo storytelling un re che di per sé sarebbe nudo. L'impressione è che troppo spesso il design, e il design della comunicazione in massima parte, anche quando sembra discostarsi formalmente dalle convenzioni, operi al massimo in termini di un flebile, arrendevole controcanto. Cioè di un disegno melodico di piacevole completamento della melodia data." ⑦

⑤

Manifesto nato all'interno del gruppo di ricerca dcxgc (Dipartimento di Design, Politecnico di Milano) - coordinamento scientifico: V. Bucchetti; redazione: V. Bucchetti, F. Casnati, M. Rossi - promosso dal Centro di Ricerca Interuniversitario Culture di genere. <https://www.comunicazionegendere-sensitive.polimi.it>.

⑥

AWDA (Aiap Women in Design Award), premio internazionale biennale rivolto alle designer della comunicazione visiva e sostenuto da AIAP; *Big* (Biennale Internazionale della Grafica), festival diffuso dedicato al design della comunicazione, nato dall'esperienza di Milano Graphic Festival; *Graphic Days* (Torino), festival internazionale di divulgazione e osservatorio sul visual e social design; *Desina*: Festival della Grafica e delle Culture Visive (Napoli).

⑦

Si fa riferimento all'intervento tenuto da Giovanni Baule durante il seminario "Orizzonti di senso. Dialogo a più voci tra semiotica e design della comunicazione" svoltosi il 3 dicembre 2025 presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano.

Un rischio che si mostra in tutta la sua portata di fronte allo scollamento tra la galassia di enunciati iconici che abitano la semiosfera e coloro ai quali "riconosciamo" il ruolo di *designer della comunicazione*, coloro che praticano la dimensione disciplinare del design. O guardiamo quindi, in questa fase storica, a questo aspetto senza mistificazioni, o lenti benevole, o rischiamo di non riuscire a imprimere un cambiamento di prospettiva, arroccandoci in una posizione elitaria e autoreferenziale di fronte a una macchina comunicativa globale che agisce su molteplici scale e che, dentro e fuori la rete, permea giorno per giorno il nostro vivere sociale.

Il design di fronte a se stesso

Ogni riflessione scientifica e disciplinare, per quanto orientata da una prospettiva teorica o metodologica, trae il proprio senso dall'essere ancorata al presente. Non perché la cronaca offra sempre spunti per un facile, talvolta impulsivo, coinvolgimento, ma perché il progetto – come pratica situata, relazionale e storicamente determinata – non esiste al di fuori del tempo.

Il design, pertanto, non può sottrarsi al confronto con le tensioni, le crisi e le derive che attraversano la propria contemporaneità. Assumere un tema di attualità in un contesto di analisi disciplinare significa, in questo senso, anche rendere esplicito il proprio posizionamento: riconoscere che la teoria del design non è neutra, ma parte integrante di una realtà politica, economica e simbolica che ne condiziona l'agire e ne delimita le possibilità di trasformazione. È la stessa realtà che il design, a sua volta, contribuisce attivamente a costruire attraverso la progettazione di prodotti, servizi, sistemi e apparati simbolici.

Storicamente, il design nasce come pratica di *problem-solving* funzionale alla produzione industriale e alla comunicazione pubblicitaria, giocando un ruolo centrale nella costruzione dell'immaginario e dei valori consumistici della società moderna. È tuttavia a partire dagli anni Sessanta che emergono, con forza crescente, istanze critiche nei confronti di una concezione del progetto esclusivamente orientata al mercato. Il manifesto *First Things First* di Ken Garland del 1963, segna – così come già menzionato – un primo momento di svolta, portando al centro del dibattito disciplinare la questione della responsabilità etica del designer e della sostenibilità sociale del progetto. Sull'onda della rivoluzione culturale seguita al Sessantotto, tali posizioni si radicalizzano. All'inizio degli anni Settanta, il filosofo tedesco Wolfgang Haug (1986 [1971]) definirà provocatoriamente il design come

la "crocerossina" del capitalismo, sottolineandone il ruolo cosmetico nel rendere più accettabili le contraddizioni del sistema produttivo. Nello stesso solco si colloca Victor Papanek (1971) che, nel suo celebre *Design for the Real World*, non esita a denunciare il carattere ingannevole e manipolatorio di gran parte del design pubblicitario e industriale, accusato di alimentare bisogni artificiali e dinamiche di consumo alienanti.

Questi richiami non rimangono isolati. Nel corso dei decenni successivi, la professione sviluppa un articolato dibattito sul ruolo sociale del progetto, consolidando l'idea di un designer organico, in senso gramsciano, che mette i propri strumenti al servizio della collettività e orienta l'azione progettuale verso obiettivi di equità, sostenibilità e giustizia sociale (Heller & Vienne, 2003; Heller & Vienne, 2018; Monteiro, 2019). Sono prassi progettuali che hanno assunto, nel tempo, varie denominazioni come *social design* (Resnick, 2019), *grafica di pubblica utilità* (Anceschi, 1984), *design for social innovation* (Manzini, 2015) o, ancora, *adversarial design* (DiSalvo, 2019), con tutto il corollario delle pratiche di *design activism* (Fuad-Luke, 2009; Scalin & Taute, 2012; Bieling, 2019) e che, pur nella loro eterogeneità, condividono una visione del design come agente di cambiamento sociale.

Nel far questo, la storiografia del design ha spesso adottato una narrazione implicitamente teleologica, orientata al progresso sociale e alla risoluzione positiva dei problemi, consolidando l'immagine del progettista come figura progressista, se non apertamente di "sinistra" (Bierut, 2007, p. 81). La disciplina è stata insomma inquadrata quasi esclusivamente attraverso la lente del "design for good" (Roberts, 2006; Berman, 2009), un design come "attitudine" (Rawsthorne, 2017) che si fa strumento democratico, funzionale ed eticamente responsabile. Tutti aspetti decisamente encomiabili, ma che rivelano un evidente bias di positività. Per lungo tempo, la teoria del design ha rimosso o marginalizzato tutte quelle pratiche progettuali orientate all'offesa (anche letale), alla coercizione, alla sorveglianza o alla manipolazione, relegandole a una dimensione tecnica o ingegneristica, come se fossero estranee al campo disciplinare.

Qualche anno fa, nel giugno 2005, un certo sconcerto si diffuse in tutta la comunità dei designer newyorkesi allorché fu reso noto il tema dell'imminente Fresh Dialogue, il talk annuale dell'American Institute of Graphic Arts. Motivo della controversia era la partecipazione dello studio Crye Associates, studio specializzato in progetti militari e contractor dell'esercito americano. Gli sponsor si ritirarono, telefonate di protesta a tarda ora raggiunsero il curatore, James Victore. Il titolo dell'incontro non avrebbe potuto essere più azzecato:

Friendly Fire (Victore, 2006) ②. Ai designer non piace che si ricordi il lato oscuro della loro professione. Uno dei momenti in cui la critica ha iniziato a decostruire la retorica del design esclusivamente rivolto al bene, portando alla luce la complicità della disciplina nelle dinamiche di potere, può essere individuato nel progetto curatoriale *Design and Violence*, sviluppato al MoMA con la direzione di Paola Antonelli e Jamer Hunt (2015). L'iniziativa ha infranto il tabù del design come forza intrinsecamente benevola, esponendo oggetti come l'AK-47 o The Liberator (la pistola open source stampabile in 3d), non come semplici anomalie di percorso, bensì come il risultato funzionale di un processo progettuale intenzionale. La violenza emerge così non come effetto collaterale, bensì come brief del progetto, costringendo il pubblico a confrontarsi con l'ambiguità etica insita nella produzione industriale e, pertanto, nel design stesso. Insomma, chiosano Antonelli e Hunt (2015), chiudendo gli occhi davanti alla profonda complicità del design nella distruzione di quanto (o più di quanto) crea, la nostra professione è stata istituzionalmente incapace di valutare la portata complessiva del proprio impatto.

36

Su un piano analogo, sul fronte dell'analisi visiva e sociologica, si colloca *Handbook of Tyranny* di Theo Deutinger (2017) ③ che offre una tassonomia agghiacciante del design coercitivo. Attraverso il linguaggio apparentemente asettico dell'infografica tecnica, l'autore mappa un'infrastruttura globale di controllo fatta di progetti relativi ai sistemi di contenimento delle folle, alle celle carcerarie, alle panchine anti-bivacco e ai modi di infliggere la pena capitale. Ne emerge un quadro in cui la forma segue rigorosamente la funzione anche quando questa è la segregazione, la dissuasione o la repressione del dissenso.

L'iperresponsabilità del designer

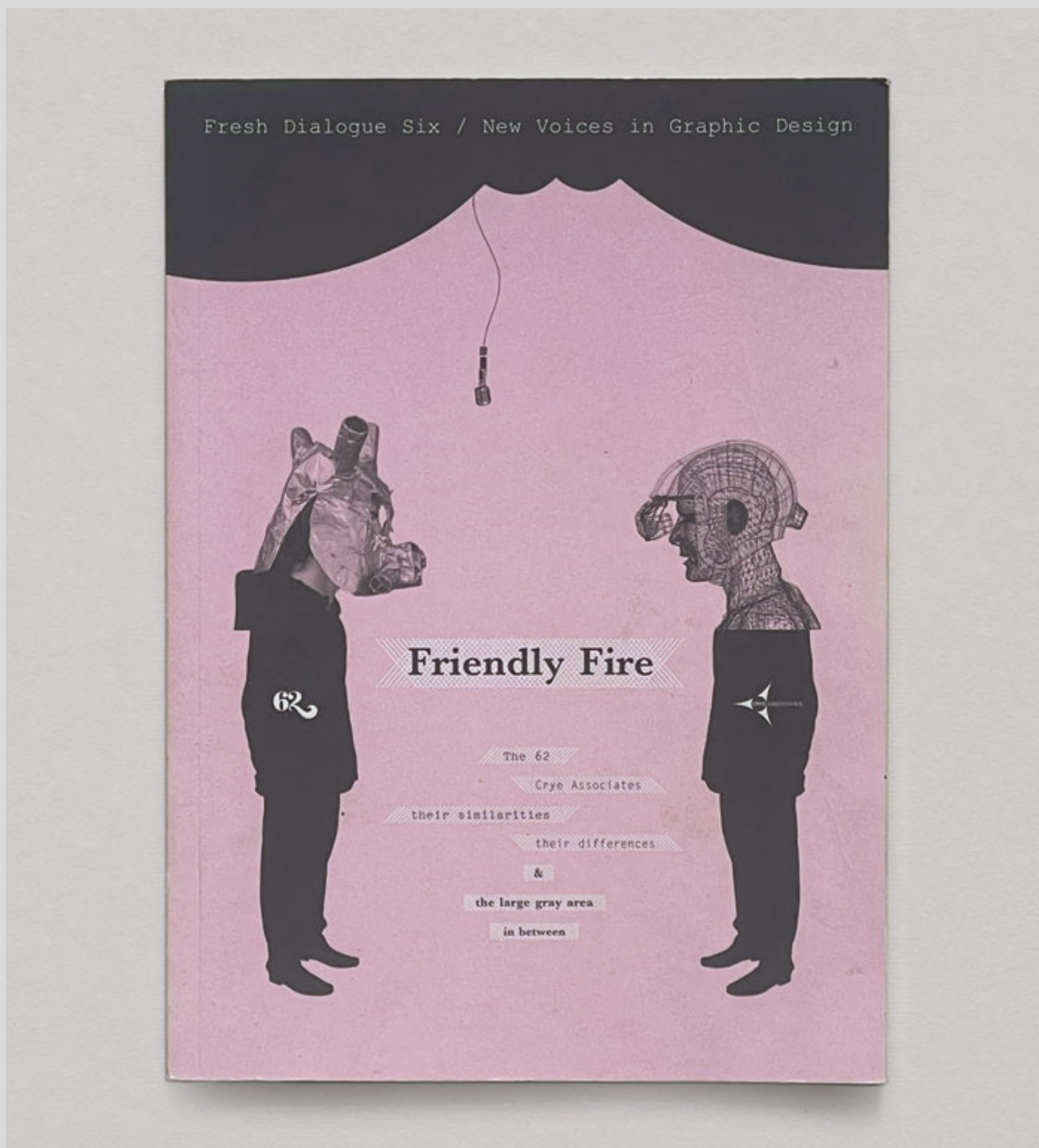
Gli esempi appena riportati rendono evidente la tensione etica che attraversa, oggi più che mai, il campo del progetto, una tensione che non può più essere elusa attraverso una lettura riduttiva o consolatoria del ruolo del design nella società contemporanea. Se accettiamo di includere nel perimetro disciplinare tanto le pratiche riconducibili al cosiddetto "design for good" quanto quelle di progetti che si dimostrano apertamente ostili, coercitivi o crudeli, la responsabilità sociale che ne deriva non può essere delegata a codici deontologici astratti o a principi generali di difficile applicazione. Essa ricade, inevitabilmente, sulle scelte etiche del singolo designer chiamato a esercitare un giudizio all'interno di contesti concreti, complessi e spesso ambigui. Tale scelta, infatti, è divenuta nel tempo sempre più complicata e contraddittoria.

Se può apparire relativamente semplice prendere posizione di fronte a un'alternativa estrema – come quella tra la progettazione di una mina anti-uomo e il disegno di un servizio di portierato di quartiere – risulta assai più difficile orientarsi in situazioni meno nette, dove i confini tra responsabilità diretta e complicità indiretta si fanno sfumati. Come già osservava Michael Bierut (2007: 58) riflettendo sulla riedizione del 2000 del manifesto *First Things First*, non è altrettanto facile valutare contesti più sfuggenti e incerti: lavorare per una organizzazione nonprofit finanziata da una multinazionale del tabacco è eticamente accettabile o no?

La consapevolezza di questa complessità comporta un rischio evidente: quello di un ripiegamento verso un relativismo morale, fondato sull'idea che, in un sistema in cui tutto è strutturalmente compromesso dal capitalismo e dal consumismo, ogni scelta risulti, in ultima istanza, giustificabile (Goodspeed, 2025). Un esito che, se da un lato riconosce la pervasività delle dinamiche sistemiche, dall'altro finirebbe per neutralizzare ogni possibilità di presa di posizione critica e di responsabilità individuale. Al contempo, i profondi mutamenti tecnologici, sociali ed economici che hanno caratterizzato gli ultimi decenni hanno ampliato in modo considerevole il campo di applicazione del progetto, estendendo in modo proporzionale le responsabilità del designer della comunicazione. Non si tratta di una semplice crescita quantitativa degli ambiti di intervento, ma di una trasformazione qualitativa del ruolo del progetto, sempre più coinvolto nella configurazione di ambienti, relazioni e comportamenti. Un processo destinato a un'ulteriore accelerazione con la diffusione progressiva dei sistemi di intelligenza artificiale.

Già oggi, all'interno di quella che viene definita *platform society*, le conseguenze – intenzionali o meno – delle decisioni progettuali contribuiscono in modo significativo a modellare le nuove strutture sociali che ne derivano (Iervese & Sinni, 2024). In questo scenario, il design non si limita a rappresentare o facilitare processi esistenti, ma interviene attivamente nella loro configurazione, producendo effetti normativi impliciti. Ciò a cui assistiamo in questo panorama è, dunque, l'emergere di un vero e proprio *effetto regolativo* del design, che rende il progetto una forza capace non solo di orientare comportamenti e pratiche, ma di incidere, in maniera spesso del tutto invisibile, sulle condizioni stesse della vita sociale.

Se nel mondo fisico tale effetto regolativo era già rintracciabile in quelli che vengono definiti *artefatti deontici*, ovvero oggetti appositamente progettati per orientare, prescrivere o limitare il comportamento




②

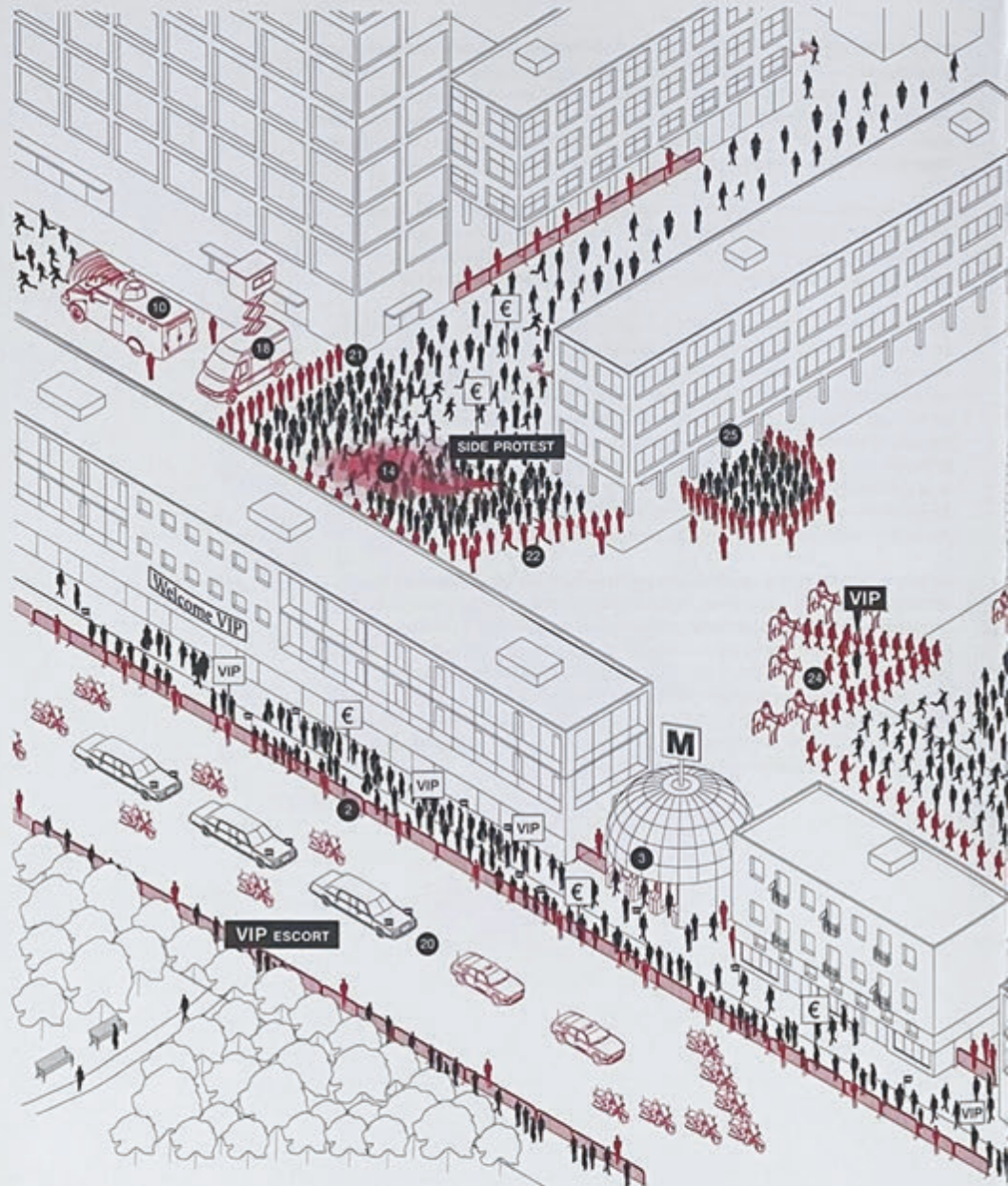
AIGA Fresh Dialogue Six, *Friendly fire*, a cura di James Victore. New York, 10 giugno 2005.
AIGA Fresh Dialogue Six, *Friendly fire*, Conference curator James Victore. New York, June 10, 2005.

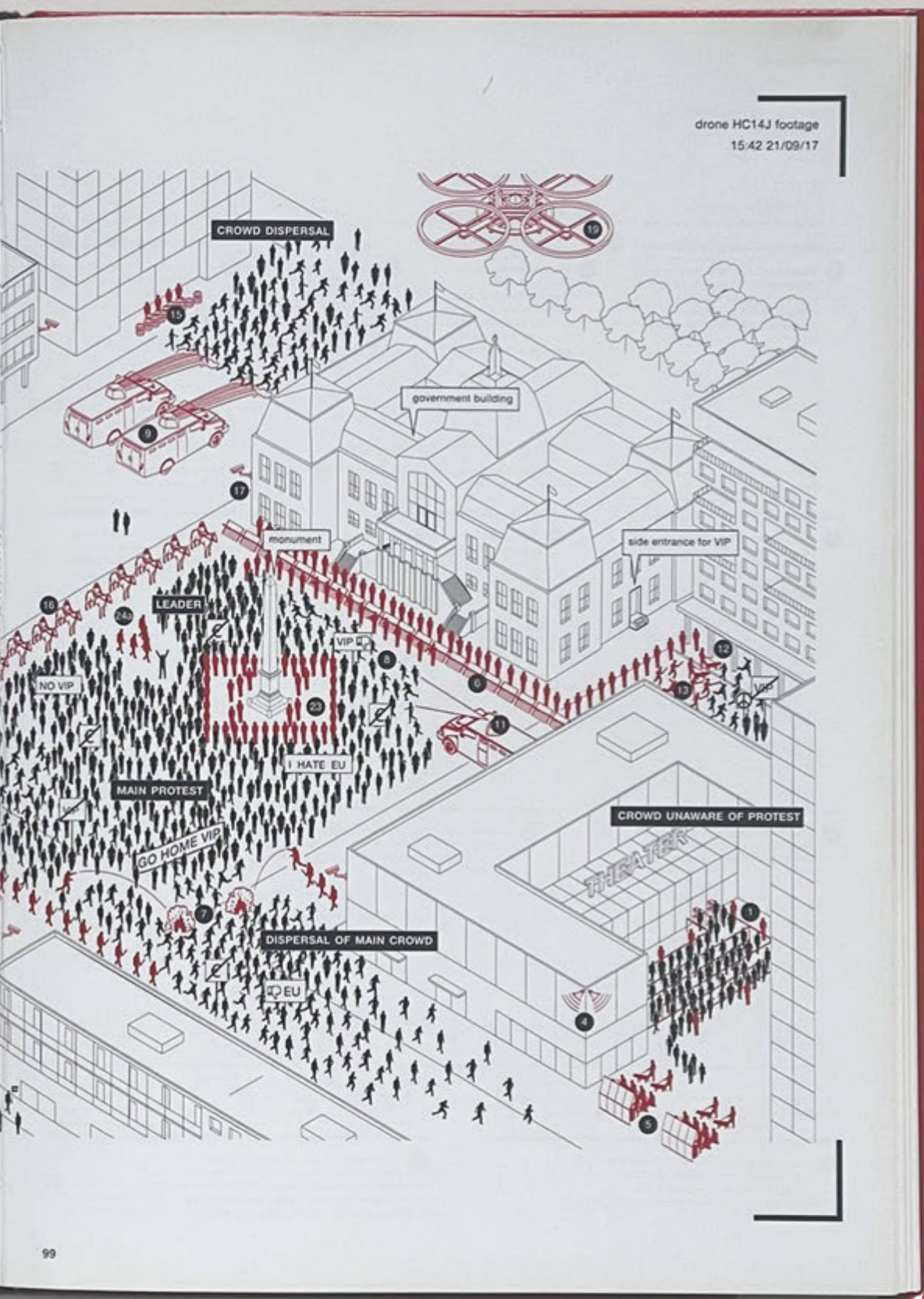
③

Pagina successiva: Pagine da Theo Deutinger, *Handbook of Tyranny*, 2017.
See following page: Spread pages from Theo Deutinger, *Handbook of Tyranny*, 2017.

Crowd Control

● live 





come, ad esempio, i cartelli stradali o i dispositivi di sicurezza (Lorini et al., 2022), nella dimensione digitale esso risulta amplificato in maniera esponenziale. La trasposizione del progetto nell'infosfera non si limita, infatti, a replicare meccanismi di regolazione preesistenti, ma ne moltiplica la portata, la pervasività e l'opacità, integrando la norma direttamente nelle architetture tecniche e nelle interfacce d'uso. In questo contesto, la *regulation by design* si è progressivamente affermata come una pratica diffusa informando quadri normativi europei come il Regolamento generale sulla protezione dei dati, noto come GDPR (Regolamento (UE) 2016/679), e l'Artificial Intelligence Act (Regolamento (UE) 2024/1689). In tali dispositivi regolativi, il progetto non è più inteso come un semplice strumento di attuazione della norma, ma come un suo veicolo privilegiato: è attraverso le scelte di design – dall'organizzazione dei flussi informativi alla configurazione delle interfacce, fino alla definizione delle opzioni disponibili o predefinite – che principi giuridici come la tutela dei dati personali, la trasparenza o la non discriminazione possono venire tradotti in esperienze concrete per gli utenti.

In questo scenario, il designer è dunque investito di una responsabilità crescente, che assume i caratteri di una *iperresponsabilità*: non solo la responsabilità di progettare soluzioni funzionali, accessibili ed efficaci, ma quella, ben più onerosa, di anticipare e valutare gli effetti sistemici del progetto.

40

Effetti che risultano spesso difficilmente prevedibili, sia per la complessità degli ecosistemi digitali in cui si innestano, sia per le interazioni emergenti tra tecnologia, comportamento umano e contesto sociale, ma che possono essere potenzialmente in grado di arrecare gravi danni ai destinatari, in termini di esclusione, sorveglianza, manipolazione o compressione dei diritti. Come osserva il gruppo di ricerca guidato da Luciano Floridi, una progettazione orientata all'efficienza e alla sostenibilità (*design ad rem*) può avere l'effetto voluto di ridurre le emissioni di carbonio e promuovere l'energia pulita, ma può produrre effetti indesiderati sul piano della privacy e della sicurezza (*design in re*) (Prifti et al., 2024, p. 4).

Assumere questa iperresponsabilità implica, dunque, riconoscere che il design non opera più soltanto sul piano dell'usabilità o dell'efficienza, ma interviene direttamente nella definizione delle condizioni di possibilità dell'azione, configurando spazi di scelta che, pur presentandosi come neutrali o tecnici, esercitano una funzione normativa sostanziale. È in questa tensione tra intenzionalità progettuale ed effetti emergenti che si gioca oggi una delle sfide più rilevanti per il design della comunicazione e dell'interazione.

Dal punto di vista progettuale, ci si trova così a operare lungo una linea di confine estremamente sottile, che separa la cosiddetta "spinta gentile" (*nudge*) dalla manipolazione, la facilitazione dall'inganno (Thaler & Sunstein, 2008). Il design dell'interazione e delle interfacce fa infatti ricorso a un insieme di leve emotive e cognitive – raccomandazioni personalizzate, sistemi di feedback sociale, richiami a memorie condivise – che orientano il comportamento degli utenti senza ricorrere a forme esplicite di coercizione. La differenza tra *nudge* e manipolazione non risiede dunque nello strumento, ma nell'intenzionalità progettuale e nel contesto di applicazione. Strategie che hanno avuto una sistematizzazione emblematica nel volume *Evil by Design* (Nodder, 2013), che mette in luce come le stesse azioni possano essere impiegate tanto per migliorare l'esperienza d'uso quanto per sfruttare asimmetrie informative e vulnerabilità cognitive.

L'uso etico o abusivo di tali strumenti dipende tanto dalla responsabilità del progettista nell'utilizzarli, quanto dalla capacità degli utenti di riconoscere e resistere ai *dark pattern* ^⑤. In questa direzione, recenti ricerche interdisciplinari mostrano come lo sviluppo di competenze critiche e di consapevolezza possano costituire una forma di resistenza all'influenza indebita esercitata dalle interfacce digitali (Rossi, 2024).

In questo quadro, l'ingresso dell'intelligenza artificiale appare destinato a moltiplicare ulteriormente le possibilità persuasive del progetto, tanto in senso positivo quanto negativo. L'accesso a quantità senza precedenti di dati personali consente una personalizzazione dei messaggi tale da intercettare vulnerabilità, preferenze e desideri individuali con un livello di granularità inedito. È questa la condizione che Lucino Floridi (2025) definisce *ipersuasione*, per sottolineare come tali strumenti superino, per potenza e pervasività, la scala stessa dell'agire umano.

I designer della comunicazione si trovano così di fronte a una delle sfide etiche più ardue della storia recente del progetto: non semplicemente decidere *che cosa* progettare, ma assumersi la responsabilità di *come e fino a che punto* orientare comportamenti, scelte e percezioni attraverso strumenti di potenza straordinaria.

La finestra di Overtone si è irrimediabilmente spostata: il progetto come atto politico e spazio di resistenza

Alla luce di quanto discusso, l'irrompere sulla scena del dibattito politico di posizioni estreme e polarizzate, ci mostra come questa tensione etica cessi di essere riconducibile al solo rapporto tra designer e mercato o limitata alle pratiche manipolatorie proprie delle piattaforme private. L'ulteriore elemento di complessità che sta emergendo, infatti, è quando lo stesso potere pubblico – governi, istituzioni, apparati statali –

richiede esplicitamente al designer di tradurre in forme, interfacce e sistemi delle decisioni politiche che incidono in senso regressivo sui diritti dei cittadini. In questi casi, il progetto non si limita a implementare una norma, ma contribuisce attivamente a renderla operativa, legittima e socialmente accettabile. Non sia considerato triviale, pertanto, richiamare qui azioni quali *America by Design* (americabydesign.gov) ©, recentemente lanciata nell'ambito della politica presidenziale statunitense, perché costituisce un caso ben emblematico della situazione generalizzata di attacco a tutti quei valori su cui si fonda il design.

Il design della comunicazione visiva nasce e si legittima attorno ad alcuni valori che, ben prima di essere tecnici, sono culturali ed etici: *leggibilità, accessibilità, inclusione, usabilità*. Questi principi, apparentemente solo operativi, racchiudono un'idea di mondo: riconoscere il diritto universale alla comprensione; concepire l'esperienza come spazio condiviso e aperto a soggetti diversi per capacità, cultura o condizione; agire contro la manipolazione e l'opacità comunicativa.

41

In Italia negli ultimi dieci anni si sono moltiplicati progetti di comunicazione pubblici che hanno assunto il design come presidio di questi valori esplicitamente orientati all'interesse pubblico (Bucchetti, 2017; Sinni et al., 2024). Per contro, ecco che la citata azione *America by Design* nel suo asserire che i servizi pubblici debbano funzionare come un Apple Store – efficienti, seducenti, orientati all'esperienza dell'utente-consumatore – segnala una profonda inversione di tendenza rispetto i principi di riferimento del design pubblico sopra ricordati. In tale visione, l'enfasi sull'esperienza fluida, sulla semplificazione estrema e sulla “bellezza” dell'interfaccia rischia di oscurare la dimensione politica e abilitativa del servizio pubblico, trasformando il cittadino in un cliente e i diritti in concessioni discrezionali.

Il rilascio della *Trump Gold Card* (trumpcard.gov) ②, che propone la vendita di una forma di cittadinanza “onoraria” al prezzo di un milione di dollari, rende esplicita la torsione semantica operata sui concetti fondativi dell'idea stessa di comunità nazionale quali l'identità, l'appartenenza, i valori condivisi (Dal Buono et al., 2020). La grafica patinata, l'estetica del lusso e l'uso del lessico dell'innovazione tecnologica utilizzati dal neocostituito National Design Studio (ndstudio.gov) ©, contribuiscono a costruire un immaginario in cui il design è ridotto a strumento di marketing politico, funzionale a una narrazione di esclusione e privilegio.

In questa operazione – apparentemente marginale in un mondo sempre più vulnerabile e precario, ma profondamente simbolica – si manifesta un *attacco al design* in senso duplice. Da un lato, si nega la dimensione pubblica e democratica del progetto, trasformandolo in merce di scambio, in un marchio identitario per un'élite. Dall'altro, si svuota il design del suo potenziale critico, relegandolo al ruolo di maquillage estetico di un'operazione ideologica. È qui che l'iperresponsabilità del designer incontra il terreno più problematico: quando il progetto diventa veicolo di politiche che, pur presentandosi come soluzioni tecniche o amministrative, operano una ridefinizione al ribasso dei diritti e dei valori democratici.

Il combinarsi degli effetti sistemici del progetto unitamente all'inversione di priorità operata da una parte significativa dell'agenda politica contemporanea, mostra come nell'attuale fase storica si sia verificato un radicale spostamento della *finestra di Overton* ③ rispetto agli obiettivi del design. Ciò che fino a pochi anni fa sarebbe apparso del tutto impensabile o politicamente inaccettabile – la mercificazione dell'accesso ai diritti, la selettività dell'appartenenza civica, la riduzione della cittadinanza a servizio premium – tende oggi a essere presentato come opzione legittima, talvolta persino desiderabile, all'interno del discorso pubblico.

In questo slittamento semantico e culturale, il design si trova a giocare un ruolo tutt'altro che marginale. La sua capacità di rendere visibili, comprensibili e “naturali” determinate configurazioni del reale, ad esempio attraverso il progetto della comunicazione o dei servizi pubblici, contribuisce a normalizzare politiche che operano una regressione sostanziale dei diritti, spostando progressivamente il perimetro di ciò che viene percepito come accettabile. La finestra di Overton, in altri termini, non si sposta solo attraverso il linguaggio della politica o dei media, ma anche – e sempre più – attraverso le conseguenze del progetto: attraverso interfacce, sistemi visivi, narrazioni e dispositivi esperienziali che traducono visioni ideologiche in forme apparentemente neutre e tecniche.

Quando, d'altra parte, parole come *inclusione, sostenibilità e accessibilità*, che sono a fondamento del progetto, vengono esplicitamente rimosse o stigmatizzate nello spazio pubblico (Yourish et al., 2025), il design non può illudersi di occupare una posizione laterale o di servizio. In tali “tempi bui” – per riprendere un'espressione che,

③

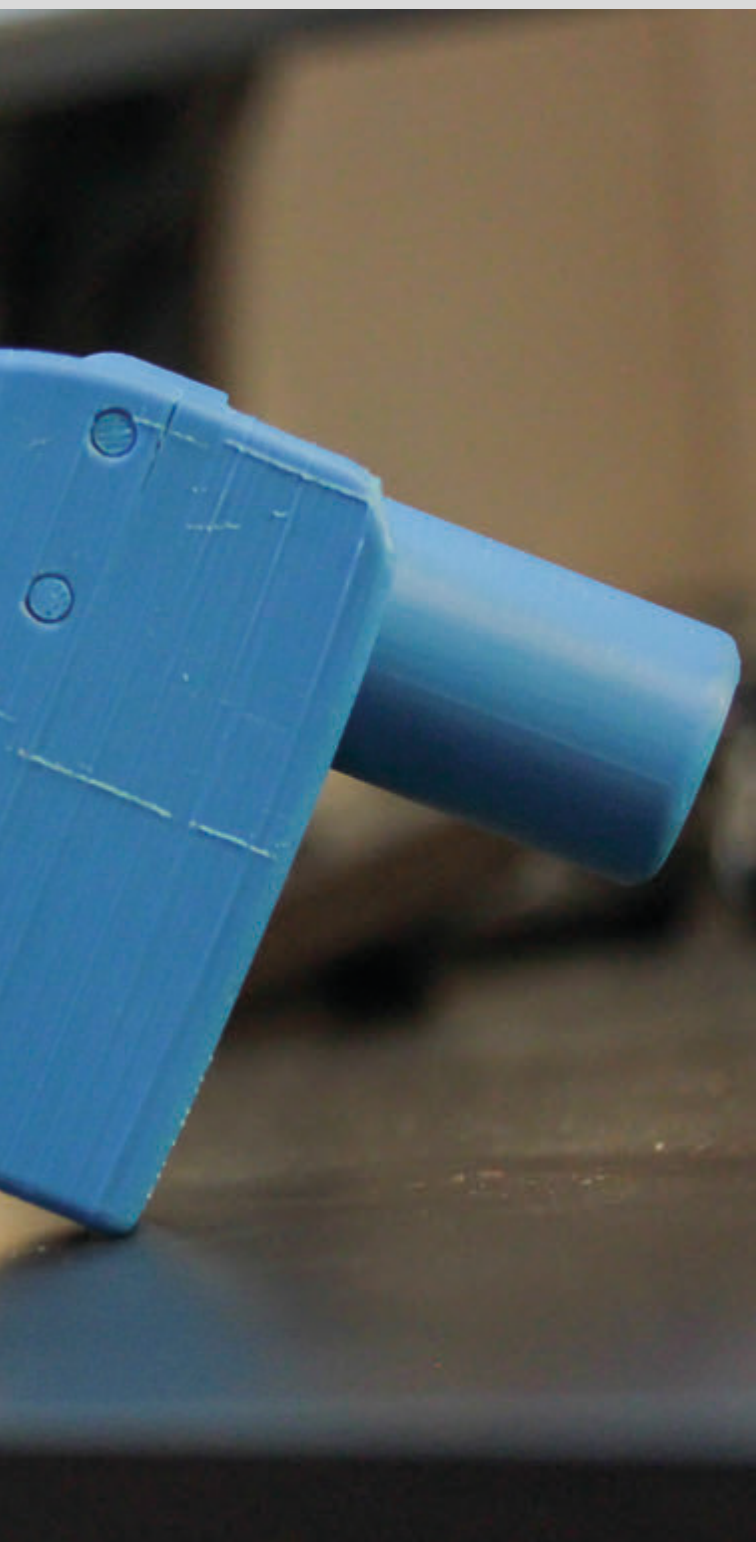
L'approccio che identifica lo spettro di accettabilità delle politiche governative, in una scala che va da impensabile a radicale, accettabile, sensata, popolare per arrivare, infine, a legalizzata. <https://www.mackinac.org/OvertonWindow>.



④

The Liberator gun. Design di Defense Distributed, 2013 (Foto di Vvzvlad).

The Liberator gun. Design by Defense Distributed, 2013 (Photo by Vvzvlad).



dalla poesia di Bertolt Brecht alle riflessioni di Hannah Arendt (2023), è stata più volte evocata anche nel dibattito sul design (Staszowski & Tassinari, 2020) – il progettista è chiamato a riconoscere il proprio ruolo nella ridefinizione dei confini del dicibile, del visibile e del praticabile. È qui che il designer torna a essere necessariamente il garante di uno spazio di resistenza. Resistenza all’opacità, alla semplificazione ideologica, alla naturalizzazione delle disuguaglianze. Una resistenza intesa non come gesto eroico o isolato, ma come pratica quotidiana di trasparenza, chiarezza, leggibilità, accessibilità e inclusione; come costruzione deliberata di alternative progettuali che mantengano aperto lo spazio del possibile, anziché restringerlo. L’iperresponsabilità del designer non consente l’inconsapevolezza. In un contesto in cui tutto sembra spostarsi verso una visione regressiva dei diritti, il compito del designer non può essere quello di adattarsi passivamente, ma quello di esercitare sempre una funzione critica: rendere visibili le scelte, esplicitarne i valori, riaprire il conflitto laddove il potere tenta di chiuderlo sotto la superficie rassicurante di una distorta interpretazione dell’efficienza e dell’innovazione.

DESIGN UNDER ATTACK VALUES, POLITICS, RESISTANCE

Design ethics, hyper-responsibility; design for good, normativity, critical resistance.

Abstract

In an age marked by information saturation, hypervisibility, and the progressive automation of processes, communication design emerges as a crucial site where meaning, access, and power are negotiated. This article advances a theoretical and critical inquiry into communication design as an inherently political practice, examining its ontological, performative, and ethical dimensions within contemporary society. Grounded in its mediating and translational role between content systems and users, design is framed as an interpretative apparatus that configures conditions of access, inclusion, and exclusion, while generating implicit normative effects. Within the expanding ecosystem of the “platform society” and artificial intelligence, these dynamics are further intensified, giving rise to a condition of “hyper-responsibility,” whereby designers are compelled to confront the systemic – and often unpredictable – consequences of their actions. The contribution critically challenges the rhetoric of “design for good,” exposing the discipline’s entanglement with mechanisms of power, control,

and manipulation. In this light, design emerges as a site of critical tension and a potential space of resistance against the ongoing political reconfiguration of rights and democratic values.

Ontology of Communication Design

Reflection on the role of communication design and the multiple “attacks” to which it is subjected requires an interpretation of the field that cannot ignore the *ontological function* of the object of this specific area of design, which places content at the centre of the design of communicative action and the system of artefacts, together with the quality of semantic construction in its multiple expressive articulations (Bucchetti, 2024).

At stake is the very nature of communication design in its function as a mediator between a set of contents and a user-recipient, and therefore as a device for access. In this function, expressed - or we could say enacted - through the *process of figuration*, in its broadest sense (Anceschi, 1991; Bucchetti, 2007), it moves from a *translational principle* (Baule and Caratti, 2016) and, even before that, from an *interpretative act*. It translates the need to relate to a semantic world that would otherwise be inaccessible, “because one does not know its ‘language’ or because one is unable to ‘see’ it clearly, or for other and different reasons” (Zingale 2016).

44

This task requires the ability to study the presence of a problem as a social issue, “even when this presence does not yet constitute a ‘common consciousness’ and is therefore not expressed in a defined social discourse” (ibid.). This means grasping the problematic objectivity from which a design process begins. It means gathering *common thinking* and

“reorganising it according to a principle of coherence, selecting its relevance, bringing out the features that can constitute a hierarchy of meaningful objectives. And more. This first phase aims to textualise social and problematic issues, i.e. to make these issues a place of shared analysis” (ibid.).

It is therefore a practice that places an *interpretative principle* at the basis of every design act, together with meaningful choices and oriented worldviews. Such conduct, particularly in the transition from the *form of content* to the *form of expression*, with the creation of images, is necessarily accompanied by a set of values transferred both by the elements of the configuration and by the dimension of *invisibility* of the image (Floch, 1986; Bredekamp, 2015; Purgar, 2019), i.e. by what the image does not depict and yet conveys.

This is a process that, at the same time, implies an additional burden of responsibility because it transfers a principle of *normativity*: it affirms and determines what is compliant and what is not, and for this very reason, it *must* stem from a deeply rooted design awareness and an essential ethical dimension.

Awareness and ethics are two key terms that we must continue to question in order to reflect on contemporary issues and learn to separate *intentionality* from the momentum generated by the *inertia of thought*: the former refers to the model we intend to promote, the latter to the cultural horizon of the acting subject. These two dimensions, although distant and in some ways symmetrical, contribute to determining that uninterrupted act of unnoticed formation, passive assimilation, and involuntary introjection (Baule, 2012) produced by the communicative act as a constant expression of a cultural and political dimension.

Performativity is Political

Giovanni Lussu stated that “graphics are political”²; *communication design* is political on many levels because, from whatever perspective you look at it, it always relates to the life of the community or communities (Aime, 2019). And in considering it as such, we must interpret it as a lever for socio-cultural growth, i.e. in terms of its *performative value*, and therefore in terms of its ability to bring about change.

Communication design, as is well known, is part of transformative processes; the communicative artefact possesses, or perhaps better, transfers, a degree of *agency*, of the ability to initiate causal series of which it is the medium, considered the work of a will or intention; that is, it mediates social *intentionality* (Gell 1998; Coccia 2014), and it cannot be otherwise since the act of design is always a *situated action*.

It is therefore a political act if we consider the *forms of expression* specific to the artefact, because through them - in terms of communicative accessibility - the conditions for the *inclusion* or *exclusion* of recipients are determined (Andriello and Riccò, 2024), mediated by meaning (cognitive or linguistic comprehensibility), by targeted normativity (whether or not it is addressed to you), and by the perceptual filter with the exclusion of certain registers. Through barriers or idiolects, forms of expression trace, in any case, boundaries that determine involvement or marginalisation. It is a political act in relation to the content it conveys, the issues it addresses, and the causes it seeks

²

Reference is made to the conference “Graphics and Politics, Graphics Is Politics. Clues,” delivered by Giovanni Lussu at ISIA Urbino on May 24, 2017.

to promote: from gender issues (Baule and Bucchetti, 2012; Riccini, 2017; Bollini, 2025; Casnati, 2025), to contexts marked by emergency (Piscitelli, 2019), to advocacy actions (Mancini, 2004).

Last but not least, we can interpret it as a political act if we consider how every iconic statement takes on a life of its own in the *media sphere*, thus escaping the control of those who determined - or intended or planned - it, feeding chains of meaning and, therefore, the communicative world in which we live immersed, that “cultural” World III (as opposed to the “physical” and the “mental” words) referred to by Karl Popper which, as Ugo Volli (1991) reminds us, corresponds to our real world, albeit constructed, “the one in which we really live, the horizon of our understanding” and which the digital society has expanded and virtualised, (Lorusso 2025). Each of the mentioned dimensions is under attack. Consider density, crowding, acceleration, inflation, hypervisibility, saturation (Lotman 1973; Volli 1991), to name just a few of the issues that communication design has to deal with. As Marco Aime (2019, p. 46-47) points out:

“We are surrounded daily by continuous flows of information, which we often cannot even process because they disappear a few moments later. Our imagination is gradually distorted by the barrage of information that hits us every day. Everything happens before our eyes, in real time, and the dimension of the present seems to expand more and more. The speed with which everything is consumed, even feelings, compresses time [...]. The *here* and *now* become predominant over the past and the future. This is hypermodernity, an acceleration of history in which speed has eliminated distances, and therefore time prevails over space”.

And it is in this context, in which every artefact competes for its own *hypervisibility* (Carmagnola 1989; Anceschi 1999, Baule 2000, Bucchetti 2022), that we must trace spaces of resistance and we have the task of redefining the priorities on which to focus our energies and resources in the field of research and training.

Principles of Responsibility and Pluralistic Ethics

This reinforces a *perspective of responsibility* that, in reality, should be a prerequisite for communication tout court, but which certainly becomes an essential feature when the communication designer acts as an interpreter of social demand, when they support the transformations that society, politics, institutions are undergoing (Rosina and Sorgi 2016), when they must accompany change and provide tools to support relationships with users, citizens, and all members of different communities

(Bucchetti, 2017; 2024; Sinni, 2019). When it involves what traditionally belongs to *social utility* design which, as is well known, albeit with different lines of work, has seen the idea of a communication designer's “craft” open to dialogue and social tensions reaffirmed over the years, capable of supporting an alternative to the ideology of professionalisation (Pignotti, 1984), calling on designers to have “ethical” courage (Bollini, 2003).

Within this overall framework, the hypothesis has been developed of transferring the very idea of ethics “from totalising paradigms and absolute, all-encompassing models to a dimension of targeted complexity” in order to open up a scenario of *plural ethics* (Baule 2015, Fabris 2006; 2021). Thus, the hypothesis is that the *ethical issue* translates into articulated variations, so as to invest each particular area with a specific task, to be practised independently and no longer delegated to generalising theories. This perspective makes it necessary to work towards targeted missions,

“outside of generic testimonies or references to absolute models, so as to avoid new rhetoric and new self-referential ideological formulas. It is as if, now, each of the areas, each of the particular fields that refer to the culture of design, must respond on their own to that general question, to that common question: it is up to each of them to proceed with well-defined objectives, as each has its own specific skills, practices and tools for intervention” (Baule, 2015).

And it is in this sense that all those forms of writing or position statements—such as charters, manifestos of intent, and declarations of principles—should be reconsidered: born and drafted within the world of design, they constitute acts of theoretical positioning, assumptions of a critical stance.

It is enough to mention Garland's *First Things First* ②① manifesto, which advocated a reversal of the primary objectives of communication (placing social and cultural needs “first”); the *Carta del Progetto Grafico* ③, with its explicit commitment to adopting the user's perspective as a constant foundation and to acting to determine the quality of the systems that produce standards; the *Carta Etica del Packaging* ④, in which values such as sustainability, accessibility, and transparency run through the stated principles; and the *Manifesto for Gender-Sensitive Communication* ⑤, a declaration of intent and principles that places iconic language and issues of inclusion at its core, recognizing communication design as a lever for the development of forms of resistance. Alongside these, we can also include events, initiatives, and festivals – such as AWDA, *Big, Graphic Days*, and *Desina* ⑥ – which position themselves as spaces for disseminating a culture of communication design while paying particular attention to its social impact.

These are actions and initiatives that certainly arise from a need: to promote forms of self-reflection and self-examination and to reaffirm, albeit in different ways, the role of communication design as a responsible and ethical practice. At the same time, however, we are required to question how design can respond to a reality that overturns its founding values and develops around forms of activism and protest that are symbolic. Reflection on language can no longer be postponed in a context in which the image has become the primary vehicle of a tautological position, since—as Ugo Volli reminded us in the 1990s—within our world *there is no outside of language*. What, then, is the *outside* for communication design? The risk we cannot ignore is that our design actions and our self-reflective practices may lead us

“to continually dress with storytelling a king who would otherwise be naked. The impression is that too often design—and communication design for the most part—even when it seems to formally depart from conventions, operates at best in terms of a faint, compliant counterpoint. That is, a melodic line that pleasantly completes the given melody.”⁷

46

This risk reveals its full scope in the disconnect between the galaxy of iconic statements that inhabit the semiosphere and those to whom we attribute the role of *communication designers*, those who practice the disciplinary dimension of design. Either, in this historical moment, we look at this aspect without mystifications or indulgent lenses, or we risk failing to effect a shift in perspective, entrenching ourselves in an elitist and self-referential position in the face of a global communication machine that operates on multiple scales and that, both online and offline, permeates our social lives day by day.

2

The “First Things First” manifesto was written in 1963 and published in 1964 by Ken Garland.

3

The *Carta del Progetto Grafico. Tesi per un dibattito sul progetto della comunicazione* was drafted by Giovanni Anceschi, Giovanni Baule, and Gianfranco Torri, and was the expression of the drafting committee (composed of G. Anceschi, G. Baule, G. D'Ambrosio, P. Grimaldi, G. Iliprandi, G. Lussu, A. Marangoni, G. Torri), established in Aosta on the occasion of the AIAP National Pre-Assembly of June 24, 1989. The Charter was presented on November 27 at the Faculty of Architecture of the Politecnico di Milano for the collection of an initial group of signatures.

4

The Charter was drafted by Giovanni Baule and Valeria Bucchetti and represents the outcome of a project developed within the Department of Design at the Politecnico di Milano, commissioned by Edizioni Dativo and promoted by the Istituto Italiano Imballaggio (Italian Packaging Institute).

Design Confronting Itself

Any scientific and disciplinary reflection, however grounded in a theoretical or methodological perspective, derives its meaning from being anchored in the present. Not because current events necessarily offer opportunities for facile or impulsive engagement, but because design—as a situated, relational and historically determined practice—does not exist outside time. Design, therefore, cannot evade confrontation with the tensions, crises and distortions that traverse its own contemporaneity. To address a topical issue within a disciplinary analysis also entails making one's positioning explicit: recognising that design theory is not neutral, but part of a political, economic and symbolic reality that conditions its operation and delimits its transformative potential. It is the same reality that design, in turn, actively contributes to constructing through the planning and production of products, services, systems and symbolic apparatuses.

Historically, design emerged as a problem-solving practice serving industrial production and advertising communication, playing a central role in shaping the imaginaries and consumerist values of modern society. From the 1960s onwards, however, increasingly forceful critical positions began to challenge a conception of design exclusively oriented towards the market. Ken Garland's 1963 manifesto *First Things First* marks – as previously noted—an initial turning point, bringing to the centre of disciplinary debate the issue of the designer's ethical responsibility and the social sustainability of design practice.

In the wake of the cultural upheavals following 1968, such positions became further radicalised. In the early 1970s, the German philosopher Wolfgang Haug (1986 [1971]) provocatively described design as the “Red Cross of capitalism”, emphasising its cosmetic function in rendering the contradictions of the productive system more palatable. Along similar lines, Victor Papanek

5

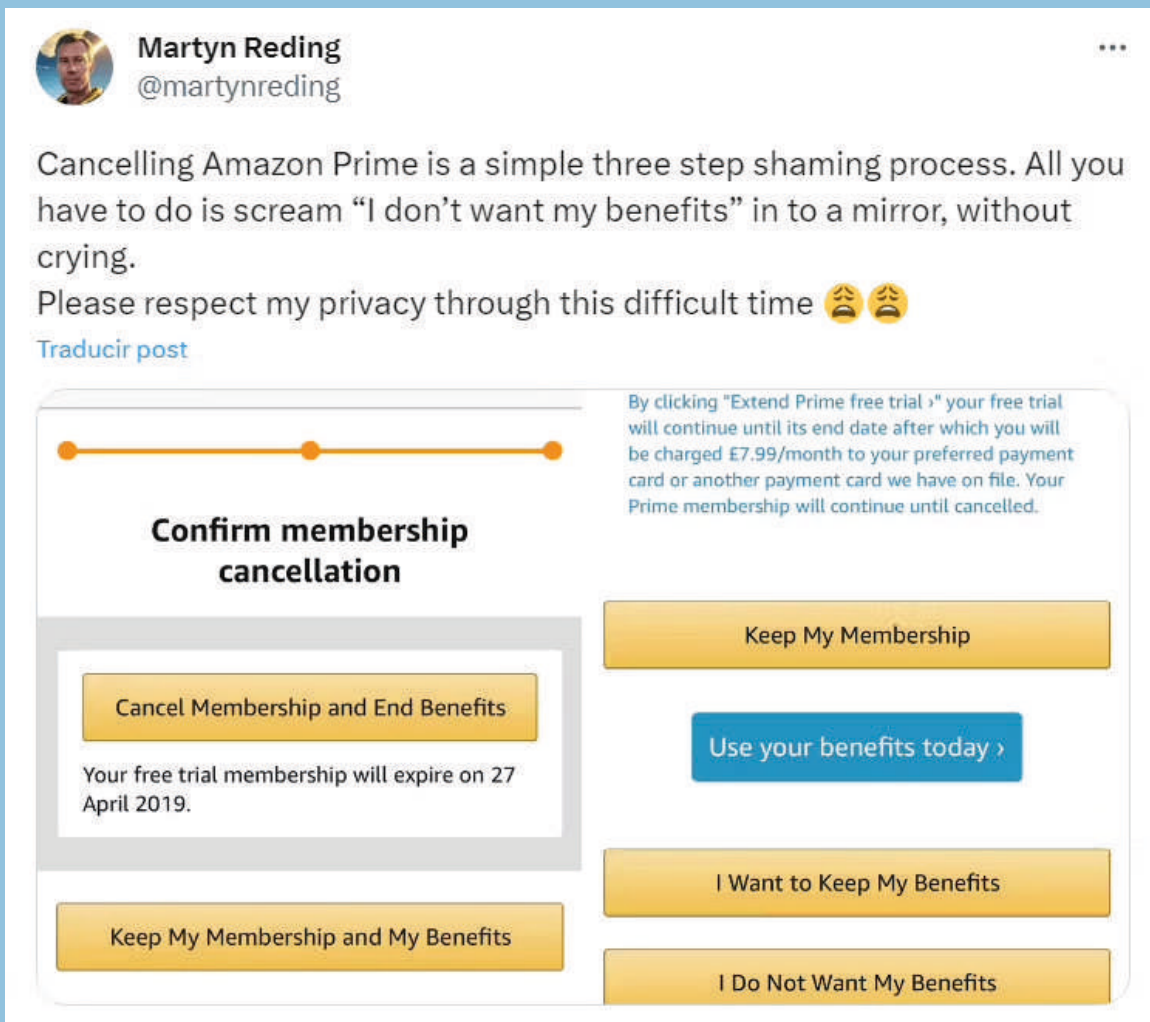
The Manifesto originated within the dcxcg research group (Department of Design, Politecnico di Milano) – scientific coordination: V. Bucchetti; editorial team: V. Bucchetti, F. Casnati, M. Rossi – and was promoted by the Interuniversity Research Center Gender Cultures. <https://www.comunicazionegenderepolimi.it>

6

AWDA (AIAP Women in Design Award) is a biennial international prize for women communication designers supported by AIAP; *Big* (International Biennial of Graphic Design) is a widespread festival dedicated to communication design—born from the experience of the Milano Graphic Festival; *Graphic Days* (Turin) is an international festival for dissemination and an observatory on visual and social design; while *Desina* is a Festival of Graphic Design and Visual Cultures (Naples).

7

Reference is made to the talk delivered by Giovanni Baule during the seminar “Orizzonti di senso. Dialogo a più voci tra semiotica e design della comunicazione,” held on December 3, 2025, at the School of Design of the Politecnico di Milano.



⑤
 Dark pattern su Amazon Prime. Fonte: Martyn Reding/Twitter.
 Dark pattern on Amazon Prime. Source: Martyn Reding/Twitter.

(1971), in his celebrated *Design for the Real World*, openly denounced the deceptive and manipulative character of much advertising and industrial design, accusing it of fostering artificial needs and alienating patterns of consumption.

These calls did not remain isolated. Over the following decades, the profession developed a complex and sustained debate concerning the social role of design, consolidating the idea of an “organic designer” in the Gramscian sense—one who places their tools at the service of the community and directs design action towards goals of equity, sustainability and social justice (Heller & Vienne, 2003; Heller & Vienne, 2018; Monteiro, 2019). Such design practices have, over time, taken on various denominations, including *social design* (Resnick, 2019), *graphic design for public utility* (Anceschi, 1984), *design for social innovation* (Manzini, 2015), and *adversarial design* (DiSalvo, 2019), alongside the broader constellation of design *activism practices* (Fuad-Luke, 2009; Scalin & Taute, 2012; Bieling, 2019). Despite their heterogeneity, these approaches share a common understanding of design as an agent of social change.

48

At the same time, design historiography has often adopted an implicitly teleological narrative oriented towards social progress and positive problem-solving, reinforcing the image of the designer as a progressive –if not explicitly “left-leaning”– figure (Bierut 2007, p. 81). The discipline has thus been framed almost exclusively through the lens of “design for good” (Roberts, 2006; Berman, 2009), design understood as an “attitude” (Rawsthorn, 2017) that positions itself as democratic, functional and ethically responsible.

These are undoubtedly commendable attributes; yet they reveal a clear positivity bias. For a long time, design theory has removed from view or marginalised those design practices oriented towards harm (including lethal harm), coercion, surveillance or manipulation, relegating them to a merely technical or engineering domain, as though they lay outside the disciplinary field.

A few years ago, in June 2005, a certain disquiet spread throughout the New York design community when the theme of the forthcoming Fresh Dialogue – the annual talk organised by the American Institute of Graphic Arts – was made public. The source of the controversy lay in the participation of Crye Associates, a studio specialising in military projects and a contractor for the United States Army. Sponsors withdrew, and late-night protest calls reached the curator, James Victore. The title of the event could hardly have been more fitting: Friendly Fire (Victore, 2006) ©. Designers are rarely comfortable when reminded of the darker side of their profession.

One of the moments in which critical discourse began to dismantle the rhetoric of design as exclusively oriented towards the good, bringing to light the discipline’s complicity in power dynamics, can be identified in the curatorial project *Design and Violence*, developed at MoMA under the direction of Paola Antonelli and Jamer Hunt (2015). The initiative shattered the taboo of design as an intrinsically benevolent force, exhibiting objects such as the AK-47 or The Liberator (the open-source 3D-printable handgun) not as mere aberrations or deviations, but as the functional outcomes of intentional design processes. Violence thus appeared not as a collateral effect, but as the project brief itself, compelling audiences to confront the ethical ambiguity inherent in industrial production and, consequently, in design as such. As Antonelli and Hunt (2015) observe, by turning a blind eye to design’s profound complicity in the destruction of as much as – if not more than – it creates, the profession has been institutionally incapable of assessing the full scope of its impact.

On a parallel plane, within the field of visual and sociological analysis, Theo Deutinger’s *Handbook of Tyranny* (2017) © offers a chilling taxonomy of coercive design. Through the ostensibly neutral language of technical infographics, the author maps a global infrastructure of control composed of projects relating to crowd-containment systems, prison cells, anti-homeless benches and methods of capital punishment. The resulting picture is one in which form rigorously follows function—even when that function is segregation, deterrence or the repression of dissent.

The Hyper-Responsibility of the Designer

The examples discussed above make evident the ethical tension that now, more than ever, permeates the field of design—a tension that can no longer be eluded through a reductive or consolatory reading of design’s role in contemporary society. If we accept that the disciplinary perimeter encompasses not only practices associated with so-called “design for good” but also projects that are openly hostile, coercive or even cruel, then the social responsibility that follows cannot be delegated to abstract deontological codes or to general principles that are difficult to operationalise. It inevitably falls upon the ethical choices of individual designers, who are called upon to exercise judgement within concrete, complex and often ambiguous contexts.

Such a choice has, over time, become increasingly complex and contradictory. While it may appear relatively straightforward to take a position when faced with an extreme alternative – such as designing an anti-personnel mine as opposed to developing a neighbourhood concierge service – it is far more difficult to navigate situations that are less clear-cut, where the boundaries between direct responsibility and

indirect complicity become blurred. As Michael Bierut (2007, p. 58) observed in reflecting on the 2000 reissue of the manifesto *First Things First*, it is not nearly as simple to assess more elusive and uncertain contexts: is it ethically acceptable to work for a non-profit organisation funded by a tobacco multinational? Awareness of this complexity entails an evident risk: that of retreating into moral relativism, grounded in the notion that, within a system structurally compromised by capitalism and consumerism, every choice ultimately becomes justifiable (Goodspeed, 2025). While such a position acknowledges the pervasiveness of systemic dynamics, it would simultaneously neutralise any genuine possibility of critical stance-taking and individual responsibility. At the same time, the profound technological, social and economic transformations that have characterised recent decades have significantly expanded the scope of design practice, proportionally extending the responsibilities of communication designers. This is not merely a quantitative enlargement of areas of intervention, but a qualitative transformation in the role of design itself, increasingly involved in configuring environments, relationships and behaviours.

49

A process that is set to accelerate further with the progressive diffusion of artificial intelligence systems. Already today, within what is defined as the *platform society*, the consequences – whether intentional or otherwise – of design decisions significantly contribute to shaping the new social structures that emerge from them (Iervese & Sinni, 2024).

In this scenario, design does not merely represent or facilitate existing processes; rather, it actively intervenes in their configuration, producing implicit normative effects. What we are witnessing, therefore, is the emergence of a genuine regulatory effect of design, whereby design becomes a force capable not only of orienting behaviours and practices but also of impacting – often in ways that remain largely invisible – the very conditions of social life.

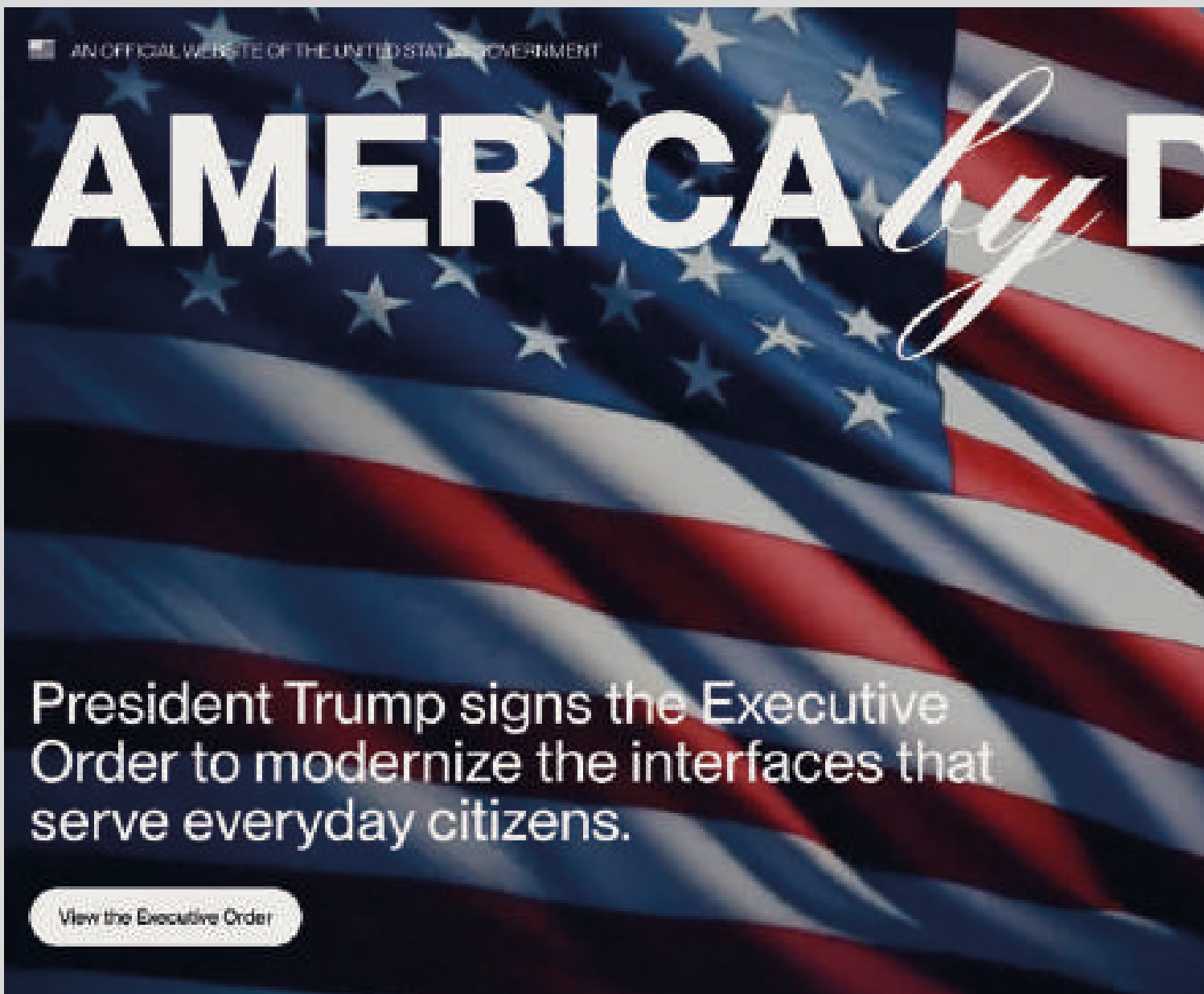
If, in the physical world, such a regulatory effect was already identifiable in what have been termed *deontic artefacts*—that is, objects specifically designed to orient, prescribe or constrain behaviour, such as road signs or safety devices (Lorini et al., 2022) – in the digital dimension it is amplified exponentially. The transposition of design into the infosphere does not simply replicate pre-existing mechanisms of regulation; rather, it multiplies their scope, pervasiveness and opacity, embedding the norm directly within technical architectures and user interfaces. In this context, *regulation by design* has progressively established itself as a widespread practice, informing European regulatory frameworks such as the General Data

Protection Regulation, or GDPR (Regulation (EU) 2016/679), and the Artificial Intelligence Act (Regulation (EU) 2024/1689). Within these regulatory instruments, design is no longer conceived merely as a tool for implementing the norm, but as one of its privileged vehicles: it is through design choices – from the organisation of information flows to the configuration of interfaces, and the definition of available or default options – that legal principles such as data protection, transparency and non-discrimination are translated into concrete user experiences.

In this scenario, designers are invested with an increasing responsibility that assumes the characteristics of *hyper-responsibility*: not only the responsibility to design solutions that are functional, accessible and effective, but also the far more demanding obligation to anticipate and evaluate the systemic effects of design interventions.

Such effects are often difficult to foresee, both because of the complexity of the digital ecosystems into which they are embedded and because of the emergent interactions between technology, human behaviour and social context. Yet they may prove capable of causing significant harm to users, in terms of exclusion, surveillance, manipulation or the curtailment of rights. As the research group led by Luciano Floridi observes, a design oriented towards efficiency and sustainability (*design ad rem*) may achieve its intended goal of reducing carbon emissions and promoting clean energy, while simultaneously producing unintended consequences in relation to privacy and data security (*design in re*) (Prifti et al., 2024, p. 4).

To assume this hyper-responsibility therefore entails recognising that design no longer operates solely at the level of usability or efficiency, but intervenes directly in defining the very conditions of possibility of action, configuring spaces of choice which, although presented as neutral or technical, exercise a substantive normative function. It is within this tension between design intentionality and emergent effects that one of the most significant challenges for communication and interaction design is currently being played out. From a design perspective, one thus finds oneself operating along an extremely fine line separating so-called “nudging” from manipulation, facilitation from deception (Thaler & Sunstein, 2008). Interaction and interface design routinely deploy a range of emotional and cognitive levers—personalised recommendations, systems of social feedback, prompts drawing upon shared memories—that orient user behaviour without resorting to explicit forms of coercion. The distinction between nudging and manipulation therefore lies not in the instrument itself, but in design intentionality and the context of application. Such strategies received



America by Design, sito web ufficiale del Governo degli Stati Uniti. Design di National Design Studio, 2025.

America by Design. Official website of the United States Government. Design by National Design Studio, 2025.



Trump Gold Card. Design di National Design Studio, 2025.

Trump Gold Card. Designed by National Design Studio, 2025.



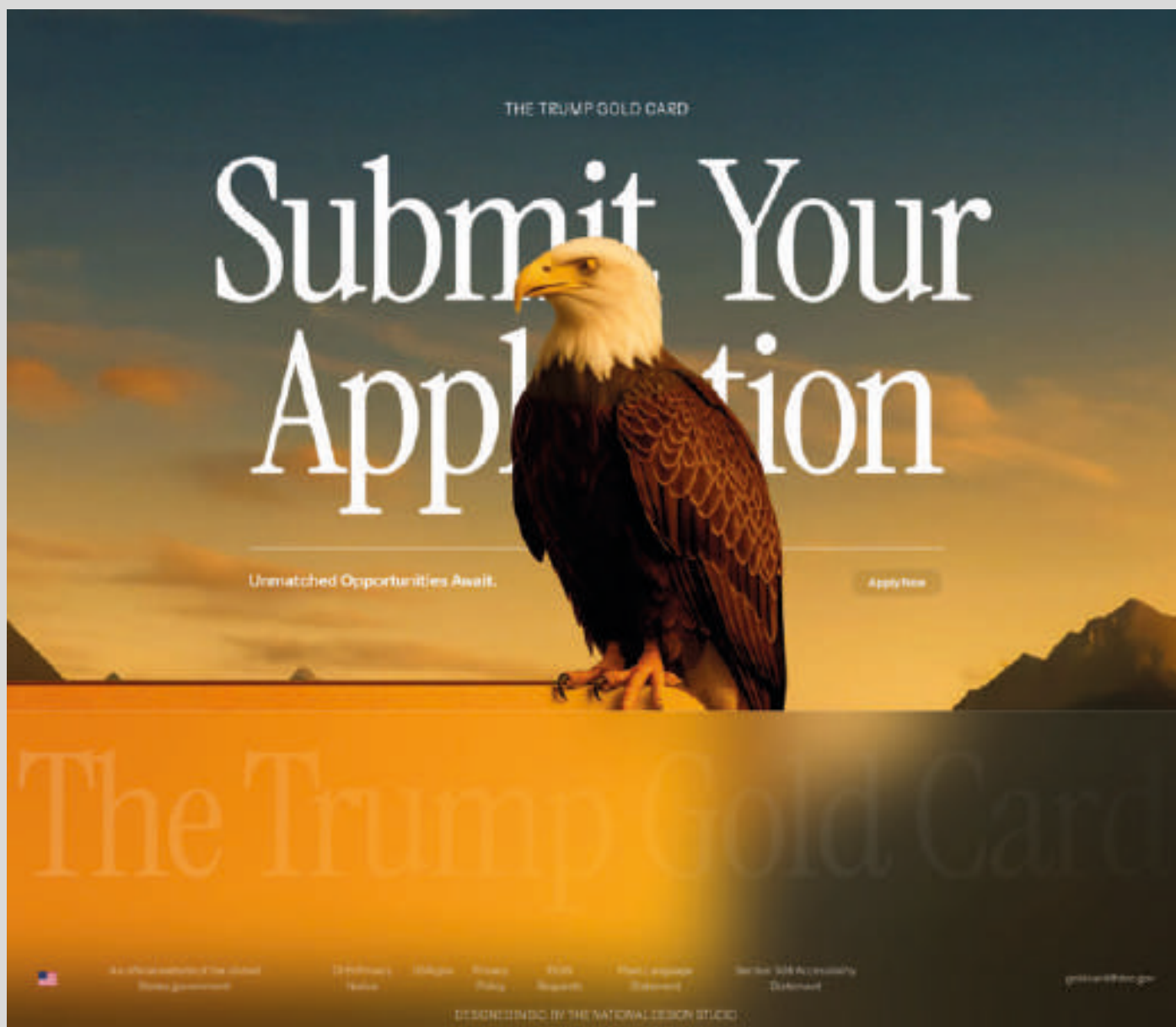
emblematic systematisation in *Evil by Design* (Nodder, 2013), which demonstrates how the same mechanisms may be employed either to enhance user experience or to exploit informational asymmetries and cognitive vulnerabilities. The ethical or abusive use of these tools depends as much on the responsibility of designers in deploying them as on users' capacity to recognise and resist *dark patterns* ©. In this regard, recent interdisciplinary research suggests that the development of critical competences and awareness can constitute a form of resistance to undue influence exerted through digital interfaces (Rossi, 2024).

Within this framework, the advent of artificial intelligence appears set to further amplify the persuasive potential of design, both positively and negatively. Access to unprecedented quantities of personal data enables forms of message personalisation capable of targeting individual vulnerabilities, preferences and desires with an entirely new level of granularity. Floridi (2025) describes this condition as *hypersuasion*, emphasising how such instruments exceed, in both scale and pervasiveness, the very limits of human agency. Communication designers thus find themselves confronted with one of the most demanding ethical challenges in the recent history of the discipline: not merely deciding *what* to design, but assuming responsibility for *how*—and to *what extent*—they orient behaviours, choices and perceptions through instruments of extraordinary power.

The Overton Window Has Irreversibly Shifted: Design as Political Act and Space of Resistance

In light of the foregoing discussion, the emergence of extreme and polarised positions within contemporary political debate demonstrates that this ethical tension can no longer be confined to the relationship between designers and the market, nor limited to the manipulative practices of private platforms. A further layer of complexity arises when public authority itself—governments, institutions, state apparatuses—explicitly calls upon designers to translate into forms, interfaces and systems political decisions that regressively affect citizens' rights. In such instances, design does not merely implement a norm; it actively contributes to rendering it operational, legitimate and socially acceptable. It is therefore far from trivial to recall initiatives such as *America by Design* (americabydesign.gov)©, recently launched within the framework of United States presidential policy, as this constitutes an emblematic case of the broader and systematic attack on the foundational values upon which design rests. Visual communication design emerged and gained legitimacy around a set of principles that are cultural and ethical before they are technical: *legibility*, *accessibility*, *inclusion* and *usability*. These principles,





©

The Trump Gold Card, sito web ufficiale del Governo degli Stati Uniti. Design di National Design Studio, 2025.

The Trump Gold Card. Official website of the United States Government. Designed by National Design Studio, 2025.

which may appear merely operational, in fact encapsulate a conception of the world: recognising the universal right to understanding; conceiving experience as a shared and open space for subjects differing in ability, culture or condition; acting against manipulation and communicative opacity.

Over the past decade in Italy, numerous public communication projects have adopted design as a safeguard of these values, explicitly oriented towards the public interest (Bucchetti, 2017; Sinni et al., 2024). By contrast, the aforementioned *America by Design*, in asserting that public services should function like an Apple Store – efficient, seductive, and oriented towards the experience of the user-consumer – signals a profound reversal of the reference principles of public design outlined above. Within such a vision, the emphasis on frictionless experience, extreme simplification and interface “beauty” risks obscuring the political and enabling dimension of public service, transforming the citizen into a customer and rights into discretionary concessions.

The introduction of the *Trump Gold Card* (trumpcard.gov) ②, proposing the sale of a form of “honorary” citizenship at the price of one million dollars, makes explicit the semantic distortion imposed upon the foundational concepts of national community-identity, belonging and shared values (Dal Buono et al., 2020).

The glossy graphic language, the aesthetics of luxury, and the technological innovation rhetoric deployed by the newly established National Design Studio (ndstudio.gov) ③ contribute to constructing an imaginary in which design is reduced to an instrument of political marketing, functional to a narrative of exclusion and privilege.

In this operation – apparently marginal in an increasingly vulnerable and precarious world, yet profoundly symbolic – a dual attack on design becomes manifest. On the one hand, the public and democratic dimension of design is denied, transforming it into a tradable commodity, an identity brand for an elite. On the other, design is emptied of its critical potential, reduced to the role of aesthetic maquillage for an ideological operation. It is precisely here that the hyper-responsibility of the designer encounters its most problematic terrain: when design becomes the vehicle for policies which, while presented as technical or administrative solutions, enact a downward redefinition of rights and democratic values.

The convergence of the systemic effects of design with the inversion of priorities enacted by a significant portion of the contemporary political agenda demonstrates that, in the present historical phase, a radical shift of the *Overton Window* ④ has occurred with respect to the objectives of design. What until only a few years ago would have appeared entirely unthinkable or politically unacceptable – the commodification of access to rights, the selectivity of civic belonging, the reduction of citizenship to a premium service – now tends to be presented as a legitimate option, at times even as a desirable one, within public discourse. In this semantic and cultural shift, design plays a far from marginal role. Its capacity to render particular configurations of reality visible, intelligible and seemingly “natural” – for instance through communication design or the design of public services – contributes to normalising policies that entail a substantive regression of rights, progressively shifting the boundaries of what is perceived as acceptable. The Overton Window, in other words, does not move solely through political or media discourse, but also – and increasingly – through the consequences of design: through interfaces, visual systems, narratives and experiential dispositifs that translate ideological visions into forms that appear neutral and technical.

When, moreover, terms such as *inclusion*, *sustainability* and *accessibility* – foundational to the very ethos of design – are explicitly removed or stigmatised within the public sphere (Yourish et al., 2025), design can no longer pretend to occupy a merely ancillary or service-oriented position. In such “dark times” – to borrow an expression that, from the poetry of Bertolt Brecht to the reflections of Hannah Arendt (2023), has repeatedly resurfaced in design discourse (Staszowski & Tassinari, 2020) – designers are called upon to recognise their role in redefining the boundaries of what can be said, what can be seen and what can be enacted.

It is at this juncture that the designer necessarily re-emerges as the guarantor of a space of resistance: resistance to opacity, to ideological simplification, to the naturalisation of inequality. Such resistance should not be understood as a heroic or isolated gesture, but as a quotidian practice of transparency, clarity, legibility, accessibility and inclusion; as the deliberate construction of alternative design propositions that keep open the space of the possible rather than narrowing it. Hyper-responsibility leaves no room for innocence. In a context in which everything appears to be shifting towards a regressive conception of rights, the designer’s task cannot be passive adaptation, but the continuous exercise of critical agency: making choices visible, articulating their underlying values, and sustaining spaces of controversy where power seeks to foreclose them beneath the reassuring rhetoric of efficiency and innovation.

④

An approach that conceptualises the spectrum of governmental policy acceptability along a scale ranging from unthinkable to radical, acceptable, sensible, popular and, ultimately, legalised. See: <https://www.mackinac.org/OvertonWindow>.

REFERENCES

- Aneschi, G. (1984). Circostanze e istituzioni della pubblica utilità. In G. Aneschi (A cura di), *Prima biennale della grafica. Propaganda e cultura: Indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni Settanta ad oggi* (pp. 13-17). Arnoldo Mondadori Editore.
- Aneschi, G. (1991). *L'oggetto della raffigurazione*. EtasLibri.
- Aneschi, G. (1999). Visibilità in progress. *Il Verri. Visibile e invisibile, 10-II*, pp. 10-27.
- Andriello, M. C., & Riccò, D. (A cura di) (2024). *Accessibilità comunicativa. Progettare contenuti per tutti*. Rai Libri.
- Aime, M. (2019). *Comunità*. Il Mulino.
- Antonelli, P., & Hunt, J. (2015). *Design and Violence*. Museum of Modern Art.
- Arendt, H. (2023). *L'umanità in tempi bui. Lessing, Luxemburg, Giovanni XXIII, Jaspers, Blixen, Broch, Benjamin, Brecht, Gurian, Jarrell*. Mimesis.
- Baule, G. (2000). Ipervisibilità. *LineaGrafica. n. 328* (luglio-agosto).
- Baule, G. (2012). Trasfigurazioni di genere. In V. Bucchetti (A cura di), *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere* (pp. 59-75). FrancoAngeli.
- Baule, G. (2015). C'è design e design. A proposito di design critico. In V. Bucchetti (A cura di), *Design e dimensione di genere*. FrancoAngeli.
- Baule G., & Bucchetti, V. (A cura di) (2012). *Anticorpi comunicativi. Progettare per la comunicazione di genere*. FrancoAngeli.
- Baule, G., & Caratti, E. (A cura di) (2016). *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*. FrancoAngeli.
- Berman, D. B. (2009). *Do Good Design: How Designers Can Change the World: How Design Can Change Our World*. New Riders Pub.
- Bieling, T. (A cura di) (2019). *Design (& Activism: Perspectives on Design as Activism and Activism as Design*. Mimesis International.
- Bierut, M. (2007). *Seventy-nine Short Essays on Design*. Princeton Architectural Press.
- Bollini, B. (A cura di) (2025). *Let's Talk(s). Gender Equity in Design and Art*. Aiap Edizioni.
- Bollini, L. (2003). I «manifesti» coscienza etica della professione. In L. Bollini & C. Branzaglia (A cura di), *Etica e comunicazione*. AIAP Edizioni.
- Bredenkamp, H. (2015). *Immagini che ci guardano. Teoria dell'atto iconico*. Raffaello Cortina Editore.
- Bucchetti, V. (A cura di) (2007). *Culture visive. Contributi per il design della comunicazione*. Poli.Design.
- Bucchetti, V. (A cura di) (2017). *Un'interfaccia per il welfare. Le funzioni sociali del design della comunicazione*. FrancoAngeli.
- Bucchetti, V. (2022). Ipervisibilità. Un potere assediato da sé stesso. In V. Bucchetti, & S. Zingale (A cura di), *La trama sottile della grafica* (pp. 120-125). Nomos Edizioni, .
- Bucchetti, V. (2024). Designer della comunicazione e attore sociale. In V. Bucchetti (a cura di), *Design della comunicazione. Un ritratto disciplinare: studi e traiettorie* (pp.30-44). FrancoAngeli.
- Carmagnola, F. (1989). *La visibilità. Per un'estetica dei fenomeni complessi*. Guerini e Associati.
- Casnati, F. (2025). *Communication designers for fairness. A feminist model to activate gender de-biasing paths*. FrancoAngeli.
- Coccia, E. (2014). *Il bene nelle cose*. Il Mulino.
- Dal Buono, V., Sinni, G., & Zannoni, M. (2020). Appunti al progetto per la buona cittadinanza. *MD Journal, 10(2)*, pp. 10-23. <http://mdj.materialdesign.it/index.php/mdj/article/view/178>.
- Deutinger, T. (2017). *Handbook of Tyranny*. Lars Muller Publishers.
- DiSalvo, C. (2012). *Adversarial Design*. Mit Press.
- Fabris, A. (2006). *Etica della comunicazione*. Carocci.
- Fabris, A. (a cura di) (2021). *Guida alle etiche della comunicazione*. Edizioni ETS.
- Floch, J.M. (1986). *Les formes de l'empreinte*. Fantac.
- Floridi, L. (2025). *La differenza fondamentale. Artificial Agency: Una nuova filosofia dell'intelligenza artificiale*. Mondadori.
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. Routledge.
- Gell, A. (1998). *Art and Agency. An anthropological theory*. Clarendon Press.
- Goodspeed, E. (2025). The Good, the Bad, and the Iffy: is there such a thing as an ethical designer? *It's Nice That*. <https://www.itnicethat.com/features/is-there-such-thing-as-an-ethical-designer-creative-industry-280825>.
- Haug, W. F. (1986 [1971]). *Critique of commodity aesthetics. Appearance, Sexuality and Advertising in Capitalist Society*. Polity Press. (Ed. or. *Kritik der Warenästhetik*. Suhrkamp Verlag, 1971).
- Heller, S., & Vienne, V. (A cura di) (2003). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Allworth Press.
- Heller, S., & Vienne, V. (A cura di) (2018). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility. Second Edition*. Allworth Press.
- Iervese, V., & Sinni, G. (2024). Piattaforme. Spazi privati del pubblico. In V. Iervese & S. Marabello (A cura di), *Analogie digitali. Digital humanities tra ricerca e imprese culturali* (pp. 13-34). Mimesis.
- Lorini, G., Loddo, O. G., & Moroni, S. (2022). Regolare con gli artefatti. *Sociologia del diritto, 1*, pp. 174-195.
- Lorusso, A.M. (2025). *Il senso della realtà. Dalla tv all'intelligenza artificiale*. La nave di Teseo.
- Lotman, J.M., & Uspenskij, B. (A cura di) (1973). *Ricerche semiotiche. Nuove tendenze delle scienze umane nell'Urss*. Einaudi.
- Mancini, P. (2004). *Manuale di comunicazione pubblica*. Laterza.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. MIT Press.
- Monteiro, M. (2019). *Ruined by Design: How Designers Destroyed the World, and What We Can Do to Fix It*. Mule Books.
- Nodder, C. (2013). *Evil by Design: Interaction Design to Lead Us into Temptation*. Wiley (Trad. it. *Design diabolico. Sfruttare le debolezze umane per creare interfacce coinvolgenti*. Edizioni LSWR, 2014).
- Papanek, V. (1971). *Design for the Real World: Human Ecology and Social Change*. PantheonBooks.
- Pignotti, L. (1984). Appunti per una grammatica e una identificazione della grafica di pubblica utilità. In G. Aneschi (A cura di), *Prima biennale della Grafica*. Arnoldo Mondadori Editore.
- Piscitelli, D. (2019). *First Things First. Comunicare le emergenze*. ListLab.
- Prifti, K., Morley, J., Novelli, C., & Floridi, L. (2024). Regulation by design: Features, practices, limitations, and governance implications. *Minds and Machines, 34(2)*. <https://doi.org/10.1007/s11023-024-09675-z>.
- Purgar, K. (2019). *Iconologia e cultura visuale*. Carocci.
- Rawsthorn, A. (2017). *Design as an Attitude*. Jrp Ringier Kunstverlag Ag. (Trad. it. *Il design come attitudine*. Johan & Levi, 2025).
- Resnick, E (A cura di) (2019). *The Social Design Reader*. Bloomsbury Publishing.
- Riccini, R. (A cura di) (2017). *Angelica e Bradamante, le Donne del Design*. Il Poligrafo.
- Roberts, L. (2006). *Good: An Introduction to Ethics in Graphic Design*. Ava Pub Sa.
- Rosina, A. & Sorgi S. (2016). *Il futuro che (non) c'è*. Università Bocconi Ed.
- Rossi, A. (2024). La ricerca interdisciplinare tra diritto, design e informatica per combattere i dark pattern. In B. Pasa & G. Sinni (A cura di), *Transparency by design* (pp 94-117). Bembo Officina Editoriale.
- Scalin, N., & Taute, M. (2012). *The Design Activist's Handbook: How to Change the World or at Least Your Part of It With Socially Conscious Design*. How Design Books.
- Sinni, G. (A cura di) (2019). *Designing civic consciousness. ABC per la ricostruzione della coscienza civile*. Quodlibet.
- Sinni, G., Scarpellini, I., & Pedrazzo, M. M. (2024). Visual narratives for positive impact on public ecosystems. In N. Ceccarelli (A cura di), *2CO3-Communicating COmplexity. Selected contributions to the Conference September 8-9, 2022* (pp. 24-36). FrancoAngeli. <https://series.francoangeli.it/index.php/oa/catalog/book/1274>.
- Staszowski, E., & Tassinari, V. (2020). *Designing in Dark Times: An Arendtian Lexicon*. Ava Pub Sa.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press.
- Victore, J. (A cura di). (2006). *Fresh Dialogue Six/New Voices in Graphic Design. Friendly Fire*. Princeton Architectural Press.

- Volli, U. (1991). *Apologia del silenzio imperfetto. Cinque riflessioni attorno alla filosofia del linguaggio*. Feltrinelli.
- Yourish, K., Daniel, A., Datar, S., White, I., & Garmio, L. (2025 marzo 7). These words are disappearing in the new Trump administration. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/interactive/2025/03/07/us/trumpfederal-agencies-websites-words-dei.html>
- Zingale, S. (2016). Come una traduzione. La traduzione del senso nel design. In G. Baule & E. Caratti (A cura di), *Design è traduzione. Il paradigma traduttivo per la cultura del progetto*. FrancoAngeli.

ACKNOWLEDGEMENTS

Valeria Bucchetti è autrice dei paragrafi: “Ontologia del design della comunicazione”, “Performativo è politico” e “Principi di responsabilità ed etiche plurali” sono stati scritti da; Gianni Sinni è autore dei paragrafi: “Il design di fronte a se stesso”, “L’iperresponsabilità del designer” e “La finestra di Overtone si è irrimediabilmente spostata: il progetto come atto politico e spazio di resistenza”.

Sections “Ontology of Communication Design”, “Performativity is Political” and “Principles of Responsibility and Pluralistic Ethics” were authored by Valeria Bucchetti; while Sections “Design Confronting Itself”, “The Hyper-Responsibility of the Designer” and “The Overtone Window Has Irreversibly Shifted: Design as Political Act and Space of Resistance” were authored by Gianni Sinni.

BIO

Valeria Bucchetti

Professoressa Ordinaria al Dipartimento di Design (Politecnico di Milano), è stata coordinatrice del Corso di Laurea e del Corso di Laurea Magistrale in Design della Comunicazione. È membro del Collegio di Dottorato in Design e del Consiglio scientifico del Centro di Ricerca Interuniversitario Culture di Genere. Ha vinto il premio Compasso d’oro (1998).

She is a Full Professor in the Design Department at Politecnico di Milano and previously served as Chair of the BSc and MSc programs in Communication Design. She is a member of the PhD in Design Board and of the Board of the Interuniversity Research Centre “Culture di Genere”. She was awarded the Compasso d’Oro Design Award in 1998.

Gianni Sinni

Professore associato di Design della Comunicazione presso l’Università Iuav di Venezia. È stato consulente per l’identità del Ministro per l’innovazione tecnologica e la digitalizzazione e del Team per la trasformazione digitale presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri per il progetto “Repubblica digitale”. È stato membro dello Steering Committee dell’Agenzia per l’Italia Digitale (Agid) per la definizione delle “Linee guida di design per il web della PA”.

Associate Professor of Communication Design at the Università Iuav di Venezia. He has served as a consultant on the visual identity of the Minister for Technological Innovation and Digitalization and of the Digital Transformation Team at the Presidency of the Council of Ministers for the “Digital Republic” project. He was a member of the Steering Committee of the Italian Digital Agency (AgID) for the definition of the “Design Guidelines for Public Administration Websites.”

PUNTO, LINEA E DISINFORMAZIONE O SE IL PROGETTO GRAFICO PUÒ INFLUENZARE LA PERCEZIONE NEL GIORNALISMO POLITICO

56 – 81

Jim Pieretti

 [0009-0006-6924-5868](https://orcid.org/0009-0006-6924-5868)

Università Iuav di Venezia

jim.pieretti@gmail.com

Media Bias • Fallacie logiche • *Debunking*
Visualizzazione dell'Informazione • *Evidence-Based Design*

La stampa di attualità politica è caratterizzata dalla ricorrenza di distorsioni cognitive, prospettive polarizzate, bias sistematici e argomentazioni fallaci, che contribuiscono in maniera significativa alla formazione dell'opinione pubblica. Considerato che nei sistemi democratici l'azione politica è definita dalla volontà popolare, limitare l'impatto di questi agenti e avere una cittadinanza adeguatamente informata risulta essere una massima priorità per il corretto funzionamento della cosa pubblica.

La presente ricerca indaga la relazione tra comunicazione visiva e informazione di attualità politica, focalizzandosi sulla potenziale efficacia della progettazione grafica all'interno della lotta alla disinformazione. Dopo una ricognizione della letteratura esistente, viene condotto un esperimento che verifica la specifica efficacia di una delle best practice suggerite in letteratura (*inoculation theory*) combinata ad una rappresentazione grafica (schemi di Eulero) sulla mitigazione di una specifica fallacia logica (falsa causa).

I risultati mostrano una sostanziale equivalenza tra il gruppo sperimentale e quello di controllo, ma evidenziano al contempo una maggiore capacità di riconoscimento della distorsione da parte di coloro che dimostrano di aver compreso la fallacia. Si invita quindi lo sviluppo di ulteriori indagini volte ad esplorare le molteplici combinazioni grafico/progettuali offerte dal framework teorico proposto, ma integrando nelle valutazioni ulteriori variabili rilevanti come l'attenzione cognitiva e l'engagement.

57

Introduzione

I mezzi di comunicazione di massa si sono ritagliati un ruolo sempre più importante nel corso degli ultimi decenni, una tendenza legata all'evoluzione tecnologica dell'era digitale (Westlund, 2015) e alla costante presenza dei dispositivi mobili nel nostro quotidiano (Ling, 2012). Una conseguenza diretta è la costante esposizione della popolazione agli organi di stampa (Westlund & Färdigh, 2014; Sasseen et al., 2013), condizione particolarmente rilevante poiché il modo in cui questi descrivono e selezionano le notizie contribuisce attivamente a plasmare l'opinione pubblica (De Vreese, 2004; DellaVigna and Gentzkow, 2010; McCombs and Reynolds, 2009).

Nel ciclo in cui il governante amministra, la stampa riporta, il cittadino valuta e sceglie se permettere al governante di amministrare ancora, si fonda l'intera idea di democrazia rappresentativa (Delli, Carpini e Keeter 1996). Tale meccanismo, tuttavia, funziona nella misura in cui la stampa assolve adeguatamente alla propria funzione informativa e il cittadino è in grado di valutare attraverso di essa; qualora ciò non avvenga, l'intero ciclo democratico risulta compromesso, precludendo agli elettori la possibilità di giudicare efficacemente il proprio governo ① ②.

Se la stampa rappresenta quindi uno dei pilastri fondamentali della società democratica, è possibile attribuire alla comunicazione visiva una funzione essenziale in quanto vettore privilegiato di tale pilastro (Westlund & Färdigh, 2012). Ciò che però è necessario determinare, è se tale ruolo sia passivo o attivo; diversa letteratura evidenzia come specifiche variabili di rappresentazione visiva possano potenziare la comprensione di dati e concetti (Perondi, 2012), ma non sussistono prove sufficienti che consentano di estendere tale efficacia al contesto della presente indagine.

La ricerca si propone di esaminare se, nella sua qualità di variabile costante nella presentazione di informazioni, la dimensione grafico-visiva sia in grado di influenzare i processi di assimilazione e fruizione delle notizie, arginando la diffusione di informazioni distorte e mitigando le problematiche nella sfera della comprensione e delle fallacie cognitive.

La diffusione di informazioni

Numerosi studi hanno indagato l'impatto della stampa sul pubblico e, per procura, sulla politica. La ricerca di Snyder & Strömberg (2010) svolta negli Stati Uniti rileva come la quantità di copertura mediatica che un'area del paese dedica al proprio rappresentante politico influenzi direttamente il lavoro che questo svolge per i propri elettori, correlazione che possiamo inferire derivi dal

fatto di essere sottoposto costantemente al loro scrutinio (la cosiddetta *accountability*). Parallelamente, quanto minore è il livello di informazione degli elettori circa il proprio rappresentante, tanto minore sarà l'impegno di quest'ultimo nei confronti della propria circoscrizione elettorale (minor presenza alle commissioni congressuali, meno probabile che votino contro la linea del partito).

Il caso della guerra in Iraq viene documentato nella letteratura anglosassone come esempio paradigmatico della capacità della stampa di influenzare la percezione pubblica. La ricerca di Kull et al. (2003) rivela che il 60% del campione attribuiva veridicità ad almeno una delle tre affermazioni dimostratamente false relative alla presenza di armi di distruzione di massa sul territorio iracheno. La percezione errata si rifletteva negli atteggiamenti politici: gli intervistati che credevano a tali notizie manifestavano orientamenti significativamente più interventisti.

Altro caso celebre è il *Fox News effect* (DellaVigna & Kaplan, 2007), che valutava se l'introduzione di *Fox News* nella televisione via cavo tra le elezioni del 1996 e del 2000 avesse influenzato l'allineamento politico. I risultati evidenziarono come nelle presidenziali del 2000 i repubblicani guadagnarono da 0,4 a 0,7 punti nelle città che trasmettevano la rete.

58

Nel contesto europeo, è l'immigrazione ad emergere come fenomeno frequentemente soggetto a rappresentazioni distorte. Ricerche hanno documentato pattern ricorrenti che vedono il tema trattato con lente negativa (Eberl et al., 2018), oltre all'adozione di frame narrativi preconfezionati (Giorgi, 2012). Tale fenomeno conduce dunque a una rappresentazione distorta della realtà fattuale: i dati dell'Eurobarometro analizzati dall'Istituto Cattaneo (2018) evidenziano come la percezione dei cittadini italiani riguardo all'incidenza della popolazione immigrata presenti uno scostamento di +17,4 punti percentuali rispetto ai valori effettivi. Queste distorsioni sistematiche nella copertura mediatica rientrano in quello che la ricerca di Ginès et al. (2023) definisce come *bias*, distinguendolo dall'opinione legittima sulla base dell'utilizzo di artifici retorici. Nel contesto specifico della comunicazione giornalistica, questo insieme di distorsioni viene identificato nella tassonomia proposta dagli autori con il termine *media bias*.

Ai fini del presente lavoro, assume particolare rilevanza la sottocategoria *flawed logic*; tale categoria comprende microcategorie specifiche quali *falsa causa*, *slippery slope* e *ad populum*, configurando nel loro insieme quelle

che l'autore identifica come fallacie logiche: errori sistematici di ragionamento che conducono a conclusioni ingiustificate rispetto ai dati disponibili.

Lo spazio di progettazione dell'informazione e le soluzioni di mitigazione

La letteratura scientifica indica come le distorsioni rappresentino un elemento pressoché inerente al processo comunicativo. Hamborg et al. (2018) sottolineano che il pregiudizio dei media è un difetto strutturale, spesso intenzionale, insito nella diffusione delle notizie e può influenzare in modo determinante le opinioni e le decisioni delle persone. Kozyreva et al. (2024) e Spinde et al. (2021) mostrano però come un ecosistema mediatico che arriva ad essere pervaso da bias ideologici e distorsioni cognitive rappresenti il contesto ideale per la diffusione delle ancora più dannose *fake news*.

Se l'eradicazione del fenomeno non è quindi praticabile, diventa imperativo sviluppare approcci in grado di limitarne la portata e mitigarne gli effetti. Chan et al. (2017) evidenziano l'urgenza di tale obiettivo poiché la disinformazione può portare a decisioni errate su questioni di grande rilevanza, ed è persistente e difficile da correggere; smontarla è quindi un obiettivo strategico sia dal punto di vista scientifico che di politica pubblica. La literature review di Kozyreva et al. (2024), concretizzatasi nel sito *Toolbox of Interventions Against Online Misinformation*, risulta essere una risorsa preziosa nell'ambito, raccogliendo diversi interventi anti-disinformazione e proponendo una tassonomia che identifica 9 categorie: *promemoria di accuratezza*, *debunking*, *friction*, *inoculation theory*, *strategie di verifica e lateral reading*, *consigli di media literacy*, *promozione di norme sociali*, *etichette di credibilità della fonte*, *etichette di fact-checking*.

Walter et al. (2019) propongono una meta-analisi specifica sul *debunking* che evidenzia come questo possa attenuare gli effetti delle *fake news*, indicando al contempo alcuni dei suoi limiti: la sua efficacia diminuisce con individui polarizzati e con forti credenze pregresse, spesso non riesce a replicare la viralità della falsa informazione originale, e richiede uno sforzo di redazione preciso, puntuale e costante. Chan et al. (2017) raccomandano infatti di contrastare la disinformazione attraverso la fornitura di informazioni dettagliate e argomentate, piuttosto che limitarsi a etichettare il contenuto come erraneo (privilegiando dunque un *debunking* approfondito rispetto al solo utilizzo di etichette di *fact-checking* e credibilità). Tale raccomandazione viene considerata dalla ricerca di Kozyreva et al. (2020), dove viene indagata la possibilità di disinnescare l'efficacia della disinformazione garantendo una maggiore "agency" ai lettori attraverso una serie di strumenti cognitivi propri delle scienze psicologiche.

Quest'ultimo filone di ricerca si inserisce nell'approccio denominato *prebunking*. Lo studio di Cook et al. (2017) documenta l'efficacia dell'esposizione preventiva agli artifici retorici al fine di limitarne l'impatto persuasivo. Il fondamento teorico risiede nella *inoculation theory* (McGuire e Papageorgis, 1961), che propone l'esposizione a una versione confutata degli argomenti ingannevoli a priori dell'esposizione alla disinformazione vera e propria. Come osservano Cook et al. (2017) proprio come i vaccini generano anticorpi per contrastare i virus futuri, i messaggi di sensibilizzazione forniscono alle persone delle controargomentazioni che possono aiutarle a resistere alla disinformazione futura, anche se questa dovesse coincidere con atteggiamenti preesistenti. Kozyreva et al. (2020) ribadiscono i vantaggi di tale approccio: agendo preventivamente sui destinatari dei messaggi e sviluppandone la consapevolezza critica, questa metodologia si rivela più sostenibile nel tempo, data l'elevata variabilità delle forme di disinformazione e l'impossibilità di confutare ognuna di queste a posteriori e in modo specifico. Tuttavia, gli autori identificano anche limiti significativi: l'efficacia dell'intervento richiede la disponibilità degli individui a sottoporsi al processo di *inoculazione* e l'investimento del tempo necessario all'acquisizione delle competenze critiche.

59

Un'applicazione empirica della metodologia di *prebunking* è rappresentata dallo studio di Roozenbeek et al. (2020) sul gioco online *Harmony Square* ③, in cui i partecipanti sono chiamati ad assumere il ruolo di produttori di disinformazione, utilizzando artifici retorici e comunicazione distorta. I dati evidenziano che, trasversalmente rispetto alle variabili di età, genere e orientamento politico, i giocatori manifestavano una capacità significativamente maggiore di riconoscere e contrastare la disinformazione rispetto al gruppo di controllo.

La dimensione grafica nella lotta alla disinformazione

Gli approcci precedentemente descritti intervengono senza considerare approfonditamente la dimensione visiva e le scelte grafiche adoperate nella loro implementazione. L'obiettivo della presente ricerca è quello di colmare tale lacuna, indagando se e in che misura il progetto grafico possa esercitare un impatto significativo sull'efficacia delle strategie anti-disinformazione.

Come evidenziato da Spinde et al. (2021), a fronte di un'ampia produzione scientifica sull'identificazione dei *media bias* risulta carente la riflessione sulla loro visualizzazione. Tale assenza appare particolarmente rilevante alla luce della teoria della *sinsemia* (Perondi, 2012), che identifica testo, immagini ed elementi visivi

quali infografiche come appartenenti a un medesimo regime semantico, in cui ogni componente agisce come rafforzatore degli altri.

Nello specifico, Perondi e Romei (2022), sulla base della tassonomia elaborata da Bertin (2011), propongono il *quadrifoglio sinsemico* come framework concettuale per l'analisi visiva. Il costrutto si articola in quattro categorie: le variabili visive, che identificano gli elementi grafici presenti nel testo; le variabili associative, caratteristiche grafiche comuni che consentono l'aggregazione di elementi in gruppi; le variabili dissociative, caratteristiche grafiche differenziali che permettono di distinguere tra gli elementi; e il reference frame, costituito da quegli elementi grafici che definiscono il contesto operativo dell'artefatto visivo e ne facilitano la comprensione delle componenti.

Su questi fondamenti, e considerando l'esistenza di studi in ambiti specifici che dimostrano l'efficacia dell'uso di supporti visivi nella spiegazione di concetti astratti nell'ambito dell'educazione (Schoenherr et al., 2024; Rau, 2016), possiamo ritenere concepibile l'idea che l'intervento grafico possa giocare un ruolo nel *de/prebunking*. Considerata l'importanza che i menzionati Chan et al. (2017) e Kozyreva et al. (2020) pongono nella trasmissione efficace degli strumenti cognitivi, riveste particolare interesse il lavoro di Oestermeier & Hesse (2000), in cui vengono definiti i *visual arguments* ④, metafore visive di cui i lavori di Otto Neurath rappresentano un esempio significativo. I quesiti sollevati in tale studio si dimostrano direttamente rilevanti per la ricerca qui condotta:

To what degree are visual arguments more convincing, easier to understand and easier to remember than purely linguistic ones? Which types of visualization are more convincing than others and which factors contribute to the perceived strength of a visual argument? Which combinations of verbal and visual codes are the most convincing ones?

Sulla costruzione di simili *visual arguments*, intesi quindi come elementi visivi che spiegano concetti astratti, la pubblicazione di Hil & Lachenmeier (2022) presenta una panoramica sistematica delle forme e configurazioni grafiche impiegabili nel quadro del paradigma proposto da Bertin per la rappresentazione di concetti complessi.

Il lavoro di Padilla et al. (2018) ipotizza la costituzione di un framework del *Dual process decision making* di Kahneman applicato alla cognizione della visualizzazione, arrivando a proporre nelle conclusioni alcune linee guida per i progettisti grafici. Tra queste, emerge la necessità di identificare tecniche di codifica visiva che dirigano l'attenzione verso le informazioni critiche, minimizzando le trasformazioni cognitive necessarie; gli autori sottolineano inoltre l'importanza



①

Lorenzetti, A. (1338-1339). *Allegoria del Buon Governo* [Affresco]. Sala della Pace, Palazzo Pubblico, Siena, Italia. Da Wikimedia Commons, pubblico dominio.

Lorenzetti, A. (1338-1339). Allegory of Good Government [Fresco]. Sala della Pace, Palazzo Pubblico, Siena, Italy. From Wikimedia Commons, public domain.



②
Lorenzetti, A. (1338-1339). Allegoria del Cattivo Governo [Affresco]. Sala della Pace, Palazzo Pubblico, Siena, Italia. Da Wikimedia Commons, pubblico dominio.
Lorenzetti, A. (1338-1339). Allegory of Bad Government [Fresco]. Sala della Pace, Palazzo Pubblico, Siena, Italy. From Wikimedia Commons, public domain.

di valutare come le differenze individuali in termini di alfabetizzazione grafica e numerica influenzino il processo decisionale basato sulla visualizzazione, che andrebbe dunque progettata in tal senso.

Se consideriamo infine la categoria *flawed logic* dei media bias (Ginès et al., 2023), nella quale la disinformazione si manifesta attraverso passaggi logici viziati o assenti, i lavori di Sato et al. (2010), Zheng et al. (2021) e Al-Fedaghi (2015) documentano il ruolo che la rappresentazione grafica potrebbe avere in questo contesto. Gli autori esaminano il potenziale della visualizzazione nell'esplicitazione delle strutture logiche, evidenziando specificamente il valore dei diagrammi di Eulero-Venn e di Peirce quali strumenti di traduzione visiva delle nozioni di relazione presenti in affermazioni e sillogismi. Sulla base di queste evidenze, è possibile ipotizzare che la capacità dei diagrammi di facilitare il ragionamento deduttivo li renda applicabili nell'identificazione e nella confutazione della disinformazione fondata su fallacie logiche.

Ipotesi e disegno sperimentale

In maniera coerente alle altre ricerche, l'obiettivo di questo studio è verificare l'effetto di una determinata variabile sulla mitigazione e/o il riconoscimento della disinformazione presente nei *media* sottoponendo ad un numero limitato di persone alcuni articoli giornalistici di attualità politica che li presentino. Nel caso specifico, la variabile indagata consiste nell'intervento grafico finalizzato alla visualizzazione di una distorsione all'interno di una strategia di *prebunking*. Il disegno sperimentale prevede dunque la somministrazione di materiali differenziati: il gruppo di controllo è esposto ad articoli preceduti da un *prebunking* in forma esclusivamente testuale, mentre il gruppo sperimentale riceve gli stessi contenuti con un *prebunking* integrato da supporto grafico.

Una prima decisione metodologica ha riguardato l'identificazione della specifica tipologia di distorsione informativa da sottoporre a indagine. La scelta è ricaduta sulla fallacia logica, e in particolare sulla fallacia di falsa causa, in virtù della sua elevata frequenza nei contesti giornalistici (Jin et al., 2022) e del suo riconoscimento all'interno della tassonomia dei media bias elaborata da Ginès et al. (2023), nella quale è categorizzata come componente della *flawed logic* tra gli *statement bias*. L'adozione del *prebunking* permette invece di offrire un'opzione progettuale applicabile trasversalmente a più contesti comunicativi, dalla stampa tradizionale

ai social network e alle altre piattaforme di condivisione dei contenuti. Il fatto di essere autoconclusiva e modulare, qualità proprie dell'*inoculation theory* (McPhedran et al., 2023; Basol et al., 2021), permette il suo impiego virtualmente ovunque. Considerando le valutazioni sull'inefficacia del *debunking* di Jin et al. (2022), si ipotizza che una visualizzazione grafica degli errori di ragionamento possa fungere da meccanismo di salvaguardia che possa indurre il lettore a verificare la credibilità di ciò che legge.

La domanda di ricerca si concretizza nelle seguenti quattro ipotesi sperimentali:

Ipotesi H0

L'adozione di un intervento grafico nella presentazione di una fallacia logica in una notizia di attualità politica (che presenta la medesima fallacia logica) non presenta scarti rilevanti sulla credibilità della notizia e sulla comprensione della fallacia.

Ipotesi H1

L'adozione di un intervento grafico nella presentazione di una fallacia logica in una notizia di attualità politica (che presenta la medesima fallacia logica) presenta scarti rilevanti sulla credibilità della notizia e sulla comprensione della fallacia.

Ipotesi H2

L'adozione di un intervento grafico nella presentazione di una fallacia logica in una notizia di attualità politica (che presenta la medesima fallacia logica) presenta scarti rilevanti sulla credibilità della notizia ma non sulla comprensione della fallacia.

Ipotesi H3

L'adozione di un intervento grafico nella presentazione di una fallacia logica in una notizia di attualità politica (che presenta la medesima fallacia logica) non presenta scarti rilevanti sulla credibilità della notizia ma ne presenta sulla comprensione della fallacia.

Come è stato osservato nella letteratura, la variabile confondente rappresentata dalla generale tendenza pro-attitudinale rispetto alla propria affiliazione ideologica non può essere ignorata nella stampa di attualità politica (Paz García et al., 2020), pertanto era necessario progettare un disegno sperimentale che la prevedesse e ne potesse tenere sotto controllo l'effetto. In questo senso, sono state considerate come variabili l'affiliazione politica sia degli articoli somministrati che quella dei partecipanti. Autori come Joshi (2021) e de Vries et al. (2013) evidenziano come la scala monodimensionale sinistra/destra sia adatta, nonostante i suoi limiti, alla catalogazione di posizioni politiche per via della sua qualità di sintetizzare molteplici domini. Pertanto, coerentemente alle conclusioni di Michael e Breux (2021), si è scelto di considerare un articolo

posizionato politicamente a sinistra e uno posizionato a destra, e allo stesso tempo profilare il campione dei partecipanti in *allineati a sinistra*, *allineati al centro* o *allineati a destra* tramite una serie di domande redatte secondo i criteri definiti in letteratura.

Le variabili indipendenti rappresentate dalla configurazione del disegno sperimentale si concretizzano quindi in uno stimolo e notizie con intervento grafico (i 2 gruppi sperimentali) e uno stimolo e notizie prive di intervento grafico (i 2 gruppi di controllo), insieme alle tre attitudini politiche dei partecipanti (di sinistra, di centro, di destra).

Le variabili dipendenti misurate sono invece il grado di credibilità percepito della notizia di destra, il grado di credibilità percepito della notizia di sinistra e il grado di comprensione della fallacia logica.

Sulle scelte delle domande per definire la prime due variabili dipendenti, i gradi di *credibilità*, si è deciso di non considerare le 5 variabili di valutazione di un articolo individuate da Sundar (1999) in quanto pensate per un contesto di 'apprezzamento' della notizia utile alla stampa, e quindi non allineato agli scopi che riguardano questa ricerca. Al contrario, il repository *Media bias questionnaire* sviluppato nell'ambito della ricerca di Spinde (2021) risulta estremamente coerente a livello metodologico, in modo particolare se integrato ad alcune specifiche considerazioni ritrovate in Basol et al. (2020). I gradi di credibilità sono quindi stati divisi in *notizia di sinistra* e *notizia di destra* dato che, coerentemente alla letteratura, ci si aspettava che le diverse attitudini avrebbero presentato risposte diverse rispetto alla posizione della notizia considerata.

I materiali dell'esperimento

Per la scelta degli articoli, sono stati considerati i metodi utilizzati in simili disegni sperimentali. Nel lavoro di Calvillo et al. (2021) venivano somministrati diversi titoli di testate per valutare la capacità dei partecipanti di riconoscere una notizia falsa da una vera; i contenuti consistevano in una serie di titoli di testa ritenuti veri e falsi secondo il giudizio del sito di fact-checking *Snopes*, per poi essere successivamente catalogati rispetto all'orientamento politico a sinistra o a destra secondo la valutazione del sito *Allsides.com*.

Seguendo dunque il loro *modus operandi*, e volendo mantenere un contesto dall'elevata validità ecologica ove possibile, si è scelto di adoperare un articolo reale e non manifatturato ad hoc.

Nel contesto italiano sono state individuate realtà di fact-checking paragonabili in *Fact checking di Open*,

Facta News e la sussidiaria *Pagella politica*. La migliore credenziale è rappresentata dal fatto che sono tutti enti certificati dalla *European fact checking standards network (EFCSN)* e dalla *International Fact-Checking Network*, esattamente come *Snopes*. Per quanto riguarda la catalogazione delle notizie, si è adoperata la distinzione proposta dal sito *Ground News*.

Con la consulenza di un esperto del settore, il giornalista Matteo Marini, è stata successivamente condotta una selezione di articoli di attualità politica finalizzata a identificare una coppia che rispondesse a specifici criteri. Nello specifico, gli articoli dovevano contenere la fallacia logica di falsa causa, essere stati sottoposti a fact-checking indipendente che ne avesse rilevato la fallacia, trattare un tema comune attraverso tipologie di contenuti simili, e rappresentare rispettivamente l'appartenenza ideologica alla sinistra e alla destra dello spettro politico.

Gli articoli che rispondevano a tutti i requisiti sono stati due, ovvero Valditara: *Più abusi anche per l'immigrazione illegale* pubblicato da Ansa il 18 novembre 2024 (l'articolo di debunking *Violenze sessuali e immigrati: il fact-checking di Valditara* è pubblicato da Pagella Politica il 19 Novembre 2024) ©, e Fiano all'attacco: *Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza* pubblicato da Il Giornale il 7 Febbraio 2020 (l'articolo di debunking *No, con i governi di centrosinistra non sono diminuiti tutti i reati* è pubblicato da Pagella Politica il 7 Febbraio 2020) ©.

Per la redazione del *prebunking*, è stato adottato un testo che descrivesse la fallacia logica di falsa causa basandosi sulle definizioni della letteratura (Jin et al., 2022), e riporta quanto segue.

La correlazione non implica la causa

La falsa causa è una fallacia logica, ovvero un errore di ragionamento, dove solo perché due o più eventi si presentano allo stesso tempo, allora uno degli eventi dovrà necessariamente essere la causa dell'altro.

L'errore consiste in:

L'evento C si presenta spesso assieme all'evento E (sono correlati), quindi si è portati a ritenere che C abbia causato E.

Questo può rivelarsi sbagliato: un evento può presentarsi assieme a un altro senza esserne la causa.

L'affermazione corretta consiste in:

L'evento C si presenta spesso assieme all'evento E (sono correlati), ma C potrebbe non essere la causa di E.

Nella versione sottoposta al gruppo di controllo, l'articolo e il *prebunking* sono presentati in forma puramente testuale ©, mentre nella versione sottoposta al gruppo

sperimentale entrambi sono presentati all'interno di una veste grafica, integrando nel prebunking un grafo di Eulero volto a spiegare la fallacia graficamente © ©. Nel cercare di annullare, come indicato nell'introduzione teorica, ogni elemento grafico che non fosse contenutistico (elemento che rappresenterebbe una variabile confondente), anche gli spazi che mettevano in risalto i sillogismi sono stati rimossi nella versione testuale.

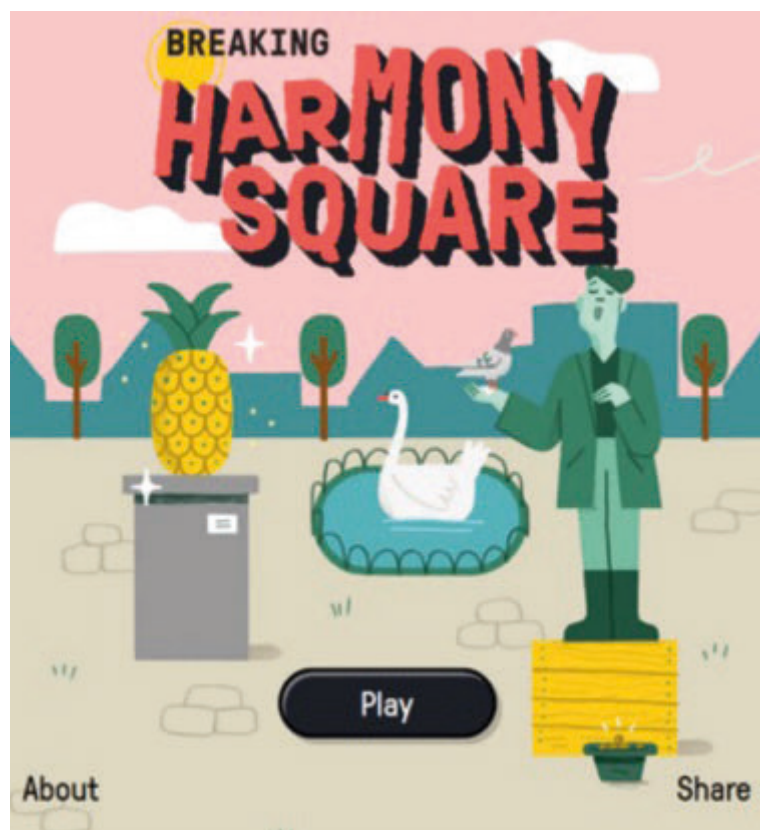
Per quanto riguarda le scelte visive del prebunking con intervento grafico, l'analisi condotta attraverso il framework di Perondi e Romei (2022) evidenzia come il reference frame sia definito dall'interazione tra i tre piani, uno più in alto a forma di croce, due divisi uno sotto l'altro, e uno sotto dove si appoggiano, un'illusione tridimensionale data dalle forme utilizzate. Il primo e il terzo piano si strutturano attorno al secondo diviso. La lettura dall'alto al basso e da sinistra a destra implica l'ordine ed evidenzia la partenza dal concetto e la relativa spiegazione dal primo piano, per poi passare al secondo piano, e così via. I piani illusori definiscono cosa pertiene ad un segmento e cosa no; la loro scansione verticale, unita all'associatività/dissociatività dei grafici, definisce il loro rapporto (Oestermeier & Hesse, 2000). Le componenti testuali alfabetiche, nonché quelle numeriche, si dispongono su tali livelli come etichette tramite la variabile di posizione, così come le parole tramite la variabile di orientamento. Anche queste appaiono interlacciate alle configurazioni visive tramite dei connettori o tramite stratagemmi che implicano variabili di forma e colore.

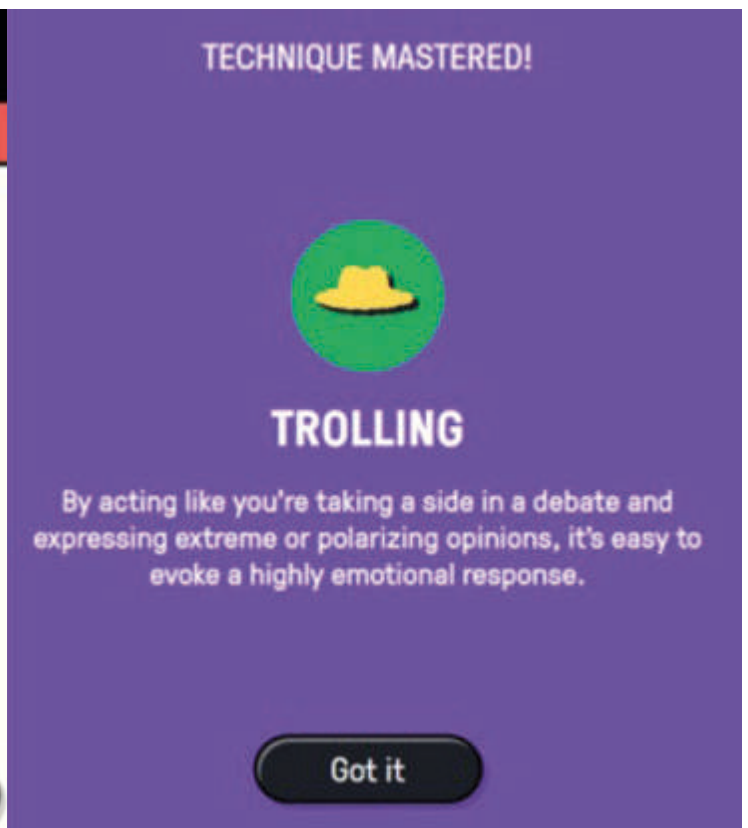
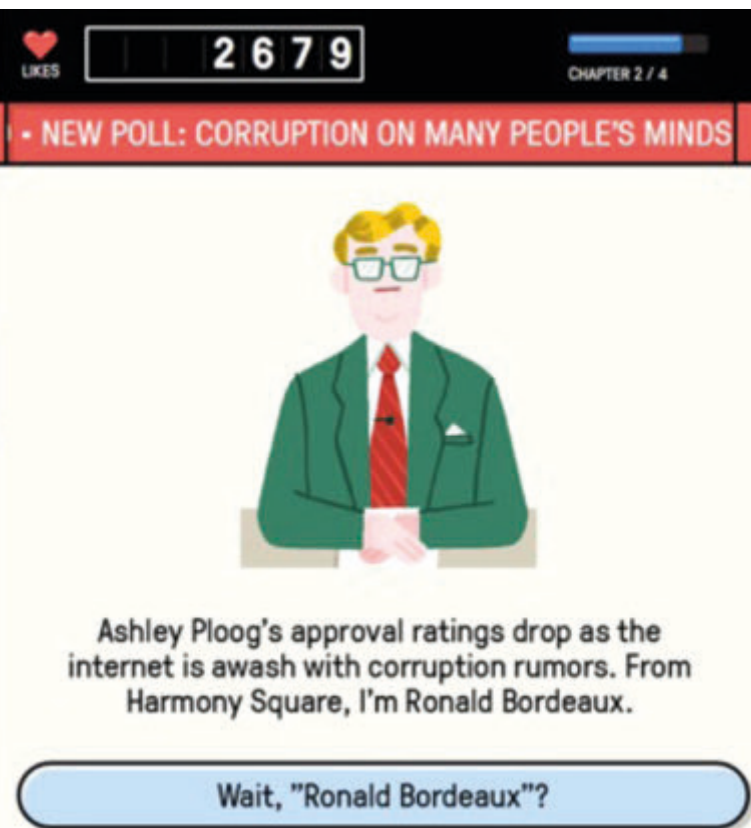
64

Descrizione dell'esperimento

Il link che portava al questionario a partecipazione volontaria è stato distribuito tra il 20 e il 26 Febbraio 2025 presso il campione di convenienza a disposizione dell'autore.

Prima di compilare il resto del modulo, ai partecipanti è stato richiesto di accettare l'utilizzo dei loro dati ai fini di questa ricerca attraverso un documento che garantiva che il trattamento dei dati avrebbe seguito delle norme conformi alle leggi europee e del GDPR; questo punto è risultato particolarmente rilevante data la natura sensibile rappresentata dai dati sugli orientamenti politici. In virtù di questo, il documento in questione è stato accettato e approvato dal comitato etico dell'università Iuav di Venezia.





③ Screenshots della homepage di "Harmony Square" e dell'ambiente di gioco. Dall'articolo di Jon Roozenbeek e Sander van der Linden (2020). *Screenshots of the "Harmony Square" homepage and game environment. From the article by Jon Roozenbeek and Sander van der Linden (2020).*

Seguendo l'esempio di Levy (2021), ai partecipanti è stata nascosta l'effettiva variabile analizzata – la grafica – per ottenere una maggiore accuratezza dei dati, evitando che concentrassero l'attenzione su una componente che in condizioni naturali potrebbe passare inosservata. L'esperimento è stato quindi presentato come un generico sondaggio su *La percezione delle notizie*.

Come avviene nella ricerca di Kim & Dennis (2018), è stato condotto un iniziale sondaggio sulla tendenza politica, l'abitudine di informazione, e il livello di interesse rispetto alla stampa specializzata (Greussing e Boomgarden, 2018); la differenza con quello studio risiede nella somministrazione degli stimoli, che è differenziata (*between subject*) e non comparativa all'interno dei singoli casi (*within subject*).

Dopo aver superato la profilazione iniziale, infatti, ai partecipanti viene fatto scegliere un seed randomizzato che determina l'ordine e gli stimoli differenti, in modo da avere un'equa distribuzione dei gruppi. Viene dunque fatto leggere il *prebunking* (in forma testuale per il gruppo di controllo, grafica per quello sperimentale), coerentemente a quanto avviene nell'esperimento di Spinde et al. (2022) e Basol et al. (2020) secondo la *inoculation theory*. Segue la somministrazione degli articoli, nelle due forme, a cui è stata fatta seguire la valutazione sulla loro credibilità basata su 5 differenziali semantici (*fairness, partialness, acceptableness, trustworthiness, and persuasiveness*) coerentemente ad altri studi (Spinde, 2021). Dopo aver somministrato il secondo articolo, con annesso secondo *prebunking* e valutazione, è stato fatto compilare un test sulla comprensione della fallacia logica, in modo da poter valutare la variabile dipendente sull'apprendimento della nozione.

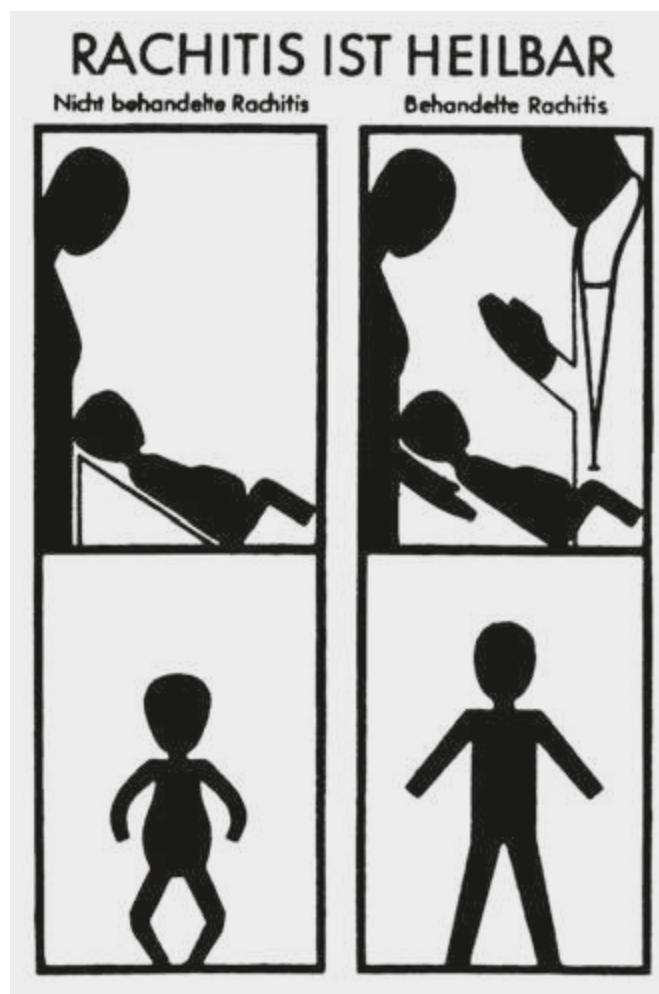
66

Risultati

Sono arrivate 181 risposte: 90 femmine, 88 maschi, 3 non specificato. 142 partecipanti hanno almeno una laurea triennale. Dividendo per fazione politica: 94 di sinistra, 49 di centro, 33 di destra.

I risultati delle 5 domande sulla credibilità hanno un punteggio di affidabilità Cronbach di 0,911 (articolo di destra) e 0,913 (articolo di sinistra), permettendone la considerazione complessiva tramite media (*score* di credibilità).

Un test ANOVA a misure ripetute con test di sfericità di Greenhouse-Geisser valuta la relazione tra score



④

Visual argument di Neurath per la prevenzione della salute. Müller (1991). Dall'articolo di Uwe Oestermeier e Friedrich W. Hesse (2000). *Neurath's visual argument for health prevention*. Müller (1991). From the article by Uwe Oestermeier and Friedrich W. Hesse (2000).

e presenza dell'intervento grafico. Il *p value* superiore a 0,05 indica come la variabile *versione* non presenti significatività sullo score. Anche le medie dei punteggi confermano l'assenza di differenza percepibile. È invece significativa la relazione between subject tra i due score di credibilità. Un ANOVA a misure ripetute riferito all'allineamento politico evidenzia un *p value* significativo *within subject*. Il test *post hoc* di Bonferroni rivela come le differenze significative riguardano i confronti tra gli score degli articoli coerenti alla propria posizione politica e gli score degli articoli della posizione opposta, trasversalmente da sinistra a destra. Sull'impatto dell'intervento grafico sulla comprensione della fallacia, la tabella di contingenza evidenzia l'assenza di differenza significativa. Un test ANOVA ha rilevato una differenza significativa *between subject* tra score di credibilità e comprensione della fallacia. Il test *post hoc* di Bonferroni rileva una media di -0,593 di percepita affidabilità (scala 1-7) in chi ha risposto correttamente.

Conclusioni

Confrontando quindi i risultati della ricerca con le ipotesi iniziali, va a confermarsi l'ipotesi H0, ovvero: *L'adozione di un intervento grafico nella presentazione di una fallacia logica in una notizia di attualità politica (che presenta la medesima fallacia logica) non presenta scarti rilevanti sulla credibilità della notizia e sulla comprensione della fallacia.* La validità di questa evidenza è rafforzata dal risultato significativo derivato dal confronto tra orientamento politico e percezione di attendibilità, uguale e inverso tra la percezione dell'articolo *di destra* dei partecipanti *di sinistra* e la la percezione dell'articolo *di sinistra* dei partecipanti *di destra*; ciò ha dimostrato indirettamente come la scelta degli articoli fosse corretta, e come la variabile confondente rappresentata dall'atteggiamento pro/contro-attitudinale sia stata adeguatamente mitigata.

I risultati emersi nel confronto tra credibilità percepita e comprensione della fallacia logica confermano, in linea con le conclusioni di Hruschka e Appel (2023), che quest'ultima costituisca un fattore determinante nell'identificazione efficace delle distorsioni presenti nei contenuti informativi. Tuttavia, contrariamente alle aspettative iniziali, il progetto grafico (in quanto tale) non risulta affatto una variabile significativa in questo processo cognitivo. Tale evidenza empirica suggerisce che l'intervento grafico non eserciti un effetto universalmente

migliorativo sulla comprensione e che, in modo controintuitivo, la spiegazione di concetti astratti mediante diagrammi non garantisca necessariamente una maggiore accessibilità rispetto alla modalità testuale. Questi risultati sollevano interrogativi rilevanti circa l'efficacia di un'eventuale allocazione di risorse nella produzione di supporti grafici finalizzati all'incremento della comprensione, suggerendo che tale investimento possa risultare poco efficace e meglio allocato su altri fronti.

Questo non significa che nessun tipo di intervento grafico possa avere un effetto, al contrario. Ma alla luce di questi esiti, si raccomanda di sviluppare ulteriori ricerche che, partendo dal framework metodologico definito nel presente studio, indaghino in modo sistematico quali tipologie di soluzione visive possano effettivamente incidere sulla comprensione delle distorsioni mediatiche e in quali contesti specifici. Tale approccio *evidence-based* appare necessario per superare l'assunzione acritica secondo cui l'integrazione grafica produca automaticamente benefici cognitivi, evitando così risultati inconcludenti e orientando la progettazione visiva verso soluzioni empiricamente fondate.

Limiti

La presente ricerca è limitata al contesto culturale italiano. Presenta inoltre un campione di convenienza, e per questo non rappresentativo della popolazione italiana. Questo divario è particolarmente riscontrabile nelle persone in possesso di almeno un titolo di laurea, elemento che sottolinea la scarsa rappresentatività del test. Per quanto riguarda il disegno sperimentale, la considerazione più rilevante riguarda il contesto poco ecologico nel quale il materiale veniva somministrato all'utente. Se la modalità selezionata di un form online poteva avvicinarsi alla normale esperienza di esposizione quotidiana alle notizie, è altresì vero che viene a mancare la possibilità di valutare l'attrattiva dell'estetica, un fattore centrale all'interno della relazione grafica/stampa in molteplici indagini (Greussing & Boomgaarden, 2018).

La ricerca è inoltre limitata all'analisi di un solo bias in termini sperimentali, implicando dunque che i risultati qui raggiunti potrebbero non valere su altri bias o altre distorsioni.

POINT AND LINE TO DISINFORMATION OR IF GRAPHIC DESIGN CAN INFLUENCE THE PERCEPTION OF POLITICAL JOURNALISM

Media Bias, Logical fallacies, Debunking, Information Visualization, Evidence-Based Design

Abstract

The political news media frequently exhibit cognitive distortions, polarized perspectives, systematic biases, and fallacious arguments that exert a significant influence on the formation of public opinion. Given that, in democratic systems, public opinion translates into political action through voting, limiting the impact of these factors and ensuring an adequately informed citizenry is of utmost importance for the proper functioning of the political system as a whole. This research investigates the relationship between visual communication and political/current-affairs information, focusing on the potential effectiveness of graphic design in the fight against misinformation.

After reviewing the existing literature, an experiment was conducted to test the specific effectiveness of one of the best practices suggested in the literature (*inoculation theory*) combined with a graphic representation (Euler diagrams) in mitigating a specific logical fallacy (false cause). The results show a general lack of difference between the experimental and control groups but, at the same time, reveal a greater ability to recognize distortion among those who demonstrated an understanding of the fallacy. The study therefore calls for further research to explore the multiple design combinations offered by the proposed theoretical framework, integrating additional relevant variables such as cognitive attention and engagement in future evaluations.

Introduction

Mass media have assumed an increasingly prominent role over recent decades, a trend closely linked to the technological evolution of the digital age (Westlund, 2015) and the pervasive presence of mobile devices in our daily lives (Ling, 2012). A direct consequence

has been the population's constant exposure to news media (Westlund & Färdigh, 2014; Sasseen et al., 2013), a condition of particular significance given that the manner in which these outlets describe and select news actively contributes to shaping public opinion (De Vreese, 2004; DellaVigna and Gentzkow, 2010; McCombs and Reynolds, 2009).

The entire idea of representative democracy rests upon the cycle in which the ruler governs, the press reports, the citizen evaluates, and decides whether to allow the ruler to continue governing (Delli Carpini & Keeter, 1996). This mechanism, however, functions only insofar as the press adequately fulfills its informational role and the citizen is capable of evaluating through it; should this fail to occur, the entire democratic cycle becomes compromised, precluding voters from the possibility of effectively judging their government ①②.

If the press thus represents one of the fundamental pillars of democratic society, visual communication can be attributed an essential function as a privileged vector of this pillar (Westlund & Färdigh, 2012). What requires determination, however, is whether this role is passive or active; various scholarship indicates that specific variables of visual representation can enhance the comprehension of data and concepts (Perondi, 2012), yet there is insufficient evidence to extend such efficacy to the context of the present investigation.

This research aims to examine whether, as a constant variable in the presentation of information, the graphic-visual dimension is capable of influencing the processes of assimilation and consumption of news, thereby curbing the dissemination of distorted information and mitigating issues within the sphere of comprehension and cognitive fallacies.

The dissemination of information

A substantial body of scholarship has examined the impact of the press on the public and, by extension, on political processes. Research by Snyder & Strömberg (2010), conducted in the United States, finds that the amount of media coverage an area of the country devotes to its political representative directly influences the work that representative performs for their constituents, a correlation we can infer stems from being constantly subjected to their scrutiny through a process of *accountability*. Conversely, the lower the level of information voters possess about their representative, the lower that representative's commitment to their constituency (reduced attendance at congressional committees, decreased likelihood of voting against the party line). The case of the Iraq War is documented in the Anglo-American literature as a paradigmatic example of the press's capacity to shape public perceptions. Research by Kull et al. (2003) reveals that 60% of the

sample attributed credibility to at least one of three demonstrably false claims concerning the presence of weapons of mass destruction in Iraqi territory. These misperceptions were reflected in political attitudes: respondents who believed such claims expressed significantly more interventionist orientations. Another well-known case is the *Fox News effect* (DellaVigna & Kaplan, 2007), which assessed whether the introduction of *Fox News* on cable television between the 1996 and 2000 elections influenced political alignment. The results showed that, in the 2000 presidential election, Republicans gained between 0.4 and 0.7 percentage points in cities where the network was broadcast.

In the European context, immigration emerges as a phenomenon frequently subject to distorted representations. Research has documented recurring patterns in which the issue is addressed through a negative lens (Eberl et al., 2018), as well as the use of pre-packaged narrative frames (Giorgi, 2012). This dynamic thus leads to a distorted representation of factual reality: data from the Eurobarometer analysed by the Istituto Cattaneo (2018) indicate that Italian citizens' perceptions of the size of the immigrant population deviate by +17.4 percentage points from actual figures. These systematic distortions in media coverage fall within what Ginès et al. (2023) define as *bias*, distinguishing it from legitimate opinion on the basis of the use of rhetorical devices the line that separates bias from opinion depends on whether the journalist uses rhetorical artifacts that distort the information to support his opinion, or not.

In the specific context of journalistic communication, this set of distortions is identified in the taxonomy proposed by the authors under the term media bias. For the purposes of the present study, particular relevance is attributed to the subcategory of *flawed logic*; this category includes specific microcategories such as *false cause*, *slippery slope*, and *ad populum*, which together constitute what the authors identify as logical fallacies: systematic errors in reasoning that result in conclusions unjustified by the available data.

The Information Design Space and Mitigation Strategies

The scientific literature indicates that distortions constitute an almost inherent element of the communication process. Hamborg et al. (2018)

emphasize that media bias is a structural, often intentional, flaw inherent to news publishing and can critically impact people's opinions and decisions. However, Kozyreva et al. (2024) and Spinde et al. (2021) show that a media ecosystem saturated with ideological biases and cognitive distortions provides an ideal environment for the spread of the even more harmful phenomenon of *fake news*. If the eradication of this phenomenon is therefore not feasible, it becomes imperative to develop approaches capable of limiting its scope and mitigating its effects. Chan et al. (2017) highlight the urgency of this objective because misinformation can lead to poor decisions about consequential matters and is persistent and difficult to correct, debunking it is an important scientific and public-policy goal.

The literature review by Kozyreva et al. (2024), operationalized through the website *Toolbox of Interventions Against Online Misinformation*, represents a valuable resource in this field. It compiles a wide range of anti-misinformation interventions and proposes a taxonomy identifying nine categories: *accuracy prompts*, *debunking*, *friction*, *inoculation theory*, *verification strategies and lateral reading*, *media literacy tips*, *promotion of social norms*, *source credibility labels*, and *fact-checking labels*.

Walter et al. (2019) present a meta-analysis specifically focused on *debunking*, showing that it can attenuate the effects of *fake news* while also identifying several limitations. Its effectiveness decreases among polarized individuals and those with strong prior beliefs; it often fails to match the virality of the original false information; and it requires precise, timely, and sustained editorial effort. Accordingly, Chan et al. (2017) recommend countering misinformation by providing detailed and well-argued information rather than merely labeling content as false—thus favoring in-depth debunking over the sole use of fact-checking or credibility labels. This recommendation is taken up by Kozyreva et al. (2020), who investigate the possibility of neutralizing the impact of misinformation by enhancing readers' agency through a set of cognitive tools derived from psychological science.

This latter line of research aligns with the approach known as “prebunking.” The study by Cook et al. (2017) documents the effectiveness of preventive exposure to rhetorical devices in limiting their persuasive impact. Its theoretical foundation lies in *inoculation theory* (McGuire & Papageorgis, 1961), which proposes exposing individuals to weakened and refuted versions of misleading arguments prior to their encounter with misinformation proper. As Cook et al. (2017) observe just as vaccines generate antibodies to resist future viruses, inoculation messages equip people with

A / Cronaca

Valditara: 'Più abusi anche per l'immigrazione illegale'

Nasce fondazione Giulia Cecchettin. Sorella, uccisa da un bianco



articoli

dichiarazioni

newsletter

podcast

GIUSTIZIA

Violenze sessuali e immigrati: il fact-checking di Valditara

19 NOVEMBRE 2024

Il ministro dell'Istruzione è stato criticato per una dichiarazione sul tema. Abbiamo analizzato i numeri, spiegando perché vanno letti con cautela

⑤

Sopra: ANSA. (2024, 18 novembre). [Screenshot dell'articolo "Valditara: 'Più abusi anche per l'immigrazione illegale'"].

Sotto: Canepa, C. (2024, 19 novembre). [Screenshot dell'articolo "Violenze sessuali e immigrati: il fact-checking di Valditara"].

Above: ANSA. (2024, November 18). [Screenshot of the article "Valditara: 'Più abusi anche per l'immigrazione illegale'"].

Below: Canepa, C. (2024, November 19). [Screenshot of the article "Violenze sessuali e immigrati: il fact-checking di Valditara"].

il Giornale

POLITICA

Fiano all'attacco: "Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza"

Il deputato del Partito democratico contro i decreti Salvini: "Con questi provvedimenti sono aumentati i problemi, ora vanno aboliti"

Luca Sablone | 7 febbraio 2020 - 10:03



**pagella
politica**

articoli

dichiarazioni

newsletter

podcast

INDIETRO

No, con i governi di centrosinistra non sono diminuiti «tutti i reati»

di REDAZIONE | 07 FEBBRAIO 2020

©

Sopra: Sablone, L. (2020, 7 febbraio). [Screenshot dell'articolo "Fiano all'attacco: 'Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza'"].

Sotto: Redazione Pagella Politica. (2020, 7 febbraio).

[Screenshot dell'articolo "No, con i governi di centrosinistra non sono diminuiti 'tutti i reati'"].

Above: Sablone, L. (2020, February 7). [Screenshot of the article "Fiano all'attacco: 'Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza'"].

Below: Redazione Pagella Politica. (2020, February 7).

[Screenshot of the article "No, con i governi di centrosinistra non sono diminuiti 'tutti i reati'"].

counterarguments that potentially convey resistance to future misinformation, even if the misinformation is congruent with pre-existing attitudes.

Kozyreva et al. (2020) reiterate the advantages of this approach: by acting preventively on message recipients and fostering critical awareness, this methodology proves more sustainable over time, given the high variability of misinformation formats and the impracticality of refuting each instance *ex post* and on a case-by-case basis. Nevertheless, the authors also identify significant limitations: the effectiveness of the intervention depends on individuals' willingness to undergo the *inoculation* process and to invest the time required to acquire critical competencies.

An empirical application of the prebunking methodology is provided by Roozenbeek et al. (2020) in their study of the online game *Harmony Square* ②, in which participants are asked to assume the role of misinformation producers, employing rhetorical devices and distorted communication strategies. The findings show that, across age, gender, and political orientation, players exhibited a significantly greater ability to recognize and counter misinformation compared to the control group.

The Role of Visual Design in Countering Misinformation

72

The approaches described above intervene without engaging in an in-depth consideration of the visual dimension and the graphic choices employed in their implementation. The aim of the present research is to address this gap by investigating whether, and to what extent, graphic design can exert a significant impact on the effectiveness of anti-misinformation strategies.

As highlighted by Spinde et al. (2021), despite the extensive body of scholarly work devoted to the identification of *media bias*, reflection on its visualization remains underdeveloped. This omission appears particularly consequential in light of the theory of *synsemia* (Perondi, 2012), which conceptualizes text, images, and visual elements such as infographics as belonging to a single semantic regime, within which each component acts as a reinforcement of the others. More specifically, drawing on the taxonomy developed by Bertin (2011), Perondi and Romei (2022) propose the *synsemic quatrefoil*, as a conceptual framework for visual analysis. This construct is articulated into four categories: visual variables, which identify the graphic elements present in a text; associative variables, namely shared graphic features that enable the aggregation of elements into groups; dissociative variables, differential graphic features that allow elements to be distinguished from one another; and the reference frame, consisting

of those graphic elements that define the operational context of the visual artifact and facilitate the interpretation of its components.

Building on these foundations, and considering the existence of studies in specific domains demonstrating the effectiveness of visual supports in explaining abstract concepts in educational contexts (Schoenherr et al., 2024; Rau, 2016), it is plausible to hypothesize that graphic intervention may also play a role in *de- and prebunking* strategies.

Given the emphasis placed by Chan et al. (2017) and Kozyreva et al. (2020) on the effective transmission of cognitive tools, the work of Oestermeier and Hesse (2000) is of particular relevance. In their study, the authors introduce the notion of *visual arguments* ④, understood as visual metaphors, of which the work of Otto Neurath constitutes a prominent example. The questions raised in this study are directly pertinent to the research conducted here:

To what degree are visual arguments more convincing, easier to understand and easier to remember than purely linguistic ones? Which types of visualization are more convincing than others and which factors contribute to the perceived strength of a visual argument? Which combinations of verbal and visual codes are the most convincing ones?

Regarding the construction of such visual arguments, understood as visual elements that explain abstract concepts, the publication by Hil & Lachenmeier (2022) presents a systematic overview of the graphic forms and configurations applicable within the framework of Bertin's paradigm for representing complex concepts. The work of Padilla et al. (2018) proposes the development of a framework based on Kahneman's *dual process decision-making* model applied to visualization cognition, ultimately advancing several guidelines for graphic designers in their conclusions. Among these, the need emerges to identify visual encoding techniques that direct attention toward critical information while minimizing the cognitive transformations required; the authors further emphasize the importance of assessing how individual differences in graphic and numerical literacy influence visualization-based decision-making, which should therefore be designed accordingly.

Finally, if we consider the *flawed logic* category of media bias (Ginès et al., 2023), in which disinformation manifests through fallacious or absent logical reasoning, the works of Sato et al. (2010), Zheng et al. (2021), and Al-Fedaghi (2015) document the role that graphic representation could play in this context. The authors examine the potential of visualization in making logical structures explicit, specifically highlighting the value of Euler-Venn and Peirce diagrams as tools for visual translation of relational concepts present in

statements and syllogisms. Based on this evidence, it is possible to hypothesize that diagrams' capacity to facilitate deductive reasoning renders them applicable in identifying and refuting disinformation grounded in logical fallacies.

Hypothesis and experimental design

Consistent with other research, this study aims to verify the effect of a specific variable on the mitigation and/or recognition of disinformation present in *media* by exposing a limited number of individuals to current political news articles that exhibit such disinformation. Specifically, the variable under investigation consists of graphic intervention designed to visualize a distortion within a *prebunking* strategy. The experimental design therefore involves the administration of differentiated materials: the control group is exposed to articles preceded by *prebunking* in exclusively textual form, while the experimental group receives the same content with *prebunking* enhanced by graphic support.

A preliminary methodological decision concerned the identification of the specific type of informational distortion to be investigated. The choice fell upon logical fallacy, and particularly the false cause fallacy, by virtue of its high frequency in journalistic contexts (Jin et al., 2022) and its recognition within the taxonomy of media bias developed by Ginès et al. (2023), where it is categorized as a component of *flawed logic* among *statement bias*.

The adoption of *prebunking* offers a design solution applicable across multiple communicative contexts, from traditional press to social networks and other content-sharing platforms. Its self-contained and modular nature, inherent qualities of inoculation theory (McPhedran et al., 2023; Basol et al., 2021), enables its deployment virtually anywhere. Considering assessments regarding the ineffectiveness of debunking by Jin et al. (2022), it is hypothesized that graphic visualization of reasoning errors may function as a safeguarding mechanism that prompts readers to verify the credibility of what they read.

The research question is operationalized through the following four experimental hypotheses:

Hypothesis H0

The adoption of graphic intervention in presenting a logical fallacy in a current political news article (which exhibits the same logical fallacy) shows no significant differences in news credibility or fallacy comprehension.

Hypothesis H1

The adoption of graphic intervention in presenting a logical

fallacy in a current political news article (which exhibits the same logical fallacy) shows significant differences in both news credibility and fallacy comprehension.

Hypothesis H2

The adoption of graphic intervention in presenting a logical fallacy in a current political news article (which exhibits the same logical fallacy) shows significant differences in news credibility but not in fallacy comprehension.

Hypothesis H3

The adoption of graphic intervention in presenting a logical fallacy in a current political news article (which exhibits the same logical fallacy) shows no significant differences in news credibility but does show such differences in fallacy comprehension.

As observed in the literature, the confounding variable represented by the general pro-attitudinal tendency toward one's ideological affiliation cannot be ignored in political news coverage (Paz García et al., 2020); therefore, it was necessary to design an experimental framework that would account for and control this effect. In this regard, both the political affiliation of the administered articles and that of participants were considered as variables. Authors such as Joshi (2021) and de Vries et al. (2013) demonstrate how the left/right unidimensional scale, despite its limitations, is suitable for cataloguing political positions due to its capacity to synthesize multiple domains. Consequently, consistent with the conclusions of Michael and Breux (2021), the decision was made to consider one article positioned politically on the left and one on the right, while simultaneously profiling the participant sample as *left-aligned*, *center-aligned*, or *right-aligned* through a series of questions formulated according to criteria defined in the literature.

The independent variables represented by the experimental design configuration thus comprise stimulus and news articles with graphic intervention (the 2 experimental groups) and stimulus and news articles without graphic intervention (the 2 control groups), together with participants' three political attitudes (left, center, right).

The dependent variables measured are the perceived credibility level of the right-leaning news article, the perceived credibility level of the left-leaning news article, and the degree of logical fallacy comprehension.

Regarding the selection of questions to define the first two dependent variables, *credibility* levels, the decision was made not to consider the five article evaluation variables identified by Sundar (1999), as these were conceived for a context of news 'appreciation' useful to the press, and therefore not aligned with the purposes

La correlazione non implica la causa.

La falsa causa è una fallacia logica, ovvero un errore di ragionamento, dove solo perché due o più eventi si presentano allo stesso tempo, allora uno degli eventi dovrà necessariamente essere la causa dell'altro.

L'errore consiste in:

"L'evento C si presenta spesso assieme all'evento E (sono correlati), quindi si è portati a ritenere che C abbia causato E."

Questo può rivelarsi sbagliato: un evento può presentarsi assieme a un altro senza esserne la causa.

L'affermazione corretta consiste in:

"L'evento C si presenta spesso assieme all'evento E (sono correlati), ma C potrebbe non essere la causa di E."

⑦

Sopra: Prebunking della fallacia logica di falsa causa somministrata ai partecipanti, nella versione testuale (al gruppo di controllo). Dall'autore (2025).

Above: Prebunking of the false cause logical fallacy administered to participants in the textual version (control group). By the author (2025).

⑧

A destra: Prebunking della fallacia logica di falsa causa somministrata ai partecipanti, nella versione grafica (al gruppo sperimentale). Dall'autore (2025).

On the right: Prebunking of the false cause logical fallacy administered to participants in the graphic version (experimental group). By the author (2025).

⑨

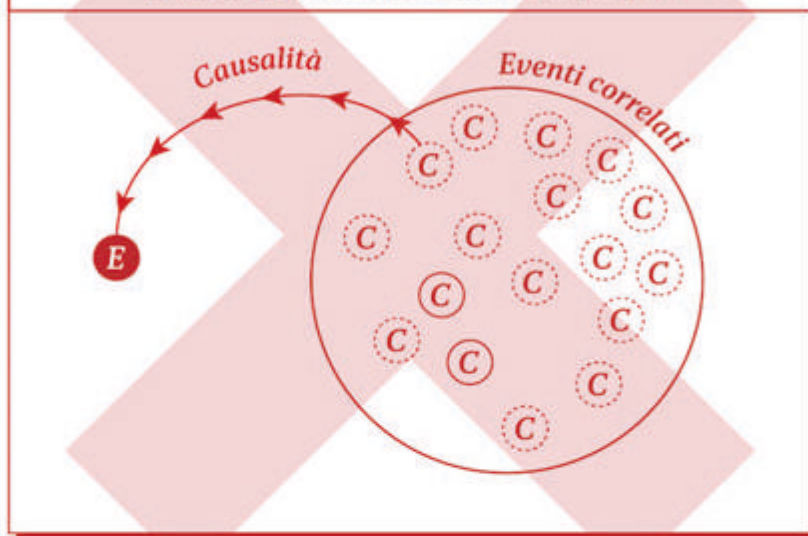
Nella pagina seguente: Articolo somministrato al gruppo sperimentale nella versione grafica. Dall'autore (2025).

On the following page: Article administered to the experimental group in the graphic version. By the author (2025).

La correlazione non implica la causa.

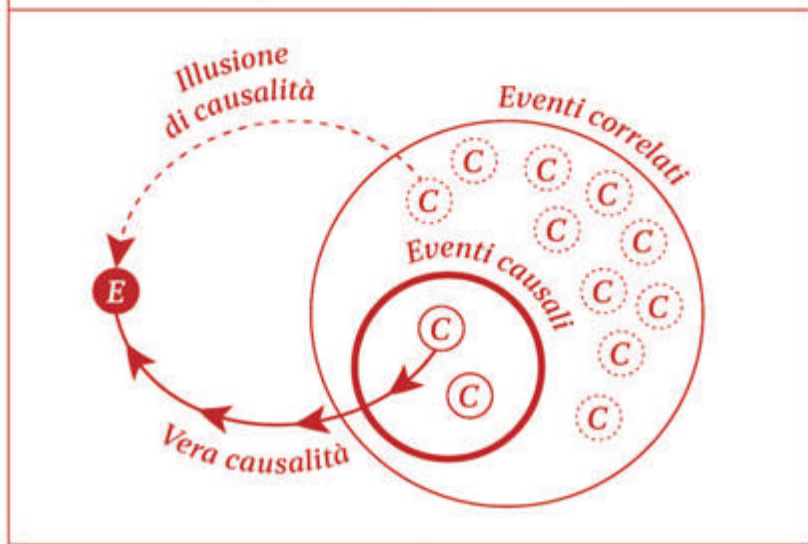
La falsa causa è una fallacia logica, ovvero un errore di ragionamento, dove solo perché due o più eventi si presentano allo stesso tempo, allora uno degli eventi dovrà necessariamente essere la causa dell'altro.

L'evento C si presenta spesso assieme all'evento E (sono correlati), quindi si è portati a ritenere che C abbia causato E



Questo può rivelarsi sbagliato: un evento può presentarsi assieme a un altro senza esserne la causa.

L'evento C si presenta spesso assieme all'evento E (sono correlati), ma C potrebbe non essere la causa di E.



Fiano all'attacco: "Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza"

Il deputato del Partito democratico contro i decreti Salvini: "Con questi provvedimenti sono aumentati i problemi, ora vanno aboliti"

I decreti Sicurezza sono al centro di un nuovo dibattito politico, con il Partito democratico in prima linea per la loro revisione. Dopo la revisione nel cassetto del ministro Lamorgese, sia Nicola Zingaretti che Emanuele Fiano hanno espresso la volontà di modificarli radicalmente, mentre il Movimento 5 Stelle mantiene una posizione più cauta, ricordando la necessità di trovare un compromesso all'interno della coalizione di governo.

"Con la sinistra meno reati"

Fiano ha sottolineato come i decreti abbiano creato più problemi che soluzioni, citando l'abolizione del permesso di soggiorno per motivi umanitari e lo smantellamento del sistema di accoglienza diffuso nei Comuni. Ha inoltre richiamato le osservazioni del presidente della Repubblica Sergio Mattarella sulle incongruenze tra le sanzioni ai comandanti delle navi e gli obblighi internazionali. In risposta alle possibili critiche di Salvini, il deputato dem ha dichiarato: "Bisogna che qualcuno sfati questa leggenda che quando c'è qualcuno della destra al governo si risolvono i problemi della sicurezza e quando c'è qualcuno della sinistra no. È successo il contrario negli ultimi sette-otto anni. Con i governi di centrosinistra sono diminuiti tutti i reati e sono aumentati tutti gli investimenti".

Nel 2013 i delitti denunciati sono stati in totale 2.892.155, scesi a 2.812.936 nel 2014, 2.687.249 nel 2015, 2.487.389 nel 2016 e 2.429.795 nel 2017. In quattro anni c'è stato dunque un calo di 462.360 delitti denunciati, pari a un -16 per cento.

of this research. Conversely, the *Media bias questionnaire* repository developed within Spinde's (2021) research proves extremely methodologically coherent, particularly when integrated with specific considerations found in Basol et al. (2020). Credibility levels were therefore divided into *left-leaning news* and *right-leaning news* since, consistent with the literature, different attitudes were expected to yield different responses depending on the political position of the news article in question.

Materials

For the selection of articles, methods employed in similar experimental designs were considered. In the work of Calvillo et al. (2021), various news outlet headlines were administered to assess participants' ability to distinguish false news from true; the content consisted of a series of headlines deemed true or false according to the judgment of the fact-checking website *Snopes*, subsequently catalogued according to left or right political orientation based on the evaluation of the website *Allsides.com*.

Following their *modus operandi*, and seeking to maintain a context of high ecological validity where possible, the decision was made to use an actual article rather than one manufactured specifically for the study. Within the Italian context, comparable fact-checking entities were identified in *Fact checking di Open*, *Facta News*, and the subsidiary *Pagella Politica*. Their strongest credentials lie in the fact that all are certified by the *European Fact Checking Standards Network (EFCSN)* and the *International Fact-Checking Network*, exactly like *Snopes*. Regarding news categorization, the classification proposed by the website *Ground News* was employed.

With consultation from an industry expert, journalist Matteo Marini, a selection of current political news articles was subsequently conducted to identify a pair meeting specific criteria. Specifically, the articles needed to contain the false cause logical fallacy, have undergone independent fact-checking that identified the fallacy, address a common theme through similar content types, and represent ideological affiliation with the left and right of the political spectrum, respectively.

Two articles met all the requirements: *Valditara: Più abusi anche per l'immigrazione illegale* published by ANSA on November 18, 2024 (the debunking article *Violenze sessuali e immigrati: il fact-checking di Valditara* published by Pagella Politica on November 19, 2024) ©, and *Fiano all'attacco: Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza* published

by Il Giornale on February 7, 2020 (the debunking article “No, con i governi di centrosinistra non sono diminuiti «tutti i reati»” published by Pagella Politica on February 7, 2020) ©.

For the drafting of the *prebunking* content, a text was adopted that described the false cause logical fallacy based on definitions from the literature” (Jin et al., 2022), reporting the following:

Correlation Does Not Imply Causation

False cause is a logical fallacy, that is, an error in reasoning, where simply because two or more events occur simultaneously, one event is assumed to necessarily be the cause of the other.

The error consists of:

Event C frequently occurs together with Event E (they are correlated), therefore one is led to believe that C caused E.

This can prove incorrect: an event may occur together with another without being its cause.

The correct statement consists of:

Event C frequently occurs together with Event E (they are correlated), but C may not be the cause of E.

In the version presented to the control group, the article and prebunking are displayed in purely textual form ⑦, whereas in the version presented to the experimental group, both are displayed within a graphic layout, integrating an Euler diagram into the prebunking to explain the fallacy graphically ⑧⑨. In seeking to eliminate, as indicated in the theoretical introduction, any graphic element not pertaining to content (which would represent a confounding variable), the spacing that highlighted the syllogisms was also removed in the textual version.

Regarding the visual choices for the prebunking with graphic intervention, analysis conducted through the framework of Perondi and Romei (2022) reveals how the reference frame is defined by the interaction among three planes: one positioned higher in a cross shape, two divided one below the other, and one beneath where they rest, creating a three-dimensional illusion through the shapes employed. The first and third planes are structured around the divided second plane. Reading from top to bottom and left to right implies order and highlights the progression from the concept and its explanation on the first plane, then moving to the second plane, and so forth. The illusory planes define what pertains to each segment and what does not, and their vertical scanning combined with the associativity/dissociativity of the graphics defines their relationship (Oestermeier & Hesse, 2000).

The textual alphabetic components, as well as the numeric ones, are arranged on these levels as labels through the position variable, as are words through the orientation variable. These also appear interwoven with the visual configurations through connectors or through devices that employ shape and color variables.

Method

The link to the voluntary participation questionnaire was distributed between February 20 and 26, 2025, among the convenience sample available to the author. Before completing the rest of the form, participants were required to accept the use of their data for the purposes of this research through a document guaranteeing that data processing would comply with European laws and GDPR regulations; this point proved particularly relevant given the sensitive nature of data concerning political orientations. Consequently, the document in question was accepted and approved by the ethics committee of IUAV University of Venice.

Following Levy (2021), the actual variable under investigation – graphics – was concealed from participants to enhance data accuracy by preventing them from attending to a component they would likely overlook in naturalistic settings. The experiment was therefore presented as a generic survey on *The Perception of News*. As occurs in the research of Kim & Dennis (2018), an initial survey was conducted on political tendency, information habits, and level of interest in specialized press (Greussing & Boomgaarden, 2018); the difference from that study lies in the administration of stimuli, which is differentiated (*between-subject*) rather than comparative within individual cases (*within-subject*).

After completing the initial profiling, participants are asked to select a randomized seed that determines the order and different stimuli, ensuring equal distribution across groups. They are then presented with the *prebunking* content (in textual form for the control group, graphic for the experimental group), consistent with the experiments of Spinde et al. (2022) and Basol et al. (2020) according to *inoculation theory*. This is followed by administration of the articles, in both forms, after which credibility evaluation was conducted based on five semantic differentials (*fairness, partialness, acceptableness, trustworthiness, and persuasiveness*) consistent with other studies (Spinde, 2021). After administering the second article, with its accompanying second *prebunking* and evaluation, participants completed a test on logical fallacy comprehension to assess the dependent variable regarding concept learning.

Results

181 responses were received: 90 female, 88 male, 3 unspecified. 142 participants hold at least a bachelor's degree. Divided by political faction: 94 left-wing, 49 center, 33 right-wing.

The results of the five credibility questions yielded a Cronbach's alpha reliability score of 0.911 (right-leaning article) and 0.913 (left-leaning article), permitting their overall consideration through averaging (*credibility score*).

A repeated measures ANOVA with Greenhouse-Geisser sphericity test assessed the relationship between score and presence of graphic intervention. The *p-value* exceeding 0.05 indicates that the *version* variable shows no significance on the score. The mean scores also confirm the absence of perceptible difference. However, the between-subject relationship between the two credibility scores is significant. A repeated measures ANOVA examining political alignment reveals a significant *within-subject p-value*. The Bonferroni post hoc test reveals that significant differences concern comparisons between scores for articles aligned with one's own political position and scores for articles from the opposing position, consistently from left to right. Regarding the impact of graphic intervention on fallacy comprehension, the contingency table demonstrates the absence of significant difference.

An ANOVA test detected a significant *between-subject* difference between *credibility score* and fallacy comprehension. The Bonferroni *post hoc* test reveals a mean of -0.593 in perceived trustworthiness (on a 1-7 scale) among those who answered correctly.

Conclusions

Comparing the research results with the initial hypotheses, hypothesis HO is confirmed, namely:

The adoption of graphic intervention in presenting a logical fallacy in a current political news article (which exhibits the same logical fallacy) shows no significant differences in news credibility or fallacy comprehension.

The validity of this evidence is reinforced by the significant result derived from the comparison between political orientation and perceived credibility, equal and inverse between *left-wing* participants' perception of the *right-leaning* article and *right-wing* participants' perception of the *left-leaning* article; this indirectly demonstrated that the article selection was appropriate and that the confounding variable represented by pro/counter-attitudinal stance was adequately mitigated. The results emerging from the comparison between perceived credibility and logical fallacy comprehension confirm, in line with the conclusions of Hruschka and Appel (2023), that the latter constitutes a determining

factor in the effective identification of distortions present in informational content. However, contrary to initial expectations, graphic design (as such) does not prove to be a significant variable in this cognitive process.

This empirical evidence suggests that graphic intervention does not exert a universally enhancing effect on comprehension and that, counterintuitively, the explanation of abstract concepts through diagrams does not necessarily guarantee greater accessibility compared to textual modality. These results raise relevant questions regarding the effectiveness of potential resource allocation in producing graphic supports aimed at increasing comprehension, suggesting that such investment may prove ineffective and better allocated to other fronts.

This does not mean that no type of graphic intervention can have an effect; quite the contrary. However, in light of these outcomes, it is recommended that further research be developed which, building upon the methodological framework defined in the present study, systematically investigates which types of visual solutions can effectively impact the comprehension of media distortions and in which specific contexts. Such an *evidence-based* approach appears necessary to overcome the uncritical assumption that graphic integration automatically produces cognitive benefits, thereby avoiding inconclusive results and orienting visual design toward empirically grounded solutions.

79

Limitations

The present research is limited to the Italian cultural context. It also presents a convenience sample, and is therefore not representative of the Italian population. This gap is particularly evident in individuals holding at least one university degree, an element that underscores the test's poor representativeness.

Regarding the experimental design, the most relevant consideration concerns the limited ecological validity of the context in which material was administered to users. While the selected modality of an online form could approximate the normal experience of daily news exposure, it is equally true that the possibility of evaluating aesthetic appeal is lacking, a central factor within the graphics/press relationship in multiple investigations (Greussing & Boomgaarden, 2018).

Furthermore, the research is limited to the experimental analysis of a single bias, thus implying that the results achieved here may not hold for other biases or distortions.

REFERENCES

- Al-Fedaghi, S. S. (2015). Diagrammatic representation as a tool for clarifying logical arguments. *International Journal of Advanced Research in Artificial Intelligence*, 4(10), 1-6. <https://doi.org/10.14569/IJARAI.2015.041001>
- Ansa (2024, November 19). Valditara: "Più abusi anche per l'immigrazione illegale" - Notizie - Ansa.it. *Agenzia ANSA*. https://www.ansa.it/sito/notizie/cronaca/2024/11/18/valditara-piu-abusi-anche-per-limmigrazione-illegale-_8d9ea74e-8714-424c-9be2-d80755a92d2a.html
- Basol, M., Roozenbeek, J., Berriche, M., Uenal, F., McClanahan, W. P., & Linden, S. van der. (2021). Towards psychological herd immunity: Cross-cultural evidence for two prebunking interventions against COVID-19 misinformation. *Big Data & Society*, 8(1), 205395172110138. <https://doi.org/10.1177/20539517211013868>
- Basol, M., Roozenbeek, J., & Van der Linden, S. (2020). Good News about Bad News: Gamified Inoculation Boosts Confidence and Cognitive Immunity Against Fake News. *Journal of Cognition*, 3(1), 2. <https://doi.org/10.5334/joc.91>
- Bertin, J. (2011). *Semiology of graphics: Diagrams, networks, maps*. Esri Press.
- Boomgaarden, H. G., & Vliegenthart, R. (2009). How news content influences anti-immigration attitudes: Germany, 1993-2005. *European Journal of Political Research*, 48(4), 516-542. <https://doi.org/10.1111/j.1475-6765.2009.01831.x>
- Calvillo, D. P., Garcia, R. J. B., Bertrand, K., & Mayers, T. A. (2021). Personality factors and self-reported political news consumption predict susceptibility to political fake news. *Personality and Individual Differences*, 174, 110666. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.110666>
- Canepa, C. (2024). Violenze sessuali e immigrati: il fact-checking di Valditara. *Pagella Politica*. <https://pagellapolitica.it/articoli/fact-checking-valditara-immigrati-irregolari-violenze-sessuali>
- Chan, M. S., Jones, C. R., Hall Jamieson, K., & Albarracín, D. (2017). Debunking: A meta-analysis of the psychological efficacy of messages countering misinformation. *Psychological Science*, 28(11), 1531-1546. <https://doi.org/10.1177/0956797617714579>
- Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12(5), e0175799. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>
- de Vries, C. E., Hakhverdian, A., & Lancee, B. (2013). The Dynamics of Voters' Left/Right Identification: The Role of Economic and Cultural Attitudes. *Political Science Research and Methods*, 1(2), 223-238. <https://doi.org/10.1017/psrm.2013.4>
- De Vreese, C. H. (2004). The effects of frames in political television news on issue interpretation and frame salience. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 36-52. <https://doi.org/10.1177/107769900408100104>
- Delli Carpini, M. X., & Keeter, S. (1996). *What Americans know about politics and why it matters*. Yale University Press.
- DellaVigna, S., & Gentzkow, M. (2010). Persuasion: Empirical evidence. *Annual Review of Economics*, 2(1), 643-669. <https://doi.org/10.1146/annurev.economics.102308.124309>
- DellaVigna, S., & Kaplan, E. (2007). The Fox News Effect: Media Bias and Voting. *The Quarterly Journal of Economics*, 122(3), 1187-1234. <https://doi.org/10.1162/qjec.122.3.1187>
- Eberl, J.-M., Meltzer, C. E., Heidenreich, T., Herrero, B., Theorin, N., Lind, F., Berganza, R., Boomgaarden, H. G., Schemer, C., & Strömbäck, J. (2018). The European Media Discourse on Immigration and Its effects: a Literature Review. *Annals of the International Communication Association*, 42(3), 207-223. <https://doi.org/10.1080/23808985.2018.1497452>

- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2010). What drives media slant? Evidence from U.S. daily newspapers. *Econometrica*, *78*(1), 35-71. <https://doi.org/10.3982/ECTA7195>
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011). Ideological segregation online and offline. *The Quarterly Journal of Economics*, *126*(4), 1799-1839. <https://doi.org/10.1093/qje/qjr044>
- Giorgi, A. (2012). The Cultural Construction of Migrant Women in the Italian Press. *E-Cadernos CES*, *16*. <https://doi.org/10.4000/eces.1026>
- Greussing, E., & Boomgaarden, H. G. (2018). Simply Bells and Whistles? *Digital Journalism*, *7*(2), 273-293. <https://doi.org/10.1080/21670811.2018.1488598>
- Hamborg, F., Meuschke, N., & Gipp, B. (2018). Bias-aware news analysis using matrix-based news aggregation. *International Journal on Digital Libraries*, *21*(2), 129-147. <https://doi.org/10.1007/s00799-018-0239-9>
- Hil, D., & Lachenmeier, N. (2022). *Visualizing complexity: Modular information design handbook*. Birkhäuser. <https://doi.org/10.1515/9783035625066>
- Hruschka, T. M. J., & Appel, M. (2023). Learning about informal fallacies and the detection of fake news: An experimental intervention. *PLOS ONE*, *18*(3), e0283238. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283238>
- Immigrazione in Italia: tra realtà e percezione*. (2018, August 27). Istituto Cattaneo. <https://www.cattaneo.org/immigrazione-in-italia-tra-realta-e-percezione/>
- Jin, Z., Lalwani, A., Vaidhya, T., Shen, X., Ding, Y., Lyu, Z., Sachan, M., Mihalcea, R., & Schölkopf, B. (2022). *Logical Fallacy Detection*. ArXiv. <https://doi.org/10.48550/arxiv.2202.13758>
- Joshi, D. K. (2021). A new conceptualization of the political left and right: One dimension, multiple domains. *Canadian Journal of Political Science/Revue canadienne de science politique*, *54*(2), 345-366. <https://doi.org/10.1017/S0008423921000640>
- Kim, A., & Dennis, A. R. (2019). Says who? How news presentation format influences perceived believability and the engagement level of social media users. *MIS Quarterly*, *43*(3), 1025-1039. <https://doi.org/10.25300/MISQ/2019/15188>
- Kozyreva, A., Lewandowsky, S., & Hertwig, R. (2020). Citizens Versus the Internet: Confronting Digital Challenges With Cognitive Tools. *Psychological Science in the Public Interest*, *21*(3), 103-156. <https://doi.org/10.1177/1529100620946707>
- Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Herzog, S. M., Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Hertwig, R., Ali, A., Bak-Coleman, J., Barzilai, S., Basol, M., Berinsky, A. J., Betsch, C., Cook, J., Fazio, L. K., Geers, M., Guess, A. M., Huang, H., Larreguy, H., Maertens, R., & Panizza, F. (2024). Toolbox of individual-level interventions against online misinformation. *Nature Human Behaviour*, *8*(6), 1044-1052. <https://doi.org/10.1038/s41562-024-01881-0>
- Kull, S., Ramsay, C., & Lewis, E. (2003). Misperceptions, the Media, and the Iraq War. *Political Science Quarterly*, *118*(4), 569-598.
- Levy, R. (2021). Social media, news consumption, and polarization: Evidence from a field experiment. *American Economic Review*, *111*(3), 831-870. <https://doi.org/10.1257/aer.20191777>
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., Seifert, C. M., Schwarz, N., & Cook, J. (2012). Misinformation and Its Correction: Continued Influence and Successful Debiasing. *Psychological Science in the Public Interest*, *13*(3), 106-131. <https://doi.org/10.1177/1529100612451018>
- Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E., Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., ... Zaragoza, M. S. (2021). *The Debunking Handbook 2020*. <https://doi.org/10.17910/b7.1182>
- Ling, R. S. (2012). *Taken for grantedness: The embedding of mobile communication into society*. MIT Press.
- Martel, C., & Rand, D. G. (2023). Misinformation warning labels are widely effective: A review of warning effects and their moderating features. *Current Opinion in Psychology*, *54*, 101710. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2023.101710>
- McCombs, M., & Reynolds, A. (2009). *The poll with a human face: The National Issues Convention experiment in political communication*. Routledge.
- McGuire, W. J., & Papageorgis, D. (1961). The relative efficacy of various types of prior belief-defense in producing immunity against persuasion. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, *62*(2), 327-337. <https://doi.org/10.1037/h0042026>
- McPhedran, R., Ratajczak, M., Mawby, M., King, E., Yang, Y., & Gold, N. (2023). Psychological inoculation protects against the social media infodemic. *Scientific Reports*, *13*(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-32962-1>
- Michael, E., & Breaux, D. A. (2021). Measuring ideology in American public opinion: Comparing the liberal-conservative scale and feeling thermometers. *The Social Science Journal*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/03623319.2021.1989877>
- Oestermeier, U., & Hesse, F. W. (2000). Verbal and visual causal arguments. *Cognition*, *75*(1), 65-104. [https://doi.org/10.1016/s0010-0277\(00\)00060-3](https://doi.org/10.1016/s0010-0277(00)00060-3)
- Padilla, L. M. K., Creem-Regehr, S. H., Hegarty, M., & Stefanucci, J. K. (2018). Decision making with visualizations: A cognitive framework across disciplines. *Cognitive Research: Principles and Implications*, *3*(1). <https://doi.org/10.1186/s41235-018-0120-9>
- Paz García, A., & Brussino, S. A. (2020). Efectos del tratamiento periodístico sesgado ideológicamente en el procesamiento cognitivo de información política. *Un abordaje experimental. Opinión Pública*, *26*(2), 351-376. <https://doi.org/10.1590/1807-01912020262351>
- Perondi, L. (2012). *Sinsemie: Scrivere, progettare, rappresentare*. Stampa Alternativa.
- Perondi, L., & Romei, L. (2022). Cose che si possono mostrare meglio con le figure: Analisi sinsemica degli anelli trinitari nel Liber Figurarum di Gioacchino da Fiore. *Giornale di Storia*, *40*.
- Perse, E. M. (2001). *Media effects and society*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Prior, M. (2013). Media and political polarization. *Annual Review of Political Science*, *16*(1), 101-127. <https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-100711-135242>
- Rau, M. A. (2016). Conditions for the Effectiveness of Multiple Visual Representations in Enhancing STEM Learning. *Educational Psychology Review*, *29*(4), 717-761. <https://doi.org/10.1007/s10648-016-9365-3>
- Redazione Pagella Politica. (2020). No, con i governi di centrosinistra non sono diminuiti 'tutti i reati'. *Pagella Politica*. <https://pagellapolitica.it/fact-checking/no-con-i-governi-di-centrosinistra-non-sono-diminuiti-tutti-i-reati>.
- Reynolds, A., & McCombs, M. (2002). News influence on our pictures of the world. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 1-18). Lawrence Erlbaum Associates.
- Rodrigo-Ginés, F.-J., Carrillo-de-Albornoz, J., & Plaza, L. (2023). A systematic review on media bias detection: What is media bias, how it is expressed, and how to detect it. *Expert Systems with Applications*, *237*, 121641. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121641>
- Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2019). Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. *Palgrave*

- Communications*, 5(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-019-0279-9>
- Rozenbeek, J., & Linden, S. van der. (2020). Breaking Harmony Square: A game that “inoculates” against political misinformation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(8). <https://doi.org/10.37016/mr-2020-47>
- Sablone, L. (2020). Fiano all’attacco: ‘Dobbiamo cancellare i decreti Sicurezza’. *Il Giornale*. <https://www.ilgiornale.it/news/politica/fiano-allattacco-dobbiamo-cancellare-i-decreti-sicurezza-1822964.html>.
- Sasseen, J., Olmstead, K., & Mitchell, A. (2013). Digital: As mobile grows rapidly, the pressures on news intensify. In *The state of the news media 2013*. Pew Research Center.
- Sato, Y., Mineshima, K., & Takemura, R. (2010). The efficacy of Euler and Venn diagrams in deductive reasoning: Empirical findings. In A. K. Goel, M. Jamnik, & N. H. Narayanan (Eds.), *Diagrams 2010: Diagrammatic Representation and Inference* (pp. 6-22). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-14600-8_6
- Schoenherr, J., Strohmaier, A. R., & Schukajlow, S. (2024). Learning with visualizations helps: A meta-analysis of visualization interventions in mathematics education. *Educational Research Review*, 44, 100639. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2024.100639>
- Snyder, J. M., & Strömberg, D. (2010). Press Coverage and Political Accountability. *Journal of Political Economy*, 118(2), 355-408. <https://doi.org/10.1086/652903>
- Spinde, T. (2021). *An Interdisciplinary Approach for the Automated Detection and Visualization of Media Bias in News Articles* [Doctoral dissertation]. University of Konstanz. <https://doi.org/10.18419/opus-11925>
- Spinde, T., Hamborg, F., Donnay, K., Becerra, A., & Gipp, B. (2021). Enabling News Consumers to View and Understand Biased News Coverage: A Study on the Perception and Visualization of Media Bias. *Proceedings of the ACM/IEEE Joint Conference on Digital Libraries in 2020*. <https://doi.org/10.1145/3383583.3398619>
- Spinde, T., Krieger, L., Ruas, T., Mitrović, J., Göring, S., Aizawa, A., Meuschke, N., & Gipp, B. (2022). MBIC - A Media Bias Annotation Dataset Including Annotator Characteristics. *Proceedings of the 22nd ACM/IEEE Joint Conference on Digital Libraries*. <https://doi.org/10.1145/3529372.3530936>
- Sundar, S. S. (1999). Exploring Receivers’ Criteria for Perception of Print and Online News. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76(2), 373-386. <https://doi.org/10.1177/107769909907600213>
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L., & Morag, Y. (2019). Fact-Checking: A Meta-Analysis of What Works and for Whom. *Political Communication*, 37(3), 1-26. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>
- Westlund, O. (2015). News consumption in an age of mobile media: Patterns, people, place, and participation. *Mobile Media & Communication*, 3(2), 151-159. <https://doi.org/10.1177/2050157914563369>
- Westlund, O., & Färdigh, M. A. (2012). Displacing and complementing effects of news sites on newspapers 1998-2009. *International Journal on Media Management*, 14(3), 177-194. <https://doi.org/10.1080/14241277.2012.657804>
- Westlund, O., & Färdigh, M. A. (2014). Accessing the news in an age of mobile media: Tracing displacing and complementary effects of mobile news on newspapers and online news. *Mobile Media & Communication*, 3(1), 53-74. <https://doi.org/10.1177/2050157914549039>
- Zheng, Y., Cai, X., Li, L., & Zhao, Y. (2021). The effectiveness of Venn diagrams in problem solving: A combined eye-tracking and data analysis approach. *Visual Informatics*, 5(1), 43-52. <https://doi.org/10.1016/j.visinf.2021.01.003>

BIO

Jim Pieretti


Jim Pieretti è un visual designer freelance specializzato in grafica editoriale, identità visiva e web design. È stato coinvolto in progetti culturali, istituzionali e di ricerca dopo aver concluso il percorso di laurea magistrale in comunicazione all’università Iuav di Venezia, dove attualmente è assistente di laboratorio.

Jim Pieretti is a freelance visual designer specializing in editorial design, visual identity, and web design. He has been involved in cultural, institutional, and research projects after completing his Master’s degree in Communication at Iuav University of Venice, where he currently works as a laboratory assistant.

IL SONNO DELLA VISIONE GENERA MOSTRI COSTRUZIONE DELLO SGUARDO E POLITICHE DELL'IMMAGINARIO

82 – 101

Lucia Lamacchia

 0009-0002-6296-596X

Accademia di Belle Arti di Catania

lucialamacchia@abacatania.it

Immaginario Collettivo • Regime Scopico • Cultura Visuale
Sguardo Occidentale • Visualità • Irrazionale

Il modo in cui una comunità osserva e interpreta la realtà, il suo regime scopico, è un fenomeno socialmente costruito. Ciò che percepiamo non è neutro né autoevidente, ma reso possibile da una rete di pratiche, dispositivi e strumenti che definiscono ciò che può essere visto e compreso in relazione a esigenze storiche e socio-economiche. Adottando un approccio teorico-critico, questo saggio analizza il ruolo delle immagini nella costruzione dello sguardo contemporaneo, assumendo una prospettiva interdisciplinare che intreccia design della comunicazione con storia dell'arte, cultura visuale, filosofia e antropologia. Nell'attuale *mediascape* la costruzione dell'immaginario collettivo è stata progressivamente delegata al mercato che ne orienta forme, linguaggi e desideri. Mettendo in evidenza il ruolo delle immagini come dispositivi capaci di orientare emozioni, convinzioni e comportamenti, il contributo traccia un percorso che si estende dalla dimensione biologica e soggettiva della percezione visiva fino ai regimi mediali contemporanei. In risposta alla mercificazione della visione lo studio promuove una rivalutazione dell'irrazionale, attribuendo ad artisti e designer il ruolo di agenti catalizzatori di nuovi immaginari e riconoscendo nell'automazione delle macchine un alleato capace di sollevare l'essere umano dai vincoli del lavoro tecnico.

83

Occhi per vedere

Tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento il biologo ed etologo Jacob von Uexküll (2010) introduce il concetto di *umwelt* per indicare il mondo soggettivo di un organismo considerando che ogni specie configura la realtà in maniera diversa ①. Dire "questa mela è rossa" non è una verità ontologica ma un effetto percettivo. Il colore non è una proprietà intrinseca delle cose ma un'interpretazione della luce visibile. Non esiste in sé ma accade, variando a seconda dell'occhio che lo osserva.

La luce è composta da diverse lunghezze d'onda, ognuna delle quali corrisponde a un colore. Quando incontra un oggetto, parte delle lunghezze d'onda viene assorbita e parte riflessa: sono queste ultime a raggiungere i nostri occhi e a generare la percezione del colore. La qualità che attribuiamo alla mela dipende dal modo in cui sia il nostro sistema visivo sia il cervello decodificano lo spettro luminoso percepibile. Sarebbe dunque più corretto affermare "questa mela mi appare rossa", poiché il rosso è l'unica lunghezza d'onda che l'oggetto non assorbe e che, di conseguenza, riusciamo a vedere. In base al funzionamento della luce si potrebbe anche affermare che "se questa mela mi appare rossa, allora rossa non è", essendo il rosso l'unico colore che la mela riflette e quindi che non incorpora.

"An object reflects a pattern of light on to the eye.

The light enters the eye through the pupil, is gathered by the lens, and thrown on the screen at the back of the eye, the retina. On the retina is a network of nerve fibres which pass the light through a system of cells to several millions of receptors, the cones. The cones are sensitive both to light and to colour, and they respond by carrying information about light and colour to the brain."

(Baxandall, 1978, p. 29)

Il cervello interpreta luce e colore grazie alle sue capacità innate e a quelle che gli derivano dall'esperienza. Queste differenze, il tendere a un'interpretazione piuttosto che a un'altra, sono determinate da categorie, modelli, abitudini di deduzione e analogie che Baxandall definisce lo "stile conoscitivo" individuale (p. 6, tda). Tante esperienze sono comuni a tutti, come riconoscere la nostra specie, mentre altre dipendono da diverse variabili. Lo sguardo si trasforma nel tempo e dimostra che la visione non è mai universale ma culturalmente determinata: l'"occhio del periodo" (p. 29, tda) è modellato dalla società che filtra il visibile attraverso una propria lente interpretativa.

L'occhio sociale

"Quasi tutta la storia della terra è stata raccontata in balia di una fantasia" (Haraway, 2016, p. 39, tda): l'immaginazione è una pratica sociale e la società stessa è il frutto dell'immaginario collettivo.



①

Screenshot dal video *Russian Soldier Surrenders to Drone on Bakhmut Battlefield*, 2025.

© The Wall Street Journal

Screenshot from the video *Russian Soldier Surrenders to Drone on Bakhmut Battlefield*, 2025. © The Wall Street Journal

Lo *zeitgeist*, lo spirito del tempo, non è un atto solitario ma una forma di partecipazione. Ogni immagine che produciamo si radica in un repertorio condiviso dalla comunità e lo alimenta. Ne sono un esempio gli ambienti contemporanei - dai supermercati ai grattacieli, dalle palestre ai *data center*, dai raduni di spinning ai social con i loro *reel* - le cui strutture organizzative ci immergono in pattern prevedibili ②, ③.

Roland Barthes (1980) definisce lo *studium*, la dimensione culturale e condivisa dell'immagine, distinguendolo dal *punctum*, l'aspetto più personale, che colpisce in modo privato e che sfugge ai codici sociali. Le immagini sono presenze vive, non semplici oggetti estetici, ma potenti attivatori (Freedberg, 1989). Producono un effetto realtà (Barthes, 1980). Non si limitano a rappresentare ma invitano all'azione (Gibson, 1979). Proviamo anche solo a pensare di strappare la fotografia con il ritratto di nostra madre per comprendere quanto questo rapporto sia concreto e viscerale. Nel 1895, con la pubblicazione di *Psychologie des foules*, Gustave Le Bon sostiene che la folla pensa per immagini e non è influenzabile dal ragionamento. Questo concetto, contrariamente a quanto si potrebbe supporre, riguarda anche gli individui più colti che perdono autonomia di giudizio quando ne fanno parte.

85

“L'effrayante absurdité de la légende d'un Dieu se vengeant sur son fils par d'horribles supplices de la désobéissance d'une de ses créatures, n'a pas été aperçue pendant bien des siècles. Les plus puissants génies, un Galilée, un Newton, un Leibniz, n'ont pas même supposé un instant que la vérité de tels dogmes pût être discutée.”
(Le Bon, 1895, pp. 87-88)

Anche pochi individui possono costituire una folla. Tuttavia non basta riunire casualmente molte persone per creare una folla psicologica: perché emerga un comportamento collettivo servono stimoli intensi, grandi avvenimenti rappresentati da immagini potenti e suggestive. Un esempio moderno è dato dalle scene trasmesse durante gli attacchi alle Torri Gemelle che ebbero un profondo impatto sull'immaginario collettivo, nazionale e internazionale. L'evento suscitò un forte senso di unità e portò all'annuncio della Global War on Terrorism (GWOT), una campagna militare e di sicurezza contro i gruppi terroristici responsabili. Anche le parole, in questo contesto, rivestono un ruolo cruciale. Non agiscono tanto per il loro significato letterale quanto per le rappresentazioni, le emozioni e le associazioni che evocano.

Un caso emblematico è lo slogan *There Is No Alternative* la cui eredità simbolica continua a orientare il nostro orizzonte politico e immaginativo.

Lo studio di una lingua mostra come il lessico cambi lentamente mentre i valori a esso legati si trasformano costantemente con l'evoluzione culturale e sociale. Basti pensare a termini come *schiaivo*, *normale* o *sposa*, le cui connotazioni sono profondamente mutate nel tempo. Alterare il significato delle parole diventa un mezzo per controllare le immagini e, di conseguenza, le idee che ne scaturiscono. Questo principio si riflette oggi nelle restrizioni linguistiche imposte dall'amministrazione Trump (Connelly, 2025). In sintesi le idee penetrano nelle masse tramite concetti semplici e suggestivi e, in questo processo, le immagini giocano un ruolo chiave. Ogni cambiamento politico avviene attraverso la sostituzione del vecchio immaginario (Freedberg, 1989); lo sradicamento di un'ideologia non nasce in un giorno ma è il risultato di nuove credenze che, lentamente, prendono forma e si diffondono come nel caso del nazionalismo o del movimento *no global*.

Lo sguardo occidentale

Molte delle consuetudini visive di una cultura non vengono normalmente documentate per iscritto. Oggi, davanti alla Flagellazione di Cristo di Piero della Francesca, non possediamo più la precisione matematica, quell'allenamento dello sguardo che un tempo sollecitava l'intellettuale.

“If we observe that Piero della Francesca tends to a gauged sort of painting, Fra Angelico to a preached sort of painting, and Botticelli to a danced sort of painting, we are observing something not only about them but about their society.”
(Baxandall, 1978, p. 152)

Con l'affermarsi del sapere mercantile, nel Quattrocento, la visione acquisì anche una dimensione pratica ed economica. Il commerciante doveva stimare a colpo d'occhio il volume di un barile, di un sacco, di una balla (i contenitori standardizzati si diffonderanno a partire dal XX secolo con le prime linee di montaggio installate da Henry Ford). Piero della Francesca, pittore e autore del *De Abaco*, un trattato commerciale, inseriva nei dipinti “combinazioni di corpi geometrici calcolabili” invitando lo spettatore a fare di conto (Baxandall, 1978, pp. 88-89, tda). Questa competenza determinava anche il valore economico dell'artista poiché chi la padroneggiava veniva meglio retribuito. Durante il Rinascimento, grazie anche all'uso della prospettiva lineare, avviene un cambio di paradigma sociale. Con la diffusione della cultura della misurazione e del principio di non contraddizione aristotelico,





③

Anatoly Anikin, Helsinki, Finland, 2018.

© Unsplash

Anatoly Anikin, Helsinki, Finland, 2018.

© Unsplash

si pongono le basi per un mondo moderno ed esatto e si affermano nuovi criteri nelle rappresentazioni: prende forma quello che Florensky (1919) definisce lo sguardo occidentale.

Così come le rappresentazioni quattrocentesche hanno contribuito al passaggio dal mondo del pressappoco all'universo della precisione (Koyré, 2000), l'esigenza capitalista ha progressivamente espulso l'irrazionale dalla sfera dell'esperienza ordinaria poiché incompatibile con la nascente economia del lavoro e con la nuova produttività. In questa direzione l'antropologa Stefania Consigliere (2024) osserva come Lari e Penati siano stati rimossi dagli ambienti domestici, sostituiti da spazi prospettici, razionalizzati e funzionali.

Disneyland ¹ e l'industria dell'immaginario

Secondo De Martino (1959) l'alternativa fra magia e razionalità è uno dei grandi temi su cui è nata la civiltà moderna. È stato praticato un ostracismo nei confronti di qualsiasi sapere alternativo al racconto dominante che, in quanto autonomo, doveva essere negato e soppresso. La magia sopravvive oggi come tema commerciale e si manifesta in spazi dell'immaginario come Disneyland. In questo contesto il parco tematico viene assunto come caso studio poiché offre un modello esemplare di organizzazione percettiva funzionale al consumo rendendo espliciti i meccanismi attraverso cui la visione viene progettata, standardizzata e controllata.

Quando nel 1992 la multinazionale statunitense inaugurò il suo primo parco europeo, la fondatrice del Théâtre du Soleil, Ariane Mnouchkine, definì l'apertura una "Černobyl culturale". Riconosciuto come il luogo dei sogni, o il simulacro (Baudrillard, 1981), non si configura come un semplice luogo di intrattenimento ma come un modello paradigmatico di costruzione dell'esperienza e messa in scena dello spazio. Un dispositivo ideologico che ordina il mondo secondo un preciso modello: ogni passo previsto, ogni deviazione esclusa, luci e suoni guidano sguardo e umore. Un'architettura immersiva che non lascia spazio all'improvvisazione, un *détournement* in chiave estetica e commerciale: l'orto è di legno,

1

Dal 30 giugno al 6 luglio 2025 nell'ambito del progetto *Art.it: Art in Transition. Arts between Environmental Sustainability* è stata svolta un'attività di osservazione in due contesti: lo Studio Orta e Disneyland Paris. L'esperienza si inserisce nella ricerca dottorale *Un altro mondo è visibile*, sviluppata presso l'Accademia di Belle Arti di Catania, volta a rendere visibili scenari alternativi e a indagare il potenziale trasformativo delle immagini in un contesto di crisi e di impoverimento della capacità immaginativa.

è sempre Natale, il parcheggio è per i passeggiatori. I suoni evocano ricordi infantili, difficile non pensarci al primo ascolto. La luce nei negozi è soffusa, come quella che precede il sonno. La prima strada che si incontra è *Main Street, U.S.A.*, ricostruzione dell'America di inizio Novecento. Le bambine indossano abiti da principessa e, nonostante l'abbondanza di attrazioni, non è raro imbattersi in bambini assorti negli smartphone. Si incontrano personaggi immaginari in carne e ossa. Le mascotte sfilano su carri coloratissimi salutando e augurando a tutti un buon compleanno. Gli addetti alle pulizie sono gli unici elementi grigi. Il Disney Village, area commerciale antistante l'ingresso, è liberamente accessibile. Si raggiunge attraverso una zona industriale: un non-luogo di multinazionali, infrastrutture logistiche e hotel, pensato per chi non può permettersi i resort tematici.

Lo sguardo collettivo

Le multinazionali come Netflix, attraverso i loro universi industrializzati, plasmano linguaggi e desideri, producendo una "paralisi dell'immaginazione" (Consigliere, 2024, p. 15, tda). Questi mondi senza passato né futuro in cui tutto è frammentato in un presente caotico e rumoroso creano esperienze intense ma svuotate di senso, senza orientamento, come in un delirio spaziale. Una condizione che ritorna nell'estetica disordinata dei media contemporanei caratterizzati da incoerenza e sovraccarico emotivo. L'adesione a modelli culturali globalizzati produce pratiche espressive fortemente omogenee: giovani di contesti geografici e culturali differenti seguono gli stessi trend e realizzano contenuti analoghi sulle piattaforme digitali come TikTok. È così possibile osservare utenti che riproducono lo stesso format in Italia come in Francia o in Vietnam.

Sentirsi parte di un repertorio simbolico condiviso ha anche un costo. Nel contesto italiano l'accesso all'archivio culturale si è spostato, in un tempo relativamente breve, dalle pratiche informali, illegali e gratuite del *download peer-to-peer* a sistemi di abbonamento strutturati - con pubblicità, senza pubblicità e premium - offerti da piattaforme di streaming come Netflix, Disney+ o Amazon Prime. L'esclusione dal mainstream assume una valenza emarginante mentre l'inclusione incrementa il livello di *engagement*, inteso sia in senso mediale sia come forma di relazione sociale.

Più un contenuto è visualizzato più aumenta la sua visibilità e la sua capacità di essere capitalizzato. La visione diventa così un atto produttivo misurato da metriche quantitative. Guardando i *reel* ci immergiamo volontariamente in una ripetizione infinita di elementi che inducono un'ipnosi simultaneamente isolata e collettiva. Questi loop, che seguono la logica

delle slot machine ❷, plasmano le nostre capacità cognitive (in Brizioli et al., intervento di Milani, 2025) orientando sentimenti e idee in un'unica direzione: quella del mercato. Paradossalmente in questo sovraccarico di sollecitazioni ci sembra di vivere quel tempo come relax.

Oggi viviamo in quella che Jean-Louis Comolli definisce “frenesia del visibile” (1980, p. 140, tda): la spinta incessante tipica della società capitalistica a produrre, consumare e archiviare una quantità sempre crescente di immagini. In questo contesto il cinismo e la paura, sentimenti intrinseci al sistema capitalista, hanno come effetto quello di soffocare il rischio e coltivare il conformismo. Ne consegue una predilezione per le minime alterazioni e per la riproduzione seriale di formule commerciali già affermate (Fisher, 2009).

Per Fisher da un lato viviamo in una cultura che esalta solo l'istantaneità: ciò che conta è l'oggi mentre la visione a lungo termine viene rimossa sia verso il futuro che verso il passato, come dimostrano le notizie che dominano i media per pochi giorni prima di svanire nel nulla. Dall'altro lato questa stessa cultura è pervasa da una nostalgia eccessiva ripiegata su sé stessa e incapace di produrre autentiche innovazioni. L'individuo contemporaneo è isolato, competitivo e disincantato. Dopato dall'*infotainment* che ha reso la visione un ulteriore lavoro non retribuito. Non è più solo il corpo in fabbrica a compiere attività ripetitive e alienanti ma è anche lo sguardo, nel nostro tempo libero, a essere automatizzato.

Oggi le immagini che più sembrano generare forme di appartenenza sono i meme: unità minime di senso collettivo, atomi comunicativi a-significanti (Berardi, 2011). Un esempio emblematico è Pepe the Frog, la rana antropomorfa di Matt Furie, nata nel 2005 come simbolo innocuo e poi risemantizzata dai Groyper, un movimento online di estrema destra statunitense. È stata utilizzata durante la campagna elettorale di Trump del 2016 per poi diventare una delle icone del cinismo reazionario dell'*alt-right*. Nel meme il significato non risiede più nella forma o nel contenuto, ma nella sua capacità di circolare e collegare una comunità.

❷

Tristan Harris, ex *design ethicist* di Google, evidenzia come il design dei social riprenda le logiche del gioco d'azzardo richiamando gli studi sul condizionamento operante di B. F. Skinner. Secondo lo psicologo statunitense i rinforzi imprevedibili, positivi e negativi, incentivano il coinvolgimento dell'utente (Lewis, 2017).

La controvisualizzazione

In un'intervista del 2007 (Orlowski) il regista inglese Adam Curtis sostiene che ci troviamo in un momento di grande invenzione tecnica ma di stagnazione artistica. In un'epoca in cui si è persa fiducia nelle grandi ideologie si vive nell'“impero del sé” e, guardando internet, si monitorano costantemente le scelte altrui consumando narrazioni al fine di costruirsi un ruolo. Attività come perdere peso o migliorare il proprio aspetto fisico rientrano così in un regime “consentimentale” in cui stare bene, per apparire bene, costituisce un modello riduttivo ed edonista di salute (Fisher, 2009, p. 80, tda). I contenuti consumati sono principalmente generati dagli utenti che, senza approfondimento, atomizzano il consenso producendo numerose visioni standardizzate. Una sicurezza collettiva alimentata dagli algoritmi attraverso rinforzi come: *potrebbe piacerti anche, ti piacerà di sicuro, consigliati per te*. Ciò che artisti e professionisti dovrebbero fare, secondo Curtis, consiste nel portare fuori da sé stessi, ispirare, mostrare ciò a cui non si era pensato: divertire, in senso letterale, condurre altrove, come suggerito da Fisher.

“Rather, the most powerful forms of desire are precisely cravings for the strange, the unexpected, the weird.

These can only be supplied by artists and media professionals who are prepared to give people something different from that which already satisfies them; by those, that is to say, prepared to take a certain kind of risk.” (Fisher, 2009, p. 83)

Secondo Rutger Bregman (2017) per cambiare il mondo è necessario essere irrealisti, poco ragionevoli, implausibili: come chi puntava ad abolire lo schiavismo o chi sosteneva il suffragio femminile. Per abitare la catastrofe in cui ci troviamo è necessario riappropriarci delle sfumature dell'esistenza, legittimare tutte le forme di vita e coltivare l'irrazionale (Haraway, 2016). Le macchine, in questo, possono essere nostre alleate: la parola robot deriva dal termine ceco *robota* che significa fatica. L'automazione ci può liberare dalle attività necessarie (McLuhan, 1997), permettendoci di dedicarci all'inutile (Bataille, 1949). Deleghiamo alla tecnica ogni atto meccanico: un esempio emblematico è suggerito dal teorico Ciaponi nel suo intervento *Estetiche rotte* (2025) in cui, attraverso il rifiuto della simulazione, propone il recupero della dimensione corporea nel processo di stampa. Tale posizione è documentata dal progetto editoriale *Dirty Furniture*, fondato da Anna Bates ed Elizabeth Glickfeld, la cui grafica è volutamente irregolare e, proprio per questo, carica di tensione.

“Il design e l'editoria che aspirano alla perfezione asettica non sono semplicemente “belli” in un senso estetico sterile; sono, piuttosto, dispositivi di disciplinamento dello sguardo.” (Ciaponi, 2025, p. 7)

Smettiamo i panni dell'identità: diventiamo irricognoscibili, indistinti, incompiuti e incomputabili alla lettura dei dati (Ippolita, 2024). Concediamo più tempo alla vita collettiva riscoprendo la lentezza: come faceva David Tartakover, graphic designer e attivista politico israeliano, con i poster realizzati per le strade di Tel Aviv e distribuiti direttamente al pubblico. Manifesti, che definiva *sismografi*, pensati per reagire agli eventi e interferire con le rappresentazioni dominanti in linea con il pensiero del poeta ebraico Hameiri "la libertà di opinione non è un diritto ma un dovere".

È fondamentale che la fantasia superi la realtà, che la creazione venga intesa "come atto di guerra", per usare le parole di Enzo Mari: progettare, per non essere progettati (Gnoli, 2015). Nell'epoca dell'automazione in cui l'esperienza viene ridotta a indicatori quantitativi la comunicazione visiva ha la responsabilità di sottrarsi a questa logica. Piuttosto che limitarsi a produrre "redesign" e "cosmesi creativa" (Mendini, 1980, p. 34) diventa necessaria la messa in discussione dei valori fondanti stessi del progetto.

Il manifesto oggi può *scomunicare*, *essere disfunzionale* e di *pubblica inutilità*, aprendo così spazi per il dissenso. Sul modello del collettivo Global Tools che negli anni settanta elogiava provocatoriamente il banale progettando dispositivi di condizionamento fisico. Oppure seguendo l'esempio di Carson che nel 1992, di fronte a un contenuto insignificante, rese illeggibile l'intervista a Bryan Ferry utilizzando un font composto interamente da simboli. O ancora guardando all'estetica della povertà di cui parla Ciaponi che usa l'errore come linguaggio politico.

Se le immagini sono strumenti così determinanti nel plasmare la nostra percezione del mondo, diventa necessario interrogarsi sulle condizioni materiali e politiche della loro produzione e circolazione, oggi largamente dominate dal mercato, che relegano artisti e designer a un ruolo marginale o strumentale. Matt Furie, il creatore di Pepe the Frog, ha passato anni a cercare di recuperare l'immaginario del suo personaggio scivolato nell'ala più estrema della destra americana, ma con scarso successo. Fino a quando un manifestante, vestito da rana gonfiabile, fu vittima di spray al peperoncino spruzzato direttamente nella presa d'aria del costume, durante un sit-in davanti a una sede dell'ICE, l'agenzia federale statunitense per il controllo dell'immigrazione. L'episodio divenne virale e, anziché scoraggiare il travestimento, scatenò un effetto a catena. A Portland nel 2025 è nata Operation Inflation,

un'iniziativa che fornisce costumi gonfiabili a basso costo ai manifestanti. Unicorni, conigli, dinosauri, polli e rane invadono le strade americane sotto il motto "il più grande atto di resistenza di fronte all'oscurità è la gioia radicale".

Il trumpismo ha bisogno di immagini di un nemico violento per legittimare la propria repressione (Colamedici, 2025). Ma può ottenerle quando gli agenti sono alle prese con creature grottesche e ciclisti in costume adamitico? ④

In questo periodo in cui, come in un videogioco, chi visualizza male perde l'incontro, non serve tanto mettere in scena uno scontro tra visioni politiche quanto attivare una guerra tra mondi: immaginario *vs* reale. Un contesto bellico in cui artisti e designer, in qualità di visionari, partono avvantaggiati; la chiamata alle armi consiste nell'addestrare eserciti di sognatori, generatori di utopie e moltiplicatori di realtà.

L'utopia fondatrice dello Studio Orta

Non lontano da Parigi ha sede lo Studio Orta considerato in questa analisi come contro-caso studio rispetto al modello incarnato da Disneyland. Nel 1994, in un contesto segnato dalle stesse tensioni che spinsero Disney a realizzare il primo parco tematico europeo, Jorge Orta redige il manifesto *The Return of the Utopias*. Il testo riflette sul ruolo dei giovani, dell'arte e della creatività nella ricostruzione della società, denunciando al contempo il materialismo e le disuguaglianze del XX secolo definito come il regno delle anti-utopie. Orta rifiuta l'utopia come luogo irraggiungibile: promuoverne il ritorno significa inventare un altro mondo e soprattutto realizzarlo.

Questa visione si concretizza nel 2000 quando, insieme a Lucy, occupa Les Moulins, un complesso di edifici industriali nella valle del fiume Grand Morin. I mulini passano da luoghi di produzione materiale a dispositivi immaginativi: un'"utopia concreta", citando Bloch (1986), o "fondatrice", come preferisce definirla Jorge Orta (1994). La struttura è preservata mentre le funzioni e le atmosfere sono trasformate: gallerie, atelier, residenze per artisti, opere *site-specific* e spazi conviviali favoriscono il dialogo. Un equilibrio tra passato e futuro, urbano e rurale, materia e immaginazione: un luogo rizomatico (Deleuze & Guattari, 1980).

Il primo negozio è a quindici minuti, la bicicletta è il mezzo privilegiato e gli spazi, un tempo scanditi dal ritmo ripetitivo e meccanico, invitano alla lentezza.

In questo quadro emerge la figura dell'artista-*utopus* dotato di *spiritus phantasticus*:

"Solo l'immaginazione creativa può fornire alla mente l'intuizione necessaria per progettare un modello e metterlo in pratica" (Orta, 1994, tda).



La fabbrica dei mondi

Dopo quattro secoli di coalescenza fra colonialismo, capitalismo e scienza, il problema non è tanto l'anti-scientificità, il populismo o la post-verità, quanto la resa del pensiero: l'incapacità di immaginare visioni alternative. Servono nuovi mondi affinché ne esista almeno uno in cui riconoscersi. Bisogna rivalutare l'irrazionale, liberarsi dall'uso fascista dell'incanto, rifiutare le passioni tristi e sottrarsene.

“There are places where humans receive teachings from plants; belong to the same ontological category as the wind and to another category than their children; are possessed by a spirit and much more, in endless variations and configurations. Anthropologists do not hesitate to speak of *worlding*.”
(Consigliere, 2024, p. 101)

Bruno Latour invita tutti a raccontare le “geostorie” (citato da Haraway, 2016, pp. 40-41, tda) e propone una nuova condizione ontologica e politica dell'essere umano: quella dell'*earthbound*. Non più un soggetto posto al vertice della Terra ma un essere che le appartiene: non *nel* mondo, ma *del* mondo.

92

- Secondo il filosofo Nelson Goodman i mondi si fabbricano sempre a partire da quelli esistenti: “il fare è un rifare” (1978, p. 6, tda). In questo quadro individua alcune pratiche di *worldmaking* ⑤, ⑥, ⑦, ⑧:
- *composizione e scomposizione* (smontare e rimontare l'esistente, come nel progetto *It's Getting Better* di Stefan Sagmeister che traduce dati in messaggi visivi volti a evidenziare i progressi del mondo a lungo termine);
 - *peso e importanza* (attribuzione di rilievo selettivo ad alcuni aspetti della realtà, come nelle fotografie degli *Epstein Files* dove l'oscuramento orienta lo sguardo e produce significato);
 - *ordinamento* (strutturando il mondo secondo sistemi di riferimento, come nel Rinascimento che con la prospettiva lineare organizza lo spazio dal punto di vista dello spettatore);
 - *eliminazione e integrazione* (attraverso soppressioni o aggiunte al preesistente, come nelle interfacce grafiche, le GUI, mediante pulsanti, cursori e menu);
 - *deformazione* (modificando o distorcendo i modelli precedenti, come nel caso di Picasso con *Las Meninas* di Velázquez).

Si tratta di una lista non esaustiva di pratiche utili “per fabbricare mondi costruendo versioni” (Goodman, 1978, p. 96, tda). Come suggerisce Latour (citato da

Haraway, 2016, pp. 40-41), non spetta solo ad artisti e designer partecipare a questo processo di cosmogonia soprattutto in un'epoca in cui:

“Revolutionaries concern themselves with bread, water, housing and weapons. Rites, dreams and explorations of the imaginary are the stuff of fascists.”
(Consigliere, 2024, p. 68)

È tempo, dunque, di riabilitare l'immaginazione come infrastruttura politica, di tornare a visualizzare insieme l'immanifesto come centomila anni fa, quando i nostri antenati lasciarono l'Africa e cominciarono a guardare sempre più lontano (Rovelli, 2014).

THE SLEEP OF VISION PRODUCES MONSTERS CONSTRUCTING THE GAZE AND POLITICS OF IMAGINATION

Collective Imaginary, Scopic Regime, Visual Culture, Western Gaze, Visuality, Irrational

Abstract

The way a community observes and interprets reality, its scopic regime, is a socially constructed phenomenon. What we perceive is neither neutral nor self-evident, but is made possible by a network of practices, devices, and tools that define what can be seen and understood in relation to specific historical and socio-economic conditions. Adopting a theoretical-critical approach, this paper aims to examine the role of images in shaping the contemporary gaze from an interdisciplinary perspective that intertwines communication design with art history, visual culture, philosophy, and anthropology. Within the current mediascape, the construction of the collective imaginary has been progressively delegated to the market, which shapes its forms, languages, and desires. By highlighting the role of images as devices capable of orienting emotions, beliefs, and behaviors, this analysis traces a trajectory extending from the biological and subjective dimensions of visual perception to contemporary media regimes.

In response to the commodification of vision, this study points to a reevaluation of the irrational, positioning artists and designers as catalysts for new imaginaries and recognizing the automation of machines as an ally capable of relieving human beings of the constraints of technical labor.

Eyes to See

Between the late nineteenth and early twentieth centuries the biologist and ethologist Jakob von Uexküll (2010) introduced the concept of *umwelt* to describe the subjective world of an organism, arguing that each species configures reality in a different way ①. Saying “this apple is red” is not an ontological truth but a perceptual effect. Color is not an intrinsic property of things but an interpretation of visible light. It does not exist in itself but occurs and varies according to the eye that observes it. Light is composed of different wavelengths, each corresponding to a color.

When they encounter an object, some wavelengths are absorbed while others are reflected. The reflected wavelengths reach our eyes and generate the perception of color. The quality we attribute to the apple depends on how our visual system and brain decode the perceptible light spectrum. It would therefore be more accurate to say “this apple appears red to me,” since red is the only wavelength the object does not absorb and that we are able to see. Based on how light functions, one could also argue that “if this apple appears red to me, then it is not red,” since red is the only color the apple reflects and therefore does not incorporate.

93

“An object reflects a pattern of light on to the eye.

The light enters the eye through the pupil, is gathered by the lens, and thrown on the screen at the back of the eye, the retina. On the retina is a network of nerve fibres which pass the light through a system of cells to several millions of receptors, the cones. The cones are sensitive both to light and to colour, and they respond by carrying information about light and colour to the brain.”

(Baxandall, 1978, p. 29)

The brain interprets light and color through its innate capacities and those derived from experience. These differences, the tendency toward one interpretation rather than another, are determined by categories, models, habits of deduction, and analogies that Baxandall defines as the individual “cognitive style” (p. 6). Many experiences are common to everyone, such as recognizing our own species, while others depend on different variables. The gaze changes over time, demonstrating that vision is never universal but culturally determined: the “period eye” (p. 29) is shaped by society, which filters what is visible through its own interpretative lens.

The Social Eye

“So much of earth history has been told in the thrall of the fantasy” (Haraway, 2016, p. 39): imagination is

a social practice, and society itself is the product of the collective imaginary. The *zeitgeist*, the spirit of the time, is not a solitary act but a form of participation. Every image we produce is rooted in a repertoire shared by the community and, in turn, nourishes it. Contemporary environments—from supermarkets to skyscrapers, from gyms to data centers, from spinning gatherings to social media reels—provide an example through their organizational structures that immerse us in predictable patterns ②, ③.

Roland Barthes (1980) defines *studium*, the cultural and shared dimension of the image, distinguishing it from *punctum*, the more personal aspect that strikes in a private way and eludes social codes. Images are living presences, not mere aesthetic objects but powerful activators (Freedberg, 1989). They produce a reality effect (Barthes, 1980). They do not merely represent but invite action (Gibson, 1979). Let us imagine tearing up a photograph bearing the portrait of our mother to understand how concrete and visceral this relationship is. In 1895, in his work *Psychologie des foules*, Gustave Le Bon argued that the crowd thinks in images and is not influenced by reasoning. Contrary to what one might suppose, this notion also concerns the most educated individuals, who lose autonomy of judgment when they become part of it.

“L’effrayante absurdité de la légende d’un Dieu se vengeant sur son fils par d’horribles supplices de la désobéissance d’une de ses créatures, n’a pas été aperçue pendant bien des siècles. Les plus puissants génies, un Galilée, un Newton, un Leibniz, n’ont pas même supposé un instant que la vérité de tels dogmes pût être discutée.”
(Le Bon, 1895, pp. 87-88)

Even a few individuals can constitute a crowd. However, it is not enough to bring many people together at random to create a psychological crowd: for collective behavior to emerge, intense stimuli are required, major events represented by powerful and evocative images. A modern example is provided by the scenes broadcast during the attacks on the Twin Towers, which had a profound impact on the global collective imagination. The event aroused a strong sense of unity and led to the announcement of the Global War on Terrorism (GWOT), a military and security campaign against the responsible terrorist groups. Words, too, in this context, play a crucial role. They act not so much through their literal meaning as through the representations, emotions, and associations they evoke. An emblematic case is the slogan *There Is No Alternative*, whose symbolic legacy continues to shape our political and imaginative horizon. Linguistics shows how the lexicon changes slowly while the values associated with it continually transform alongside cultural and social evolution.

One need only think of terms such as *slave*, *normal*, or *bride*, whose connotations have profoundly changed over time. Altering the meaning of words becomes a means of controlling images and, consequently, the ideas that arise from them. For instance, this is reflected today in the linguistic restrictions imposed by the Trump administration (Connelly, 2025). In sum, ideas penetrate the masses through simple and evocative concepts, and in this process, images play a key role. Every political change occurs through the replacement of the old imaginary (Freedberg, 1989); the uprooting of an ideology does not arise in a single day but is the result of new beliefs that slowly take shape and spread, as in the case of nationalism or the no-global movement.

The Western Gaze

Many of the visual conventions of a culture are not normally documented in writing. Today, before Piero della Francesca's *Flagellation of Christ*, we no longer possess the mathematical precision, that training of the eye that once challenged the intellectual.

“If we observe that Piero della Francesca tends to a gauged sort of painting, Fra Angelico to a preached sort of painting, and Botticelli to a danced sort of painting, we are observing something not only about them but about their society.”
(Baxandall, 1978, p. 152)

94

With the rise of mercantile knowledge in the fifteenth century, vision also acquired a practical and economic dimension. The merchant had to estimate at a glance the volume of a barrel, a sack, or a bale (standardized containers would spread beginning in the twentieth century with the first assembly lines installed by Henry Ford). Piero della Francesca, painter and author of *De Abaco*, a commercial treatise, incorporated into his paintings “combinations of manageable geometric bodies,” inviting the viewer to reckon (Baxandall, 1978, pp. 88–89). This competence also determined the artist's economic value, since those who mastered it were better paid.

During the Renaissance, also thanks to the use of linear perspective, a social paradigm shift took place. With the spread of the culture of measurement and the Aristotelian principle of non-contradiction, the foundations were laid for a modern and exact world, and new criteria in representation took hold: what Florensky defines as the Western gaze (1919). Just as fifteenth-century representations contributed to the transition from the world of the approximate to the universe of precision (Koyré, 2000), capitalist demands progressively excluded the irrational from the sphere of ordinary experience, as it clashed with

the emerging economy of labor and new productivity. In this direction, the anthropologist Stefania Consigliere (2024) observes how the Lares and Penates were removed from domestic environments, replaced by perspectival, rationalized, and functional spaces.

Disneyland ¹ and the Industry of the Imaginary

According to De Martino (1959), the alternative between magic and rationality is one of the great themes on which modern civilization was founded. Any knowledge alternative to the dominant narrative has been subjected to ostracism and, insofar as it was autonomous, had to be denied and suppressed. Magic survives today as a commercial theme and manifests itself in spaces of the imaginary such as Disneyland. In this context, the theme park is taken as a case study because it offers an exemplary model of perceptual organization functional to consumption, making explicit the mechanisms through which vision is designed, standardized, and controlled.

When, in 1992, the American multinational inaugurated its first European park, the founder of the Théâtre du Soleil, Ariane Mnouchkine, described the opening as a “cultural Chernobyl.” Recognized as the place of dreams, or the “simulacrum” (Baudrillard, 1981), it is not configured as a simple place of entertainment but as a paradigmatic model of the construction of experience and the staging of space. An ideological device that organizes the world according to a precise model: every step foreseen, every deviation forbidden; lights and sounds guide the gaze and the mood.

It is an immersive architecture that leaves no room for improvisation, a *détournement* in an aesthetic and commercial key. The vegetable garden is made of wood; it is always Christmas; the parking area is for strollers. The sounds evoke childhood memories; it is difficult not to think of them at first hearing. The light in the shops is soft, like that which precedes sleep. The first street one encounters is Main Street, U.S.A., a reconstruction of early twentieth-century America. Little girls wear princess dresses and, despite the welter of attractions, it is not uncommon to come across children absorbed in their smartphones. One encounters imaginary characters in the flesh. Mascots parade on brightly colored floats, waving and wishing everyone a happy birthday. The cleaning staff are the only gray

1

From June 30 to July 6, 2025, as part of the project *Art.it: Art in Transition. Arts between Environmental Sustainability*, an observational activity was carried out in two contexts: Studio Orta and Disneyland Paris. The experience is part of the PhD research *Another World Is Visible*, developed at the Academy of Fine Arts of Catania, aimed at making alternative scenarios visible and investigating the transformative potential of images in a context of crisis and impoverishment of imaginative capacity.

elements. Disney Village, the commercial area in front of the entrance, is freely accessible. It is reached through an industrial zone: a non-place of multinationals, logistical infrastructures, and hotels, designed for those who cannot afford the themed resorts.

The Collective Gaze

Multinationals such as Netflix, through their industrialized universes, shape languages and desires, producing a “paralysis of the imagination” (Consigliere, 2024, p. 15). These worlds without past or future, in which everything is fragmented into a chaotic and noisy present, create intense yet emptied experiences lacking orientation, almost as in a spatial delirium. This feature is also evident in the chaotic aesthetics of contemporary media, characterized by incoherence and emotional overload.

Adherence to globalized cultural models produces strongly homogeneous expressive practices: young people from different geographical and cultural contexts follow the same trends and create similar content on digital platforms such as TikTok.

It is thus possible to observe users reproducing the same formats in Italy as in France or in Vietnam.

95

Feeling part of a shared symbolic repertoire also comes at a cost. In the Italian context, access to the cultural archive has shifted, in a relatively short time, from the informal, illegal, and free practices of peer-to-peer downloading to structured subscription systems—with advertising, without advertising, and premium—offered by streaming platforms such as Netflix, Disney+, or Amazon Prime.

Exclusion from the mainstream takes on a marginalizing value, while inclusion increases the level of engagement, understood both in a media sense and as a form of social relationship. The more a piece of content is viewed, the more its visibility and capacity for capitalization increase. Viewing thus becomes a productive act measured by quantitative metrics. By watching reels, we voluntarily immerse ourselves in an endless repetition of elements inducing a hypnosis that is simultaneously isolated and collective. These loops, which follow the logic of slot machines ^②, shape our cognitive capacities (in Brizioli et al., Milani’s contribution, 2025), directing feelings and ideas in a single direction: that of the market. Paradoxically, within this overload of stimuli, we feel we are experiencing that time as relaxation.

Today we live in what Jean-Louis Comolli defines as the “frenzy of the visible” (1980, p. 140): the incessant drive typical of capitalist society to produce, consume, and archive an ever-increasing quantity of images. In this context, cynicism and fear, sentiments intrinsic

to the capitalist system, have the effect of stifling risk and cultivating conformism. This results in a preference for minimal alterations and for the serial reproduction of already established commercial formulas (Fisher, 2009). According to Fisher, on the one hand we live in a culture that exalts only instantaneity: what matters is today, while long-term vision is removed, both toward the future and the past, as demonstrated by the news that dominates the media for a few days before vanishing altogether. On the other hand, this same culture is pervaded by an excessive nostalgia turned inward upon itself and incapable of producing authentic innovations. The contemporary individual is isolated, competitive, disenchanted, and doped by infotainment, which has turned viewing into a further form of unpaid labor. It is no longer only the body in the factory that performs repetitive and alienating activities; the gaze itself, in our free time, is automated.

Today, the images that seemingly generate most forms of belonging are memes: minimal units of collective meaning, a-signifying communicative atoms (Berardi, 2011). An emblematic example is Pepe the Frog, the anthropomorphic frog created by Matt Furie, born in 2005 as an innocuous symbol and later re-semanticized by the Groypers, an American far-right online movement. It was used during Trump’s 2016 electoral campaign and then became one of the icons of alt-right reactionary cynicism. In memes, meaning no longer resides in form or content but in its capacity to circulate and connect a community.

The Countervisualization

In a 2007 interview (Orlowski), the English director Adam Curtis argues that we find ourselves in a moment of great technical invention but also of artistic stagnation. In an era in which faith in the great ideologies has been lost, one lives in the “empire of the self” and, by looking at the internet, constantly monitors the choices of others, consuming narratives in order to construct a role for oneself. Activities such as losing weight or improving one’s physical appearance thus fall within a “consentimental” regime in which feeling well, in order to appear well, constitutes a reductive and hedonistic model of health (Fisher, 2009, p. 80). The content consumed is mainly generated by users who, without in-depth analysis, atomize consensus by taking several standardized views. A collective security is fueled by algorithms through reinforcements such as: *you might also like, you will surely like, recommended for you*. What artists and professionals should do, according

②

Tristan Harris, former design ethicist at Google, highlights how social media design draws on the logic of gambling, recalling B. F. Skinner’s studies on operant conditioning. According to the American psychologist, unpredictable positive and negative reinforcements increase user engagement (Lewis, 2017).

to Curtis, is to lead people outside themselves, inspiring, showing what had not been thought of: to entertain, in the literal sense, to lead elsewhere, as suggested by Fisher.

“Rather, the most powerful forms of desire are precisely cravings for the strange, the unexpected, the weird.

These can only be supplied by artists and media professionals who are prepared to give people something different from that which already satisfies them; by those, that is to say, prepared to take a certain kind of risk.” (Fisher, 2009, p. 83)

According to Rutger Bregman (2017), in order to change the world, it is necessary to be unrealistic, unreasonable, and implausible, like those individuals who aimed to abolish slavery or supported women’s suffrage. To inhabit the catastrophe in which we find ourselves, it is necessary to reclaim the nuances of existence, legitimize all forms of life, and cultivate the irrational (Haraway, 2016). Machines, in this, can be our allies: the word robot derives from the Czech term *robot*, which means hard work. Automation can free us from necessary activities (McLuhan, 1997), allowing us to devote ourselves to the useless (Bataille, 1949).

96

We delegate every mechanical act to technology: an emblematic example is suggested by the theorist Ciaponi in his work *Estetiche rotte* (2025), in which, after rejecting simulation, he proposes the recovery of the bodily dimension in the printing process. This position is documented by the editorial project *Dirty Furniture*, founded by Anna Bates and Elizabeth Glickfeld, whose graphic design is deliberately irregular and, precisely for this reason, charged with tension.

“Il design e l'editoria che aspirano alla perfezione asettica non sono semplicemente “belli” in un senso estetico sterile; sono, piuttosto, dispositivi di disciplinamento dello sguardo.” (Ciaponi, 2025, p. 7)

Let us shed the clothes of identity: let us become unrecognizable, indistinct, unfinished, and uncomputable in the reading of data (Ippolita, 2024). Let us grant more time to collective life by rediscovering slowness: as David Tartakover, Israeli graphic designer and political activist, did with the posters created for the streets of Tel Aviv distributed directly to the public. Posters, which he defined as *seismographs*, conceived to react to events and interfere with dominant representations in line with the thought of the Hebrew poet Hameiri “freedom of opinion is not a right but a duty.”

It is essential that imagination surpasses reality, that creation be understood “as an act of war,” to use the words of Enzo Mari: to design, so as not to be designed (Gnoli, 2015). In the age of automation, in which experience is reduced to quantitative indicators, visual communication has the responsibility to withdraw from this logic. Rather than merely producing “redesign” and “creative cosmetics” (Mendini, 1980, p. 34), it becomes necessary to call into question the very founding values of design. Today the poster can *excommunicate*, be *dysfunctional* and *publicly useless*, thus opening spaces for dissent. This can be done simply by following the model of the collective Global Tools, which, in the ‘70s, provocatively praised the banal by designing devices for physical conditioning. Or by following the example of Carson who, in 1992, when faced with insignificant content, made the interview with Bryan Ferry illegible by using a font composed entirely of symbols. Or again by looking to the aesthetics of poverty discussed by Ciaponi, who uses error as a political language.

If images are such decisive tools in shaping our perception of the world, it becomes necessary to question the material and political conditions of their production and circulation, now largely dominated by the market, which relegates artists and designers to a marginal or instrumental role. Matt Furie, the creator of Pepe the Frog, spent years trying to reclaim the imagery of his character after it slipped into the most extreme wing of the American right, but with little success. That was until a protester, dressed as an inflatable frog, became the victim of pepper spray directed into the air vent of the costume during a sit-in in front of an ICE office, the U.S. federal agency responsible for immigration control. The episode went viral and, rather than discouraging the disguise, triggered a chain reaction. In 2025 Operation Inflation was founded in Portland, an initiative that provides low-cost inflatable costumes to protesters. Unicorns, rabbits, dinosaurs, chickens, and frogs are invade American streets under the motto “the greatest act of resistance in the face of darkness is radical joy”. Trumpism needs images of a violent enemy in order to legitimize its repression (Colamedici, 2025). But can it obtain them when officers are dealing with grotesque creatures and cyclists in Adamic costume? ④

In this period in which, as in a video game, whoever visualizes poorly loses the match, what is needed is not so much to stage a clash between political visions as to activate a war between worlds: imaginary vs. real. A warlike context in which artists and designers, as visionaries, start with an advantage; the call to arms consists in training armies of dreamers, generators of utopias, and multipliers of realities.



⑤, ⑥, ⑦, ⑧

Serie ispirata agli *Epstein files*:
togliere visibilità produce informazione,
2025. © Unsplash

Series inspired by the Epstein files:
removing visibility produces information,
2025. © Unsplash





Studio Orta's Founding Utopia

Not far from Paris is the headquarters of Studio Orta, considered in this analysis as a counter-case study in relation to the model embodied by Disneyland. In 1994, in a context marked by the same tensions that led Disney to create the first European theme park, Jorge Orta drafted the manifesto *The Return of the Utopias*. The text reflects on the role of youth, art, and creativity in the reconstruction of society, while at the same time denouncing the materialism and inequalities of the twentieth century, defined as the reign of anti-utopias. Orta rejects utopia as an unattainable place: to promote its return means to invent another world and, above all, to realize it.

This vision took shape in 2000 when, together with Lucy, he occupied Les Moulins, a complex of industrial buildings in the valley of the Grand Morin River. The mills shifted from places of material production to imaginative devices: a “concrete utopia”, quoting Bloch (1986), or “foundational”, as Jorge Orta prefers to define it (1994). The structure was preserved while the uses and atmospheres were transformed: galleries, studios, artists' residences, site-specific works, and convivial spaces foster dialogue.

100

A balance between past and future, urban and rural, matter and imagination: a “rhizomatic” place (Deleuze & Guattari, 1980). The first shop is fifteen minutes away, the bicycle is the preferred means of transport, and the spaces, once marked by a repetitive and mechanical rhythm, invite slowness. Within this framework, the figure of the artist-*utopus* endowed with *spiritus phantasticus* emerges: “Only the creative imagination can provide the mind with the intuition necessary to design a model and put it into practice” (Orta, 1994).

The Factory of Worlds

After four centuries of coalescence between colonialism, capitalism, and science, the vital issue is not so much anti-science, populism, or post-truth as the surrender of thought, that is the inability to imagine alternative visions. New worlds are needed so that at least one may exist in which to recognize ourselves. It is necessary to revalue the irrational, to free ourselves from the fascist use of enchantment, to reject sad passions and withdraw from them.

“There are places where humans receive teachings from plants; belong to the same ontological category as the wind and to another category than their children; are possessed by a spirit and much more, in endless variations and configurations. Anthropologists do not hesitate to speak of *worlding*.” (Consigliere, 2024, p. 101)

Bruno Latour invites everyone to tell “geostories” (quoted by Haraway, 2016, pp. 40-41) and proposes a new ontological and political condition of the human being: that of the *earthbound*. No longer a subject placed at the summit of the Earth but a being that belongs to it: not in the world, but of the world.

According to the philosopher Nelson Goodman, worlds are always made from existing ones: “the making is a remaking” (1978, p. 6). Within this framework, he identifies several practices of *worldmaking* ⑤, ⑥, ⑦, ⑧:

- *composition* and *decomposition* (dismantling and reassembling what already exists, as in the project *It's Getting Better* by Stefan Sagmeister, which translates data into visual messages aimed at highlighting the world's long-term progress);
- *weighting* (the selective attribution of relevance to certain aspects of reality, as in the photographs of the *Epstein Files*, where redaction directs the gaze and produces meaning);
- *ordering* (structuring the world according to systems of reference, as in the Renaissance, which, through linear perspective, organized space from the viewer's point of view);
- *deletion* and *supplementation* (through suppressions or additions to what preexists, as in graphical user interfaces, GUIs, by means of buttons, sliders, and menus);
- *deformation* (modifying or distorting previous models, as in the case of Pablo Picasso with *Las Meninas* by Diego Velázquez).

This is a non-exhaustive list of practices useful “to speak of worlds as made by versions” (Goodman, 1978, p. 96). As Latour suggests (quoted by Haraway, 2016, pp. 40-41), it is not only artists and designers who are responsible for participating in this process of cosmogony, especially in an era in which:

“Revolutionaries concern themselves with bread, water, housing and weapons. Rites, dreams and explorations of the imaginary are the stuff of fascists.” (Consigliere, 2024, p. 68)

It is therefore time to rehabilitate imagination as political infrastructure, to return to visualizing the unmanifest together as we did one hundred thousand years ago, when our ancestors left Africa and began to look ever farther ahead (Rovelli, 2014).

REFERENCES

- Barthes, R. (1980). *La chambre claire: note sur la photographie*. Éditions de l'Étoile, Gallimard, Le Seuil.
- Bataille, G. (1949). *La part maudite: essai d'économie générale*. Les Éditions de Minuit.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Éditions Galilée.
- Baxandall, M. (1978). *Painting and experience in fifteenth-century Italy: a primer in the social history of pictorial style*. Oxford University Press.
- Berardi, F. (2011). *Futurabilità*. Nero Edizioni.
- Bloch, E. (1986). *The spirit of utopia*. Stanford University Press.
- Bregman, R. (2017). *Utopia for realists: how we can build the ideal world*. Little Brown & Company.
- Ciaponi, F. (2025, September 13). Estetiche rotte: Il fascino brutale del difetto. Documento presentato a MAG-BASE. https://www.academia.edu/144136240/estetiche_rotte_il_fascino_brutale_del_difetto
- Brizioli, A., Milani, C., Lorenzo, R., Fofi, G., Giacchè, P., Trocchi, A., Boni, S., C.I.R.C.E. (2025). *Lezioni di anarchia: spazio e anarchia*, vol. 2. Emergenze Publishing.
- Comolli, J.-L. (1980). Technique and ideology. *The cinematic apparatus* (pp. 121-142). Macmillan Press.
- Colamedici, A. (2025). Come battere (davvero) Trump vestiti da polli, rane e dinosauri: la gioia radicale contro il potere sovrano. *Tlon*. <https://www.tlonletter.it/p/come-battere-davvero-trump-vestiti>
- Connelly, E. (2025). Federal government's growing banned words list is chilling act of censorship. *PEN America*. <https://pen.org/banned-words-list>
- Consigliere, S. (2024). *Fables of re-enchantment: multiplicity, imaginary, revolution*. Minor Compositions.
- De Martino, E. (1959). *Sud e magia*. Feltrinelli.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1980). *Mille plateaux*. Les Éditions de Minuit.
- Fisher, M. (2009). *Capitalist realism: is there no alternative?* Zero Books.
- Florensky, P. (2020). *La prospettiva rovesciata*. Adelphi Edizioni.
- Freedberg, D. (1989). *The power of images: studies in the history and theory of response*. University of Chicago Press.
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin and company.
- Gnoli, A. (2015, September 6). Non ho voluto seguire i sogni né mi sono mai sentito un artista. *La Repubblica*. https://www.repubblica.it/cultura/2015/09/07/news/enzo_mari_non_ho_voluto_seguire_i_sogni_ne_mi_sono_mai_sentito_un_artista_-122375033/
- Goodman, N. (1978). *Ways of worldmaking*. Hackett Publishing.
- Haraway, D. J. (2016). *Staying with the trouble: making kin in the Chthulucene*. Duke University Press.
- Ippolita. (2024). *Hacking del sé: disertare il capitalismo del controllo*. Agenzia X.
- Koyré, A. (2000). *Dal mondo del pressappoco all'universo della precisione*. Piccola Biblioteca Einaudi.
- Le Bon, G. (1895). *Psychologie des foules*. Félix Alcan.
- Lewis, P. (2017, October 6). 'Our minds can be hijacked': the tech insiders who fear a smartphone dystopia. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia>
- McLuhan, M. (1997). The agenbite of outwit. *Marshall McLuhan Studies*, 1(2). https://mcluhan-studies.artsci.utoronto.ca/v1_iss2/1_2art6.htm
- Mendini, A. (1980). *Elogio del banale*. Oggetto Banale, I Mostra internazionale di architettura, Biennale di Venezia [Catalogo].
- Mnouchkine, A. (2003, September 10). Disneyland Resort Paris. *Time*. https://content.time.com/time/specials/packages/article/0%2C28804%2C2024035_2024499_2024904%2C00.html?utm_source=chatgpt.com
- Operation Inflation*. (2025). <https://www.operationinflation.com>
- Orlowski, A. (2007, November 20). Adam Curtis: the TV elite has lost the plot. *The Register*. https://www.theregister.com/2007/11/20/adam_curtis_interview/?page=1
- Orta, J. (1994). *The return of the utopias: the aesthetics of ethics, a draft manifesto for the third millennium*. Unpublished manuscript.
- Rovelli, C. (2014). *Sette brevi lezioni di fisica*. Adelphi.
- von Uexküll, J. (2010). *A foray into the worlds of animals and humans: With a theory of meaning*. University of Minnesota Press.

BIO

Lucia Lamacchia

PhD student per l'Accademia di Catania e visual designer dal 2010. Ha esordito con O. Toscani per FC Internazionale e collaborato con R. Gilad per Danese Milano. Ha esposto insieme a F. Raggi (*Best of Design 2020*, Elle Decor) e al Taiwan Design Museum, in occasione della mostra *Italian Design*.

PhD student at the Academy of Catania and visual designer since 2010. She made his debut with O. Toscani for FC Internazionale and collaborated with R. Gilad for Danese Milano. He has exhibited alongside F. Raggi (Best of Design 2020, Elle Decor) and at the Taiwan Design Museum, on the occasion of the Italian Design exhibition.

LE IMMAGINI DEL CONSENSO

SIMBOLI, MITI E PROPAGANDA NELLE
COPERTINE DE LA RIVISTA ILLUSTRATA
DEL POPOLO D'ITALIA (1923–1943)

102 – 133

Raissa D'Uffizi

 0000-0002-9674-2265

La Sapienza Università di Roma

raissa.duffizi@uniroma1.it

Design Politico • Propaganda Visiva • Fascismo • Illustrazione
Comunicazione Visiva • Estetica del Potere

Il presente articolo analizza le copertine de “La Rivista Illustrata del Popolo d’Italia” (1923-1943), uno dei principali strumenti di propaganda visiva del regime fascista. Attraverso un percorso tematico e iconografico, la ricerca individua alcuni nuclei narrativi ricorrenti, dalla romanità alla modernità industriale, dal culto del corpo e dello sport alla ruralità produttiva, fino alla rappresentazione della vita quotidiana, evidenziando come l’immagine sia stata impiegata per costruire e diffondere l’estetica del consenso. Le copertine, firmate da importanti artisti e grafici del periodo come Mario Sironi, Paolo Garretto, Bruno Munari, Fortunato Depero e Alberto Salietti, rivelano la natura ibrida e strategica del progetto culturale fascista, in cui arte, ideologia e comunicazione visiva convergono in una grammatica del potere. L’analisi propone una lettura esemplificativa delle principali costanti figurative e retoriche che definiscono l’immaginario visivo del regime, collocando la rivista come snodo centrale nella produzione della cultura figurativa fascista e come dispositivo di costruzione identitaria, senza che il riconoscimento della sua efficacia comunicativa implichi alcuna forma di legittimazione o giudizio di valore.

La grammatica visiva del potere

Il presente contributo analizza il linguaggio visivo e simbolico de *La Rivista Illustrata del Popolo d’Italia*, organo illustrato del consenso fascista pubblicato tra gli anni Venti e Quaranta, che ha plasmato l’immaginario collettivo tramite un apparato iconografico potente, contribuendo a normalizzare l’ideologia autoritaria attraverso, come osservato da Priscilla Manfren: “una continua ricerca di un’illustrazione potente e ricca di simboli, dall’immediata capacità comunicativa, varia negli stili e nelle tematiche e, in sostanza, attenta nel cercare modi espressivi che soddisfino sia i gusti più tradizionali [...] che quelli di un pubblico incline alle tendenze più contemporanee e sperimentali” (2016, p. 37).

Attraverso lo studio delle copertine, il saggio esplora come il regime abbia costruito un immaginario unitario e reiterato, fondato sull’estetizzazione del potere (Falasca-Zamponi, 1997), sulla sacralizzazione della vita quotidiana (Gentile, 1993) e sulla fusione tra antico e moderno in un’unica retorica visiva della nazione (Schnapp, 1996; Stone, 1999). Elementi ricorrenti che richiamano l’antica Roma costituiscono il mito fondativo che legittima la continuità tra Impero Romano e modernità fascista (Arthurs, 2012), suscitando senso di appartenenza collettiva e adesione al regime. Come osserva Guerri (2017), molti italiani aderirono al fascismo grazie a quella che egli definisce una “religione laica”, fondata sulla sacralizzazione del potere, riti collettivi e orgoglio nazionale. Parallelamente, la modernità industriale diventa simbolo di potenza produttiva e progresso

nazionale (Ben-Ghiat, 2001), mentre il tricolore unifica le composizioni e incarna l’appartenenza collettiva. Lavoro agricolo e bonifica trasformano la ruralità in mito produttivo e morale, e il corpo, attraverso gesti e fisicità sportiva, funziona come dispositivo politico e simbolico (Spackman, 1996). Le rappresentazioni della vita quotidiana introducono armonia e familiarità, mentre velocità e trasporti evocano la conquista fascista della modernità e il dominio tecnico sullo spazio, in sintonia con la poetica del movimento e dell’espansione imperiale. In questa costellazione di simboli, la rivista si configura come un laboratorio dell’immaginario fascista, dove grafica moderna, mito classico e ideologia convergono per creare la forma visiva della nazione totalitaria. Come sottolinea Murialdi (2008), la stampa nazionale giocava un ruolo decisivo nel costruire consenso e legittimare il potere, integrando testate di partito, grandi giornali d’opinione e figure di riferimento nel rafforzamento dell’ideologia fascista ¹.

La descrizione delle immagini costituisce uno strumento analitico per comprendere i meccanismi simbolici e comunicativi della propaganda fascista. L’attenzione al dettaglio visivo, alla composizione e al linguaggio grafico permette di ricostruire il funzionamento dei miti politici e delle strategie di legittimazione all’interno di un sistema mediatico controllato dal regime.

1

La libertà di stampa infatti fu progressivamente limitata: nel 1923 fu approvata la prima legge restrittiva, seguita nel 1924 da un decreto con ulteriori limitazioni e dalle Leggi Fascistissime del 31 dicembre 1925, che sancirono l’illegalità per tutte le pubblicazioni non allineate al regime, istituirono l’albo dei giornalisti controllato dal governo e diedero ai prefetti il potere di vietare testate. Altresi, infine, il 14 luglio 1938 la stampa italiana pubblicò un ‘decalogo’ con i principi razziali del fascismo, consolidando il controllo ideologico dei media.

Le immagini non vanno considerate come meri ornamenti o strumenti illustrativi, ma come agenti culturali capaci di esercitare potenza sociale e cognitiva, modellando percezioni, comportamenti e ideologie. Come osserva Mitchell, le immagini possiedono una forma di *agency*: agiscono sul pubblico, sollecitano risposte e partecipano alla costruzione di realtà culturali condivise (2017). In particolare, Mitchell (2014) propone l'analogia della domanda "What do pictures want?", sottolineando che le immagini circondano lo spettatore con richieste interpretative proprie, agendo come attori sociali e culturali.

Applicata alla propaganda fascista, questa prospettiva consente di considerare le copertine della rivista come dispositivi dinamici che catturano, seducono e modellano lo sguardo del pubblico, conferendo alla cultura visiva fascista un ruolo attivo nella formazione del consenso e nella legittimazione ideologica.

L'approccio combinato di analisi iconografica, semiotica e *media studies* inserisce le immagini all'interno di un regime visivo dotato di effetti sociali concreti. L'analisi della propaganda visiva non mira a una valutazione puramente formale o simbolica, ma a un'indagine critica sulle condizioni culturali che hanno reso possibile l'adesione e la normalizzazione di un progetto politico autoritario.

104

Le copertine costruiscono, lungo l'intero ventennio, un vocabolario simbolico della modernità fascista, dove estetica e pedagogia del consenso si intrecciano. Questa strategia, alla luce degli studi sui media e sulla propaganda, va intesa come dispositivo mediale fondato su serialità, riconoscibilità e ripetizione, favorendo la naturalizzazione del messaggio ideologico.

La copertina, soglia visiva della rivista, svolge funzione performativa: anticipa il contenuto, orienta la lettura e stabilisce un orizzonte interpretativo entro cui il lettore colloca la propria esperienza, costruendo un'esperienza mediale coerente e ideologicamente guidata. In termini semiotici, tale operazione realizza ciò che Roland Barthes avrebbe definito una mitologia visiva: un sistema di segni che naturalizza l'ideologia trasformandola in evidenza percettiva. L'ordine, la simmetria e la chiarezza formale, tratti distintivi della grafica fascista, assumono funzione politica, estetizzando la gerarchia e il controllo.

Walter Benjamin (1936) parlerebbe di "estetizzazione della politica", mentre George Mosse (2006) e Emilio Gentile (2003) di "sacralizzazione della politica" come rituale collettivo e forma simbolica della modernità autoritaria. L'efficacia della propaganda visiva non risiede solo nella reiterazione dei simboli,

ma nella capacità di produrre effetti di soggettivazione: le immagini contribuiscono a formare individui che si percepiscono all'interno dell'ordine simbolico del regime. La grammatica visiva fascista agisce come una forma di violenza simbolica, imponendo gerarchie, ruoli e valori che legittimano consenso e coercizione materiale. Lo studio della cultura visiva fascista comporta rischi critici legati alla possibile estetizzazione delle immagini. Le copertine vengono considerate prodotti mediali inseriti in un sistema di potere e propaganda, la cui efficacia visiva è parte integrante del progetto politico del regime. Riconoscerne l'efficacia comunicativa non implica attribuirle legittimità etica o politica: il suo "funzionare" come dispositivo di consenso non equivale ad "avere valore", ma costituisce piuttosto l'oggetto stesso dell'indagine critica. L'analisi mantiene una distanza critica, interrogando le immagini non per la loro seduzione formale, ma per la loro funzione ideologica, comunicativa e disciplinante. I paragrafi seguenti sono organizzati tematicamente, sulla base dell'iconografia ricorrente individuata attraverso uno studio sistematico della rivista.

La rievocazione della romanità

Tra le costanti iconografiche de *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, la romanità è centrale. L'immaginario dell'antica Roma viene riattualizzato e piegato alla costruzione di una continuità ideale tra passato e presente ②. Un esempio è la copertina di novembre 1933 ③, illustrata da Ruggero Alfredo Michahelles (1898-1976), dedicata ai "Decorati al valor militare convenuti a Roma da tutta Italia" (*La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, novembre 1933, pp. 10-12); l'immagine mette in scena una costruzione simbolica: al centro, la statua di Giulio Cesare si erge dinanzi a un arco di trionfo, oltre il quale si intravede il Colosseo. In primo piano, una figura maschile in camicia nera esegue il saluto romano rivolto all'imperatore, sigillando così il legame tra l'eroe della romanità e il nuovo soldato del fascismo. L'immagine colloca lo spettatore in una genealogia simbolica funzionale alla legittimazione del presente dove la romanità opera come depoliticizzazione, trasformando una costruzione ideologica in necessità storica senza dissenso.

Come ha sottolineato Emilio Gentile, il mito di Roma rappresentò uno dei cardini dell'immaginario fascista: un elemento simbolico e identitario che il regime utilizzò per legittimare la propria pretesa di continuità con la grandezza imperiale; attraverso una sorta di "archeologia

②

È fondamentale sottolineare che quando si parla della "efficacia delle immagini" ciò non implica alcuna legittimazione del contenuto politico: queste qualità servono a comprendere come le immagini funzionano nella propagazione dell'ideologia fascista, evidenziando la responsabilità degli artisti nella costruzione di simboli che orientano percezioni e comportamenti.

simbolica”, il fascismo reinterpretò le vestigia della romanità (monumenti, forme urbane e iconografie) per costruire nuovi spazi celebrativi in cui antico e moderno si fondessero, visualizzando la presunta simbiosi tra Roma imperiale e Roma fascista. In questa prospettiva, la romanità divenne non solo memoria storica, ma strumento politico e liturgico per rappresentare il fascismo come erede e compimento della tradizione romana (Gentile, 2003, pp. 130-131).

Un altro leitmotiv è il fascio littorio, assunto come emblema identitario e politico: diventa segno di autorità, contribuendo alla sacralizzazione visiva di uno Stato monolitico e disciplinato. Il fascio littorio opera come semplificazione ideologica, riducendo la complessità storica e politica a una forma unitaria e indiscutibile. La centralità compositiva orienta lo sguardo e stabilisce una gerarchia visiva che rafforza il regime. Suggestiva è la copertina di luglio 1935 ②, dove una luna piena domina la scena notturna; sulla sua superficie si erge una colonna romana, la cui ombra si trasforma in un fascio littorio. In questa immagine, l'ombra del passato proietta la sua forma sul presente, legittimando il regime come erede dell'impero. Il fascio emerge così come simbolo di autoritarismo e violenza politica.

105

Già nella copertina di novembre-dicembre 1923 ③, firmata da Guido Marussig, la simbologia fascista è articolata in uno spazio tripartito scandito da due colonne e da un fascio centrale sormontato dalla Dea Roma. Qui la verticalità delle forme, il giallo degli elementi, il bianco dello sfondo e la tipografia monumentale costruiscono una composizione liturgica. Questa estetizzazione rituale del potere contribuisce a sacralizzare l'ordine politico esistente, spostando l'adesione dal piano della deliberazione razionale a quello dell'identificazione emotiva e simbolica. È dunque essenziale evidenziare la responsabilità di illustratori e grafici nella costruzione di un immaginario autoritario. Se in Marussig domina la solennità ieratica della romanità, nel giro di pochi mesi l'immaginario visivo della rivista si apre a un registro più moderno e dinamico.

Questa trasformazione è una scelta consapevole volta a sperimentare forme visive capaci di rendere l'ideologia fascista più seducente, accessibile e pervasiva. Nella copertina del luglio 1924 ④, Fortunato Depero reinterpreta il fascio littorio in chiave futurista, inserendo tre fasci che si muovono secondo traiettorie rotatorie; tre tricolori dalle linee curve amplificano la percezione del movimento e conferiscono alla composizione un senso di energia centrifuga. Il fascio

diventa segno cinetico di propaganda, manifestazione di un'ideologia che mira non solo a rappresentare, ma a mobilitare. Come sostenuto da Marta Sironi “non si tratta più di una semplice illustrazione, quanto di un complesso disegno dell'intera pagina che si presenta alla fine come un 'oggetto' autonomo e di sorprendente impatto visivo. Emerge un senso di appartenenza nazionale (il fascio littorio viene reiterato dando il senso di un giocoso e festante sventolare)” (2009, p. 624).

Questa progressiva modernizzazione della romanità trova piena espressione nella copertina di aprile 1936 ⑤, illustrata da Bruno Munari, che celebra la siderurgia italiana con l'Ilva, sottolineando l'autarchia avviata il 23 marzo dello stesso anno, volta a rendere l'Italia indipendente dalle importazioni straniere e a rafforzare la sua potenza industriale e militare. L'immagine è dominata da una ciminiera industriale, simbolo di modernità, lavoro e potenza produttiva nazionale, su cui spicca un fascio littorio stilizzato. Alle spalle della ciminiera il Colosseo, mentre sulla sua sommità sventola la bandiera italiana. Il fascio littorio e il tricolore appaiono come dispositivi simbolici, che collegano la produzione industriale alla costruzione della nazione fascista, suggerendo che la modernità tecnologica è parte integrante della missione politica e civica del regime. L'immagine contribuisce a occultare il carattere coercitivo delle politiche industriali e sociali, presentando il progresso come destino collettivo. La modernità industriale è mitizzata e accanto a questa dialettica tra antico e moderno, l'aquila emerge come ulteriore simbolo cardine. Nelle copertine della rivista essa appare in forme diverse: in volo, con il fascio tra gli artigli (Garretto, giugno 1936) ⑥, o come figura monumentale (aprile 1940) ⑦.

In ciascun caso, l'aquila agisce come emblema di dominio e vigilanza, incarnando l'idea di uno Stato che si eleva al di sopra degli uomini e li sovrasta con la sua forza morale e militare. La sua presenza traduce in immagine l'unione tra simbolo e potere, tra la potenza celeste dell'impero e la solidità terrena del regime. La forza di questo linguaggio visivo risiede nella capacità delle immagini di agire sul piano cognitivo, emotivo e politico dello spettatore, orientando lo sguardo e l'esperienza emotiva e contribuendo a rendere il consenso desiderabile.

Un codice visivo nazionale:

Il tricolore come incarnazione ideologica

Elemento fondante dell'identità visiva fascista è il tricolore, che non compare soltanto come bandiera, ma come codice cromatico diffuso, integrato nella composizione grafica e nella palette. Come osserva Falasca-Zamponi (1997), nel sistema simbolico del fascismo l'estetica non era un semplice ornamento,



①

①
Novembre 1933, Ruggero Alfredo Michahelles
November 1933, Ruggero Alfredo Michahelles



②

②
Luglio 1935, autore non identificato
July 1935, author not identified



③

③
Novembre-dicembre 1923, Guido Marussig
November-December 1923, Guido Marussig



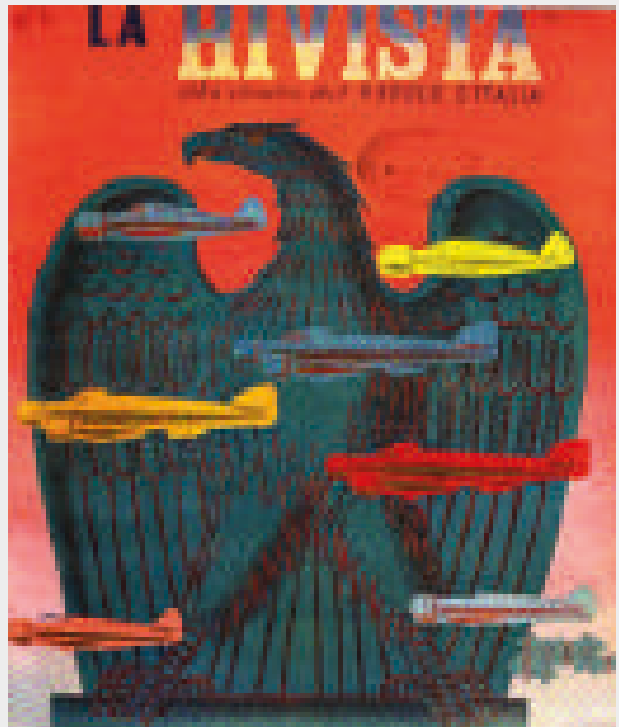
④



⑥



⑤



⑦

④
Luglio 1924, Fortunato Depero
July 1924, Fortunato Depero

⑤
Aprile 1936, Bruno Munari
April 1936, Bruno Munari

⑥
Giugno 1936, Paolo Garretto
June 1936, Paolo Garretto

⑦
Aprile 1940, autore non identificato
April 1940, author not identified

ma un dispositivo politico capace di rendere il potere tangibile e seducente, trasformando la forma visiva in strumento di consenso. In questo senso, il tricolore agisce come consenso: la sua presenza normalizza l'identità nazionale. Nella copertina dell'agosto 1925 ^③, progettata da Mario Sironi, l'immagine presenta una fisarmonica di carta con colori nazionali, posta al centro di uno sfondo nero compatto. Sironi, tra i più coerenti nel tradurre il linguaggio pittorico e grafico in chiave ideologica, costruisce qui un'immagine simbolica: la fisarmonica, oggetto popolare e musicale, è trasformata in architettura di carta, un corpo tricolore che, pur pieghevole e fragile, si erge come icona della nazione. Il fondo nero, tipico del lessico sironiano, esalta il tricolore isolandolo come unico segno vitale e trasformando l'oggetto quotidiano in emblema politico. Dieci anni dopo, il tema del tricolore diviene più diretto e partecipato con la copertina di settembre 1935 firmata da Bruno Munari ^④. Qui il tricolore accompagna l'immagine di un fucile con cappello militare e scritte patriottiche ("W l'Italia", "W il Duce", "Addio mia bella addio"), evocando anche la guerra d'Etiopia e le aspirazioni espansionistiche del regime fascista ^⑤.

108

L'oggetto bellico diventa simbolo della mobilitazione nazionale che coniuga devozione personale e appartenenza collettiva, proponendo la guerra come rito patriottico. A partire dalla metà degli anni Trenta, il tricolore viene preso in mano, trasformandosi in segno vissuto, partecipato, incarnato. La bandiera non è più soltanto rappresentazione della patria, ma estensione fisica dell'individuo fascista, simbolo di una comunione tra corpo e nazione.

Nella copertina del maggio 1936 ^⑥, ancora di Sironi, un agricoltore avanza con passo solenne, stringendo nella destra una falce e nella sinistra un tricolore spiegato al vento. Il gesto, semplice e quotidiano, assume il valore di una iconografia civile: il lavoro della terra e la dedizione alla patria si fondono in un'unica immagine di forza e sacrificio. Il tricolore diventa così segno di identità collettiva, mentre la falce, tradizionale simbolo contadino, è reinterpretata in chiave eroica e produttiva, strumento del nuovo ordine rurale fascista ^⑦.

③

Nel momento della pubblicazione di questo numero, l'Italia aveva già mobilitato le truppe, predisponendo soldati ed equipaggiamenti, accumulato armamenti e condotto intense operazioni diplomatiche e propagandistiche, costruendo un'immagine di forza e preparazione. L'azione militare non era ancora iniziata, ma la propaganda presentava l'Italia come una potenza moderna e decisa a riaffermare la propria grandezza imperiale.

④

Il 15 febbraio 1936 ha inizio il conferimento obbligatorio del grano agli ammassi, espressione concreta dell'autarchia e del controllo statale sull'economia agricola, mentre il 9 maggio Mussolini proclama la nascita dell'Impero italiano, tornato "sui colli fatali di Roma".

Così la scena raffigura non solo la celebrazione della grandezza antica, ma anche la trasformazione della politica e dell'economia contemporanea in strumenti di potenza e continuità imperiale. Un analogo processo di simbolizzazione del corpo si ritrova nella copertina di settembre 1936 ^⑧, firmata da Gino Negrin Caregaro, dove un giovane in uniforme della Gioventù Italiana del Littorio (GIL), appartenente alla leva di mare, innalza un tricolore mentre cammina, ripreso di spalle e colto nell'atto dell'azione. Il soggetto richiama al VIII Campo Dux, una sfilata di 25.000 Avanguardisti in Via dell'Impero a Roma, un evento presenziato dal Duce e documentato all'interno del numero. L'inquadratura dinamica sottolinea la continuità generazionale, trasformando il giovane corpo del regime in incarnazione del futuro e ponte tra militanza e modernità. Il tricolore diventa simbolo di appartenenza, disciplina e missione collettiva, traducendo visivamente il progetto educativo fascista di formare cittadini pronti a servire la nazione.

La gestualità del corpo: mani, potere e rito

Nelle copertine della rivista il gesto non è mai neutro: è linguaggio visivo del consenso, strumento di partecipazione collettiva e rappresentazione ideologica. Questa rappresentazione visiva traduce l'ideologia fascista in modello comportamentale, contribuendo a normalizzare l'adesione politica. Nel numero di ottobre 1932 ^⑨, il saluto romano è protagonista con la copertina firmata Severo Pozzati in arte Sepo, riflettendo la costruzione simbolica della gioventù nel regime ^⑩. Nell'immagine il braccio teso diventa segno della liturgia fascista, dove l'individuo si annulla nel gesto comune. Un'evoluzione della gestualità si coglie nella copertina di febbraio 1936 ^⑪, dove una mano impugna una spada, segno di una missione collettiva dove ciascuno partecipa a un disegno nazionale. La composizione costruisce un'immagine di disciplina e di sacrificio, in cui la forza fisica è sublimata in valore spirituale. L'illustrazione anticipa alcune immagini documentative riportate all'interno del numero, dove le camicie nere si trovano in Africa Orientale e salutano con il pugnale alzando il braccio mentre marciano incolonnati verso le loro posizioni durante campagna coloniale contro l'Etiopia ^⑫. La mano irradiata dalla luce ritorna nella copertina di novembre 1938 ^⑬, firmata da Paolo Garretto con una stella geometrica nel palmo che emette fasci luminosi

⑤

Negli stessi giorni, il discorso di Mussolini a Milano del 25 ottobre auspicava inoltre la fascistizzazione dell'Europa, mentre a Roma la Mostra della Rivoluzione Fascista inaugurata il 27 ottobre e l'apertura della Via dell'Impero del 28 ottobre articolavano in chiave ideologica e monumentale la relazione tra storia, spazio urbano e mobilitazione politica.

⑥

Tale campagna culmina in seguito con la guerra d'Etiopia (ottobre 1935-maggio 1936).

colorati ⑦. La mano si fa icona di emanazione: il gesto diventa metafora della forza spirituale del fascismo, trasformando le decisioni politiche in un ordine ideologico percepito come inevitabile e legittimato. La forza politica del regime trova così una rappresentazione visiva, simbolo della sua penetrazione nella sfera morale e sociale dei cittadini. Un'ulteriore declinazione è la copertina di marzo 1924 ⑧, illustrata da Mario Bazzi (1891-1954), dove una mano solleva un trofeo con la Dea Roma che sorregge un fascio littorio. La gestualità assume un tono solenne e sacrale: la mano unisce la simbologia classica al culto moderno dell'eroismo. L'illustrazione celebra cinque anni dalla nascita del movimento fascista e due anni di governo Mussolini. Infine, nella copertina di novembre 1930 ⑨, firmata nuovamente da Garretto, il protagonista è un combattente in camicia nera che porta la spada in primo piano. Il volto, rigido e concentrato, emerge su uno sfondo giallo, quasi aureolato. L'inquadratura ravvicinata e la tensione del gesto trasformano l'eroe fascista in icona di disciplina e forza morale, in cui l'atto del brandire la spada diventa affermazione visiva della volontà di potenza ⑩.

Attraverso queste immagini, la gestualità delle mani si configura come un codice visivo che traduce il credo politico in un atto rituale. Il corpo diventa tempio e strumento del potere, medium centrale della pedagogia politica del regime. Attraverso gesti codificati e fisicità idealizzata, le copertine trasformano l'ideologia in comportamento e rendono il corpo del cittadino uno spazio di controllo simbolico.

109

Culto del corpo:

prestanza e forza fisica attraverso lo sport

Lo sport occupa un posto centrale nella costruzione dell'immaginario del regime. Il corpo atletico diventa metafora della salute morale e della disciplina collettiva, espressione plastica dell'"uomo nuovo" fascista. Le copertine dedicate allo sport celebrano la forza fisica, l'armonia delle proporzioni e la dinamica

⑦

Paolo Garretto viene definito da Mazzocchi e Trionfera nella premessa del volume "Garretto Story" (1983) come un artista futurista, ma con tendenze del tutto personali. Mazzocchi scrive nella premessa che Garretto può essere considerato futurista "Nell'audace modernità del suo tratto e del suo disegno, mai astratto o allusivo. Nel bianco e nero come nel giuoco e nella contrapposizione dei colori, sempre limpido, immediatamente comprensibile ed espressivo. Un ritrattista portato a rendere d'ogni fisionomia umana la scarna essenzialità, con sottile e controllato humour".

⑧

In questo periodo le camicie nere, nate ufficialmente nel 1919 hanno la funzione principale di consolidamento paramilitare e propagandistico, diventando sempre più un simbolo dello Stato fascista e del modello del cittadino-soldato, addestrato e fedele al regime.

del movimento, traducendo in immagini i principi dell'educazione fascista: vigore, competizione e controllo. Già nella copertina di gennaio 1928 ⑪, firmata da Diego Santambrogio (1898-1969), uno sciatore di spalle avanza lungo un tracciato innevato. Lo sport qui è presentato come strumento di formazione morale, simbolo della conquista ordinata dello spazio naturale da parte della volontà fascista, e in particolare, il paesaggio montano delle Alpi è descritto nel numero come luogo privilegiato per l'esercizio fisico sulla neve.

Un simile equilibrio si ritrova nella copertina del febbraio 1935 ⑫, di Gino Negrin dove lo sciatore di spalle avanza lungo un tracciato innevato. L'inquadratura ravvicinata e il naturalismo della scena accentuano il senso di energia contenuta, trasformando l'azione sportiva in un gesto solitario di dedizione e disciplina ⑬. Anche Paolo Garretto illustra il corpo fascista in relazione allo sport, costruito su linee nette, colori pieni e composizioni dinamiche. Nella copertina del marzo 1930 ⑭, due pugili si affrontano sul ring, ridotti a forme essenziali: uno in costume bianco, l'altro marrone, su sfondo grigio neutro. La scena si concentra sull'impatto fisico, sull'urto delle masse e sulla tensione dei corpi. Lo sport diventa rito ideologico della disciplina fisica e della subordinazione al collettivo, riflettendo i valori propagandistici del regime. La stessa modalità ritorna nella copertina di luglio 1931 ⑮, dove una figura stilizzata pratica canoa: la composizione geometrica e i contrasti cromatici traducono la velocità e l'energia in un linguaggio del corpo perfetto.

Negli anni successivi, Garretto porta all'estremo la sperimentazione sul corpo sportivo come nella copertina di febbraio 1938 ⑯, dove un soggetto di spalle, appoggiato a un bastone da neve, apre la scena verso un secondo sciatore in lontananza. L'inquadratura insolita e la diagonale del braccio creano un effetto dinamico, che trasmette l'idea di controllo e di prontezza fisica. Nel numero di ottobre 1938 ⑰, il tema è la corsa campestre: una pista rossa vista dall'alto incornicia quattro corsie e un arbitro che spara il colpo di partenza. L'organizzazione geometrica dello spazio e la contrapposizione dei colori (rosso, verde, bianco) riflettono un ideale di ordine e vitalità collettiva, in cui la competizione sportiva diventa metafora della corallità fascista. Infine, nella copertina di dicembre 1939 ⑱, un portiere in volo para un tiro in porta: l'inquadratura obliqua e il taglio fotografico restituiscono un momento di tensione e concentrazione estrema. Il corpo, congelato nel gesto, incarna la sospensione eroica del movimento,

⑲

L'immagine fa riferimento agli sciatori italiani durante i campionati di Germania di Garmisch Partenkirchen dove l'Italia raccolse molto successo, preceduti solo dai norvegesi e dai finlandesi.



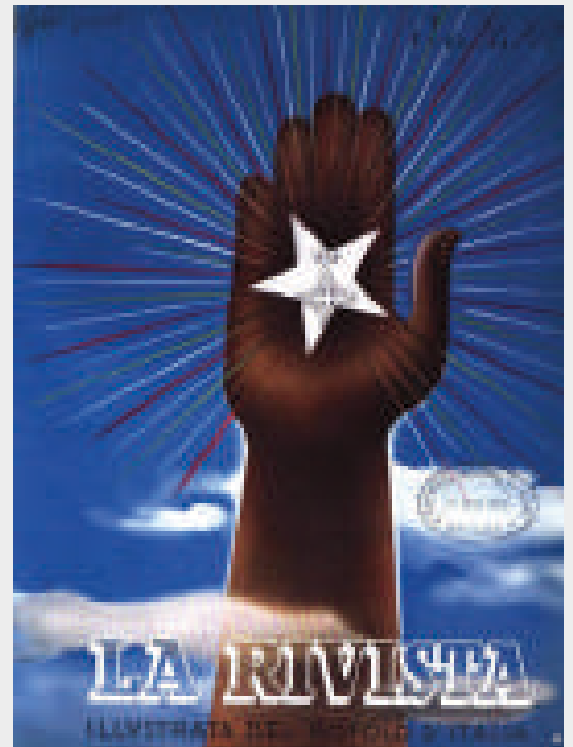
12

12
Ottobre 1932, Severo Pozzati (Sepò)
October 1932, Severo Pozzati (Sepò)



13

13
Febbraio 1936, autore non identificato
February 1936, author not identified



14

14
Novembre 1938, autore non identificato
November 1938, author not identified



15



16

15
Marzo 1924, Mario Bazzi
March 1924, Mario Bazzi

16
Novembre 1930, Paolo Garretto
November 1930, Paolo Garretto

simbolo di vigilanza e prontezza sportiva, come scritto nel saggio “Educazione fisica e controllo scientifico” nel numero di luglio 1933 con “L’esercizio fisico ha assunto il posto che gli educatori si erano proposti: esso non è più soltanto una fredda aspirazione educativa ma una concreta realtà sentita ed attuata” (pp. 72-75). La stilizzazione delle figure e il dinamismo grafico trasformano lo sport in rituale visivo di disciplina e adesione collettiva. Questa idealizzazione, pur formalmente suggestiva, funziona come strumento di controllo sociale e culturale. Il corpo atletico diventa quindi modello normativo e metafora visiva dello Stato, educando lo spettatore a forza, disciplina e obbedienza. La prestanza fisica, l’energia e la competizione non sono rappresentate come pratiche individuali, ma come valori collettivi che riflettono l’ideale di una nazione forte, efficiente e pronta al sacrificio, con il corpo atletico, celebrato e disciplinato, che diventa simbolo della forza collettiva e strumento di normalizzazione del comportamento individuale.

Dal solco alla patria:

agricoltura, lavoro e retorica della bonifica

Durante il fascismo il lavoro della terra assume una valenza morale e politica, coltivata, arata o bonificata, diventa metafora della trasformazione del Paese. Nella copertina di ottobre 1925 ¹⁵, un gancio di gru rosso solleva una spiga di grano, immagine direttamente connessa alla Battaglia del grano lanciata il 4 luglio 1925, che promuoveva l’autosufficienza cerealicola e celebrava simbolicamente la fusione tra tecnologia, lavoro agricolo e ideologia nazionale. La composizione sintetizza la tensione tra meccanizzazione e fertilità, mostrando come la macchina diventi alleata della natura e simbolo dell’“Italia che lavora”.

Il nesso tra agricoltura e impresa collettiva è al centro anche della copertina di novembre 1934 ¹⁶, con immagine fotografica di Bruno Munari, ispirata all’articolo interno “Strade e canali”. Protagonista è un macchinario di bonifica, uno dei “Cicli della bonifica” (p. 34), emblema del lavoro titanico che trasforma la natura in spazio produttivo, richiamando le imponenti opere di bonifica promosse dal regime fascista negli anni Venti e Trenta, come quelle dell’Agro Pontino. Nell’articolo la bonifica è descritta come opera morale e patriottica, compiuta da “lavoratori venuti da tutte le province della nostra adorabile Patria” e destinata a superare “tutte le imprese tentate non solo in Italia ma nel mondo intero”. Nel corso degli anni Trenta, l’immaginario agricolo si intreccia sempre più con quello militare. Nella copertina di ottobre 1936 ¹⁷, firmata da Paolo Garretto, un campo arato occupa l’intera superficie della pagina, mentre in primo piano un fucile poggiato sul terreno crea un parallelo visivo con il solco e con il colore bruno della terra, riferendosi a due importanti

azioni, l'avvio dell'autarchia nello stesso anno e il conferimento obbligatorio del grano agli ammassi (15 febbraio 1936). L'arma diventa strumento di lavoro tanto quanto l'aratro, suggellando la retorica del contadino-soldato, custode della fertilità nazionale e difensore della patria. Nella copertina di settembre 1938 ²⁴, ancora di Munari, grandi fasci di spighe di grano si stagliano su un cielo verde, solcato da tre aerei in lontananza. L'immagine coniuga abbondanza e potenza, fondendo il ciclo naturale del raccolto con la conquista dello spazio aereo. Le spighe, simbolo di vita e prosperità, si caricano di un senso epico, divenendo emblema della proiezione imperiale del fascismo.

Nel settembre 1939 ²⁵, la copertina di Vittorio Tavernari riprende il tema in chiave più simbolica: una mano stringe un mazzo di spighe, al cui interno si celano piccoli tricolori, a sottolineare il grano come bene strategico, principale alimento della popolazione e risorsa vitale per l'economia nazionale. Il gesto, fermo e devoto, richiama anche l'idea di possesso e protezione della terra. L'associazione con l'articolo interno, dedicato alle "Esercitazioni della scuola centrale milizia contraerei presente il Duce" (pp. 12-13), sottolinea come la fertilità della terra e la disciplina militare siano due aspetti di un unico progetto ideologico: la costruzione di un corpo nazionale produttivo, ordinato e pronto alla difesa.

112

In queste copertine, il paesaggio rurale non è mai semplice scenario naturalistico, ma campo ideologico. La spiga, l'aratro, il fucile e il tricolore convergono in un linguaggio visivo che sacralizza il lavoro agricolo come fondamento morale e politico dell'Italia fascista. Tali immagini estetizzano il lavoro e occultano la realtà delle condizioni materiali e del controllo sociale. L'agricoltura è dunque strumento di mitopoiesi, in cui la terra stessa diventa emblema della rigenerazione morale e della missione civilizzatrice del fascismo. La propaganda visiva agisce qui come strumento di depoliticizzazione, trasformando rapporti di potere e sfruttamento in paesaggio simbolico.

Raffigurare la gente comune: armonia, quotidianità

Accanto alle immagini eroiche e monumentali del lavoro, della guerra e della patria, trovano spazio, soprattutto nei numeri estivi, altri registri visivi: la quotidianità e la leggerezza della "gente comune". In queste copertine, la figura umana, spesso femminile o infantile, diventa emblema di spensieratezza e benessere. L'ideologia si rende qui invisibile, incorporandosi in immagini di normalità e serenità che naturalizzano l'ordine politico esistente. La rivista costruisce così un'esperienza mediale in cui il regime



24



25

24

Ottobre 1925, autore non identificato
October 1925, author not identified

25

Novembre 1934, Bruno Munari
November 1934, Bruno Munari



26



28



27

26
Ottobre 1936, Paolo Garretto
October 1936, Paolo Garretto

27
Settembre 1938, Bruno Munari
September 1938, Bruno Munari

28
Settembre 1939, Vittorio Tavernari
September 1939, Vittorio Tavernari

appare come sfondo naturale della vita sociale piuttosto che come forza autoritaria. Già nella copertina di giugno 1924 ⑳, una donna in costume da bagno, adagiata su una conchiglia reinterpreta il mito della *Nascita di Venere*. Nelle copertine di agosto 1924 ㉑ e luglio 1925 ㉒, bambini e donne vivono il paesaggio come spazio libero: le persone rappresentate nella copertina di Ito (agosto 1924) si arrampicano su un albero verde, mentre la donna elegante in quella sviluppata da Marcello Dudovich (luglio 1935) passeggia spensierata con il cane su una spiaggia rosa.

Il tema del corpo sereno e del tempo libero ritorna nella copertina di agosto 1926 ㉓ di Mario Sironi, dove due figure in costume sono sospese su un trampolino davanti al mare, immerse in un'atmosfera leggera. Negli anni Trenta, questo tono conviviale assume sfumature più popolari e domestiche: nelle copertine di giugno 1926 ㉔ e aprile 1930 ㉕, le donne in abiti tradizionali, con croci o collane di corallo, restituiscono un'immagine della cultura rurale. La copertina di agosto 1933 ㉖ di Alberto Saliotti unisce elementi marini (cabina, ombrellone, barca, ancora e bandiera italiana) in una celebrazione di una vacanza spensierata.

Nei numeri di agosto 1932 ㉗ e dicembre 1938 ㉘, Nino Strada sposta il focus sull'infanzia: bambini vestiti da marinaretti o un neonato in culla introducono un registro affettivo e intimo, in cui la purezza del corpo e la dimensione familiare sono metafore di rinascita e di futuro. La rappresentazione serena della vita quotidiana è parte della pedagogia visiva del regime, che propone un'idea di italianità sana, felice, disciplinata e moralmente integra. In queste copertine, dunque, il linguaggio della propaganda si ammorbidisce; l'eroe lascia spazio al cittadino comune, la militanza al gioco, la gloria al benessere: offrire al pubblico un'immagine rassicurante e totalizzante della vita fascista, dove ogni gesto, anche il più quotidiano, partecipa alla costruzione di una comunità unitaria e serena: il conflitto sociale, la povertà, il dissenso politico e le soggettività non conformi sono completamente assenti.

Muovere la Nazione: trasporti, velocità e modernità

Il tema dei trasporti traduce in immagini la retorica del progresso promossa dal regime: navi, treni, idrovolanti ed elicotteri diventano metafore della conquista dello spazio e del dominio umano sulla natura. La copertina di settembre 1931 ㉙, firmata da Enrico Prampolini, sintetizza questa ideologia della velocità. In stile futurista, la nave con la bandiera italiana si

staglia su uno sfondo celeste e marino, ridotta a un intreccio di linee e volumi che suggeriscono movimento continuo: la macchina come organismo vitale, simbolo di energia nazionale e di coordinazione collettiva. Le copertine di Alberto Saliotti (gennaio 1931 e agosto 1941) ㉚ ㉛ mostrano due immagini: nella prima, un idrovolante sovrasta una cartina del mondo colorata, segno di espansione e controllo; nella seconda, l'ombra di un elicottero si staglia su un campo arido, immagine di una modernità che sorvola, domina e misura il territorio. L'aria è il nuovo spazio del potere fascista, dove la visione dall'alto trasforma la geografia in possesso, la mappa in impero. Allo stesso modo, nella copertina di agosto 1930 ㉜ di Ivanhoe Gambini (1904-1992), l'elicottero è rappresentato con l'elica in movimento e la scia dinamica che attraversa il campo visivo, unendo tecnica, ritmo e controllo visivo, quasi a voler trasformare il mezzo di volo in un simbolo della nuova percezione fascista dello spazio e del tempo. Sulla terra, la modernità è affidata all'immagine del treno, come nella copertina di febbraio 1929 ㉝ di Gian Mondaini, in cui la stazione ferroviaria è immersa in un'atmosfera di fumo e luci. Qui la presenza umana, ridotta a una figura che scende dal convoglio, è movimento ordinato, di vita civile che si inserisce nella meccanica collettiva del progresso. Il mare, infine, resta il luogo simbolico per eccellenza della proiezione italiana nel mondo. Le copertine di giugno e agosto 1931 ㉞ ㉟ raffigurano porti, cantieri navali e imbarcazioni, trasformando l'acqua in spazio produttivo e militare, mentre la copertina di maggio 1939 ㊱ di Murari, con il Vesuvio e la nave militare nella baia di Napoli, fonde paesaggio, potenza e identità nazionale in una visione unitaria e monumentale. In queste immagini, la velocità, la tecnica e il viaggio assumono un valore spirituale oltre che materiale: muoversi significa avanzare nella storia. In questo modo, la modernità fascista si impone come orizzonte unico e non negoziabile, neutralizzando alternative e conflitti.

Il soldato tra eroismo, sacrificio e patria

Negli anni della guerra, la rivista è orientata verso una rappresentazione diretta e drammatica della vita militare. Il corpo del soldato, già simbolo di disciplina e virilità nella propaganda fascista, diventa strumento visivo di propaganda bellica, che estetizza la violenza e normalizza il sacrificio. Le copertine raffigurano i gesti concreti di chi combatte per la patria, con dedizione e resistenza. Nella copertina dell'agosto 1938 ㊲, realizzata da Ruggero Alfredo Michahelles, ci sono gli stivali di un soldato in primo piano e una tenda bianca sormontata dal tricolore si staglia contro l'orizzonte, dove si intravedono covoni e mare, un'immagine di sospensione, dove l'attesa precede l'azione. Negli anni successivi, il linguaggio si fa più cupo e realistico. Nella copertina di febbraio 1941 ㊳,

firmata da Gino Negrin, un soldato in trincea evoca il ruolo centrale del combattente, tema rafforzato dagli eventi contemporanei ¹⁰. Il volto del soldato e le ombre che lo circondano restituiscono la durezza della vita in trincea, trasformando la figura del combattente in simbolo concreto della guerra e della disciplina imposta dal regime. La copertina di luglio 1941 ¹¹ di Dino Ponti amplia la scena al campo di battaglia, dove carri armati e navi da guerra occupano terra e mare in un intreccio visivo che suggerisce simultaneità e totalità dello sforzo bellico. Infine, nella copertina di gennaio 1942 ¹², Gobbi concentra l'attenzione su un soldato con elmetto e il volto parzialmente mimetizzato: l'intensità cromatica trasforma l'immagine in una sorta di icona tragica: il rosso, colore del sangue e della passione, evoca il sacrificio, mentre il volto del soldato è emblema del coraggio anonimo, del dovere compiuto nell'ombra ¹³.

Attraverso queste copertine, la rivista costruisce una nuova liturgia visiva della guerra, in cui il corpo del soldato, frammentato o isolato, rappresenta la totalità della nazione in armi.

In questo senso, la figura del soldato non è soltanto eroicizzata, ma anche depoliticizzata: privata della possibilità di dissentire, soffrire o sottrarsi.

La propaganda visiva non rappresenta semplicemente la guerra, ma contribuisce a renderla culturalmente praticabile, trasformando la violenza in necessità storica e il sacrificio individuale in dovere simbolico.

115

Conclusione

Mussolini vedeva gli italiani come “consumatori politici” e, attraverso i direttori creativi della propaganda, controllava slogan, simboli e composizione delle immagini (Heller, 1993, p. 18). Anche nei manifesti e negli altri elaborati grafici di propaganda ricorrono simboli dell'antica Roma, paesaggi agricoli che evocano la bonifica e il lavoro rurale, così come l'idealizzazione del Duce e delle figure dei soldati, strumenti per modellare l'immaginario collettivo e rafforzare il consenso. Nel campo editoriale, le copertine de *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia* costituiscono quindi un corpus iconografico di straordinario valore, in cui la propaganda

¹⁰

L'annata del numero coincide con la mobilitazione generale dei quadri dirigenti del partito fascista, disposta il 1° gennaio da Mussolini affinché partissero volontari per il fronte, e con la mobilitazione civile del 1° febbraio, che coinvolge in Italia otto milioni di cittadini tra i 18 e i 55 anni, sottolineando l'interesse del regime per la partecipazione di massa alla guerra.

¹¹

Il periodo è segnato da tensioni belliche globali, anticipate dall'11 dicembre 1941, quando, quattro giorni dopo l'attacco a Pearl Harbor, l'Italia, in ottemperanza all'alleanza con l'Impero giapponese, dichiara guerra agli Stati Uniti.

fascista si manifesta attraverso strategie visive complesse e coerenti. Esse non si limitano a illustrare eventi o soggetti: traducono in immagini i principi ideologici del regime, trasformando la politica in esperienza sensoriale, immediata e persuasiva. La cultura visiva fascista non è da interpretare come semplice riflesso ideologico, ma come infrastruttura simbolica del potere. Le immagini analizzate hanno contribuito a creare le condizioni percettive e culturali che hanno reso possibile l'accettazione della repressione, della guerra e delle gerarchie autoritarie. La loro efficacia non risiede solo nella persuasione, ma nella capacità di trasformare l'ideologia in senso comune, e nel coinvolgere direttamente gli artisti nella costruzione di tale senso comune, attribuendo loro una responsabilità etica nella diffusione della propaganda.

Dall'evocazione della romanità alla celebrazione della modernità industriale, dal culto del corpo alla valorizzazione della ruralità e della vita quotidiana, emerge un repertorio simbolico capace di legittimare storicamente il fascismo, promuovere la disciplina sociale e costruire un senso di appartenenza collettiva. Ogni copertina, pur nella pluralità di autori e stili - da Marussig a Depero, da Michahelles a Munari - contribuisce a un'unica grammatica visiva del potere, in cui l'arte, il design e la comunicazione si fondono per delineare la figura di una nazione organica, ordinata e totalitaria. In questo senso, la rivista si configura come snodo strategico di elaborazione iconografica, in cui le sperimentazioni grafiche si intrecciano con la produzione simbolica del consenso, traducendo il progetto politico del regime in forma visiva e contribuendo alla sua normalizzazione.

Il presente studio non ambisce a esaurire la complessità del repertorio iconografico della rivista, ma offre una lettura esemplificativa dei principali nuclei narrativi e delle logiche retoriche che ne strutturano l'immaginario. In questa prospettiva, l'analisi delle copertine non si limita a un esercizio storico o estetico, ma permette di comprendere come la grafica illustrata possa agire come strumento di mediazione tra arte, ideologia e consenso, configurando visivamente il fascismo come esperienza culturale, estetica e politica. Adottando una prospettiva propria degli studi culturali e della teoria critica, la rivista può essere interpretata come uno spazio di mediazione simbolica in cui il potere non si limita a imporsi, ma viene interiorizzato e reso culturalmente accettabile. La propaganda visiva agisce così come una vera e propria tecnologia di governo dell'immaginario, capace di integrare estetica, ideologia e consenso, e di legittimare tanto le pratiche di disciplinamento sociale quanto, nei contesti bellici e imperiali, la violenza materiale esercitata dallo Stato. In questo senso, le copertine non solo accompagnano il consenso,



38



40



39



41

38
Settembre 1931, Enrico Prampolini
September 1931, Enrico Prampolini

39
Gennaio 1931, Alberto Salietti
January 1931, Alberto Salietti

40
Agosto 1941, Alberto Salietti
August 1941, Alberto Salietti

41
Agosto 1930, Ivanhoe Gambini
August 1930, Ivanhoe Gambini



④③



④④



④②



④⑤

④②
Febbraio 1929, Gian Mondaini
February 1929, Gian Mondaini

④③
Giugno 1931, autore non identificato
June 1931, author not identified

④④
Agosto 1931, autore non identificato
August 1931, author not identified

④⑤
Maggio 1939, Bruno Munari
May 1939, Bruno Munari

ma contribuiscono attivamente a produrlo, dimostrando come la grafica illustrata, pur formalmente accattivante, possa veicolare valori politici e sociali problematici, richiedendo una lettura critica e contestualizzata. La normalizzazione visiva dell'ordine, del sacrificio e della gerarchia trasforma la coercizione in necessità storica e la guerra in destino collettivo, inscrivendo la violenza del regime in un orizzonte simbolico percepito come naturale, giusto e persino estetico. Se le copertine de *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia* dimostrano come il design possa operare come tecnologia di governo dell'immaginario, la sua analisi storica ne sollecita una riflessione sul potenziale critico e trasformativo del design oggi: sulla sua capacità di opporsi alla strumentalizzazione ideologica, di costruire contro-narrazioni e di assumere una responsabilità etica nei confronti dello spazio pubblico.

THE IMAGES OF CONSENT SYMBOLS, MYTHS, AND PROPAGANDA ON THE COVERS OF LA RIVISTA ILLUSTRATA DEL POPOLO D'ITALIA (1923-1943)

*Political Design; Visual Propaganda; Fascism; Illustration;
Visual Communication; Aesthetics of Power*

Abstract

This article examines the covers of *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia* (1923-1943), one of the primary instruments of visual propaganda of the Fascist regime. Through a thematic and iconographic approach, the study identifies recurring narrative clusters, ranging from Roman antiquity to industrial modernity, from the cult of the body and sport to productive rurality, and finally to the depiction of everyday life. It highlights how imagery was employed to construct and disseminate an aesthetic of consent. The covers, created by prominent artists and graphic designers of the period, such as Mario Sironi, Paolo Garretto, Bruno Munari, Fortunato Depero, and Alberto Salietti, reveal the hybrid and strategic nature of the Fascist cultural project, in which art, ideology, and visual communication converge into a grammar of power. The analysis offers an exemplary reading of the main figurative and rhetorical constants that define the regime's visual imaginary, positioning the magazine as a central node in the production of Fascist

visual culture and as a device for identity construction, without implying any form of legitimation or value judgment regarding its communicative effectiveness.

The visual grammar of power

This contribution examines the visual and symbolic language of *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, the illustrated organ of Fascist consensus published between the 1920s and the 1940s, which shaped the collective imaginary through a powerful iconographic apparatus, contributing to the normalization of authoritarian ideology through, as observed by Priscilla Manfren, “a continuous search for a powerful and symbolically rich illustration, endowed with immediate communicative capacity, varied in styles and themes and, ultimately, attentive in seeking expressive modes capable of satisfying both the most traditional tastes [...] and those of an audience inclined toward more contemporary and experimental trends” (2016, p. 37).

Through the analysis of its covers, the article explores how the regime constructed a unified and reiterated imaginary, grounded in the aestheticization of power (Falasca-Zamponi, 1997), the sacralization of everyday life (Gentile, 1993), and the fusion of antiquity and modernity within a single visual rhetoric of the nation (Schnapp, 1996; Stone, 1999). Recurring elements evoking ancient Rome constitute a foundational myth that legitimizes the continuity between the Roman Empire and Fascist modernity (Arthurs, 2012), fostering a sense of collective belonging and adherence to the regime. As noted by Guerri (2017), many Italians adhered to Fascism through what he defines as a “secular religion,” based on the sacralization of power, collective rituals, and national pride. At the same time, industrial modernity becomes a symbol of productive strength and national progress (Ben-Ghiat, 2001), while the tricolour unifies the compositions and embodies collective belonging. Agricultural labor and land reclamation transform rurality into a productive and moral myth, and the body, through gesture and athletic physicality, functions as both a political and symbolic device (Spackman, 1996). Representations of everyday life introduce harmony and familiarity, while speed and transportation evoke the Fascist conquest of modernity and technical domination over space, in alignment with a poetics of movement and imperial expansion.

Within this constellation of symbols, the magazine emerges as a laboratory of the Fascist imaginary, where modern graphic design, classical myth, and ideology converge to produce the visual form of the totalitarian nation. As emphasized by Murialdi (2008), the national press played a decisive role in constructing consensus and legitimizing power, integrating party publications, major opinion newspapers, and influential figures in the

consolidation of Fascist ideology ^①. The description of images constitutes an analytical tool for understanding the symbolic and communicative mechanisms of Fascist propaganda. Attention to visual detail, composition, and graphic language makes it possible to reconstruct the functioning of political myths and strategies of legitimation within a media system controlled by the regime. Images should not be regarded as mere ornaments or illustrative devices, but as cultural agents capable of exercising social and cognitive power, shaping perceptions, behaviors, and ideologies. As noted by Mitchell, images possess a form of agency: they act upon viewers, solicit responses, and participate in the construction of shared cultural realities (2017). In particular, Mitchell (2014) proposes the analogy encapsulated in the question “What do pictures want?”, emphasizing that images surround the viewer with their own interpretive demands, operating as social and cultural actors.

Applied to Fascist propaganda, this perspective allows us to consider the magazine's covers as dynamic dispositifs that capture, seduce, and shape the viewer's gaze, thereby assigning Fascist visual culture an active role in the formation of consensus and ideological legitimation. The combined approach of iconographic, semiotic, and media studies situates images within a visual regime endowed with concrete social effects.

119

The analysis of visual propaganda thus does not aim at a purely formal or symbolic evaluation, but rather at a critical investigation of the cultural conditions that made possible both adherence to and the normalization of an authoritarian political project. Across the entire twenty-year period, the covers construct a symbolic vocabulary of Fascist modernity in which aesthetics and the pedagogy of consensus are intertwined. In light of media and propaganda studies, this strategy should be understood as a medial dispositif grounded in seriality, recognizability, and repetition, fostering the naturalization of the ideological message. The cover, as the visual threshold of the magazine, performs a crucial function: it anticipates content, orients reading, and establishes an interpretive horizon within which the reader situates their experience,

①

Freedom of the press was progressively restricted: in 1923, the first restrictive law was enacted, followed in 1924 by a decree imposing further limitations and by the *Leggi Fascistissime* of 31 December 1925, which declared illegal all publications not aligned with the regime, established a government-controlled register of journalists, and granted prefects the authority to ban periodicals. Finally, on 14 July 1938, the Italian press published a “decatalogue” outlining the racial principles of Fascism, thereby consolidating the ideological control of the media.

thereby constructing a coherent and ideologically guided media experience. In semiotic terms, this operation realizes what Roland Barthes would define as a visual mythology: a system of signs that naturalizes ideology by transforming it into perceptual evidence. Order, symmetry, and formal clarity, distinctive features of Fascist graphic design, assume a political function, aestheticizing hierarchy and control. Walter Benjamin (1936) would describe this as the “aestheticization of politics,” while George Mosse (2006) and Emilio Gentile (2003) interpret it as the “sacralization of politics,” understood as a collective ritual and a symbolic form of authoritarian modernity. The effectiveness of visual propaganda does not reside solely in the reiteration of symbols, but in its capacity to produce effects of subjectivation: images contribute to the formation of individuals who perceive themselves within the symbolic order of the regime. Fascist visual grammar operates as a form of symbolic violence, imposing hierarchies, roles, and values that legitimize both consent and material coercion. The study of Fascist visual culture entails critical risks related to the possible aestheticization of its imagery. The covers are therefore treated as media products embedded within a system of power and propaganda, whose visual efficacy is an integral component of the regime's political project. Recognizing their communicative effectiveness does not entail attributing ethical or political legitimacy to them: their “functioning” as devices of consensus does not equate to “value,” but rather constitutes the very object of critical inquiry. Accordingly, the analysis maintains a critical distance, interrogating images not for their formal seductiveness, but for their ideological, communicative, and disciplinary functions. The following sections are organized thematically, based on recurring iconographic patterns identified through a systematic study of the magazine.

The revival of romanity

Among the recurring iconographic features of *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, the notion of romanità occupies a central position. The imagery of ancient Rome is reactivated and reconfigured to construct an ideal continuity between past and present ^②. An illustrative example is the November 1933 cover ^①, designed by Ruggero Alfredo Michahelles (1898-1976), dedicated to the “Decorated for Military Valor Convened in Rome from All over Italy” (*La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia*, November 1933, pp. 10-12).

②

It is essential to underscore that referring to the “effectiveness of images” does not entail any form of legitimation of their political content. Rather, such qualities serve to elucidate how images operate in the dissemination of Fascist ideology, while foregrounding the responsibility of artists in constructing symbolic forms that shape perceptions and orient behaviors.

The image stages a carefully constructed symbolic composition: at its center, the statue of Julius Caesar rises before a triumphal arch, beyond which the Colosseum is visible. In the foreground, a male figure dressed in a black shirt performs the Roman salute toward the emperor, thereby sealing the bond between the hero of *romanità* and the new soldier of Fascism. The image situates the viewer within a symbolic genealogy functional to the legitimation of the present, where *romanità* operates as a form of depoliticization, transforming an ideological construction into an unquestioned historical necessity.

As emphasized by Emilio Gentile, the myth of Rome constituted one of the cornerstones of the Fascist imaginary: a symbolic and identity-bearing element that the regime mobilized to legitimize its claim to continuity with imperial grandeur. Through a form of “symbolic archaeology,” Fascism reinterpreted the vestiges of *romanità*, monuments, urban forms, and iconographies, in order to construct new celebratory spaces in which antiquity and modernity converged, visually articulating the presumed symbiosis between imperial Rome and Fascist Rome. In this perspective, *romanità* became not only historical memory but also a political and liturgical instrument for representing Fascism as the heir and culmination of the Roman tradition (Gentile, 2003, pp. 130-131).

120

Another recurring leitmotif is the fasces, adopted as an identity-bearing and political emblem. It becomes a sign of authority, contributing to the visual sacralization of a monolithic and disciplined state. The fasces operates as a form of ideological simplification, reducing historical and political complexity to a unified and indisputable form. Its central placement within compositions directs the viewer’s gaze and establishes a visual hierarchy that reinforces the regime. Particularly evocative is the July 1935 cover ②, where a full moon dominates a nocturnal scene; upon its surface stands a Roman column, whose shadow transforms into a fasces. In this image, the shadow of the past projects its form onto the present, legitimizing the regime as the heir to the empire. The fasces thus emerges as a symbol of authoritarianism and political violence.

Already in the November-December 1923 cover ③, designed by Guido Marussig, Fascist symbolism is articulated within a tripartite space structured by two columns and a central fasces surmounted by the Goddess Roma. Here, the verticality of forms, the yellow tones of the elements, the white background,

and the monumental typography construct a liturgical composition. This ritual aestheticization of power contributes to the sacralization of the existing political order, shifting adherence from the plane of rational deliberation to that of emotional and symbolic identification. It is therefore essential to underscore the responsibility of illustrators and graphic designers in constructing an authoritarian imaginary. If Marussig’s work is characterized by the hieratic solemnity of *romanità*, within a few months the magazine’s visual imaginary opens to a more modern and dynamic register. This transformation reflects a deliberate effort to experiment with visual forms capable of rendering Fascist ideology more seductive, accessible, and pervasive. In the July 1924 cover ④, Fortunato Depero reinterprets the fasces through a Futurist lens, inserting three bundles that move along rotational trajectories; three tricolours with curved lines amplify the perception of motion, imbuing the composition with a sense of centrifugal energy. The fasces becomes a kinetic sign of propaganda, a manifestation of an ideology that seeks not merely to represent, but to mobilize. As Marta Sironi observes, “it is no longer a simple illustration, but rather a complex design of the entire page, which ultimately presents itself as an autonomous ‘object’ of striking visual impact. A sense of national belonging emerges (the fasces is reiterated, conveying the sense of a playful and festive waving)” (2009, p. 624).

This progressive modernization of *romanità* finds full expression in the April 1936 cover ⑤, illustrated by Bruno Munari, which celebrates Italian steel production through Ilva, emphasizing the autarchic policies initiated on 23 March of that year, aimed at rendering Italy independent from foreign imports and strengthening its industrial and military power. The image is dominated by an industrial smokestack—symbol of modernity, labor, and national productive strength—upon which a stylized fasces is prominently displayed. Behind the smokestack stands the Colosseum, while the Italian flag waves at its summit. The fasces and the tricolour function here as symbolic devices linking industrial production to the construction of the Fascist nation, suggesting that technological modernity is an integral component of the regime’s political and civic mission. The image contributes to obscuring the coercive character of industrial and social policies, presenting progress as a collective destiny. Industrial modernity is thus mythologized. Alongside this dialectic between antiquity and modernity, the eagle emerges as another key symbol. In the magazine’s covers, it appears in various forms: in flight, clutching the fasces in its talons (Garretto, June 1936) ⑥, or as a monumental figure (April 1940) ⑦. In each case, the eagle functions as an emblem of domination and vigilance, embodying the idea of a state that rises above

individuals and dominates them through moral and military. Its presence translates into visual form the union between symbol and power, between the celestial force of empire and the terrestrial solidity of the regime. The strength of this visual language lies in the capacity of images to operate simultaneously on the cognitive, emotional, and political planes of the viewer, shaping perception and affective experience, and contributing to rendering consent both naturalized and desirable.

**A national visual code:
the tricolor as ideological embodiment**

A foundational element of Fascist visual identity is the tricolour, which appears not only as a flag but as a diffuse chromatic code, integrated into graphic composition and the overall palette. As Falasca-Zamponi (1997) observes, within the symbolic system of Fascism, aesthetics was not a mere ornament but a political dispositif capable of rendering power both tangible and seductive, transforming visual form into an instrument of consensus. In this sense, the tricolour itself functions as a mechanism of consent: its presence normalizes national identity. In the August 1925 cover ③, designed by Mario Sironi, the image depicts a paper accordion in national colors, placed at the center of a compact black background. Sironi, among the most consistent in translating painterly and graphic language into ideological terms, constructs here a symbolic image: the accordion, a popular and musical object, is transformed into a paper architecture, a tricolour body that, though foldable and fragile, rises as an icon of the nation.

The black background, characteristic of Sironi's visual lexicon, heightens the tricolour by isolating it as the sole vital sign, transforming an everyday object into a political emblem. A decade later, the theme of the tricolour becomes more direct and participatory in the September 1935 cover by Bruno Munari ④. Here, the tricolour accompanies the image of a rifle with a military hat and patriotic inscriptions ("W l'Italia," "W il Duce," "Addio mia bella addio"), evoking the Ethiopian War and the expansionist aspirations of the Fascist regime ⑤.

The war object becomes a symbol of national mobilization, merging personal devotion with collective belonging and presenting war as a patriotic rite. From the mid-1930s onward, the tricolour is physically grasped, transforming into a lived, participatory, and embodied sign. The flag is no longer merely a representation of the homeland, but becomes a physical extension of the Fascist individual, symbolizing a communion between body and nation. In the May 1936 cover ⑥, once again by Mario Sironi, a farmer advances with solemn stride, holding a sickle in his right hand and an unfurled tricolour in his left, waving in the wind. This simple, everyday gesture acquires the value of a civic iconography: agricultural labor and devotion to the homeland merge into a single image of strength and sacrifice. The tricolour thus becomes a sign of collective identity, while the sickle, a traditional peasant symbol, is reinterpreted in a heroic and productive key, as an instrument of the new Fascist rural order ⑦.

The scene therefore represents not only the celebration of ancient greatness, but also the transformation of contemporary politics and economy into instruments of power and imperial continuity. A similar process of symbolic embodiment is evident in the September 1936 cover ⑧, designed by Gino Negrin Caregaro, where a young man in the uniform of the Gioventù Italiana del Littorio (GIL), belonging to the naval cohort, raises a tricolour while walking, depicted from behind and captured in the act of movement. The subject refers to the Eighth Campo Dux, a parade of 25,000 Avanguardisti along Via dell'Impero in Rome, attended by the Duce and documented within the issue. The dynamic framing underscores generational continuity, transforming the youthful body of the regime into an embodiment of the future and a bridge between militancy and modernity. The tricolour becomes a symbol of belonging, discipline, and collective mission, visually translating the Fascist educational project of shaping citizens ready to serve the nation.

**The gestural language of the body:
hands, power, and ritual**

In the magazine's covers, gesture is never neutral: it functions as a visual language of consent, a device of collective participation, and a form of ideological representation. This visual regime translates Fascist ideology into behavioral models, thereby contributing to the normalization of political adherence.

③

It is essential to underscore that referring to the "effectiveness of images" does not entail any form of legitimization of their political content. Rather, such qualities serve to elucidate how images operate in the dissemination of Fascist ideology, while foregrounding the responsibility of artists in constructing symbolic forms that shape perceptions and orient behaviors.

④

On 15 February 1936, the compulsory delivery of grain to state granaries (ammassi) was introduced, a concrete expression of autarky and state control over the agricultural economy, while on 9 May Mussolini proclaimed the birth of the Italian Empire, "returned to the fatal hills of Rome."

In the October 1932 issue ②, the Roman salute takes center stage in a cover designed by Severo Pozzati (known as Sepo), reflecting the symbolic construction of youth within the regime ⑤. In the image, the outstretched arm becomes a sign of Fascist liturgy, in which the individual is dissolved into a collective gesture. An evolution of bodily expression can be observed in the February 1936 cover ③, where a hand grips a sword, signifying a collective mission in which each individual participates in a national design. The composition constructs an image of discipline and sacrifice, in which physical strength is sublimated into spiritual value. The illustration anticipates several documentary images included in the same issue, where Blackshirts are shown in Italian East Africa, saluting with their daggers raised while marching in columns toward their positions during the colonial campaign against Ethiopia ⑥. The hand irradiated by light reappears in the November 1938 cover ④, designed by Paolo Garretto, with a geometric star in the palm emitting coloured beams of light ⑦.

The hand becomes an icon of emanation: the gesture turns into a metaphor for the spiritual force of Fascism, transforming political decisions into an ideological order perceived as inevitable and legitimized. The regime's political power thus finds a visual representation, symbolizing its penetration into the moral and social sphere of citizens. A further articulation of this motif appears in the March 1924 cover ⑤, illustrated by Mario Bazzi (1891-1954), where a hand raises a trophy depicting the Goddess Roma holding a fasces. The gesture assumes a solemn and sacral tone: the hand fuses classical symbolism with the modern cult of heroism. The illustration celebrates five years since the birth of the Fascist movement and two years of Mussolini's government.

122

⑤ In the same period, Mussolini's speech in Milan on 25 October further advocated the Fascistization of Europe, while in Rome the Exhibition of the Fascist Revolution, inaugurated on 27 October, and the opening of Via dell'Impero on 28 October articulated, in ideological and monumental terms, the relationship between history, urban space, and political mobilization. This campaign subsequently culminated in the Ethiopian War (October 1935-May 1936).

⑥ This campaign subsequently culminated in the Ethiopian War (October 1935-May 1936).

⑦ Paolo Garretto is described by Mazzocchi and Trionfera in the preface to the volume *Garretto Story* (1983) as a Futurist artist, yet with entirely personal tendencies. In the preface, Mazzocchi writes that Garretto can be considered Futurist "in the bold modernity of his line and design, never abstract or allusive. In black and white as in the play and contrast of colors, always clear, immediately comprehensible, and expressive. A portraitist inclined to render the sparse essence of every human physiognomy, with subtle and controlled humour."



⑧



⑨

⑧ Agosto 1938, Mario Sironi
August 1938, Mario Sironi

⑨ Settembre 1935, Bruno Munari
September 1935, Bruno Munari



⑩



⑪

⑩
Maggio 1936, Mario Sironi
May 1936, Mario Sironi

⑪
Settembre 1936, Gino Negrin Caregaro
September 1936, Gino Negrin Caregaro

Finally, in the November 1930 cover ⑩, once again designed by Garretto, the central figure is a Blackshirt combatant holding a sword in the foreground. His face, rigid and focused, emerges against a yellow background, almost haloed. The close framing and the tension of the gesture transform the Fascist hero into an icon of discipline and moral strength, in which the act of brandishing the sword becomes a visual assertion of the will to power ③. Through these images, hand gestures are configured as a visual code that translates political belief into a ritual act. The body becomes both temple and instrument of power, a central medium of the regime's political pedagogy. Through codified gestures and idealized physicality, the covers transform ideology into behavior, rendering the citizen's body a site of symbolic control.

Cult of the body:

physical prowess and strength through sport

Sport occupies a central place in the construction of the regime's imaginary. The athletic body becomes a metaphor for moral health and collective discipline, a plastic expression of the Fascist "new man." Covers dedicated to sport celebrate physical strength, bodily harmony, and the dynamics of movement, translating the principles of Fascist education into visual form: vigor, competition, and control. Already in the January 1928 cover ⑨ designed by Diego Santambrogio (1898-1969), a skier viewed from behind advances along a snowy track. Here sport is presented as an instrument of moral formation, a symbol of the orderly conquest of natural space through Fascist will. In particular, the Alpine mountain landscape is described in the issue as a privileged site for physical exercise in the snow.

A similar compositional balance is found in the February 1935 cover ⑩ by Gino Negrin, where a skier seen from behind advances along a snowy path. The close framing and the naturalism of the scene accentuate a sense of contained energy, transforming the sporting action into a solitary gesture of dedication and discipline ②. Paolo Garretto also depicts the Fascist body in relation to sport, constructed through sharp lines, solid colours, and dynamic compositions. In the March 1930 cover ⑪, two boxers face each other in the ring, reduced to essential forms: one in white shorts, the other in brown, against a neutral grey background.

③

In this period, the Blackshirts, officially established in 1919, primarily functioned as a paramilitary and propagandistic force for consolidation, increasingly becoming a symbol of the Fascist state and of the model of the citizen-soldier, trained and loyal to the regime.

②

The image refers to the Italian skiers during the German championships in Garmisch-Partenkirchen, where Italy achieved significant success, finishing just behind the Norwegians and Finns.



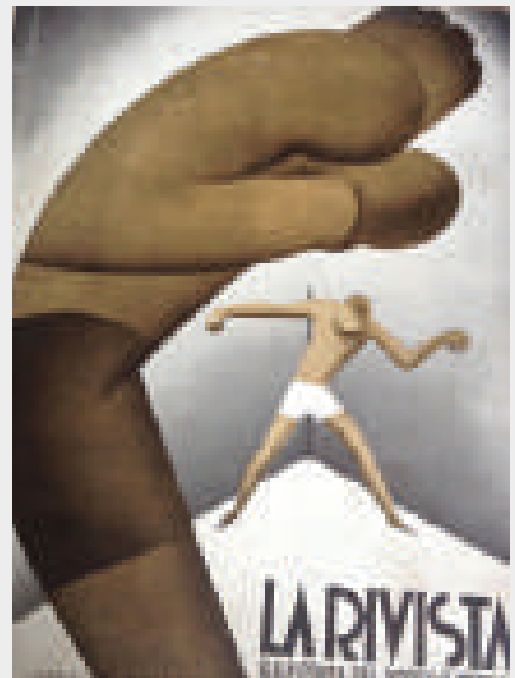
17

17
Gennaio 1928, Diego Santambrogio
January 1928, Diego Santambrogio



18

18
Febbraio 1935, Gino Negrin Caregaro
February 1935, Gino Negrin Caregaro

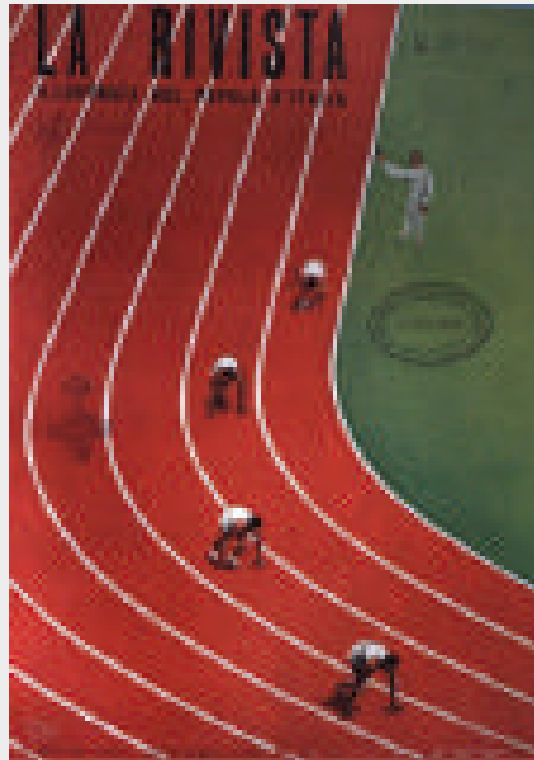


19

19
Marzo 1930, Paolo Garretto
March 1930, Paolo Garretto



20



22



21



23

20
Luglio 1931, Paolo Garretto
July 1931, Paolo Garretto

21
Febbraio 1938, Paolo Garretto
February 1938, Paolo Garretto

22
Ottobre 1938, Paolo Garretto
October 1938, Paolo Garretto

23
Dicembre 1939, Paolo Garretto
December 1939, Paolo Garretto

The scene focuses on physical impact, the collision of masses, and bodily tension. Sport thus becomes a ritual of physical discipline and subordination to the collective, reflecting the regime's propagandistic values. The same approach returns in the July 1931 cover ⑩, where a stylized figure practices canoeing: the geometric composition and chromatic contrasts translate speed and energy into a visual language of the "perfect body."

In subsequent years, Garretto pushes the experimentation on the sporting body even further, as in the February 1938 cover ⑪, where a figure seen from behind, leaning on a ski pole, opens the scene toward another skier in the distance. The unusual framing and the diagonal line of the arm create a dynamic effect, conveying control and physical readiness. In the October 1938 issue ⑫, the theme is cross-country running: a red track seen from above frames four lanes and a starter firing the starting shot. The geometric organization of space and the contrast of colours (red, green, white) reflect an ideal of order and collective vitality, in which sporting competition becomes a metaphor for Fascist collectivity.

Finally, in the December 1939 cover ⑬, a goalkeeper dives to save a shot on goal: the oblique framing and photographic cropping capture a moment of extreme tension and concentration. The body, frozen in gesture, embodies the heroic suspension of movement, symbolizing vigilance and athletic readiness. As stated in the essay "Physical Education and Scientific Control" in the July 1933 issue "physical exercise has taken the place intended by educators: it is no longer a cold educational aspiration but a concrete reality, both felt and enacted" (pp. 72-75).

The stylization of figures and graphic dynamism transform sport into a visual ritual of discipline and collective adherence. This idealization, while formally compelling, operates as an instrument of social and cultural control. The athletic body thus becomes a normative model and a visual metaphor of the State, educating the viewer toward strength, discipline, and obedience. Physical prowess, energy, and competition are not represented as individual practices but as collective values reflecting the ideal of a strong, efficient nation ready for sacrifice. The celebrated and disciplined athletic body therefore becomes both a symbol of collective strength and a tool for normalizing individual behavior.

From the furrow to the fatherland: agriculture, labor, and the rhetoric of land reclamation

During Fascism, agricultural labour acquired a moral and political dimension: cultivated, ploughed, or reclaimed land became a metaphor for the

transformation of the nation. In the October 1925 cover ⑭, a red crane hook lifts a wheat ear, an image directly connected to the Battle for Grain launched on 4 July 1925, which promoted cereal self-sufficiency and symbolically celebrated the fusion of technology, agricultural labour, and national ideology. The composition synthesizes the tension between mechanization and fertility, showing how the machine becomes an ally of nature and a symbol of the "working Italy." The link between agriculture and collective enterprise is also central in the November 1934 cover ⑮, featuring a photographic image by Bruno Munari, inspired by the internal article "Roads and Canals." The protagonist is a land reclamation machine, one of the "Cyclopes of reclamation" (p. 34), an emblem of the titanic labour transforming nature into productive space, evoking the large-scale reclamation projects promoted by the Fascist regime during the 1920s and 1930s, such as those in the Pontine Marshes. In the article, reclamation is described as a moral and patriotic enterprise carried out by "workers coming from all the provinces of our beloved Homeland" and destined to surpass "all undertakings attempted not only in Italy but in the entire world." Throughout the 1930s, the agricultural imaginary becomes increasingly intertwined with the military one. In the October 1936 cover ⑯, designed by Paolo Garretto, a ploughed field occupies the entire page surface, while in the foreground a rifle resting on the ground creates a visual parallel between the furrow and the dark colour of the soil. The image refers to two major policies of the same year: the launch of autarky and the compulsory delivery of grain to state granaries (ammassi, 15 February 1936). The weapon becomes a tool of labour as much as the plough, sealing the rhetoric of the peasant-soldier, guardian of national fertility and defender of the homeland.

In the September 1938 cover ⑰, again by Munari, large bundles of wheat stand out against a green sky crossed in the distance by three airplanes. The image combines abundance and power, merging the natural cycle of harvest with the conquest of aerial space. The wheat, symbol of life and prosperity, acquires an epic dimension, becoming an emblem of Fascism's imperial projection. In September 1939 ⑱, Vittorio Tavernari's cover revisits the theme in a more symbolic key: a hand holds a bundle of wheat stalks, within which small tricolour flags are embedded, emphasizing grain as a strategic good, the population's primary food source, and a vital resource for the national economy. The firm and devotional gesture also evokes notions of possession and protection of the land. Its association with the internal article on "Esercitazioni della scuola centrale milizia contraerei presente il Duce" (pp. 12-13) underscores how agricultural fertility and military discipline are two aspects of a single ideological project:

the construction of a productive, orderly, and defense-ready national body. In these covers, the rural landscape is never a mere naturalistic backdrop but an ideological field. The ear of wheat, the plough, the rifle, and the tricolour converge into a visual language that sacralizes agricultural labour as the moral and political foundation of Fascist Italy. These images aestheticize labour while obscuring the material conditions and structures of social control. Agriculture thus becomes an instrument of myth-making, in which the land itself is transformed into an emblem of moral regeneration and Fascism's civilizing mission. Visual propaganda operates here as a device of depoliticization, turning relations of power and exploitation into a symbolic landscape.

Depicting common people: harmony and everyday life

Alongside the heroic and monumental imagery of labour, war, and the homeland, other visual registers also emerge, particularly in the summer issues: everyday life and the lightness of the "ordinary people." In these covers, the human figure, often female or childlike, becomes an emblem of carefreeness and well-being. Ideology becomes invisible here, embedded in images of normality and serenity that naturalize the existing political order. The magazine thus constructs a media experience in which the regime appears as a natural backdrop to social life rather than as an authoritarian force.

Already in the June 1924 cover ⑳, a woman in a bathing suit reclining on a shell reinterprets the myth of the Birth of Venus. In the August 1924 ㉑ and July 1925 ㉒ covers, children and women inhabit the landscape as a space of freedom: the figures depicted in Ito's cover (August 1924) climb a green tree, while the elegant woman in Marcello Dudovich's design (July 1935) strolls carefree along a pink beach with her dog.

The theme of the serene body and leisure time returns in the August 1926 cover ㉓ by Mario Sironi, where two bathing figures are suspended on a diving board overlooking the sea, immersed in a light and airy atmosphere. In the 1930s, this convivial tone takes on more popular and domestic nuances: in the June 1926 ㉔ and April 1930 ㉕ covers, women in traditional dress, wearing crosses or coral necklaces, convey an image of rural culture. The August 1933 cover ㉖ by Alberto Salietti combines maritime elements (beach cabin, umbrella, boat, anchor, and Italian flag) in a celebration of carefree holiday time. In the August 1932 ㉗ and December 1938 ㉘ issues, Nino Strada shifts the focus to childhood: children dressed as sailors or a newborn in a cradle introduce an affective and intimate register,

in which bodily purity and the family dimension function as metaphors of rebirth and the future. The serene representation of everyday life is part of the regime's visual pedagogy, which promotes an idea of a healthy, happy, disciplined, and morally intact Italianness. In these covers, therefore, the language of propaganda is softened: the hero gives way to the ordinary citizen, militancy to play, and glory to well-being. The aim is to offer the public a reassuring and totalizing image of Fascist life, in which every gesture, even the most everyday, participates in the construction of a unified and serene community. Social conflict, poverty, political dissent, and non-conforming subjectivities are entirely absent.

Mobilizing the Nation: transport, speed, and modernity

The theme of transport translates the regime's rhetoric of progress into visual form: ships, trains, seaplanes, and helicopters become metaphors for the conquest of space and human domination over nature. The September 1931 cover ㉙, designed by Enrico Prampolini, condenses this ideology of speed. Executed in a Futurist style, the ship bearing the Italian flag stands out against a celestial and maritime background, reduced to an interweaving of lines and volumes that suggest continuous motion: the machine as a living organism, a symbol of national energy and collective coordination. The covers by Alberto Salietti (January 1931 and August 1941) ㉚ ㉛ present two images: in the first, a seaplane hovers over a coloured world map, signifying expansion and control; in the second, the shadow of a helicopter falls across an arid field, an image of modernity that flies over, dominates, and measures territory. The air becomes the new space of Fascist power, where the aerial gaze transforms geography into possession and the map into empire. Similarly, in the August 1930 cover ㉜ by Ivanhoe Gambini (1904-1992), the helicopter is depicted with its rotor in motion and a dynamic trail, cutting across the visual field, merging technique, rhythm, and visual control, as if transforming the aircraft into a symbol of a new Fascist perception of space and time. On land, modernity is entrusted to the image of the train, as in the February 1929 cover ㉝ by Gian Mondaini, where the railway station is immersed in an atmosphere of smoke and light. Here human presence, reduced to a figure stepping off the carriage, becomes ordered movement, a form of civic life inserted into the collective machinery of progress. The sea, finally, remains the quintessential symbolic space of Italy's projection into the world. The June and August 1931 covers ㉞ ㉟ depict ports, shipyards, and vessels, transforming water into a productive and military space, while the May 1939 cover ㊱ by Murari, showing Mount Vesuvius and a military ship in the Bay of Naples, fuses landscape, power, and national identity



29

29
Giugno 1924, autore non identificato
June 1924, author not identified



30

30
Agosto 1924, Ito
August 1924, Ito



31

31
Luglio 1925, Marcello Dudovich
July 1925, Marcello Dudovich



32



34



33

32
Agosto 1926, Mario Sironi
August 1926, Mario Sironi

33
Giugno 1926, autore non identificato
June 1926, author not identified

34
Aprile 1930, autore non identificato
April 1930, author not identified



35

35
Agosto 1933, Alberto Salietti
August 1933, Alberto Salietti



36

36
Agosto 1932, Alberto Salietti
August 1932, Alberto Salietti



37

37
Dicembre 1938, Alberto Salietti
December 1938, Alberto Salietti

into a unified and monumental vision. In these images, speed, technology, and travel acquire both a material and a spiritual value: to move is to advance in history. In this way, Fascist modernity asserts itself as a singular and non-negotiable horizon, neutralizing alternatives and conflict.

The soldier between heroism, sacrifice, and the fatherland

In the years of the war, the magazine shifts toward a direct and dramatic representation of military life. The body of the soldier, already a symbol of discipline and virility in Fascist propaganda, becomes a visual instrument of wartime propaganda that aestheticizes violence and normalizes sacrifice. The covers depict the concrete gestures of those fighting for the homeland, marked by dedication and endurance.

In the August 1938 cover ④, designed by Ruggero Alfredo Michahelles, a soldier's boots are shown in the foreground, while a white tent topped with the tricolour stands out against the horizon, where sheaves of wheat and the sea can be discerned—an image of suspension in which waiting precedes action.

In subsequent years, the visual language becomes darker and more realistic. In the February 1941 cover ⑤, designed by Gino Negrin, a soldier in a trench evokes the central role of the combatant, a theme reinforced by contemporary events ⑩.

The soldier's face and the shadows surrounding it convey the harshness of trench life, transforming the figure of the combatant into a concrete symbol of war and of the discipline imposed by the regime. The July 1941 cover ⑥ by Dino Ponti expands the scene to the battlefield, where tanks and warships occupy land and sea in a visual interweaving that suggests simultaneity and the totality of the war effort. Finally, in the January 1942 cover ⑦, Gobbi focuses on a soldier wearing a helmet and with his face partially camouflaged: the chromatic intensity turns the image into a kind of tragic icon. Red, the colour of blood and passion, evokes sacrifice, while the soldier's face becomes an emblem of anonymous courage and duty fulfilled in the shadows ⑪.

⑩

The issue's publication year coincides with the general mobilization of Fascist Party leadership cadres, ordered by Mussolini on 1 January so that they would depart as volunteers for the front, as well as with the civilian mobilization of 1 February, which involved eight million Italian citizens between the ages of 18 and 55, underscoring the regime's emphasis on mass participation in the war effort.

⑪

The period is marked by global wartime tensions, foreshadowed on 11 December 1941, when, four days after the attack on Pearl Harbor, Italy, fulfilling its alliance with the Japanese Empire, declared war on the United States.

Through these covers, the magazine constructs a new visual liturgy of war, in which the soldier's body, fragmented or isolated, represents the totality of the nation in arms. In this sense, the figure of the soldier is not only heroized but also depoliticized: deprived of any capacity to dissent, suffer, or withdraw. Visual propaganda does not merely represent war; it contributes to making it culturally actionable, transforming violence into historical necessity and individual sacrifice into symbolic duty.

Conclusion

Mussolini viewed Italians as “political consumers” and, through the creative directors of propaganda, controlled slogans, symbols, and image composition (Heller, 1993, p. 18). In posters and other graphic propaganda works, symbols of ancient Rome, agricultural landscapes evoking reclamation and rural labor, and the idealization of the Duce and soldierly figures repeatedly appear, serving to shape the collective imagination and reinforce consent. In the editorial sphere, the covers of *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia* constitute an iconographic corpus of extraordinary value, in which fascist propaganda manifests through complex and coherent visual strategies. They do not merely illustrate events or subjects; they translate the regime's ideological principles into images, transforming politics into an immediate, persuasive sensory experience. Fascist visual culture should not be interpreted simply as an ideological reflection but as a symbolic infrastructure of power.

The analyzed images helped create the perceptual and cultural conditions that made the acceptance of repression, war, and authoritarian hierarchies possible. Their effectiveness lies not only in persuasion but in their ability to transform ideology into common sense, directly involving artists in its construction and attributing to them an ethical responsibility in disseminating propaganda. From the evocation of Romanity to the celebration of industrial modernity, from the cult of the body to the valorization of rurality and everyday life, a symbolic repertoire emerges capable of historically legitimizing fascism, promoting social discipline, and constructing a sense of collective belonging. Each cover, despite the plurality of authors and style, from Marussig to Depero, Michahelles to Munari, contributes to a unified visual grammar of power, where art, design, and communication merge to delineate the figure of an organic, ordered, totalitarian nation. In this sense, the magazine functions as a strategic node for iconographic elaboration, where graphic experimentation intertwines with the symbolic production of consent, translating the regime's political project into visual form and contributing to its normalization.

This study does not aim to exhaust the complexity of the magazine's iconographic repertoire but offers an exemplary reading of its main narrative cores and rhetorical logics structuring its imagery. In this perspective, analyzing the covers is not limited to historical or aesthetic exercise but allows an understanding of how illustrated graphics can operate as a mediation tool between art, ideology, and consent, visually configuring fascism as a cultural, aesthetic, and political experience. Adopting a perspective from cultural studies and critical theory, the magazine can be interpreted as a space of symbolic mediation in which power is not merely imposed but internalized and rendered culturally acceptable. Visual propaganda thus acts as a technology of governing the imagination, capable of integrating aesthetics, ideology, and consent, legitimizing social disciplining practices and, in wartime and imperial contexts, the material violence exercised by the state. In this sense, the covers do not merely accompany consent but actively produce it, demonstrating how illustrated graphics, while formally appealing, can convey problematic political and social values, requiring a critical and contextualized reading.

The visual normalization of order, sacrifice, and hierarchy transforms coercion into historical necessity and war into collective destiny, inscribing the regime's violence into a symbolic horizon perceived as natural, just, and even aesthetic.

132

If the covers of *La Rivista Illustrata del Popolo d'Italia* demonstrate how design can function as a technology of governing the imagination, their historical analysis also prompts reflection on design's contemporary critical and transformative potential: its capacity to resist ideological instrumentalization, to construct counter-narratives, and to assume ethical responsibility in the public sphere.



④⑥



④⑦

Tutte le immagini riportate sono utilizzate a fini di studio e analisi critica ai sensi dell'art. 70 della Legge sul diritto d'autore (uso didattico, non commerciale).

All images shown are used for study and critical analysis purposes in accordance with Article 70 of the Italian Copyright Law (educational, non-commercial use).

④⑥

Agosto 1938, Ruggero Alfredo Michahelles
August 1938, Ruggero Alfredo Michahelles

④⑦

Febbraio 1941, Gino Negrin
February 1941, Gino Negrin



48



49

48
Luglio 1941, Dino Ponti
July 1941, Dino Ponti

49
Gennaio 1942, Gobbis
January 1942, Gobbis

REFERENCES

- Arthurs, J. (2012). *Excavating Modernity: The Roman Past in Fascist Italy*. Cornell University Press.
- Ben-Ghiat, R. (2001). *Fascist Modernities: Italy, 1922-1945*. University of California Press.
- Benjamin, W. (1966). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Einaudi.
- Cannistraro, P. V. (2022). *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass media*. Res Gestae.
- Corner, P. (2018). *La dittatura fascista. Consenso e controllo durante il Ventennio*. Carocci.
- Gentile, E. (2003). *Il culto del littorio: la sacralizzazione della politica nell'Italia fascista*. Laterza.
- Falasca-Zamponi, S. (1997). *Fascist spectacle: The aesthetics of power in Mussolini's Italy*. University of California Press.
- Guerri, G. B. (2017). *Fascisti. Gli italiani di Mussolini. Il regime degli italiani*. Mondadori.
- Heller, S. (1993). *Italian Art Deco: Graphic Design between the wars*. Chronicle Books.
- Liberatore, F. (2025). *Istruire le masse. Propaganda e consenso durante il regime fascista*. Selides Edizioni.
- Manfren, P. (2016). *La Rivista Illustrata del popolo d'Italia. Scritti d'arte e grafica in una rivista di regime (1923-1943)*. Scripta Edizioni.
- Mazzocchi, G. & Trionfera, R. (1983). *Garretto Story*. Editoriale Domus.
- Mitchell, W. J. T. (2014). *What do pictures want?: The lives and loves of images*. University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. (2017). *Pictorial turn. Saggi di cultura visuale*. Raffaello Cortina Editore.
- Mosse, G. L. (2006). *La nazionalizzazione delle masse. Simbolismo politico e movimenti di massa in Germania (1815-1933)*. Il Mulino.
- Murialdi, P. (2008). *La stampa del regime fascista*. Laterza.
- Schnapp, J. T. (1996). *Staging Fascism: 18 BL and the Theater of Masses for Masses*. Stanford University Press.
- Sironi, M. (2009). Fortunato Depero alla "Rivista Illustrata del popolo d'Italia" (1924-1936). In R. De Berti & I. Piazzoni (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, (pp. 625-706). Quaderni di Acme 115-Cisalpino Istituto Editoriale Universitario.
- Spackman, B. (1996). *Fascist Virilities: Rhetoric, Ideology, and Social Fantasy in Italy*. University of Minnesota Press.
- Stone, M. (1999). *The Patron State: Culture and Politics in Fascist Italy*. Princeton University Press.

BIO

Raissa D'Uffizi

Raissa D'Uffizi, PhD, è docente a contratto dei corsi "Teoria e Storia del Design" e "Storia del Design della Comunicazione Visiva" presso Sapienza Università di Roma. I suoi studi si focalizzano sulla storia del design e della grafica in Italia, approfondendo il ruolo della grafica e della fotografia nei processi di promozione pubblicitaria e diffusione culturale soprattutto in riviste di progetto.

Raissa D'Uffizi, PhD, is an adjunct professor teaching the courses "Theory and History of Design" and "History of Visual Communication Design" at Sapienza University of Rome. Her research focuses on the history of design and graphic design in Italy, analyzing the role of graphic design and photography in advertising and cultural dissemination, particularly in design magazines.

SEGNI & SIMBOLI FRA DESIGN, RESISTENZA & COLLETTIVITÀ

LA DISOBEDIENZA SEMIOTICA COME ATTO CIVICO DI PROGETTO

134 – 167

Alessio Caccamo

 [0000-0002-2045-6385](https://orcid.org/0000-0002-2045-6385)

Sapienza Università di Roma
alessio.caccamo@uniroma1.it

Alessandra Carrubba

 [0009-0009-9637-0797](https://orcid.org/0009-0009-9637-0797)


Sapienza Università di Roma
carrubba.2138145@studenti.uniroma1.it

Mirko Bonfiglio

 [0009-0008-2036-4510](https://orcid.org/0009-0008-2036-4510)

Sapienza Università di Roma
mirko.bonfiglio@uniroma1.it

Caterina Vettrai

 [0009-0003-2142-0610](https://orcid.org/0009-0003-2142-0610)

Sapienza Università di Roma
vettrai.1917454@studenti.uniroma1.it

Disobbedienza Semiotica • Design della Comunicazione • Semiotica della Resistenza
Cultura Visuale • Attivismo Grafico

Il presente contributo sviluppa una tassonomia preliminare della disobbedienza semiotica. Attraverso l'analisi comparativa di sedici casi studio distribuiti geograficamente e temporalmente - dal Triangolo Rosa all'Anguria Palestinese, dalla Lambda LGBTQ+ al Jolly Roger di *One Piece* - lo studio identifica tre meccanismi attuativi ricorrenti: la *traslazione*, che inverte la valenza semantica di simboli di oppressione o quotidiani; la costruzione *archetipale*, che genera ex novo codici visivi destinati a sedimentarsi come memoria collettiva; l'*hackeraggio* del codice, che manipola deliberatamente sistemi visuali per eludere la censura algoritmica. La metodologia integra l'analisi semiotica strutturale - livello plastico, figurativo ed enunciativo - con criteri empirici di documentabilità e impatto misurabile. L'indagine evidenzia ancora una volta come il Design della Comunicazione si collochi come ambito disciplinare intrinsecamente socio-politico, definendo le condizioni progettuali attraverso cui i significati circolano, vengono contestati e rigenerati. Lungi dal proporre una tassonomia esaustiva, questo studio offre un primo quadro analitico che sarà soggetto successivamente ad ampliamento del corpus di indagine.

135

Introduzione

Il presente contributo risponde all'esigenza scientifica e civica di mappare e sistematizzare le rimediazioni *bottom-up* attraverso le quali la parte civica si appropria degli artefatti comunicativi evidenziando come il Design della Comunicazione agisca da forma di *militanza*, atto di *resistenza* e dispositivo cognitivo in grado di generare immaginari *collettivi* e *alternativi*.

La ricerca sviluppa una tassonomia preliminare della *disobbedienza semiotica*, intesa come l'insieme delle pratiche critiche che sottraggono artefatti comunicativi - segni e simboli - dal loro significato originario o convenzionale per riconfigurarli strategicamente in strumenti attivi di protesta delle collettività per la collettività. Questa pratica opera attraverso sofisticati meccanismi di *allusione*, *metafora* e *polisemia*, veicolando messaggi di dissenso senza ricorrere necessariamente a slogan espliciti, al fine di eludere i sistemi contemporanei di censura algoritmica e le forme più insidiose di controllo preventivo.

La domanda di ricerca che orienta questa indagine è articolata su due livelli interconnessi: da un lato, ci si interroga su quali meccanismi semiotici permettano concretamente a un simbolo di disobbedire al suo significato originale, subendo una trasformazione sovversiva del senso che lo rende veicolo di contestazione; dall'altro, si indaga in che modo i differenti contesti socio-politici e culturali influenzino o addirittura determinino le strategie specifiche di resistenza *grafica* che vengono adottate dalle comunità attiviste.

Segno, norma e potere

La questione della resistenza visuale richiede un fondamento nella teoria semiotica. L'artefatto comunicativo - inteso come unità materiale che veicola significato all'interno di un dato contesto culturale (Anceschi, 1992) - costituisce al contempo l'oggetto dell'analisi semiotica e il luogo privilegiato della contestazione civica.

Lo studio dei segni, dei simboli e del loro design nella storia della comunicazione visiva (Frutiger, 1989) costituisce il materiale primario su cui opera la disobbedienza semiotica. De Saussure (1916) elabora il segno come entità biplanare composta da significante (immagine acustica o visiva) e significato (concetto), legati da una relazione arbitraria e convenzionale. Questa arbitrarietà costituisce la condizione di possibilità della disobbedienza semiotica: se il significato è il risultato di un patto storicamente condiviso, esso può essere revocato e il segno ri-progettato con un nuovo contenuto sovversivo. L'esempio della copertina di *Paris Match* (1955) ^①, con il soldato nero che saluta la bandiera francese, illustra perfettamente questa dinamica. Se a livello *denotativo* mostra fatti visivi oggettivi quali il soldato, la divisa, il saluto, dall'altro a livello *mitico*, veicola l'ideologia dell'impero unito e multiculturale, occultando la realtà del colonialismo e dell'oppressione, trasformando l'affermazione ideologica contestabile in evidenza naturale e incontestabile.

Umberto Eco nel *Trattato di semiotica generale* (Eco, 1975), riprendendo il concetto peirciano di semiosi illimitata (Peirce, 1931-1958), dimostra come il significato sia

dinamico: l'ideologia tenta di arrestare questa catena, fissando il senso come naturale e immutabile. La disobbedienza semiotica sfrutta questa apertura per decostruire il mito *barthesiano* e rivelare l'arbitrarietà fondamentale di ogni norma sociale.

La semiotica visiva di matrice strutturale-generativa, formalizzata da Greimas (1984) e applicata al design da Floch (1990), distingue il livello plastico (configurazioni formali, cromatiche e topologiche) dal livello figurativo (il grado di iconicità e referenzialità semantica dell'immagine). Tale distinzione è cruciale per la resistenza simbolica: molte operazioni sovversive agiscono sul piano plastico (si pensi all'inversione cromatica del *Triangolo Rosa* o alla scomposizione cromatica dell'anguria) pur mantenendo inalterata la riconoscibilità figurativa. Il *Traité du signe visuel del Groupe μ* (1992) integra tale analisi sistematizzando la retorica visiva attraverso operazioni di trasformazione quali l'annotazione, la soppressione, la sostituzione e la permutazione, applicabili sia alla struttura plastica che a quella figurativa. Questi strumenti analitici permettono di descrivere con rigore scientifico le deviazioni semiotiche operate dai collettivi attivisti.

136

Il segnale di *Stop* – paradigma del graphic design ambientale concepito per una comunicazione non ambigua e universale (Calori & Vanden-Eynden, 2015) – non va confuso con un generico segno: il segnale di *Stop* non invita a riflettere ma impone un atteggiamento automatizzato, rappresentando il grado zero della polisemia, ovvero il caso in cui il segno deve essere compreso univocamente, pena il collasso del sistema.

Nonostante ciò, questa univocità forzata rende il simbolo paradossalmente vulnerabile alla sovversione.

Quando *hackerato* in “STOP WAR” © o “STOP RACISM”, la polisemia originariamente neutralizzata viene riattivata. Il significato non viene stravolto, in quanto lo STOP rimane, conservando la funzione di comando, ma si produce una duplicazione semantica che estende l'ordine imperativo dal traffico stradale al dissenso politico radicale.

Dalla genealogia alla definizione di disobbedienza semiotica

Il concetto di *disobbedienza semiotica* emerge all'incrocio di tradizioni teoriche e pratiche che hanno ridefinito il ruolo dell'immagine nel XX secolo, configurandosi come una risposta critica alle trasformazioni degli ecosistemi comunicativi. Il primo fondamento operativo risiede nel *détournement* situazionista, che Debord e Wolman (1956) articolano come una forma di appropriazione critica del materiale estetico esistente.



①

Copertina, Paris Match, No. 326, 25-26
Giugno 1955. Fair Use.
Cover, Paris Match, No. 326, 25-26
June 1955. Fair Use.

Questa necessità di sabotaggio comunicativo trova risonanza nella teoria della guerriglia semiologica formulata da Umberto Eco, elaborata originariamente in una conferenza del 1967 e raccolta in *Il costume di casa* (Eco, 1973), che promuove una resistenza attiva e critica da parte dei destinatari rendendoli capaci di modificare il messaggio originario. Tuttavia, come evidenziato da Paolucci (2023), la condizione contemporanea rappresenta il paradosso di una guerriglia semiologica rovesciata: la frammentazione interpretativa auspicata come resistenza è divenuta lo status quo nelle dinamiche di post-verità e polarizzazione, dove la sfida non è più la ricezione passiva, ma la chiusura ermetica delle comunità interpretative.

Michel de Certeau in *L'invenzione del quotidiano* (1980) sposta il focus sulle *micro-resistenze* quotidiane, distinguendo le *strategie*, ovvero le azioni istituzionali centralizzate basate sul possesso di un luogo proprio, dalle *tattiche*, all'arte dell'arrangiamento di chi non possiede un luogo proprio e opera attraverso azioni locali e opportunistiche all'interno degli spazi definiti dalle strategie, sovvertendone l'uso previsto.

Questa natura "tattica" è fondamentale per comprendere le pratiche di appropriazione estemporanea di simboli dominanti, una logica che trova espressione nel *Culture Jamming* ❶ ❷. Ereditando l'obiettivo situazionista di sovvertire i messaggi pubblicitari attraverso il *subvertising*, il *Culture Jamming* manipola artefatti comunicativi per parodizzare i brand mediante tecniche di activism.

Nel contesto dei più ampi movimenti di protesta, il dispiegamento di simboli visivi come strumenti di azione collettiva è stato documentato attraverso occupazioni universitarie e dello spazio pubblico (Piazza, 2016), confermando che la disobbedienza grafica non è un fenomeno isolato ma una caratteristica strutturale della mobilitazione civica. Tali pratiche operano attraverso tecniche di brand mediante tecniche di *artivism*, *billboard hacking* o azioni performative, tra cui pratiche di clown activism in cui il corpo teatrale diventa esso stesso medium di sovversione politica (Ramsden, 2016).

Martorell e Rom (2011) estendono questa logica al settore del design digitale, analizzando come l'utilizzo del linguaggio del marketing possa essere utilizzato per sabotarlo dall'interno, trasformando lo strumento di vendita in dispositivo di critica sociale.

❶

Il culture jamming è una pratica artistica e di sabotaggio culturale nata negli anni '80 e diffusa dagli anni '90 tramite la rivista canadese *Adbusters*. Si differenzia dal *détournement* per una sua maggiore specificità del bersaglio, quali brand e pubblicità, ed una minor radicalità nella critica sistemica.

Il consolidamento di queste pratiche ha portato alla prima formulazione accademica del termine *disobbedienza semiotica* da parte di Katyal (2006), che lo definisce come un atto di resistenza creativa volto a contestare l'egemonia del copyright e la mercificazione culturale. Sulla stessa scia, Piekot (2016) introduce la nozione di *civil semiotic disobedience* come reazione simbolica a norme percepite come oppressive.

Ricerche empiriche recenti confermano che queste pratiche non sono confinate ai casi storici: O'Toole (2024) documenta la diffusione attiva della disobbedienza semiotica nei movimenti di protesta contemporanei, tracciando come striscioni e cartelli diventino vettori di contro-significazione politica. Pertanto, la disobbedienza semiotica si configura come una pratica critico-progettuale collettiva che sottrae segni e simboli alla loro funzione istituzionale per riconfigurarli in dispositivi di resistenza, capaci di sopravvivere all'interno di un ecosistema comunicativo progettato per la loro neutralizzazione.

Metodologia di selezione dei casi studio

La presente ricerca adotta un approccio analitico multilivello che integra la semiotica strutturale-generativa di matrice greimasiana (Greimas, 1966; Greimas & Courtés, 1979) con la retorica visiva e gli strumenti critici dell'analisi delle piattaforme digitali. Per garantire un'analisi che superi la dimensione puramente descrittiva, ogni caso studio viene decodificato attraverso tre *dimensioni* complementari, atte a mappare la transizione del segno da artefatto culturale a dispositivo di resistenza:

la costruzione del corpus empirico, composto da sedici casi studio, risponde a un framework metodologico strutturato su quattro criteri di selezione complementari.

In primo luogo, la diversità tipologica assicura la copertura dell'intero spettro semiotico, dai segni geometrici astratti (Lambda, Triangolo Rosa) alle icone della cultura pop (Negro Matapacos, Jolly Roger), fino ai sistemi puramente cromatici (anguria, scarpette rosse). Questa varietà è funzionale a verificare se i meccanismi di resistenza operino in modo differenziato in relazione alla natura del segno. In secondo luogo, la distribuzione geografica e temporale attraversa contesti eterogenei tra Europa, Medio Oriente, Asia e America Latina, coprendo l'arco cronologico dal secondo dopoguerra alle mobilitazioni del 2024-2025 per identificare ricorrenze strutturali nella "guerriglia semiologica" contemporanea (Paolucci, 2023). Ogni caso è stato inoltre validato in base alla sua documentabilità attraverso articoli verificabili e al suo impatto politico misurabile tramite reazioni istituzionali, tentativi di censura o adozioni di massa.

L'analisi dei dati segue i principi della *Grounded Theory* (Glaser e Strauss, 1967), adottando un approccio induttivo in cui le categorie analitiche non precedono l'osservazione ma scaturiscono dal confronto comparativo dei casi.

Simboli traslati. Inversione assiologica

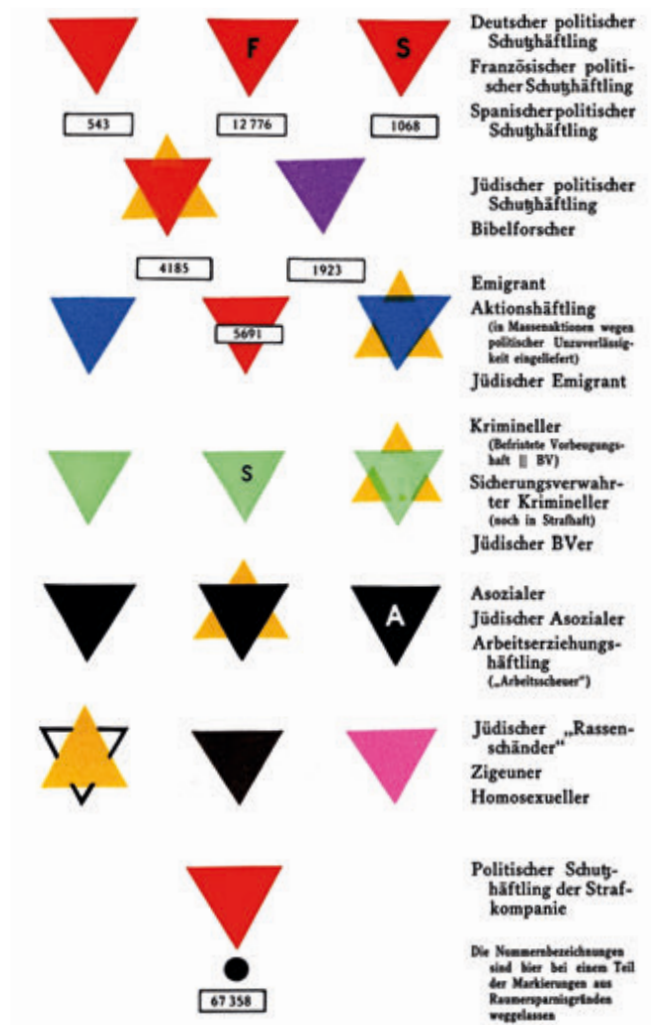
I simboli traslati prelevano artefatti comunicativi, segni o cromatismi da contesti socio-culturali neutri, oppressivi o commerciali per riconfigurarli come dispositivi politici attraverso un'inversione assiologica. Il meccanismo fondamentale risiede nella rottura della catena di significazione convenzionale, in quanto l'artefatto mantiene invariata la sua morfologia, mentre il suo significato viene forzatamente ricollocato in un dominio semantico radicalmente opposto.

Uno dei casi più emblematici è rappresentato dal *Triangolo Rosa* ©, che dimostra come la resistenza agisca attraverso la ri-significazione radicale di un codice visivo di potere. Il regime nazista sviluppa un sistema di variabili cromatiche e morfologiche (Bertin, 1967) © nel quale il triangolo rosa denota i prigionieri omosessuali (Plant, 1986; Heger, 2023), operando una chiusura della semiosi volta a naturalizzare l'omofobia.

Il silenzio istituzionale del dopoguerra, acuito dal *Paragrafo 175* rimasto in vigore fino al 1969, rende i sopravvissuti vittime senza memoria pubblica (United States Holocaust Memorial Museum, 2024).

138

La vera disobbedienza si manifesta dagli anni Settanta, quando il *Movimento di Liberazione Omosessuale* si riappropria del simbolo convertendolo da marchio di vergogna in emblema di orgoglio. Da un lato, si assiste a un'inversione di senso che tramuta lo stigma negativo in un *label* positivo di identità collettiva; dall'altro, negli anni Ottanta, il collettivo *ACT UP* radicalizza tale processo attraverso un sovvertimento geometrico. Quest'ultimo, interpretabile come una "figura per inversione" secondo le categorie del *Groupe μ* (1992), consiste nel rovesciamento fisico del triangolo (da ▼ a ▲) e nel suo accostamento allo slogan "SILENCE = DEATH" © (McCarthy, 2012). Tale riconfigurazione ci permette di porre in parallelo l'indifferenza governativa verso l'epidemia di AIDS alla necropolitica nazista, sottolineando come la forza del simbolo traslato risieda nella sua capacità di mantenere visibile la memoria dell'oppressione pur invertendone radicalmente il suo significato e scopo politico. Come osserva McCarthy (2012), il designer raggiunge la sua massima efficacia politica quando subordina le convenzioni estetiche a una postura critica dichiarata: in questo paradigma, il progettista è al contempo autore, attivista e produttore di senso collettivo, trasformando l'artefatto comunicativo in dispositivo di resistenza culturale.





④

Distintivi a forma di triangolo singolo in vari colori visibili sui detenuti del campo di concentramento di Sachsenhausen. Fair Use.
Single-coloured triangular badges visible on prisoners at the Sachsenhausen concentration camp. Fair Use.

⑤

Diagram of the triangular badge system in use at most Nazi concentration camps. Fair Use.
Schema del sistema di distintivi triangolari in uso nella maggior parte dei campi di concentramento nazisti.



⑦

Il Jolly Roger sventolato a simbolo della mobilitazione, Indonesia, 2025. Fair Use
The Jolly Roger flown as a symbol of mobilisation, Indonesia, 2025. Fair Use



L'appropriazione dalla *cultura pop* costituisce un fenomeno rilevante per comprendere la traslazione contemporanea. Il *Jolly Roger* di *One Piece* ^⑦, originariamente emblema di fantasia, diviene vessillo transnazionale della *GenZ* contro autoritarismo e corruzione a partire dal 2025 (The Guardian, 2025). La sua efficacia risiede nel potere narrativo universale che supera le barriere culturali; dalla mobilitazione indonesiana all'uso nelle proteste in Nepal, Filippine, Messico e Madagascar, il simbolo offre il vantaggio tattico della *plausibile negabilità*, mascherare l'intento politico come omaggio culturale, rendendo più difficile la repressione senza apparire ridicoli agli occhi della comunità internazionale.

Le maschere della cultura audiovisiva cinematografica agiscono secondo una logica analoga. La maschera di Dalí de *La Casa de Papel* identifica i trasgressori eroici nelle proteste in Iraq e Libano ^⑧, trasformando un escamotage visuale della finzione narrativa in un simbolo di resistenza sociale contro le élite economiche. Parallelamente, il trucco del *Joker* - divenuto icona con l'interpretazione di Heath Ledger in *Il Cavaliere Oscuro* diretto da Nolan - veicola rabbia nichilista in Cile, Libano e Hong Kong come risposta tattico-visuale; un fenomeno documentato su più geografie di protesta verso le leggi anti-maschera ^⑨ (González Martín, 2020; Amnesty International, 2021). L'appropriazione negativa di Ronald McDonald mira, invece, all'egemonia corporativa, sovvertendo l'innocenza progettata e comunicata dal brand nella personificazione del capitalismo sfrenato. L'azione di JosBové a Millau nel 1999 lo trasforma nell'incarnazione dell'imperialismo alimentare, mentre il movimento *Fight for \$15* ne fa il volto dell'avidità aziendale. L'opera *McJesus* di Leinonen, infine, raffigurando il clown crocifisso, sottolinea lo status di icona a cavallo fra sacro e profano nel discorso consumistico globale (Independent, 2019) ^⑩.

Gli artefatti domestici completano il repertorio dei simboli traslati. Il *Pussyhat Project* del 2016 trasla un berretto rosa in simbolo politico di massa, attraverso l'inversione linguistica del termine "pussy" e la pratica del *craftivism* (Greer, 2014). Särmäkari e Vänskä (2020), nel contesto del design della moda, mostrano come la contestazione delle convenzioni autoriali costituisca una forma di resistenza culturale: il progetto smette di essere un atto neutro per diventare presa di posizione identitaria e politica, facendo uso della saturazione cromatica per massimizzare l'impatto visivo ^⑪. Infine, le *Scarpette Rosse* di Elina Chauvet compiono una traslazione profonda trasformando un artefatto del quotidiano in un potente dispositivo di denuncia contro il femminicidio ^⑫. Attraverso una *metonimia del corpo assente*, la calzatura cessa di essere un accessorio estetico per diventare un simulacro della vittima.



⑧

Rivolta del WhatsApp, Le maschere di Dalí in uso per le proteste in Libano. Fair Use
The WhatsApp Revolt: Dalí masks in use during protests in Lebanon. Fair Use

In questo processo, la variabile cromatica rossa agisce come un segnale di saturazione visiva che attiva una risposta percettiva immediata di allarme sociale (Bertin, 1967; Falcinelli, 2017). La diffusione globale di quest'opera conferma come il significato del segno non sia una proprietà stabile dell'oggetto, ma il risultato di un atto di rinegoziazione collettiva capace di sottrarre l'immagine alla neutralità del quotidiano per reinvestirla di un'urgenza condivisa.

Simboli archetipali.

La costruzione della memoria collettiva

Il caso della *Lambda* detiene il primato dell'istituzionalizzazione progettata nell'attivismo omosessuale. Scelta nel 1970 dalla *Gay Activists Alliance* e riconosciuta nel 1974 dall'*International Gay Rights Congress* come simbolo universale, il suo valore archetipale deriva dalla complessa polisemia: in *fisica*, ne rappresenta il cambiamento di energia e il catalizzatore, la lunghezza d'onda richiama continuità e ciclicità, nella *cultura spartana*, si associa la lettera all'unità collettiva, mentre la *tradizione romana* la interpreta come luce della conoscenza. A differenza del *Triangolo Rosa*, la *Lambda* nasce in origine come segno positivo.

Nonostante la *bandiera arcobaleno* sia la più diffusa, la *Lambda* mantiene un valore semiotico specifico. La sua persistenza per oltre cinquant'anni esprime l'efficacia di una costruzione visiva che sia sufficientemente aperta da adattarsi a nuovi contesti, ma sufficientemente stabile da rimanere inequivocabile ⑩.

143

Parallelamente, l'appropriazione del *Pi Greco* rappresenta una delle manifestazioni più sofisticate di archetipizzazione derivata da contesti non politici. Nato nel dominio conoscitivo matematico-scientifico, il π conserva un nucleo semantico stabile incentrato sulla verità oggettiva e la libertà della conoscenza. Si riattiva ciclicamente nelle mobilitazioni accademiche dal *March for Science* (Global Health Now, 2017), ai movimenti in Turchia, in quanto viene utilizzato come protesta silenziosa contro la censura scientifica ⑪. La sua forza semiotica risiede nella polisemia controllata: per l'osservatore esterno è un segno matematico neutro, per il partecipante è affermazione di libertà intellettuale. Nello spazio digitale assume la funzione di linguaggio cifrato per aggirare i filtri algoritmici, manifestandosi anche nel dissenso identitario della comunità poliamorosa, dove irrazionalità e infinitezza diventano metafora di amore irriducibile alle logiche monogame. A differenza della *Lambda*, il *Pi Greco* opera secondo un pattern di latenza-riattivazione, fungendo da riserva simbolica a cui attingere strategicamente nei momenti di crisi intellettuale.

La *Kotwica* polacca ⑫ rappresenta, invece, l'archetipo generato in clandestinità per fondare la memoria di una nazione resistente. Concepita nel 1942 da Anna Smoleńska come crasi visuale delle lettere P e W (*Polska Walcząca*), il simbolo unisce la funzione letterale dell'ancora alla funzione tattica di arma della resistenza. Il sacrificio della sua ideatrice, deceduta ad Auschwitz nel 1943, conferisce al segno un'aura sacrale che ne *cementifica* la dimensione memoriale rendendolo capace di attraversare diversi strati della cultura e riemergere in nuovi contesti diacronici.

Un fenomeno di archetipizzazione spontanea è invece rappresentato dal *Negro Matapacos* ⑬, il cane randagio divenuto icona delle rivolte cilene del 2011-2013 e patrono della protesta del 2019. La sua efficacia comunicativa deriva dalla purezza simbolica che trascende le categorie politiche convenzionali: non essendo cooptabile da alcuna ideologia partitica, l'animale incarna una solidarietà disinteressata e istintiva.

In ultimo, gli *Ombrelli Gialli* del Movimento di Hong Kong completano questa categoria. L'artefatto quotidiano viene trasformato in icona della resistenza pacifica, in cui l'ombrello agisce come icona cross-modale: da una parte dispositivo di protezione e dall'altra, emblema simbolico di scudo civico non-violento ⑭. La sedimentazione avviene attraverso la stratificazione di significati durante i settantatré giorni di occupazione, sebbene la sua forte contestualizzazione nei limiti dell'esportabilità universale rispetto a simboli come la *Kotwica* o la *Lambda*.

Simboli hackerati.

La sovversione del codice dominante

I *simboli hackerati* costituiscono la categoria più sofisticata e contemporanea della tassonomia. Agiscono attraverso la manipolazione deliberata di codici *visuali, linguistici o tecnici* preesistenti per produrre significati sovversivi che eludono il controllo algoritmico e la censura preventiva. Il termine *hackerare* designa, infatti, l'operazione semiotica di penetrare un codice stabilito, individuare le vulnerabilità strutturali e modificarlo dall'interno al fine di produrre significati sovversivi che eludano il controllo algoritmico e la censura preventiva. Questa pratica risponde specificamente alle forme contemporanee di sorveglianza mediata da algoritmi e sistemi di *machine learning* che scansionano i contenuti cercando pattern specifici. Il simbolo hackerato aggira questo riconoscimento sostituendo il codice proibito con uno apparentemente innocuo ma leggibile dalla comunità di resistenza. L'utilizzo del simbolo del *Dollaro*, per esempio, come sostituto della lettera S esemplifica l'hackeraggio del codice linguistico. Affondando le radici nel *leet speak* ⑮ della cultura informatica, questa pratica



⑪
 Sabato, una folla di persone con cappelli rosa
 partecipa alla Marcia delle donne a Washington,
 D.C., Shannon Stapleton - Reuters. Fair Use
*Saturday, a crowd wearing pink hats participates
 in the Women's March in Washington, D.C.,
 Shannon Stapleton - Reuters. Fair Use*



è stata rinnovata nell'attivismo digitale per camuffare le parole sensibili; l'operazione altera lo schema testuale rendendolo irriconoscibile ai sistemi basati sul *keyword matching* ², ma ogni S convertita in dollaro *inietta* nel messaggio una critica anticapitalista. Il simbolo agisce, pertanto, come marcatore parassita che sovrascrive il codice linguistico con un altro, trasformando il testo in atto di resistenza crittografato.

Un livello di complessità superiore è rappresentato dalla combinazione emoji 🍚🐰 (Rice Bunny) ³. Hackerata per veicolare l'hashtag #metoo ⁴ in Cina, sfrutta l'ambiguità semantica delle emoji per ingannare il *machine learning* ⁵. La combinazione viene letta come *Mi-tu*, fonetica prossima a *Me Too*, eludendo il sistema di censura programmata per rilevare caratteri espliciti ma incapaci nel decifrare la metafora visuale-fonetica (Caple, 2019). Questa strategia realizza una comunicazione cifrata che crea un linguaggio decodificabile solo dalla comunità di resistenza, trasformando un messaggio apparentemente innocuo in denuncia di giustizia sociale.

Sebbene l'hackeraggio sia oggi associato al digitale, il *Simbolo della Pace* rappresenta un caso storico di manomissione. Ideato da Gerald Holtom nel 1958, non è una progettazione *ex novo* ma rimaneggiamento deliberato dei codici semaforici militari: la sovrapposizione delle lettere N e D del codice semaforico a bandiere, unite in un cerchio. L'azione progettuale ha designato un codice criptico destinato alle comunicazioni belliche per trasformarlo in segno universale di pace, sovvertendo la funzione stessa dei sistemi di segnalazione militari ⁶.



146

²

Il leetspeak (o 1337 speak) è un linguaggio codificato nato negli anni '80 tra hacker e gamer, che sostituisce lettere latine con numeri o caratteri speciali simili graficamente (es. 3 per E, 1 per I). Originariamente usato per eludere filtri e censura, oggi è un fenomeno culturale per personalizzare nickname e comunicazioni online.

³

Il keyword matching (corrispondenza delle parole chiave) è un meccanismo fondamentale utilizzato nei motori di ricerca (SEO) e nella pubblicità online (SEA, es. Google Ads) per collegare le query di ricerca degli utenti (ciò che scrivono) con i contenuti o gli annunci più pertinenti.

⁴

Il movimento #MeToo è una campagna femminista globale contro le molestie e la violenza sessuale, diventata virale nell'ottobre 2017. Nato per denunciare la diffusione di tali abusi, specialmente sul posto di lavoro, utilizza l'hashtag #MeToo sui social media per unire le voci delle vittime, incoraggiando a non tacere

⁵

Il Machine Learning (apprendimento automatico) è una branca dell'intelligenza artificiale (IA) che sviluppa algoritmi e tecniche capaci di insegnare ai computer ad apprendere autonomamente dai dati, migliorando le proprie prestazioni nel tempo senza essere esplicitamente programmati per ogni specifica regola. Il meccanismo fondamentale trasforma i dati in "esperienza", permettendo alla macchina di individuare pattern (modelli), fare previsioni o prendere decisioni.



18

Illustrazione editoriale realizzata per lo special report "抢救断层的十年中国女权运动史" (Preserving the Erased Decade of China's Feminist Movement), pubblicato da 歪脑 WHYNOT Wainao, marzo 2021. © Wainao. Fair Use
Editorial illustration created for the special report "Preserving the Erased Decade of China's Feminist Movement", published by 歪脑 WHYNOT Wainao, March 2021. © Wainao. Fair Use

In una direzione analoga di scomposizione dei codici si muove l'hacking del marchio *Volvo*, attraverso l'associazione con il simbolo della vulva @. Il marchio originale - riproduzione del simbolo alchemico del ferro e astronomico di Marte (♄), archetipo di mascolinità - viene convertito in irriverente simbolo di anatomia femminile, *demascolinizzando* l'industria automobilistica e criticando l'egemonia visiva maschile determinando così una sovversione dei codici di genere (Galluzzo, 2024).

Ulteriore caso emblematico, riveste il simbolo dell'anguria. Tra la fine dell'Ottocento e la metà del Novecento, negli Stati Uniti il frutto appare in illustrazioni razziste e caricature che veicolano pregiudizi e discriminazioni contro le comunità afroamericane, trasformandosi in elemento razzista volto a raffigurare i neri liberati come infantili e irresponsabili.

Come documenta Souza (2020), le narrazioni visive dell'era Jim Crow hanno utilizzato sistematicamente il design grafico come strumento di costruzione ideologica dell'alterità razziale, normalizzando gerarchie sociali attraverso la ripetizione di iconografie svilenti. Nel tempo, le comunità afroamericane iniziano a trasformare questo segno di oppressione in emblema identitario, operando una prima forma di riappropriazione @.

148

Nel contesto palestinese, dal 2010 a oggi, l'anguria acquisisce la sua funzione di *hacking semiotico* propriamente detta. L'anguria viene adottata nei murales, nella grafica e nelle proteste come metafora della bandiera palestinese, sfruttando la variabile cromatica (Bertin, 1967) per stabilire una corrispondenza tra verde, rosso, bianco e nero. La relazione è di natura iconica *peirciana*: una fetta di anguria tagliata presenta una combinazione cromatica identica a quella del vessillo nazionale, con la polpa rossa, i semi neri, la buccia verde e bianca. In questo senso, non è solo un significante scelto per la sua somiglianza cromatica, ma incorpora significati più profondi legati alla sovranità alimentare e al rapporto con la terra, essendo un elemento integrale della cucina palestinese, divenendo così un simulacro non solo di resistenza politica, ma di sopravvivenza culturale e identitaria (Human Rights Watch, 2023). Questo passaggio dal segno esplicito al codice cifrato configura un atto di *steganografia* 6 visiva che costringe l'autorità a un dilemma: censurare un frutto alimentare rischiando il ridicolo internazionale oppure accettare la diffusione di un codice non perseguibile tecnicamente @.

6

La steganografia è l'arte e la scienza di nascondere messaggi o informazioni all'interno di altri oggetti (immagini, audio, video, file di testo) per occultarne l'esistenza stessa, a differenza della crittografia che ne nasconde il significato.

La rinascita del 2023 attraverso l'emoji costituisce esempio di *algospeak* 7, linguaggio in codice per eludere la censura algoritmica. L'anguria appare innocua ai sistemi di moderazione automatica ma mantiene intatta la carica semantica per gli utenti che conoscono il codice interpretativo. L'hacking semiotico è la risposta specifica all'ecosistema contemporaneo di censura algoritmica, dove l'efficacia dipende dal mantenere un equilibrio delicato tra *riconoscibilità, sovversione e opacità algoritmica*. A differenza degli archetipi, questi simboli operano in una dimensione di perenne transitorietà: essi richiedono un'innovazione continua per eludere l'evoluzione del *pattern recognition* 8, trasformando la loro natura effimera in una strategia di resistenza dinamica e steganografica.

Meccanismi di sovversione, contesti e responsabilità progettuale

L'analisi dettagliata dei sedici casi studio evidenzia che la *disobbedienza semiotica* non è fenomeno *puntuale* ma un ecosistema complesso di pratiche differenziate che rispondono strategicamente a contesti specifici di repressione. In termini di impatto, i simboli di resistenza acquisiscono efficacia politica attraverso l'adozione di massa, che inevitabilmente attira l'attenzione istituzionale e i tentativi di recupero da parte del sistema economico. Il fenomeno del *pinkwashing*, ad esempio, illustra questa dinamica: il rosa viene appropriato dalle *Corporate* per capitalizzare il suo significato politico senza contribuire realmente alle cause di genere, trasformando un marcatore di lotta in strumento di *marketing*.

Gli algoritmi leggono i contenuti attraverso meccanismi di *pattern matching* che identificano configurazioni visuali dirette (come la bandiera palestinese) o sequenze testuali proibite. Gli esseri umani interpretano invece attraverso slittamenti metaforici e codici condivisi che rimangono opachi alla computazione, poiché la lettura algoritmica è fondata su criteri interpretativi preimpostati e su una comprensione formale del segno (Finn, 2017). Questa *asimmetria interpretativa* tra la capacità umana di inferenza metaforica e la capacità algoritmica di riconoscimento formale costituisce il vantaggio tattico fondamentale dell'hackeraggio semiotico contemporaneo.

7

L'algospeak è un linguaggio di codifica usato sui social media per aggirare la moderazione algoritmica e la censura. È un neologismo nato dalla combinazione delle parole "algorithm" e "speak" e consiste nella sostituzione di lettere con simboli o numeri, nell'uso di parole alternative o nel troncamento di parole per evitare di attivare i filtri automatici.

8

Il Pattern Recognition (riconoscimento di pattern o di schemi) è una branca dell'intelligenza artificiale e del machine learning che si occupa di identificare regolarità, strutture ricorrenti o schemi nei dati. In sostanza, è il processo mediante il quale le macchine (o gli esseri umani) analizzano dati grezzi (immagini, suoni, testo, numeri) per classificarli o prendere decisioni in base a caratteristiche note o apprese.



②①
 I'm so Happy, Cartolina, 1909. Fair Use
 I'm so Happy, Postcard, 1909. Fair Use

②②
 Una donna con il volto dipinto a forma di
 anguria grida slogan al megafono durante una
 manifestazione di solidarietà con il popolo
 palestinese davanti all'ambasciata degli Stati Uniti
 a Giacarta il 9 novembre 2023. Fair Use
 A woman with a watermelon face paint shouts slogans
 into a megaphone during a protest in solidarity with the
 Palestinian people in front of the US embassy in Jakarta
 on November 9, 2023. Fair Use

Tuttavia, l'evoluzione del machine learning, in particolare dei modelli di intelligenza artificiale multimodali addestrati su grandi archivi visivi, riduce progressivamente questo divario, avvicinando il riconoscimento automatico a forme rudimentali di inferenza contestuale (Crawford & Paglen, 2019). I sistemi di nuova generazione cominciano a inferire relazioni contestuali, rendendo rapidamente obsoleti codici steganografici precedentemente efficaci: la moderazione automatizzata evolve attraverso cicli di retroazione (Gorwa et al., 2020). Questa fragilità strutturale distingue nettamente gli *hack* dai simboli traslati e archetipali. Mentre il Triangolo Rosa o la *Kotwica* mantengono efficacia attraverso decenni di consolidamento culturale, il *Rice Bunny* cinese o l'anguria palestinese sono soggetti a una potenziale obsolescenza rapida qualora i filtri contestuali vengano aggiornati. La resistenza nell'era algoritmica richiede quindi innovazione continua piuttosto che cristallizzazione simbolica.

I designer di piattaforme hanno una responsabilità diretta in questa dinamica: le loro scelte determinano la granularità della moderazione e la trasparenza delle regole. In questo ambito, la progettazione di piattaforme resistenti alla censura richiede l'implementazione di un *design for opacity*, ovvero lo sviluppo di sistemi che preservino un'ambiguità interpretativa strategica per tutelare la pluralità del senso (Bucher, 2018).

150

Lo scenario più plausibile resta una co-evoluzione continua tra tecniche di elusione e sistemi di rilevamento (Zeng & Schäfer, 2021), in cui la responsabilità progettuale implica preservare gli spazi di negoziazione del significato.

Conclusioni

La presente ricerca ha sistematizzato un fenomeno frammentato, operando una sintesi critica attraverso l'analisi di sedici casi studio distribuiti in contesti geografici e temporali differenti. Il valore principale del lavoro risiede nell'aver trasformato pratiche di resistenza spesso percepite come isolate in un quadro teorico-operativo organico, fondato sulla tripartizione tassonomica tra traslazione, costruzione archetipale e hackeraggio del codice.

Tale indagine ha dimostrato con chiarezza che i meccanismi di resistenza simbolica rispondono a precise condizioni strutturali e tecnologiche, venendo selezionati dalle comunità in funzione delle opportunità e dei vincoli materiali vigenti. In questo contesto, il Design della Comunicazione emerge come una pratica intrinsecamente politica, capace di modellare le ecologie entro cui i significati vengono prodotti e contestati – un argomento che si allinea con la tesi di Pater (2016)

secondo cui ogni scelta progettuale è simultaneamente un atto politico e culturale. Come dimostra Markussen (2013), il design activism non è solo pratica socio-politica ma pratica estetica nel senso rancieriano: esso ridistribuisce il sensibile, riconfigura chi può vedere, dire e fare. In questa direzione, Julier (2011) mostra come il design activism emerga sistematicamente in risposta a grandi questioni politiche globali – dalla disuguaglianza economica all'orientamento sessuale – posizionando la pratica progettuale come agente di redistribuzione del potere nel settore pubblico.

La disobbedienza semiotica non è fenomeno marginale o sovversivo in senso romantico: costituisce una modalità ordinaria attraverso cui le comunità negoziano continuamente i significati condivisi, rivelando che ogni atto progettuale partecipa inevitabilmente a questa negoziazione. Riconoscere questa dimensione costitutiva trasforma radicalmente la comprensione del design come pratica intrinsecamente e ineludibilmente politica: ogni scelta progettuale è, nelle parole di Markussen (2013), un atto estetico che “enact[s] design between art and politics”, definendo le condizioni di visibilità e partecipazione della collettività.

SIGNS & SYMBOLS AMONG DESIGN, RESISTANCE & COLLECTIVITY SEMIOTIC DISOBEDIENCE AS A CIVIC ACT OF DESIGN

*Semiotic Disobedience; Communication Design;
Semiotics of Resistance; Visual Culture; Graphic Activism*

Abstract

This article develops a preliminary taxonomy of semiotic disobedience through an inductive approach applied to sixteen case studies distributed geographically and temporally. Through the comparative analysis of sixteen case studies – from the Pink Triangle to the Palestinian Watermelon, from the LGBTQ+ Lambda to the Jolly Roger of *One Piece* – the study identifies three recurring operative mechanisms: *transposition*, which inverts the semantic valence of symbols of oppression or everyday life; *archetypal* construction, which generates entirely new visual codes destined to sediment as collective memory; and code *hacking*, which deliberately manipulates

visual, linguistic or technical systems to circumvent algorithmic censorship. The methodology integrates structural semiotic analysis – encompassing the plastic, figurative and enunciative dimensions – with empirical criteria of documentability and measurable impact. The investigation reaffirms Communication Design as an intrinsically socio-political disciplinary field, defining the design conditions through which meanings circulate, are contested and regenerated. Rather than proposing an exhaustive taxonomy, this study offers an initial analytical framework subject to subsequent expansion of the investigative corpus.

Introduction

This article responds to both a scientific and civic imperative: to map and systematise the *bottom-up* remediations through which civic actors appropriate communicative artefacts, foregrounding how Communication Design operates as a form of *militancy*, an act of resistance and a cognitive device capable of generating *collective* and *alternative* imaginaries.

The research develops a preliminary taxonomy of *semiotic disobedience*, understood as the ensemble of critical practices that withdraw communicative artefacts – signs and symbols – from their originary or conventional meanings in order to strategically reconfigure them as active instruments of collective protest. This practice operates through sophisticated mechanisms of *allusion*, *metaphor* and *polysemy*, conveying messages of dissent without necessarily resorting to explicit slogans, in order to evade contemporary systems of algorithmic censorship and the most insidious forms of pre-emptive control.

The research question guiding this investigation is articulated on two interconnected levels: on the one hand, it examines which semiotic mechanisms concretely enable a symbol to disobey its original meaning, undergoing a subversive transformation of sense that renders it a vehicle for contestation; on the other, it investigates how different socio-political and cultural contexts influence, or even determine, the specific strategies of *graphic* resistance adopted by activist communities.

Sign, norm and power

The question of visual resistance requires grounding in semiotic theory. The communicative artefact – understood as the material unit that conveys meaning within a given cultural context (Anceschi, 1992) – is both the object of semiotic analysis and the privileged site of civic contestation.

The design of signs and symbols, in all its historical and cultural breadth (Frutiger, 1989), constitutes the primary material through which semiotic disobedience operates. De Saussure (1916) elaborates the sign as a biplanar entity composed of signifier (acoustic or visual image) and signified (concept), bound by an arbitrary and conventional relation. This arbitrariness constitutes the condition of possibility for semiotic disobedience: if meaning is the outcome of a historically shared pact, it can be revoked and the sign redesigned with a new, subversive content. The example of the cover of *Paris Match* (1955) ①, depicting a Black soldier saluting the French flag, perfectly illustrates this dynamic. At the *denotative* level it conveys objective visual facts – the soldier, the uniform, the salute – while at the *mythological* level it conveys the ideology of a united, multicultural empire, concealing the reality of colonialism and oppression, and transforming a contestable ideological claim into natural and unquestionable evidence.

In the *Trattato di semiotica generale* (Eco, 1975), taking up Peirce's concept of unlimited semiosis (Peirce, 1931-1958), Eco demonstrates that meaning is dynamic: ideology attempts to arrest this chain, fixing sense as natural and immutable. Semiotic disobedience exploits this opening to deconstruct the *Barthesian* myth and reveal the fundamental arbitrariness of every social norm. The structural-generative visual semiotics formalised by Greimas (1984) and applied to design by Floch (1990) distinguishes the plastic level (formal, chromatic and topological configurations) from the figurative level (the degree of iconicity and semantic referentiality of the image). This distinction is crucial for symbolic resistance: many subversive operations act upon the plastic plane (as exemplified by the chromatic inversion of the *Pink Triangle* or the chromatic decomposition of the watermelon) while preserving figurative recognisability. The *Traité du signe visuel of Groupe μ* (1992) supplements this analysis by systematising visual rhetoric through transformation operations – annotation, suppression, substitution and permutation – applicable to both plastic and figurative structures. These analytical tools allow the semiotic deviations enacted by activist collectives to be described with scientific rigour.

The *Stop* sign – a paradigm case of environmental graphic design conceived for unambiguous, universal communication (Calori & Vanden-Eynden, 2015) – does not invite reflection but imposes an automatised attitude, representing the zero degree of polysemy – the instance in which the sign must be understood univocally, on pain of systemic collapse. Yet this enforced univocity renders the symbol paradoxically vulnerable to subversion. When *hacked* into “STOP WAR” ② or “STOP RACISM”, the originally neutralised polysemy is reactivated.

The meaning is not overturned – the STOP command remains, preserving its directive function – but a semantic duplication is produced that extends the imperative order from road traffic to radical political dissent.

From genealogy to the definition of semiotic disobedience

The concept of *semiotic disobedience* emerges at the intersection of theoretical and practical traditions that redefined the role of the image in the twentieth century, constituting a critical response to the transformations of communicative ecosystems. The first operative foundation resides in the Situationist *détournement*, which Debord and Wolman (1956) articulate as a form of critical appropriation of existing aesthetic material.

152

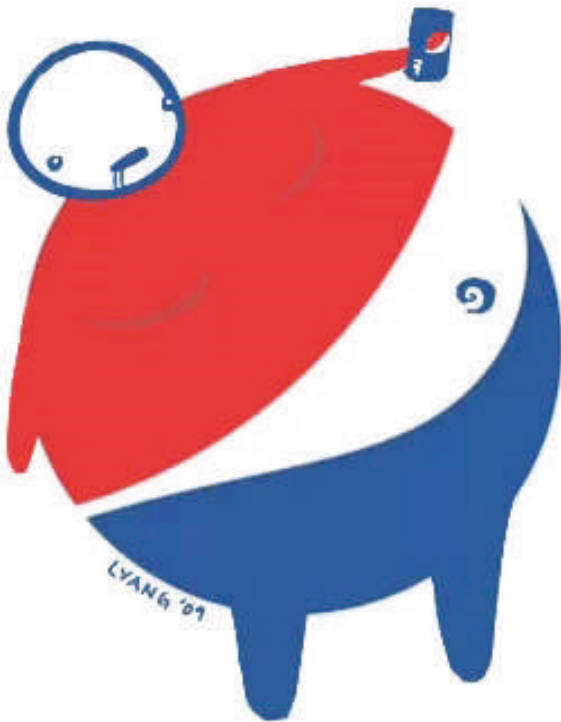
This imperative for communicative sabotage resonates with Umberto Eco's theory of semiological guerrilla warfare, first elaborated in a 1967 lecture and subsequently collected in *Il costume di casa* (Eco, 1973), which advocates active and critical resistance on the part of receivers, enabling them to modify the originary message. Yet, as Paolucci (2023) demonstrates, the contemporary condition presents the paradox of an inverted semiological guerrilla warfare: the interpretive fragmentation envisioned as resistance has become the status quo in the dynamics of post-truth and polarisation, where the challenge is no longer passive reception but the hermetic closure of interpretive communities.

Michel de Certeau, in *L'invention du quotidien* (1980), shifts focus to the everyday *micro-resistances*, distinguishing *strategies* – centralised institutional actions grounded in the possession of a proper place – from *tactics*, the art of arrangement practiced by those who do not possess a proper place and operate through local and opportunistic actions within the spaces defined by strategies, subverting their intended use. This “tactical” character is fundamental to understanding the practices of extemporaneous appropriation of dominant symbols, a logic that finds expression in *Culture Jamming* ❶ ③.



❶

Culture jamming is an artistic and cultural sabotage practice that emerged in the 1980s and gained widespread popularity in the 1990s through the Canadian magazine *Adbusters*. It differs from *détournement* in that it targets specific entities such as brands and advertisements and is less radical in its systemic critique.



Inheriting the Situationist aim of subverting advertising messages through subvertising, *Culture Jamming* manipulates communicative artefacts to parody brands through techniques of *artivism*. In the context of broader protest movements, the deployment of visual symbols as instruments of collective action has been documented across university and public-space occupations (Piazza, 2016), confirming that graphic disobedience is not an isolated phenomenon but a structural feature of civic mobilisation, *billboard hacking* or performative actions, including practices of clown activism in which the theatrical body itself becomes the medium of political subversion (Ramsden, 2016).

Martorell and Rom (2011) extend this logic to the domain of interactive design, analysing how the language of marketing can be turned against itself, transforming the instrument of selling into a device for social critique.

The consolidation of these practices led to the first academic formulation of the term *semiotic disobedience* by Katyal (2006), who defines it as an act of creative resistance aimed at challenging the hegemony of copyright and cultural commodification. Along the same trajectory, Piekot (2016) introduces the notion of *civil semiotic disobedience* as a symbolic reaction to norms perceived as oppressive. Recent empirical research confirms that these practices are not confined to historical case studies. O'Toole (2024) documents the active diffusion of semiotic disobedience in contemporary protest movements, tracing how banners and signage become vectors of political counter-signification. Semiotic disobedience thus emerges as a collective critical-design practice that withdraws signs and symbols from their institutional function to reconfigure them as devices of resistance, capable of surviving within a communicative ecosystem designed for their very neutralisation.

Methodology for case study selection

This research adopts a multilevel analytical approach integrating Greimasian structural-generative semiotics (Greimas, 1966; Greimas & Courtés, 1979) with visual rhetoric and the critical tools of digital platform analysis. In order to ensure an analysis that transcends the purely descriptive, each case study is decoded through three complementary *dimensions*, designed to map the transition of the sign from cultural artefact to device of resistance.

The construction of the empirical corpus, composed of sixteen case studies, responds to a methodological framework structured around four complementary selection criteria.

②

Stop War, Universal Poster Corp., 1971, Whitney Museum of Art. Fair Use.
Stop War, Universal Poster Corp., 1971, Whitney Museum of Art. Fair Use.

③

Pepsi, 2001, Lawrence Yang. Fair Use.
Pepsi, 2001, Lawrence Yang. Fair Use.

First, typological diversity ensures coverage of the entire semiotic spectrum, from abstract geometric signs (the Lambda, the Pink Triangle) to icons of popular culture (Negro Matapacos, the Jolly Roger), through to purely chromatic systems (the watermelon, the red shoes). This variety serves to examine whether mechanisms of resistance operate differentially in relation to the nature of the sign. Second, geographical and temporal distribution traverses heterogeneous contexts across Europe, the Middle East, Asia and Latin America, spanning the chronological arc from the post-war period to the mobilisations of 2024–2025, in order to identify structural recurrences in contemporary “semiological guerrilla warfare” (Paolucci, 2023). Each case was additionally validated on the basis of its documentability through verifiable sources and its measurable political impact, as evidenced by institutional reactions, censorship attempts or mass adoption.

The data analysis follows the principles of *Grounded Theory* (Glaser & Strauss, 1967), adopting an inductive approach in which the analytical categories do not precede observation but emerge from the comparative examination of the cases.

154

Transposed symbols. Axiological inversion

Transposed Symbols extract communicative artefacts, signs or chromatic systems from neutral, oppressive or commercial socio-cultural contexts, reconfiguring them as political devices through axiological inversion. The fundamental mechanism resides in the rupture of the conventional signification chain: the artefact preserve its morphology intact, while its meaning is forcibly relocated within a radically opposed semantic domain.

One of the most emblematic cases is represented by the *Pink Triangle* ④, which demonstrates how resistance operates through the radical re-signification of a visual code of power. The Nazi regime developed a system of chromatic and morphological variables (Bertin, 1967) ⑤ in which the pink triangle denoted homosexual prisoners (Plant, 1986; Heger, 2023), enacting a closure of semiosis aimed at naturalising homophobia. The post-war institutional silence, compounded by *Paragraph 175* which remained in force until 1969, rendered survivors victims without public memory (United States Holocaust Memorial Museum, 2024).

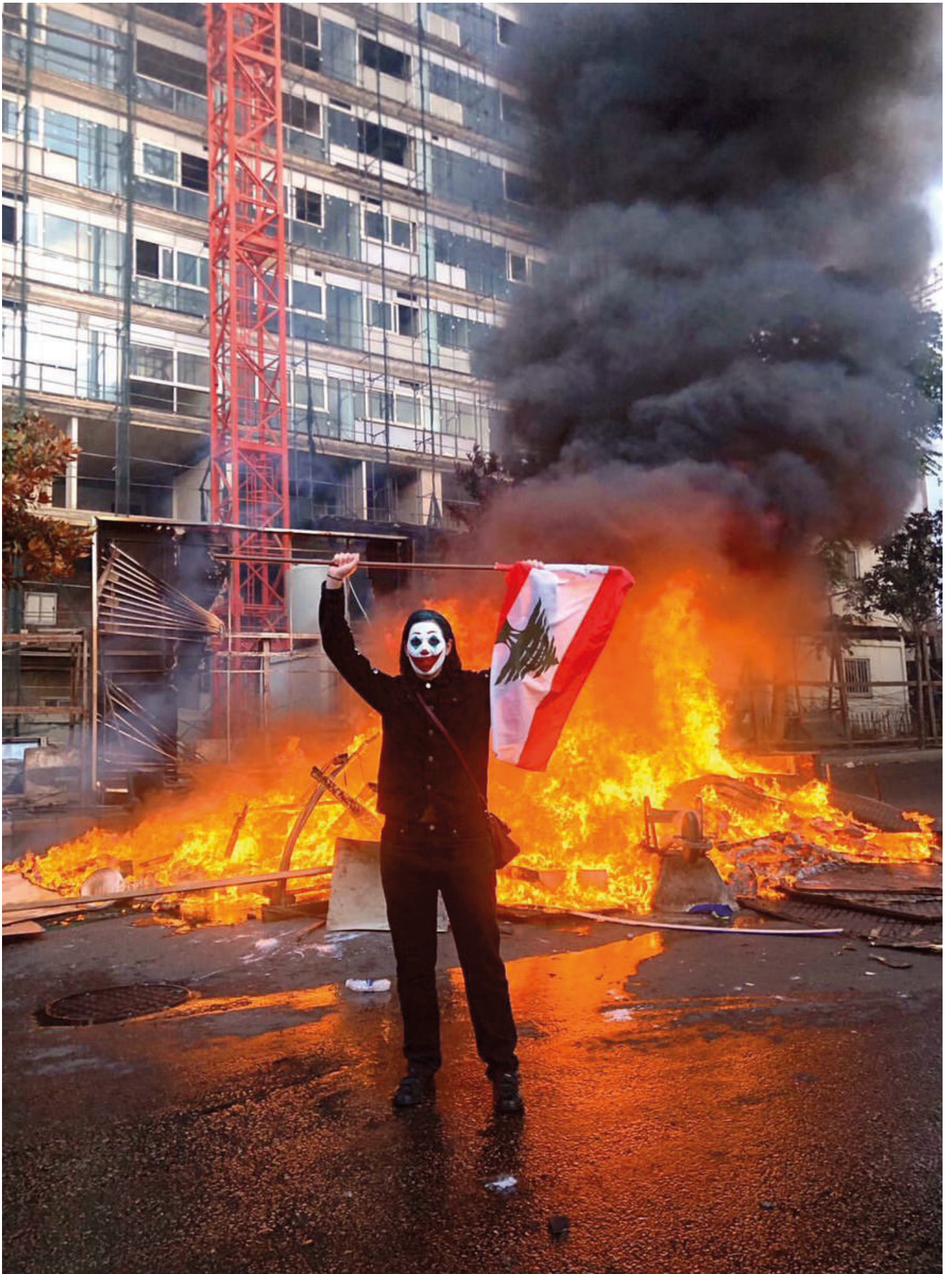
The true act of disobedience emerges from the 1970s, when the *Gay Liberation Movement* reappropriated the symbol, converting it from a mark of shame into an emblem of pride. On the one hand, an inversion of sense transforms the negative stigma into a positive *label* of collective identity; on the other, in the 1980s,

the collective ACT UP radicalised this process through a geometric subversion. The latter, interpretable as a “figure of inversion” according to the categories of *Groupe μ* (1992), consists in the physical inversion of the triangle (from ▼ to ▲) and its juxtaposition with the slogan “SILENCE = DEATH” ⑥ (McCarthy, 2012). This reconfiguration allows us to draw a parallel between governmental indifference towards the AIDS epidemic and Nazi necropolitics, underscoring how the force of the transposed symbol resides in its capacity to keep the memory of oppression visible while radically inverting its meaning and political purpose. As McCarthy (2012) argues, the designer achieves maximum political efficacy when subordinating aesthetic conventions to an explicitly declared critical posture: in this paradigm, the designer is simultaneously author, activist and producer of collective meaning, transforming the communicative artefact into a device of cultural resistance.

Appropriation from *popular culture* constitutes a significant phenomenon for understanding contemporary transposition. The *Jolly Roger of One Piece* ⑦, originally an emblem of fantasy, becomes the transnational banner of *Gen Z* against authoritarianism and corruption from 2025 onwards (The Guardian, 2025). Its efficacy resides in a universal narrative power that transcends cultural barriers; from the Indonesian mobilisation to protests in Nepal, the Philippines, Mexico and Madagascar, the symbol offers the tactical advantage of *plausible deniability*, concealing political intent as cultural homage and making repression more difficult without appearing ridiculous in the eyes of the international community.

Masks drawn from audiovisual film culture operate according to an analogous logic. The Dalí mask from *La Casa de Papel* identifies heroic transgressors in protests across Iraq and Lebanon ⑧, transforming a visual device of narrative fiction into a symbol of social resistance against economic elites. In parallel, the *Joker* make-up – elevated to iconic status by Heath Ledger’s performance in *The Dark Knight* directed by Nolan – conveys nihilistic rage in Chile, Lebanon and Hong Kong as a tactical-visual response, a phenomenon documented across multiple protest geographies (González Martín, 2020), to anti-mask legislation ⑨ (Amnesty International, 2021). The negative appropriation of Ronald McDonald targets corporate hegemony, subverting the designed innocence communicated by the brand into the embodiment of unbridled capitalism. José Bové’s action in Millau in 1999 transforms it into the incarnation of food imperialism, while the *Fight for \$15* movement makes it the face of corporate greed. Leinonen’s McJesus, depicting the clown crucified, underscores the icon’s status at the intersection of the sacred and the profane in global consumerist discourse (Independent, 2019) ⑩.







Domestic artefacts complete the repertoire of transposed symbols. The *Pussyhat Project* of 2016 translates a pink knitted hat into a mass political symbol, through the linguistic inversion of the term “pussy” and the practice of *craftivism* (Greer, 2014). Särmäkari and Vänskä (2020), analysing open-source fashion design, demonstrate how the contestation of authorial conventions constitutes a form of cultural resistance: the design act ceases to be neutral and becomes a declaration of identity and political positioning. The *Pussyhat* deploys chromatic saturation to maximise visual impact ⑩.

Finally, Elina Chauvet’s *Red Shoes* enact a profound transposition, transforming an everyday artefact into a powerful device for denouncing femicide ⑩. Through a *metonymy of the absent body*, the shoe ceases to be an aesthetic accessory and becomes a simulacrum of the victim. In this process, the red chromatic variable operates as a visual saturation signal activating an immediate perceptual response of social alarm (Bertin, 1967; Falcinelli, 2017). The global diffusion of this work confirms that the meaning of the sign is not a stable property of the object, but the outcome of an act of collective renegotiation capable of withdrawing the image from the neutrality of the everyday and reinvesting it with a shared urgency.

Archetypal symbols.

The construction of collective memory

The case of the *Lambda* holds the distinction of being the most deliberately institutionalised symbol in homosexual activism. Chosen in 1970 by the *Gay Activists Alliance* and recognised in 1974 by the *International Gay Rights Congress* as a universal symbol, its archetypal value derives from its complex polysemy: in *physics*, it represents energy change and the catalyst; its wavelength evokes continuity and cyclicity; in *Spartan culture*, the letter is associated with collective unity, while the *Roman tradition* interprets it as the light of knowledge. Unlike the *Pink Triangle*, the *Lambda* was conceived from the outset as a positive sign. Although the *rainbow flag* is the most widespread, the *Lambda* retains a specific semiotic value. Its persistence over more than fifty years attests to the efficacy of a visual construction that is sufficiently open to adapt to new contexts, yet sufficiently stable to remain unequivocal ⑩.

In parallel, the appropriation of *Pi* represents one of the most sophisticated manifestations of archetypisation derived from non-political contexts. Originating in the mathematical-scientific domain of knowledge, π retains a stable semantic core centred on objective truth and the freedom of knowledge. It is cyclically reactivated in academic mobilisations from the *March for Science* (Global Health Now, 2017) to movements in Turkey, where it is deployed as a silent protest against scientific censorship ⑩.

⑩

Nel 2019 il popolo protesta contro le nuove tasse in Libano. Fair Use
 In 2019, people protested against new taxes in Lebanon. Fair Use

⑩

McJesus, Jani Leinonen, 2019. Fair Use
 McJesus, Jani Leinonen, 2019. Fair Use

Its semiotic force resides in a controlled polysemy: for the external observer it is a neutral mathematical sign; for the participant it constitutes an affirmation of intellectual freedom. In digital spaces it assumes the function of a coded language to bypass algorithmic filters, manifesting also in the identity-based dissent of the polyamorous community, where irrationality and infinity become a metaphor for love irreducible to monogamous logics. Unlike the *Lambda*, *Pi* operates according to a latency-reactivation pattern, serving as a symbolic reserve to be drawn upon strategically in moments of intellectual crisis.

The Polish *Kotwica* ® represents the archetype generated clandestinely to found the memory of a resistant nation. Conceived in 1942 by Anna Smoleńska as a visual amalgamation of the letters P and W (*Polska Walcząca*), the symbol unites the literal function of an anchor with the tactical function of a weapon of resistance. The sacrifice of its creator, who died at Auschwitz in 1943, confers upon the sign a sacral aura that cements its memorial dimension, rendering it capable of traversing different cultural strata and re-emerging in new diachronic contexts.

158

A phenomenon of spontaneous archetypisation is instead represented by *Negro Matapacos* ®, the stray dog who became an icon of the Chilean revolts of 2011-2013 and patron of the 2019 protests.

Its communicative efficacy derives from a symbolic purity that transcends conventional political categories: uncooptable by any partisan ideology, the animal embodies a disinterested and instinctive solidarity.

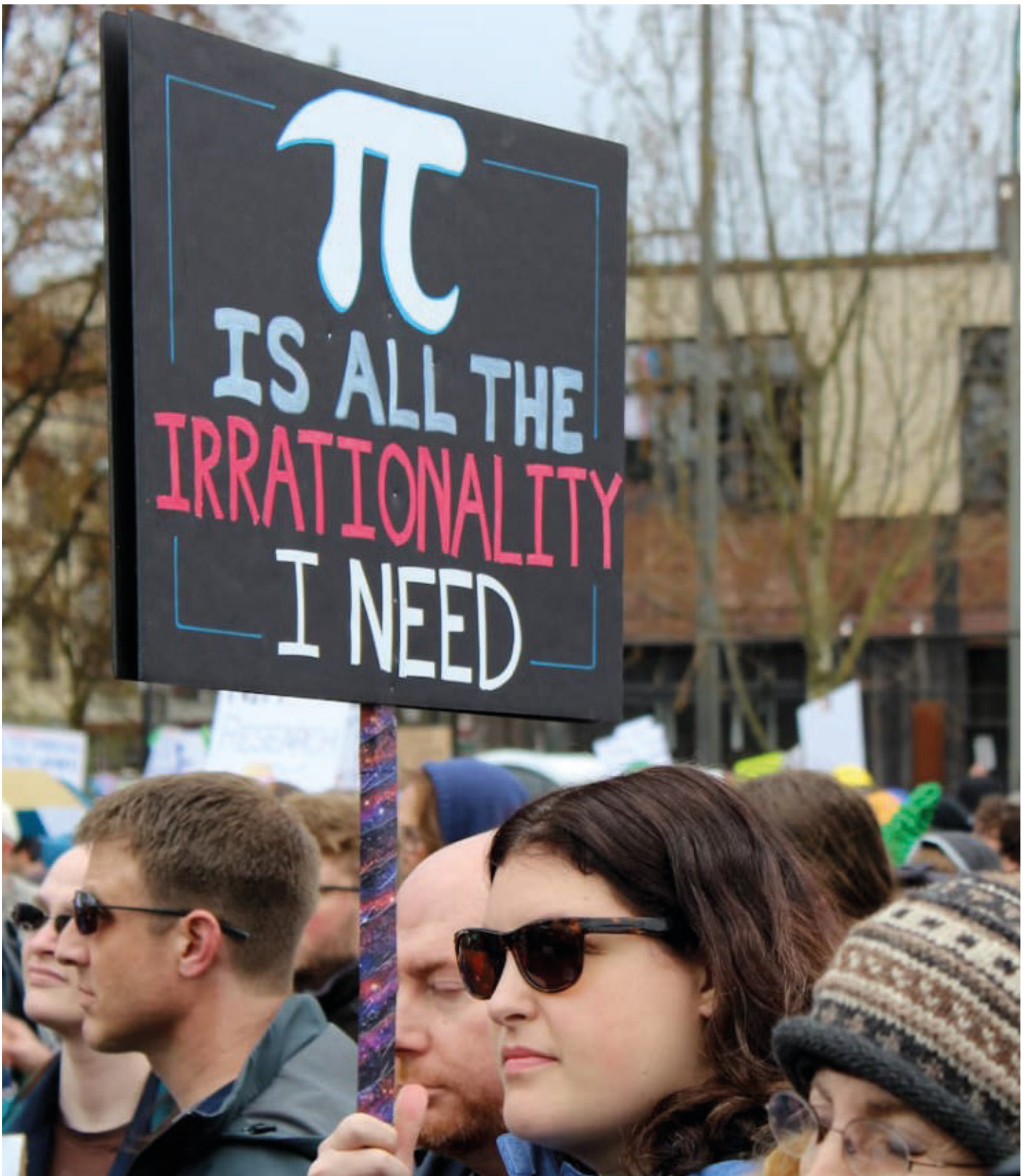
Finally, the *Yellow Umbrellas* of the Hong Kong Movement complete this category. The everyday artefact is transformed into an icon of peaceful resistance, in which the umbrella operates as a cross-modal icon: simultaneously a protective device and a symbolic emblem of a non-violent civic shield ®. Sedimentation occurs through the layering of meanings across the seventy-nine days of occupation, although its strong contextualisation limits its universal exportability compared to symbols such as the *Kotwica* or the *Lambda*.

Hacked symbols.

The subversion of the dominant code

Hacked symbols constitute the most sophisticated and contemporary category of the taxonomy. They operate through the deliberate manipulation of pre-existing visual, linguistic or technical codes in order to produce subversive meanings that evade algorithmic control and pre-emptive censorship. The term *hacking* denotes the semiotic operation of penetrating an established code, identifying its structural vulnerabilities and





⑬
Il sistema di codifica visuale
della Comunità LGBTQ. Fair Use
*The visual coding system of the
LGBTQ community. Fair Use*

⑭
March for Science. Fair Use
March for Science. Fair Use

modifying it from within in order to produce subversive meanings that evade algorithmic control and pre-emptive censorship. This practice responds specifically to the contemporary forms of surveillance mediated by algorithms and *machine learning* systems that scan content searching for specific patterns. The hacked symbol circumvents this recognition by substituting the forbidden code with an apparently innocuous one, readable only by the community of resistance.

The use of the *Dollar* symbol, for instance, as a substitute for the letter S exemplifies the hacking of the linguistic code. Rooted in the *leet speak* ² culture of computing, this practice has been renewed in digital activism to camouflage sensitive words; the operation alters the textual schema, rendering it unrecognisable to systems based on *keyword matching* ³, but each S converted to a dollar sign *injects* an anti-capitalist critique into the message. The symbol thus operates as a parasite marker that overwrites one linguistic code with another, transforming the text into an act of encrypted resistance.



A superior level of complexity is represented by the emoji combination 🍚🐰 (Rice Bunny) ⁴. Hacked to convey the hashtag *#metoo* ⁴ in China, it exploits the semantic ambiguity of emoji to deceive *machine learning* ⁵ systems. The combination is read as *Mi-tu*, phonetically proximate to *Me Too*, thereby evading the censorship system programmed to detect explicit characters but incapable of deciphering the visual-phonetic metaphor (Caple, 2019).

160

This strategy produces encrypted communication that creates a language decodable only by the community of resistance, transforming an apparently innocuous message into a denunciation of social injustice.

²

Leetspeak (or 1337 speak) is a coded language that originated in the 1980s among hackers and gamers, in which Latin letters are replaced with numbers or special characters that look similar (e.g., 3 for E, 1 for I). Originally used to circumvent filters and censorship, it is now a cultural phenomenon used to personalize nicknames and online communications.

³

Keyword matching is a fundamental mechanism used in search engines (SEO) and online advertising (SEA, e.g., Google Ads) to connect users' search queries (what they type) with the most relevant content or ads.

⁴

The *#MeToo* movement is a global feminist campaign against sexual harassment and sexual violence that went viral in October 2017. Launched to expose the prevalence of such abuse, particularly in the workplace, it uses the hashtag *#MeToo* on social media to unite the voices of victims and encourage them not to remain silent.

⁵

Machine learning is a branch of artificial intelligence (AI) that develops algorithms and techniques capable of teaching computers to learn independently from data, improving their performance over time without being explicitly programmed for each specific rule. The fundamental mechanism transforms data into "experience," enabling the machine to identify patterns, make predictions, or make decisions.



Although hacking is today predominantly associated with the digital, the *Peace Symbol* represents a historical case of tampering. Conceived by Gerald Holtom in 1958, it is not an *ex novo* design but a deliberate reworking of military semaphore codes: the superimposition of the letters N and D of the flag semaphore code, united within a circle. The design act took a cryptic code intended for wartime communications and transformed it into a universal sign of peace, subverting the very function of military signalling systems ⑮.

An analogous direction of code decomposition characterises the hacking of the *Volvo* brand through its association with the symbol of the vulva ⑯. The original mark – a reproduction of the alchemical symbol of iron and the astronomical symbol of Mars (♂), an archetype of masculinity – is converted into an irreverent symbol of female anatomy, *de-masculinising* the automotive industry and critiquing male visual hegemony, thereby enacting a subversion of gender codes (Galluzzo, 2024).

A further emblematic case is the symbol of the watermelon. Between the late nineteenth century and the mid-twentieth century in the United States, the fruit appeared in racist illustrations and caricatures conveying prejudices and discrimination against African American communities, transformed into a racist motif depicting freed Black people as childlike and irresponsible. As Souza (2020) documents, the visual narratives of the Jim Crow era systematically deployed graphic design as an instrument for the ideological construction of racial otherness, normalising social hierarchies through the repetition of demeaning iconographies. Over time, African American communities began to transform this sign of oppression into an emblem of identity, enacting an initial form of reappropriation ⑰.

In the Palestinian context, from 2010 to the present, the watermelon acquires its function of *semiotic hacking* properly speaking. The watermelon is adopted in murals, graphic design and protests as a metaphor for the Palestinian flag, exploiting the chromatic variable (Bertin, 1967) to establish a correspondence between green, red, white and black. The relationship is iconic in a *Peircean* sense: a slice of cut watermelon presents a chromatic combination identical to that of the national flag, with red flesh, black seeds, and green and white rind. In this sense, it is not merely a signifier chosen for its chromatic resemblance, but incorporates deeper meanings related to food sovereignty and the relationship with the land, being an integral element of Palestinian cuisine, becoming thus a simulacrum not only of political resistance but of cultural and identity survival (Human Rights Watch, 2023). This transition from explicit sign to cipher code constitutes an act of visual *steganography* ⑱ that confronts authority

⑮
Kotwica, ricampionata attraverso
GeminiAI. Fair Use
Kotwica, resampled via GeminiAI. Fair Use

⑯
Negro Matapacos. Fair Use
Negro Matapacos. Fair Use



⑰
28 settembre 2014 - Hong Kong, Cina: un manifestante solitario si fa strada tra le nuvole di gas lacrimogeno, proteggendosi con l'ombrello, davanti alla sede del governo, mentre viene circondato dalla polizia antisommossa. (Todd Darling/Polaris) Todd Darling - Polaris. Fair Use

⑰
September 28, 2014 - Hong Kong, China: A solitary demonstrator eases through clouds of tear gas holding his umbrella for protection outside Government Headquarters as he's surrounded by riot police. (Todd Darling/Polaris) Todd Darling-Polaris. Fair Use



with a dilemma: censoring a food item at the risk of international ridicule, or accepting the diffusion of a technically unprosecutable code ②.

The 2023 resurgence through emoji constitutes an example of *algospeak* ⑦, a coded language for circumventing algorithmic censorship.

The watermelon appears innocuous to automated moderation systems but retains its full semantic charge for users who know the interpretive code. Semiotic hacking is the specific response to the contemporary ecosystem of algorithmic censorship, where efficacy depends on maintaining a delicate equilibrium between *recognisability*, *subversion* and *algorithmic opacity*. Unlike archetypes, these symbols operate in a dimension of perennial transience: they require continuous innovation to evade the evolution of *pattern recognitio* ⑧, transforming their ephemeral nature into a strategy of dynamic and steganographic resistance.

164

Mechanisms of subversion, contexts and design responsibility

The detailed analysis of the sixteen case studies demonstrates that *semiotic disobedience* is not a *punctual* phenomenon but a complex ecosystem of differentiated practices that respond strategically to specific contexts of repression. In terms of impact, symbols of resistance acquire political efficacy through mass adoption, which inevitably attracts institutional attention and attempts at recuperation by the economic system.

The phenomenon of *pinkwashing*, for example, illustrates this dynamic: pink is appropriated by *corporations* to capitalise on its political meaning without genuinely contributing to gender causes, transforming a marker of struggle into a *marketing* instrument.

Algorithms read content through mechanisms of *pattern matching* that identify direct visual configurations (such as the Palestinian flag) or prohibited textual sequences.

⑥ Steganography is the art and science of hiding messages or information within other objects (images, audio, video, text files) to conceal their very existence, unlike cryptography, which hides their meaning.

⑦ Algospeak is a coding language used on social media to circumvent algorithmic moderation and censorship. It is a neologism formed by combining the words “algorithm” and “speak,” and involves replacing letters with symbols or numbers, using alternative words, or truncating words to avoid triggering automatic filters.

⑧ Pattern recognition is a branch of artificial intelligence and machine learning that focuses on identifying regularities, recurring structures, or patterns in data. Essentially, it is the process by which machines (or humans) analyze raw data (images, sounds, text, numbers) to classify it or make decisions based on known or learned characteristics.



Humans interpret instead through metaphorical shifts and shared codes that remain opaque to computation, since algorithmic reading is grounded in pre-set interpretive criteria and a formal understanding of the sign (Finn, 2017). This *interpretive asymmetry* between the human capacity for metaphorical inference and the algorithmic capacity for formal recognition constitutes the fundamental tactical advantage of contemporary semiotic hacking.

The evolution of machine learning – particularly multimodal artificial intelligence models trained on large visual archives – nevertheless progressively narrows this gap, bringing automatic recognition closer to rudimentary forms of contextual inference (Crawford & Paglen, 2019).

Next-generation systems are beginning to infer contextual relations, rapidly rendering previously effective steganographic codes obsolete: automated moderation evolves through feedback cycles (Gorwa et al., 2020). This structural fragility sharply distinguishes *hacks* from transposed and archetypal symbols. Whereas the Pink Triangle or the *Kotwica* maintain efficacy through decades of cultural consolidation, the Chinese *Rice Bunny* or the Palestinian watermelon are subject to rapid potential obsolescence should contextual filters be updated. Resistance in the algorithmic era therefore demands continuous innovation rather than symbolic crystallisation.

165

Platform designers bear direct responsibility in this dynamic: their choices determine the granularity of moderation and the transparency of rules. In this domain, the design of censorship-resistant platforms requires the implementation of a *design for opacity*, namely the development of systems that preserve a strategic interpretive ambiguity in order to protect the plurality of meaning (Bucher, 2018). The most plausible scenario remains a continuous co-evolution between evasion techniques and detection systems (Zeng & Schäfer, 2021), in which design responsibility entails preserving the spaces of meaning negotiation.

Conclusions

This research has systematised a fragmented phenomenon, performing a critical synthesis through the analysis of sixteen case studies distributed across diverse geographical and temporal contexts. The primary contribution of the work resides in having transformed practices of resistance often perceived as isolated into a coherent theoretical-operative framework, grounded in the taxonomic tripartition between transposition, archetypal construction and code hacking.

This investigation has demonstrated with clarity that the mechanisms of symbolic resistance respond to precise structural and technological conditions, being selected by communities according to the available opportunities and material constraints. In this context, Communication Design emerges as an intrinsically political practice, capable of shaping the ecologies within which meanings are produced and contested – a claim that aligns with Pater's (2016) argument that every design decision is simultaneously a political and cultural act. As Markussen (2013) demonstrates, design activism functions not merely as a socio-political but as an aesthetic practice in the Rancièrian sense: it redistributes the sensible, reconfigures who can see, speak and act. Julier (2011) further shows how design activism emerges systematically in response to major global political issues – from economic inequality to sexual orientation – positioning design practice as an agent of power redistribution within the public sphere.

Semiotic disobedience is not a marginal or romantically subversive phenomenon: it constitutes an ordinary modality through which communities continuously negotiate shared meanings, revealing that every design act inevitably participates in this negotiation. Recognising this constitutive dimension radically transforms the understanding of design as an intrinsically and inescapably political practice: every design choice is, in the words of Markussen (2013), an aesthetic act that “enact[s] design between art and politics”, defining the conditions of visibility and collective participation.

REFERENCES

- Amnesty International. (2021). *Lebanon's October 2019 protests weren't just about the WhatsApp tax*. <https://www.amnesty.org/en/latest/news/2021/10/lebanons-october-2019-protests-werent-just-about-the-whatsapp-tax/>
- Anceschi, G. (1992). *L'oggetto della raffigurazione*. Etaslibri.
- Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Seuil. [Edizione italiana: Miti d'oggi. Einaudi, 1974]
- Bertin, J. (1983). *Semiology of Graphics: Diagrams, Networks, Maps* (W. J. Berg, Trans.). University of Wisconsin Press. (Opera originale pubblicata nel 1967)
- Bucher, T. (2018). *If...then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Calori, C., & Vanden-Eynden, D. (2015). *Signage and wayfinding design: A complete guide to creating environmental graphic design systems* (2nd ed.). Wiley.
- Caple, T. (2019). *Rice bunnies in China's #MeToo: Discussion of a feminist movement under censorship* [Honors thesis, University of Mississippi]. eGrove. https://egrove.olemiss.edu/hon_thesis/985/
- Crawford, K., & Paglen, T. (2019). *Excavating AI: The politics and labor of datasets*. AI Now Institute. <https://excavating.ai/>
- de Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien: Arts de faire*. Gallimard. (Opera originale pubblicata nel 1980) [Edizione italiana: L'invenzione del quotidiano. Lavoro, 2010]
- Debord, G. (1967). *La société du spectacle*. Buchet-Chastel. [Edizione italiana: La società dello spettacolo. Baldini & Castoldi, 2002]
- Debord, G., & Wolman, G. J. (1956). Mode d'emploi du détournement. *Les Lèvres Nues*, 8.
- Eco, U. (1973). *Il costume di casa: Evidenze e misteri dell'ideologia italiana negli anni Sessanta*. Bompiani. [Ristampa: 2012]
- Eco, U. (1975). *Trattato di semiotica generale*. Bompiani.
- Falcinelli, R. (2017). *Cromorama: Come il colore ha cambiato il nostro sguardo*. Einaudi.
- Finn, E. (2017). *What algorithms want: Imagination in the age of computing*. MIT Press.
- Floch, J.-M. (1990). *Sémiotique, marketing et communication: Sous les signes, les stratégies*. Presses Universitaires de France.
- Frutiger, A. (1989). *Signs and symbols: Their design and meaning*. Van Nostrand Reinhold. [Edizione italiana: Segni & simboli: Disegno, progetto e significato. Stampa Alternativa, 1996]
- Galluzzo, M. (2024). *Logo in real life: Note per una storia sociale della visual identity*. Krisis Publishing.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.
- Global Health Now. (2017). *7 best signs from DC's March for Science*. <https://globalhealthnow.org/2017-04/7-best-signs-dcs-march-science>
- González Martín, A. (2020). El año del 'Joker': cuando la protesta se hizo global. *Boletín IEEE*, 17, 292-311. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7561368>
- Gorwa, R., Binns, R., & Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, 7(1), 1-15. <https://doi.org/10.1177/2053951720943234>
- Greimas, A. J. (1966). *Sémantique structurale: Recherche de méthode*. Larousse.
- Greimas, A. J., & Courtés, J. (1979). *Sémiotique: Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*. Hachette.
- Greer, B. (Ed.). (2014). *Craftivism: The art of craft and activism*. Arsenal Pulp Press.
- Groupe µ. (1992). *Traité du signe visuel: Pour une rhétorique de l'image*. Seuil.
- Heger, H. (2023). *Gli uomini col triangolo rosa*. Il Dito e la Luna. (Opera originale pubblicata nel 1972)
- Human Rights Watch. (2023). *Meta's broken promises: Systemic censorship of Palestine content on Instagram and Facebook*. <https://www.hrw.org/report/2023/12/21/metass-broken-promises/systemic-censorship-palestine-content-instagram-and-facebook>
- Independent. (2019). *'McDonald Jesus' art ('McJesus') in Israel museum prompts violent protests in Haifa*. <https://www.independent.co.uk/news/world/middle-east/mcdonald-jesus-art-mcjesus-israel-museum-protests-haifa-a8725936.html>
- Julier, G. (2011). Political economies of design activism and the public sector. In *Nordes 2011: Making Design Matter*. Nordes. <https://doi.org/10.21606/nordes.2011.005>
- Katyal, S. K. (2006). Semiotic disobedience. *Washington University Law Review*, 84(3), 489-573. https://openscholarship.wustl.edu/law_lawreview/vol84/iss3/1
- Markussen, T. (2013). The disruptive aesthetics of design activism: Enacting design between art and politics. *Design Issues*, 29(1), 38-50. https://doi.org/10.1162/DESI_a_00195
- Martorell, C., & Rom, J. A. (2011). La cara oculta de los advergames: La explotación crítica de un nuevo recurso de la publicidad. *Questiones Publicitarias*, 1(16), 24-39. https://ddd.uab.cat/pub/quepub/quepub_a2011n16/quepub_a2011n16p24.pdf
- McCarthy, S. (2012). Designer as author activist: A model for engagement. In P. Israsena, J. Tangsantikul, & D. Durling (Eds.), *Research: Uncertainty Contradiction Value - DRS International Conference 2012*. Design Research Society. <https://dl.designresearchsociety.org/drs-conference-papers/drs2012/researchpapers/86>
- O'Toole, O. (2024). Rhetorical strategies in Poland's Women's Strike: The diffusion of semiotic disobedience through protest banners and signage. *Journal of Contemporary Philology*, 16-28. <https://ruj.uj.edu.pl/server/api/core/bitstreams/e8f20b24-b177-431c-abfa-e1408cac8693/content>
- Paolucci, C. (2023). Pre-truth: Fake news, semiological guerrilla warfare, and some other media and communication "revolutions". *Media and Communication*, 11(2), 96-106. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i2.6628>
- Pater, R. (2016). *The politics of design: A (not so) global design manual for visual communication*. BIS Publishers.
- Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Harvard University Press.
- Piazza, G. (2016). *Non solo studenti: Le ondate di protesta nelle scuole e nelle università*. Carocci. https://www.researchgate.net/publication/301683250_Non_solo_studenti_le_ondate_di_protesta_nelle_scuole_e_nelle_universita
- Piekot, T. (2016). *Mediacje semiotyczne: Słowo i obraz na usługach ideologii* (Vol. 8). Wydawnictwo Akademickie Sedno.
- Plant, R. (1986). *The pink triangle: The nazi war against homosexuals*. Henry Holt.
- Ramsden, H. (2016). *Clowns, buffoons, and the killing laugh: An investigation of the Clandestine Insurgent Rebel Clown Army's (CIRCA) power to disrupt and provoke through joy and humour*. https://www.researchgate.net/publication/304198533_Clowns_buffoons_and_the_killing_laugh_An_investigation_of_the_Clandestine_Insurgent_Rebel_Clown_Arm_CIRCA_power_to_disrupt_and_provoke_through_joy_and_humour
- Särmäkari, N., & Vänskä, A. (2020). Open-source philosophy in fashion design: Contesting authorship conventions and professionalism. In *DRS2020: Synergy*. Design Research Society. <https://dl.designresearchsociety.org/drs-conference-papers/drs2020/researchpapers/46>
- Saussure, F. de (1916). *Cours de linguistique générale*. Payot.

- Souza, O. (2020). Racist motifs in design. In R. Leitão, L. Noel, & L. Murphy (Eds.), *Pivot 2020: Designing a World of Many Centers - DRS Pluriversal Design SIG Conference*. Design Research Society. <https://doi.org/10.21606/pluriversal.2020.013>
- The Guardian. (2025, September 24). 'A symbol of liberation': How the One Piece manga flag became the symbol of Asia's Gen Z protest movement. <https://www.theguardian.com/world/2025/sep/24/how-one-piece-manga-flag-became-symbol-asia-gen-z-protest-movement-liberation>
- TIME. (2011, October 18). Occupy George gives the dollar bill a protest-friendly look. <https://newsfeed.time.com/2011/10/18/occupy-george-gives-the-dollar-bill-a-protest-friendly-look/>
- United States Holocaust Memorial Museum. (2024). *Paragraph 175*. <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/paragraph-175>
- Zeng, J., & Schäfer, M. S. (2021). Conceptualizing "dark platforms": Covid-19-related conspiracy theories on 8kun and Gab. *Digital Journalism*, 9(9), 1321-1343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1938165>

BIO

Alessio Caccamo

Alessio Caccamo è Information Designer, Ricercatore TDA e Docente in Design presso il Dip. di Pianificazione, Design e Tecnologia dell'Architettura di Sapienza, Università di Roma. Indaga gli impatti progettuali, sociali ed educativi della Human-Data Interaction e della Data Visualization. Vincitore del SID Design Award 2019, è referente, dal 2023, del network di ricerca "Design per Educare" della SID. Nel 2024, riceve la menzione speciale del Premio Tesi Dottorato di Sapienza - Università di Roma. Dal 2025, è Editor-in-Chief di Progetto Grafico Journal, edita AIAP edizioni.

Alessio Caccamo is an Information Designer, TDA Researcher, and Lecturer in Design at the Department of Planning, Design, and Architectural Technology at Sapienza University of Rome. He explores the design, social, and educational impacts of Human-Data Interaction and Data Visualization. Winner of the 2019 SID Design Award, he has served as the coordinator of SID's "Design for Education" research network since 2023. In 2024, he received a special mention in the Doctoral Thesis Award from Sapienza University of Rome. Since 2025, he has been Editor-in-Chief of Progetto Grafico Journal, published by AIAP Edizioni.

Alessandra Carrubba

Alessandra Carrubba è Media Designer e Laureata Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale presso Dip. di Pianificazione, Design e Tecnologia dell'Architettura di Sapienza, Università di Roma. I temi che approfondisce riguardano l'ambito grafico e tipografico, innestandosi nel filone di ricerca della progettazione centrata sull'utente, l'accessibilità del linguaggio visivo e l'interazione tra esperienza analogica e digitale nella comunicazione contemporanea.

Alessandra Carrubba is a media designer with a Master's degree in Design, Multimedia and Visual Communication from the Department of Planning, Design, and Architectural Technology at Sapienza University of Rome. Her research focuses on graphic and typographic design, drawing on the fields of user-centered design, the accessibility of visual language, and the interaction between analog and digital experiences in contemporary communication.

Mirko Bonfiglio

Mirko Bonfiglio è Media Designer e Dottorando presso il Dip. di Pianificazione, Design e Tecnologia dell'Architettura di Sapienza, Università di Roma. I suoi interessi di ricerca riguardano le teorie e le pratiche creative computazionali che riflettono nuovi modi di comunicare attraverso i dati, e mediante un approccio che intercetta cultura del design, antropologia, sociologia e nuove tecnologie.

Mirko Bonfiglio is a media designer and PhD candidate at the Department of Planning, Design, and Architectural Technology at Sapienza University of Rome. His research focuses on computational theories and creative practices that explore new ways of communicating through data, adopting an interdisciplinary approach that draws on design culture, anthropology, sociology, and emerging technologies.

Caterina Vettraino


Caterina Vettraino è Media Designer e Laureata Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale presso Dip. di Pianificazione, Design e Tecnologia dell'Architettura di Sapienza, Università di Roma. I suoi interessi di ricerca riguardano gli ambiti dell'espressione comunicativa - dalla grafica alla fotografia - innestandosi nel filone di ricerca transfemminista, inclusiva, antirazzista, non binaria della cultura del design.

Caterina Vettraino is a media designer with a Master's degree in Design, Multimedia and Visual Communication from the Department of Planning, Design, and Architectural Technology at Sapienza University of Rome. Her research focuses on communicative expression—from graphic design to photography—and is grounded in transfeminist, inclusive, anti-racist, and non-binary perspectives within design culture.

LA TERRA È UNA GRANDE MEMORIA IL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE COME ATTO DI RESISTENZA MNESTICA

168 – 193

Clorinda Sissi Galasso

 [0000-0001-7432-8701](https://orcid.org/0000-0001-7432-8701)

Politecnico di Milano

clorindasissi.galasso@polimi.it

Anna Contro

 [0009-0006-9882-0147](https://orcid.org/0009-0006-9882-0147)

Università degli Studi di Genova

anna.contro@edu.unige.it

Resistenza Mnestica • Design della Comunicazione
Mnemotopo • Mnemofoto • Fototesto

[10.82068/pgjournal.2026.23.42.07](https://doi.org/10.82068/pgjournal.2026.23.42.07)

Il design della comunicazione si confronta oggi con un ecosistema saturo e accelerato e che ne indebolisce la capacità critica di agente culturale. Condivide questa vulnerabilità sistemica con la memoria, soprattutto quella individuale, sovrascritta dall'iper-visibilità e dalla delega del ricordo a dispositivi tecnici, generando forme di marginalizzazione e atrofizzazione della rappresentazione del sé. Il testo indaga come questa disciplina possa diventare una pratica di *resistenza mnestica*, capace di riconoscere, tradurre e rimediare alla vulnerabilità in un'azione condivisa, considerando l'innesto interdisciplinare come una risorsa. La nozione di *mnemotopo*, intesa come luogo del ricordo non istituzionale in cui tracce, emozioni e vissuti si intrecciano, offre un quadro interpretativo per comprendere la memoria come fenomeno situato e relazionale. In questa prospettiva si colloca *Mnemofoto*, progetto fototestuale che raccoglie, fotografa e restituisce i luoghi del ricordo individuali. Il progetto riattiva narrazioni intime e restituisce autorialità ai soggetti coinvolti, trasformando il designer in mediatore della relazione tra luogo, memoria e testimonianza. La successiva esposizione *La terra è una grande memoria*, allestita presso l'Archivio Vincenzo Agnetti, amplifica queste dinamiche mettendo in dialogo i fototesti con la poetica e le opere dell'artista, in particolare con il suo concetto di "dimenticato a memoria".

La mostra diventa un invito a riflettere su come la memoria plasmi e venga plasmata dai luoghi, e su come il progetto possa scavare, incarnare e ri-performare la memoria attraverso immagini, parole ed esperienze spaziali partecipative. L'esposizione genera un *dispositivo resistente* che valorizza frammenti personali esclusi dalla rappresentazione convenzionale, generando uno spazio di risonanza collettiva. Il design della comunicazione, in dialogo con pratiche artistiche, emerge come strumento capace di riattivare la memoria, rallentare la percezione e costruire condizioni di ascolto profondo, contrastando le forme contemporanee di oblio.

169

Contro la "damnatio memoriae" contemporanea

Il design della comunicazione si confronta oggi con una pressione crescente, generata da trasformazioni che travalicano il piano epistemico per investire le dimensioni culturali, sociali e politiche. È un vero e proprio "design under attack", come suggerisce il tema di questo numero, minacciato da forze che ne intaccano il ruolo critico e la capacità di agire come dispositivo performativo e trasformativo. L'emergenza non riguarda soltanto il perimetro disciplinare, ma investe l'intero ecosistema comunicativo sempre più configurato come spazio di «spectacle, surveillance and simulacra» (Mitchell, 2005, p. 32), attraversato da obsolescenze tecniche e concettuali, da forme pervasive di profilazione, da logiche produttive incessanti, «contraddistinto da una vera e propria overdose di comunicazione» (Fabris, 2006, p. 32) alimentata dall'avanzamento dell'intelligenza artificiale. In questo scenario instabile, il design si confronta con la crisi dei propri presupposti morali. Emerge come reazione un diffuso bisogno di

etica della comunicazione (*ibid.*) o dell'*agire comunicativo* (Habermas, 2017), capace di orientarne pratiche più consapevoli. La questione non riguarda più che cosa e con quali strumenti il design possa comunicare, ma *come* possa assumere una posizione attiva, o ancora meglio *attivista* (Julier, 2013; Bieling, 2019; Fuad-Luke, 2009) dentro un ambiente opaco, che genera isolamento anziché inclusione, saturazione anziché significato. Il problema non è l'ampliamento dei dispositivi (Agamben, 2006), ma la possibilità stessa di esercitare un ruolo critico in un determinato contesto e di riappropriarsi delle proprie responsabilità. «L'atto del design non è un boicottaggio, uno sciopero, una protesta, una manifestazione o qualche altro atto politico, ma trae il suo potere di resistenza proprio dall'essere un modo tipicamente *progettuale* di intervenire nella vita delle persone» (Markussen 2013, p. 38, trad. dell'autore) e «come intervento, si muove all'interno delle sfide poste dalle circostanze preesistenti, cercando al contempo di riorientarle» (Julier, 2013, p. 226, trad. dell'autore).

Parallelamente, assistiamo a un indebolimento strutturale della memoria, un *disincantamento* (Tarpino, 2005) tanto individuale quanto collettivo. L'accelerazione sociale che conduce all'alienazione (Rosa, 2015), la colonizzazione dell'attenzione (Citton, 2014) e la delega crescente del ricordo a piattaforme algoritmiche e archivi automatizzati (Hoskins, 2017) creano un ambiente che moltiplica gli stimoli e li rende immediatamente sostituibili. La *protesizzazione della memoria* (Stiegler, 1994), ovvero la sua esternalizzazione in apparati tecnici che archiviano, filtrano, riorganizzano l'esperienza, produce una fragilità sistemica del ricordare. Viviamo in un'epoca segnata da vuoti di memoria e da un'erosione continua del ricordo, che genera un *presente onnipresente e ipertrofico* (Hartog, 2012, p. 11). Da un lato domina la "furia delle immagini" (Fontcuberta, 2016), dall'altro la rapida dissolvenza del loro valore narrativo. La memoria non è più un deposito stabile, ma un campo di forze anch'esso sotto attacco (Tarpino, 2005).

Design e memoria condividono quindi una vulnerabilità prettamente contemporanea che ne sta intaccando la messa in atto. Se ogni tecnica è una forma di creatività che modella il nostro rapporto con il mondo e con il tempo (Montani, 2017) e nasce anzitutto dalla consapevolezza di una mancanza, dalla coscienza dei propri limiti e delle proprie carenze (Fabris, 2018, p. 19), allora i dispositivi e gli artefatti comunicativi e gli stessi designer non possono oggi limitarsi a conservare la memoria. Devono intervenire su questa vulnerabilità: possono riconoscerla, ridurla, tradurla, agire per rimediarla.

In questo quadro, la marginalizzazione della memoria individuale non è un effetto collaterale, ma un esito. Le memorie minori sono al tempo stesso le prime a essere prodotte e le prime a essere dimenticate, dall'individuo stesso che le perde nei suoi nuovi, spesso inconsapevoli, archivi digitali e dalla società che le trascura perchè troppe, troppo generiche, troppo ordinarie o troppo specifiche (Turri, 1998, p. 41). Come osservano Smith e Watson (2010), le autobiografie ordinarie sono le forme narrative più vulnerabili nelle società ipermediate. La circolazione globale di *temporal objects* (Crary, 2013, p. 52), immagini, video, feed aggiornati in tempo reale, costruisce un ecosistema in cui l'esperienza viene costantemente sincronizzata su un'attualità senza memoria.

Il progetto *Mnemofoto* (2020) e la conseguente mostra *La terra è una grande memoria* (Archivio Vincenzo Agnetti, 2025), al centro dell'articolo, esemplificano questo

approccio in una dimensione che riconosce nell'innesto interdisciplinare una risorsa generativa. Attraverso pratiche fototestuali, costruiscono un *contro-archivio* (Merewether, 2006) di memorie marginalizzate e restituiscono voce e autorialità ai singoli soggetti. In questa prospettiva, il design della comunicazione può diventare una forma di *resistenza mnestica*, per contrastare le contemporanee forme di *damnatio memoriae* e sostenere, attraverso la responsabilità progettuale, una memoria capace, come scrive Agnetti (1978), di «muovere le nostre braccia e le nostre gambe» (in Boragina, 2024, p. 158).

Marginalizzazione e atrofizzazione delle memorie individuali

La fragilità del ricordo individuale è inscritta nella natura stessa della memoria: selettiva, intermittente ed esigente. *Esigente* perché richiede cura e continui esercizi di riattivazione. Perennemente soggetta allo scorrere del tempo, la memoria personale, quando non viene esternalizzata o ancorata all'alterità, arrugginisce velocemente e può scomparire nel battito di un'esistenza. La sua molteplicità intrinseca, potremmo dire la sua infinità, è attraversata da processi che ne determinano il decadimento. Al tempo stesso, questo inevitabile sgretolamento produce un substrato mnestico di *dimenticato a memoria* (Agnetti, 1978; Verzotti, 2008, pp. 27-36), una forma di oblio attivo che permette al ricordo di trasformarsi in energia cerebrale.

Questo tipo di dinamica riguarda anche la memoria collettiva. Come sostiene Maurice Halbwachs (1950), ogni memoria di gruppo è composta da una pluralità di ricordi individuali sedimentati nel tempo che ne costituiscono la voce e garantiscono la continuità. Persino all'interno di quelle che Halbwachs (1925) definiva *quadri sociali*, le strutture che orientano, custodiscono e organizzano ciò che una società ricorda, la vitalità del ricordo dipende dai frammenti prodotti dall'incontro tra singolo ed esperienza plurale.

Oggi, nell'interazione tra oblio necessario e sedimentazione condivisa, la memoria individuale e quella collettiva si configurano come sistemi porosi, nei quali i processi e gli apparati comunicativi assumono un ruolo decisivo nel determinarne forme, sviluppi e persistenze. È un ambiente caratterizzato da una sovrapproduzione e sovracondivisione di immateriali ricordi dell'io che ne fermenta la scrittura portando verso un regime di iper-visibilità: «oscena è l'iper-visibilità, a cui manca ogni negatività del nascosto, dell'inaccessibile e del segreto. Sono osceni anche i flussi piatti dell'ipercomunicazione, libera da ogni negatività dell'alterità» (Han, 2014, p.16). Questi processi non si limitano a modificare la memoria individuale e i suoi processi di manifestazione e conservazione,

ma producono una vera e propria *atrofizzazione dell'io* e soprattutto della sua rappresentazione, indebolendo la capacità di articolare un racconto di sé e riducendo il soggetto a una presenza intermittente nel flusso informativo. La memoria del singolo, in quanto lenta, corporea, multiforme, complessa e vulnerabile si sfinisce davanti alla logica pervasiva della *costrizione iconica* (*ibid.*) e cerca pratiche che ne sostengano la cura.

Da questa constatazione emerge la necessità di sviluppare pratiche progettuali di *resistenza mnestica*, capaci di contrastare il declino della multispecità delle storie individuali. In questo framework si colloca la nozione di *mnemotopo* (Galasso, 2024a) inteso un luogo di memoria amplificato, che apre il ricordo all'alterità della sua dimensione spazializzata. Il mnemotopo è uno spazio-soglia in cui si intrecciano percezioni, tracce, vissuti ed emozioni.

A differenza dei *lieux de mémoire* di Nora (1984), non si limita a custodire il passato, ma lo riattiva. Dialoga con la *topofilia* di Tuan (1974), con la *fenomenologia del luogo* di Casey (1997) e con le poetiche dello spazio di Bachelard (1957), offrendo un modello interpretativo per comprendere la memoria come fenomeno situato, relazionale e incarnato. È un'entità che diventa un appiglio esistenziale nel senso quotidiano del termine, una molteplicità di forze mnestiche che collegano memoria individuale e collettiva, facendo dialogare simbolo, immaterialità e fisicità del territorio.

171

Una visione che guarda anche al più recente *placemory* (Hubner & Dirksmeier, 2023), considerato un organismo vivente in cui la società, l'osservatore individuale, i modelli commemorativi tramandati dal passato e lo spazio materiale sono intrecciati in modo relazionale (p. 107). Da qui il ruolo del designer che, riconoscendo il mnemotopo, coltiva il *genius loci*, ascoltando le voci dei luoghi, le loro storie, le presenze e le assenze (Turri, 2004). Queste dinamiche rendono evidente l'urgenza di dare valore alla memoria individuale, riconoscendo che la natura sociale del ricordo non sopprime la sua dimensione personale, ma al contrario la presuppone. Come sostengono Smith & Watson (2010), le *life narratives* possono richiamare l'attenzione su cose dimenticate, tempi irrimediabilmente perduti e sulla posta in gioco personale e collettiva di tale dimenticanza; sono registrazioni di atti di interpretazione da parte di soggetti inevitabilmente inseriti nel tempo storico e nella loro relazione con il proprio passato in continuo movimento (p. 24). Restituire spazio ai frammenti e alle storie individuali significa preservare non solo un patrimonio intimo, ma la stessa possibilità di un ricordo condiviso.

Dal punto di vista del *design activism* il valore del mnemotopo è duplice. Da un lato offre ai soggetti la possibilità di riappropriarsi della propria narrazione e comunicarla, sottraendola alla logica impersonale e algoritmica del digitale. Dall'altro amplifica il raggio d'azione del luogo di memoria tradizionale, accogliendo memorie che eccedono i confini dell'istituzionalità.

Mnemofoto. Una mappatura intima del territorio

Sulla nozione di *mnemotopo*, nella sua declinazione individuale, si fonda *Mnemofoto*, progetto fototestuale per sua natura incompiuto, in dialogo costante tra riflessione accademica e pratica artistica. Nato nel 2020 nell'ambito del dottorato in Design della Comunicazione presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, e sviluppato dall'autrice del presente contributo in collaborazione con il fotografo Stefano Scagliarini, il progetto invita le persone a raccontare i propri mnemotopi come luoghi emotivamente carichi, veri e propri *posti delle fragole* alla Bergman (1957), custoditi nella memoria e spesso mai narrati.

Il processo partecipativo si articola in tre fasi:

Raccolta mnemotopica - Testimonianza:

i partecipanti, compilando un form online (<https://forms.gle/RvnyEL9deMu3fnj67>), raccontano un loro mnemotopo, indicano la sua posizione e descrivono il ricordo che conserva. Sono chiamati quindi a lasciare una *testimonianza* del loro passaggio sul territorio. Non vengono date limitazioni a livello di distanza né indicazioni riguardo la tipologia di ricordo da condividere.

Ricerca mnemotopica - Reportage fotografico:

ogni mnemotopo viene geolocalizzato andando a costituire un itinerario, una *mappatura intima del territorio*. Quindi ogni luogo viene fotografato, solitamente senza la presenza umana. L'obiettivo è quello di rappresentare il ricordo del partecipante lasciando spazio anche all'interpretazione e alla progettualità del fotografo/designer.

Restituzione mnemotopica - Ritratto:

Le fotografie dei luoghi vengono stampate su un supporto rigido di dimensioni 30x40 cm e viene realizzato un ritratto a ciascun partecipante nella propria abitazione con in mano il mnemotopo ©.

La selezione dei partecipanti avviene attraverso la circolazione del form digitale (ancora attivo) in contesti di prima diffusione del progetto, quali conferenze e seminari accademici, così come in ambiti artistici, tra cui spazi espositivi indipendenti, residenze artistiche e collettivi di produzione culturale, e in contesti non ufficiali, quali comunità locali e reti informali di



①

Angela e il suo mnemotopo (Castello d'Aviano, Italia). Esempio di restituzione mnemotopica attraverso il ritratto nell'abitazione del partecipante. *Mnemofoto*, 2022.

Foto di Clorinda Galasso e Stefano Scagliarini.
Angela and her mnemotopo (Castello d'Aviano, Italy).
Example of mnemotopic restitution through portrait in the participant's home. Mnemofoto, 2022.
Photo by Clorinda Galasso and Stefano Scagliarini.



conoscenze personali. Tale modalità aperta e inclusiva favorisce l'emergere di memorie non istituzionalizzate, principale obiettivo del progetto, e consente di mantenere un approccio multigenerazionale e trasversale rispetto al genere, evitando l'imposizione di rapporti gerarchici nel valore attribuito ai racconti.

La raccolta delle testimonianze non è tuttavia priva di criticità. In primo luogo, emerge la difficoltà, da parte dei partecipanti, di selezionare un solo mnemotopo a discapito di altri luoghi significativi; in secondo luogo, la reticenza di molti nel condividere memorie intime ed emotivamente dense; infine, in alcuni casi, l'incapacità di operare una scelta univoca. Nonostante queste complessità e la stratificazione temporale del progetto, fin dalle prime fasi di raccolta sono emersi pattern ricorrenti nei luoghi condivisi riconducibili a specifiche tipologie di luogo (luoghi di incontro sociale, luoghi d'origine etc.), a determinate oggettualità (porte, panchine, etc.), e a diffuse componenti emotive (appartenenza, radicamento, nostalgia, conforto, etc.).

In questo quadro metodologico, il progetto non prevede un autore centrale incaricato di selezionare la memoria altrui. Ogni partecipante è responsabile della scelta del luogo e della narrazione mnemotopica che lo accompagna. Questa preliminare decentralizzazione dell'autorialità costituisce già una forma di attivismo. Ribalta il rapporto di potere tipico degli archivi convenzionali, sottraendo la scelta di ciò che merita di essere conservato alle logiche selettive dell'istituzione e restituendola direttamente ai soggetti coinvolti.

Il ruolo del designer si manifesta poi in ognuna delle tre fasi in maniera differente. Nella prima, progetta l'ambiente entro cui condividere e raccontare i mnemotopi, in questo caso un form digitale, scelto per facilitare la diffusione del progetto e la raccolta delle testimonianze. Nella seconda realizza una mappatura e porta a rappresentazione i luoghi messi in comune: fotografare il luogo significa incontrarlo, nella maggior parte dei casi per la prima volta; riattraversarlo, accompagnati dalle parole dei partecipanti; inscrivere il proprio corpo nello spazio che è stato anche lo spazio dell'altro (Zingale, 2022); riconnettere un frammento di vissuto in spazi temporali differenti. Nella terza, il designer sceglie il formato di stampa in modo da enfatizzare anche il lato aptico dell'esperienza, e si occupa della "regia" del momento dello svelamento del mnemotopo (il partecipante vede il luogo solo un attimo prima dello scatto), e in quella del momento fotografico. Se da una parte il soggetto è libero di decidere la posizione e la relazione con il suo artefatto, dall'altra il designer/fotografo rende effettiva la *scrittura di luce*. Questa è la parte più sensibile del progetto. Si entra nelle case, si conoscono i partecipanti e si assiste a due tipi di

restituzione. La prima è quella del mnemotopo che torna (uguale, modificato, azzerato, aumentato...), nelle mani del partecipante, la seconda è quella emotiva.

Ognuno rivela al designer una risposta emozionale diversa: si versano lacrime, si aprono sorrisi, si aggiungono dettagli inediti e all'apparenza perduti, si raccontano storie che la vista e il tocco della fotografia riattivano.

Il designer, quindi, non è né passivo né neutrale. Diventa un traduttore (Baule & Caratti, 2016) della relazione tra ricordo, immagine, luogo e parola e costruisce le condizioni favorevoli affinché la testimonianza possa emergere e la memoria individuale possa farsi vedere attraverso un *atto di cura*. La decisione di realizzare il ritratto in casa, uno dei principali mnemotopi individuali, non è casuale. Rende la rappresentazione stessa un *safe mnemotope* (Galasso, 2024b) ovvero un luogo della memoria che sembra lasciare da parte la grande monumentalità per fare spazio a uno spazio più intimo e contenuto, favorevole all'espressione intima e alla condivisione del ricordo.

Il risultato, a livello di artefatto progettuale, è un fototesto tripartito. Un sistema ibrido che mette in relazione costante e indissolubile due linguaggi: l'immagine e la parola. Le pratiche fototestuali non solo sfidano lo statuto canonico della fotografia e della scrittura, nella loro natura bidimensionale, ma creano una nuova formazione narrativa e di senso in cui i due linguaggi, interagendo, danno vita a un racconto complesso, inedito, un *terzo oggetto* (Chiocchetti, 2019), o come direbbe Sergej Ejzenstejn, un *terzo concetto* (Montani, 1986) che si configura come la rappresentazione di due mezzi diversi, foto e testo, in qualcosa che prima della loro fusione non esisteva, un *nuovo medium* che vive ed esiste solo nell'incontro con la mente del lettore/spettatore.

174

La fotografia ancorata al luogo/mnemotopo restituisce materialità e corporeità al ricordo. Il testo introduce una temporalità ulteriore interpretando, evocando e infine esplicitando ciò che l'immagine non riesce a dire nell'immediato. Il ritratto unisce questi due livelli in un meta-racconto che fa entrare consequenzialmente in diverse soglie: la porta di casa, la porta del luogo, la porta del ricordo. Fa entrare nel mnemotopo. Il fototesto diventa così un dispositivo comunicativo relazionale analogico e in un contesto digitale dominato dallo scroll infinito e dalla sovrapproduzione e sovrascrittura di contenuti visivi, introduce un gesto etico di rallentamento. Ogni fototesto richiede attenzione, sospensione, un tempo di lettura e di visione parallela che contrasta l'*erranza degli occhi* (Han, 2012, p. 25).

Mnemofoto produce infine un *contro-archivio*, «un dispositivo alterato (per l'espressione del sincretismo e della riparazione come possibilità di ricostruzione del sé), performativo (per il lavoro della memoria e dell'immaginazione, che consentono il processo di riappropriazione culturale), affettivo (per l'economia carnale di affetti che le cose incarnano nei loro bisbigli)» (Grechi, 2021, p. 121). Ogni fototesto è una testimonianza che sfugge alle narrazioni dominanti: memorie minori, intime, nella maggior parte dei casi legate a luoghi marginali, che acquisiscono visibilità attraverso il dispositivo comunicativo. Ogni frammento ha lo stesso peso; ogni voce è trattata con la stessa cura; ogni ricordo contribuisce alla costruzione di una storia collettiva. Non produce un'unica narrazione, ma molte narrazioni che convivono. Lontano dai dispositivi istituzionali del ricordo, il fototesto spazializzato diventa un *gesto resistente*.

La terra è una grande memoria

Nel febbraio 2025, *Mnemofoto* diventa il fulcro progettuale della mostra *La terra è una grande memoria*, allestita presso l'Archivio Vincenzo Agnetti a Milano e curata da Anna Contro, storica dell'arte e co-autrice di questo articolo, insieme a Guido Barbato, nipote ed erede dell'artista. L'esposizione nasce come un dialogo interdisciplinare tra pratica fototestuale, arte concettuale e design della comunicazione, modellato in relazione diretta con l'eredità di Vincenzo Agnetti (1926-1981) e con lo spazio stesso del suo ex studio, «spazio di vita e di creazione, archivio denso di materie e di pensiero» (Zuliani, 2014), oggi archivio e luogo della memoria, un *mnemotopo*. Si trova in via Machiavelli 30, in un ex capannone costruito su un terrapieno che costeggia le ferrovie nord della città. Pur ridimensionato dalle esigenze della famiglia, lo spazio conserva la natura di *archivio d'artista*: un particolare *archivio di persona* che «con costante impegno di aggiornamento e organizzazione, raccoglie la più completa documentazione sulla figura e sull'opera di un artista, con un duplice scopo: incentivare lo studio e favorire la conoscenza della figura e dell'opera di un artista, promuovendo ricerche e iniziative direttamente o in collaborazione con altri organismi pubblici e privati; catalogarne la produzione autentica nella massima trasparenza di metodo e rapporti» (Manghetti, 2022, p. 12).

Vincenzo Agnetti nasce il 14 settembre del 1926 a Milano e muore nella città natale nel 1981, ed è comunemente considerato uno dei principali esponenti dell'arte concettuale italiana. Tra i temi affrontati nel corso della sua produzione, la memoria ha un ruolo fondamentale, ed è accostata, in un rapporto di apparente ossimoro, alla dimenticanza. Il concetto del *dimenticato a memoria* sviluppato a partire dagli inizi degli anni Settanta in più di un ciclo di opere, dai *feltri*, agli *assiomi*, fino ai suoi *libri dimenticati* (Meneguzzo,

2017) ritornerà lungo l'arco di tutta la sua produzione. In un apparente paradosso, per Agnetti la memoria è l'*arte del dimenticare* (Agnetti, 1978) e tutto ciò che viviamo viene dimenticato per poi stratificarsi dentro di noi. La memoria dimenticata, carburante cerebrale, è quella che ci costituisce: le idee dimenticate, interiorizzate, si stratificano dentro di noi, dentro i luoghi che abitiamo (Agnetti G., 2024).

La storia e le scelte curatoriali dell'Archivio molto hanno a che fare con la biografia e con la poetica dell'artista. Nel 1972 dirà: «Le mie opere attuali sono solo un segnale per volgarizzare quello che ho a monte cioè le mie ricerche teoriche e critiche. Io scrivo delle cose dalle quali ricavo i miei quadri che a loro volta mi sono di stimolo per altri scritti» (Agnetti in Perazzi, 1972 in Boragina, 2024). Fin dalla riapertura, l'Archivio ha voluto ritrovare lo spazio primitivo in cui negli anni si sono sedimentati "a memoria" il lavoro e l'opera di Agnetti, volendo continuarne l'operazione culturale, strutturando il proprio progetto di mostre in dialoghi con altri artisti, prendendo spunto dal *modus operandi* suggerito dallo stesso Agnetti, dove il pensiero critico si concretizza in opere a loro volta stimolo per altre riflessioni.

175

È in questo contesto che prende forma la mostra *La terra è una grande memoria*. Qui Mnemofoto non è semplicemente esposto come progetto di design, ma entra in dialogo con le opere e i testi di Agnetti. Mnemofoto per sua natura un *non finito*, accoglie l'apparato critico di Agnetti e la sua riflessione sulla memoria. Il progetto trova nella poetica di Agnetti un punto di riferimento, un *argine intellettuale*, un perimetro entro cui collocarsi. «Porto cioè il riguardante a pensare che la terra è una grande memoria», dice Agnetti a Mario Perazzi in un'intervista al Corriere della Sera del 1972, «che tutto ciò che facciamo si stacca da noi e viene registrato dalla terra» ②.

Questa citazione diventa titolo e fondamento curatoriale dell'esposizione e funge da portale: un varco attraverso cui passare per assicurarsi il giusto sguardo critico sull'intera operazione. In tutto il progetto espositivo ogni opera selezionata è *arte e parla d'arte*, immagine e testo insieme, facendo eco al modello fototestuale. Assume il ruolo di guida per il visitatore, diventando strumento di accompagnamento teorico, vera e propria *didascalia*, promuovendo, una «dilatazione del concetto» (Agnetti in Boragina, 2024).

Non è un caso che lo stesso Agnetti, nel manifesto a corredo dell'opera *Mass Media* (1977) ③, anch'essa esposta in mostra, definisca la didascalia «strumento di penetrazione» (ivi, pp. 208-211).

Opere come *Libro dimenticato a memoria* ④ e i celebri *feltri* ⑤ ⑥ sono state scelte per incorniciare le narrazioni spazio-mnestiche di Mnemofoto, divenute per l'occasione un'installazione corale. A livello allestitivo, si è deciso di porre il focus su una parete in particolare dell'archivio, al piano terra vicino all'ingresso, che è diventata il centro concettuale della mostra attraverso i ritratti e le loro storie.

Un mosaico topografico di memorie individuali, una cartografia affettiva in cui ogni mnemotopo trova posto accanto agli altri ⑦. I fototesti, così come nel processo di raccolta delle testimonianze, non sono organizzati secondo criteri gerarchici o tematici, ma lasciati in relazione aperta, in un sistema che permette alle storie di risuonare per analogia, contrasto o semplice vicinanza emotiva. Un'unica opera plurale, composta da tanti individui e dal loro personale legame mnemotico con il territorio, che entra in relazione con un *feltro* (1971) ⑧ che recita "Ovunque lo accompagnava il racconto", a sottolineare l'importanza della narrazione nella costituzione identitaria. La parete dialoga inoltre con una selezione di tre fototesti presentati come opere fotografiche autonome ⑨, ⑩. Di dimensioni maggiori, incorniciati ma privi di vetro, consentono al visitatore di coglierne con maggiore nitidezza i dettagli e, soprattutto, di percepirla come elementi centrali di un'esposizione in uno spazio d'arte. Questa scelta allestitiva favorisce una fruizione attenta di ciascuna storia, ribadendo che, sebbene la dimensione condivisa emerga dalla compresenza di narrazioni individuali, ciò non comporta una perdita di centralità o di valore del singolo.

In questo modo, il processo espositivo ha innescato un passaggio di risonanza collettiva e l'allestimento ha invitato il visitatore a costruire un proprio percorso di incontro con il ricordo, sollecitando la memoria individuale attraverso la combinazione di sguardo, lettura e partecipazione, in un luogo che è esso stesso deposito e attivatore di memoria. Inoltre, il fototesto nel suo costante rimando tra apparato testuale e apparato visuale, come detto precedentemente, induce un rallentamento dell'esperienza dell'artefatto, entrando in contrasto con una percezione sempre più frammentata e dispersa, e incentivando la "facoltà di ascoltare" basata su un'attenzione quasi contemplativa (Han, 2012, p. 24). Un accenno alla *noia profonda*, quell'indugiare che ci permette di immergerci nelle cose in contrasto con la società della stanchezza (ivi, p. 25). La mostra diventa così un *gesto attivista*. Ha reso primariamente condivisibili e poi visibili memorie che convenzionalmente non avrebbero uno spazio di esposizione. Chi incontra i fototesti entra in un movimento di identificazione in cui guardare la memoria altrui significa confrontarsi con la propria.



②
 "Non dipingo i miei quadri. Il concettuale Agnetti cerca di spiegarsi" di M. Perazzi in *Corriere della Sera*, 20 febbraio 1972, *La terra è una grande memoria*, Archivio Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025. Foto di Stefano Scagliarini. Per gentile concessione dell'Archivio Vincenzo Agnetti. "Non dipingo i miei quadri. Il concettuale Agnetti cerca di spiegarsi" by M. Perazzi, in *Corriere della Sera*, February 20, 1972, exhibited in "The Earth is a Great Memory", Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025. Photo by Stefano Scagliarini. Courtesy of Archivio Vincenzo Agnetti.

L'incontro tra la pratica artistica - esemplificata dal lavoro critico delle opere agnettiane e situata all'interno dello specifico mnemotopo/archivio ©, © - e la pratica di design - manifesta nel processo fototestuale di raccolta e rappresentazione delle testimonianze - si configura quindi come un terreno di riflessione metodologica. Questa convergenza consente di delineare un approccio replicabile, fondato sulla messa in relazione tra memoria individuale, spazio e dispositivo progettuale, applicabile anche a contesti di minore scala e durata. Tale impostazione risulta infatti adattabile a realtà circoscritte, come quelle delle comunità locali o delle pratiche di artisti emergenti.

La raccolta dei mnemotopi individuali si configura come uno strumento capace di scalfire le logiche di potere che spesso intervengono nei processi di sedimentazione e legittimazione del ricordo, non attraverso una critica frontale al modello archivistico, ma mediante una sua espansione in senso umanizzante. Il progetto si distingue anche dalle forme di conservazione digitale plurima e indifferenziata, poiché invita i partecipanti a operare una scelta consapevole, rendendo esplicito un singolo ricordo e assumendosene la responsabilità narrativa. La memoria collettiva, così intesa, non si sovrappone all'individuo né lo assorbe, ma lo include e lo ospita.

177

La pratica fototestuale si configura come un processo privilegiato per la traduzione progettuale degli artefatti mnemotopici, in quanto capace di tenere insieme, nell'interazione componente visuale e componente verbale, la complessità stratificata dei processi rimemorativi. In particolare, la *didascalia*, elemento fondante del fototesto, assume un ruolo critico rendendo l'oggetto artistico parte integrante del processo di design.

Al di là delle specificità che *La terra è una grande memoria* porta con sé, il progetto propone un *dispositivo resistente*, utile a interrogare il modo in cui la memoria singolare plasma e venga a sua volta plasmata dai luoghi. In quest'ottica, la metodologia proposta a partire da *Mnemofoto* - fondata sulla decentralizzazione dell'autorialità nella conservazione della testimonianza, sulla selezione consapevole del ricordo, sull'uso del fototesto come strumento di rimediazione e traduzione del sé - può essere applicata e testata in altri contesti progettuali, come lente operativa per sviluppare pratiche di design orientate alla riattivazione critica, interdisciplinare, situata e partecipata della memoria.

Progettare oltre il disincanto della memoria

Il *disincanto della memoria* interroga direttamente il lavoro dei progettisti della comunicazione chiamati a costruire, a livello interdisciplinare, inedite condizioni di ascolto, di relazione, rappresentazione del ricordo. Preso atto della vulnerabilità sistemica che accomuna nel presente da un lato la disciplina progettuale e dall'altro i processi mnemotopici, bisogna offrirsi mutuo soccorso, nella declinazione più nobile del termine. Occorre prendersi cura della memoria.

In particolare, rivolgere lo sguardo alle memorie del singolo, permette a ogni uomo e donna di riconoscersi come essere unico che è esistito e continuerà ad esistere (Tadié, J. & Tadié, M., 2000). Significa accompagnare i processi di riemersione delle storie individuali, proteggere ciò che rischia di scomparire e rendere possibile la condivisione di esperienze altrimenti destinate all'oblio istituzionalizzante. La testimonianza, manifestata in *Mnemofoto*, diviene atto con cui la memoria si espone, si offre all'ascolto dell'altro. Il pensiero sui *mnemotopi*, rende evidente che ricordare è sempre un processo situato, localizzato (Galasso, 2024a). Il design può farsi mediatore di questi luoghi espansi e plurimi della memoria, costruendo progetti che ne restituiscono la profondità umana e concettuale e che permettono alle storie di emergere nella loro complessità. La rimediazione (Erlil & Rigney, 2011), assume qui una connotazione favorevole al progetto. Rimediare diventa atto di ri-evidenza, ma anche di responsabilità rispetto al passato.

In questo senso, progetti come mostra *La terra è una grande memoria* rappresentano esempi concreti di come il design possa offrire dispositivi in cui le memorie marginalizzate si fanno visibili e trovano un contesto per emergere. La relazione dialogante tra immagine e parola, centrale nei fototesti e nella poetica di Agnetti, mostra inoltre come la memoria non sia un'infrastruttura di dati, ma un processo narrativo. L'allestimento diventa così attivismo che contrasta le logiche selettive e gerarchiche delle memorie istituzionali. Dare luogo fisico a storie intime, quotidiane e potenzialmente effimere significa riposizionare la memoria come bene comune, come territorio condiviso. In questo intreccio, il design della comunicazione agisce come pratica di *resistenza mnemotopica*. Non si tratta di opporsi alla dimenticanza in sé, ma di ricollocare il singolo in una condizione progettata che gli consenta di selezionarla consapevolmente e di riappropriarsene, senza delegarla fino a perderne ogni traccia.



⑥

Trittico fototestuale, "Simone e il dente giallo".

La terra è una grande memoria, Archivio
Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025.

Foto di Stefano Scagliarini.

*Phototextual triptych, "Simone e il dente giallo",
exhibited in "The Earth is a Great Memory",
Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025.*

Photo by Stefano Scagliarini.

⑦

Trittico fototestuale, "Lo Shocking era casa".

La terra è una grande memoria, Archivio
Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025.

Foto di Stefano Scagliarini.

*Phototextual triptych, "Lo Shocking era casa",
exhibited in "The Earth is a Great Memory",
Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025.*

Photo by Stefano Scagliarini.



THE EARTH IS A GREAT MEMORY COMMUNICATION DESIGN AS AN ACT OF MNESTIC RESISTANCE

Mnestic Resistance; Communication Design; Mnemotope; Mnemofoto; Phototext

Abstract

Communication design today faces a saturated and accelerated ecosystem that weakens its critical capacity as a cultural agent. It shares this systemic vulnerability with memory, especially individual memory, now overwritten by hyper-visibility and the delegation of recollection to technical devices, generating forms of marginalization and atrophy in the representation of the self. This text investigates how the discipline can become a practice of *mnestic resistance*, capable of recognizing, translating, and remedying such vulnerability through a shared action, considering interdisciplinary exchange as a resource.

180

The notion of the *mnemotope*, understood as a non-institutional place of memory where traces, emotions, and lived experiences intertwine, offers an interpretive framework for understanding memory as a situated and relational phenomenon. Within this perspective lies *Mnemofoto*, a phototextual project that gathers, photographs, and restores places of individual memory.

The project reactivates intimate narratives and restores authorship to the subjects involved, transforming the designer into a mediator of the relationship between place, memory, and testimony. The subsequent exhibition *The Earth Is a Great Memory*, held at the Vincenzo Agnetti Archive, amplifies these dynamics by placing the phototexts in dialogue with the artist's poetics and works, particularly with his concept of *dimenticato a memoria*, "forgotten by heart". The exposition becomes an invitation to reflect on how memory shapes, and is shaped by places, and on how design can excavate, embody, and re-perform memory through images, words, and participatory spatial experiences. The exhibition generates a *resistant device* that gives value to personal fragments excluded from conventional representation, creating a space of collective resonance. Communication design, in dialogue with artistic practices, emerges as a tool capable of reactivating memory, slowing perception, and constructing conditions for deep listening, countering contemporary forms of oblivion.

Against contemporary forms of "damnatio memoriae"

Communication design today faces increasing pressure generated by transformations that extend beyond the epistemic plan to affect cultural, social, and political dimensions. It is truly "design under attack," as suggested by the theme of this issue, threatened by forces that undermine its critical role and its ability to act as a performative and transformative device. The emergency does not concern the disciplinary perimeter alone, but impacts the entire communication ecosystem, which is progressively configured as a space of «spectacle, surveillance, and simulacra» (Mitchell, 2005, p. 32), traversed by technical and conceptual obsolescence, pervasive forms of profiling, incessant production logic, «marked by a veritable overdose of communication» (Fabris, 2006, p. 32, trans. by the author) further amplified by the advancement of artificial intelligence. In this unstable scenario, design is confronted with a crisis of its own moral assumptions.

In response, a widespread need for an ethics of communication emerges (*ibid.*) or for an ethics of *communicative action* (Habermas, 2017), capable of orienting more conscious practices. The issue no longer concerns *what* design can communicate, or through which tools, but rather *how* it can assume an active or, more aptly, an *activist position* (Julier, 2013; Bieling, 2019; Fuad-Luke, 2009) within an opaque environment that generates isolation rather than inclusion, saturation rather than meaning. The problem lies not in the expansion of apparatuses (Agamben, 2006), but in the very possibility of exercising a critical role within a given context and reclaiming one's own responsibilities. «The design act is not a boycott, strike, protest, demonstration, or some other political act, but lends its power of resistance from being precisely a *designerly* way of intervening into people's lives» (Markussen, 2013, p. 38), and «as intervention, it moves within the challenges of pre-existing circumstances, while also attempting to reorientate these» (Julier, 2013, p. 226).

In parallel, we are witnessing a structural weakening of memory, a form of *disenchantment* (Tarpino, 2005, trans. by the author) that is both individual and collective. Social acceleration leading to alienation (Rosa, 2015), the colonization of attention (Citton, 2014), and the increasing delegation of remembering to algorithmic platforms and automated archives (Hoskins, 2017) produce an environment that multiplies stimuli while rendering them immediately replaceable. The *prostheticization of memory* (Stiegler, 1994) - its externalization into technical apparatuses that archive, filter, and reorganize experience - generates a systemic fragility of remembering. We live in an era marked by forms of memory loss and the continuous erosion of remembrance, resulting in an *omnipresent*,

hypertrophic present (Hartog, 2012, p. 11). On the one hand, the “fury of images” (Fontcuberta, 2016) prevails; on the other, the rapid fading of their narrative value. Memory is no longer a stable repository but a field of forces that is itself under attack (Tarpino, 2005).

Design and memory therefore share a contemporary vulnerability that is undermining their enactment. If every technique is a form of creativity that shapes our relationship with the world and with time (Montani, 2017), and if it arises from an awareness of lack, from a consciousness of one’s own limits and constraints (Fabris, 2018, p. 19), then communicative devices and artifacts, as well as designers themselves, can no longer be confined to the mere preservation of memory. They are called upon to intervene in this vulnerability: to recognize it, reduce it, translate it, and act to remediate it.

Within this framework, the marginalization of individual memory is not a side effect but an outcome. Minor memories are both the first to be produced and the first to be forgotten, by individuals themselves, who lose them within their new, often unconscious, digital archives, and by society, which neglects them because they are too numerous, too generic, too ordinary, or too specific (Turri, 1998, p. 41, trans. by the author). As Smith and Watson (2010) observe, ordinary autobiographies are the most vulnerable narrative forms in hypermediated societies. The global circulation of *temporal objects* (Crary, 2013, p. 52) - images, videos, and real-time updated feeds - constructs an ecosystem in which experience is constantly synchronized with a memoryless present.

Mnemofoto project (2020) and the subsequent exhibition *La terra è una grande memoria*, “The Earth is a Great Memory”, (Archivio Vincenzo Agnetti, 2025), which lie at the core of this article, exemplify this approach within a framework that recognizes interdisciplinary convergence as a generative resource. Through phototextual practices, they construct a *counter-archive* (Merewether, 2006) of marginalized memories, restoring voice and authorship to individual subjects. From this perspective, communication design can become a form of *mnestic resistance*, aimed at addressing contemporary forms of *damnatio memoriae* and, through project-based responsibility, sustaining a memory capable, as Agnetti writes (1978), of «moving our arms and our legs» (in Boragina, 2024, p. 158, trans. by the author).

Marginalization and atrophy of individual memories

The fragility of individual remembrance is inscribed in the very nature of memory: selective, intermittent, and demanding. *Demanding* because it requires care and continuous exercises of reactivation. Perpetually exposed to the passage of time, personal memory, when not externalized or anchored to alterity, rusts quickly and may disappear within the span of a lifetime. Its intrinsic multiplicity, one might say its infinitude, is traversed by processes that determine its decay. At the same time, this inevitable disaggregation generates a mnestic substratum of *dimenticato a memoria*, “forgotten by heart”, (Agnetti, 1978; Verzotti, 2008, pp. 27-36), a form of active oblivion that allows memory to be transformed into cerebral energy.

This type of dynamic also concerns collective memory. As Maurice Halbwachs (1950) argues, every group memory is composed of a plurality of individual memories sedimented over time that constitute its voice and ensure its continuity. Even within what Halbwachs (1925) defined as *social frameworks* - the structures that orient, preserve, and organize what a society remembers - the vitality of memory depends on the fragments produced through the encounter between the singular and plural experience.

Today, in the interaction between necessary forgetting and shared sedimentation, individual and collective memory take shape as porous systems, in which communicative processes and apparatuses play a decisive role in determining their forms, developments, and persistence. This environment is characterized by an overproduction and oversharing of immaterial memories of the self, which ferment their inscription and push it toward a regime of hypervisibility: «hypervisibility is obscene; it lacks the negativity of what is hidden, inaccessible, and secret. Smooth streams of hypercommunication are also obscene; hypercommunication is free of the negativity of Otherness» (Han, 2015b, p. 12). These processes do not merely alter individual memory and its modes of manifestation and preservation but produce a veritable *atrophy of the self*, and of its representation, weakening the capacity to articulate a personal narrative and reducing the subject to an intermittent presence within the informational flow. The memory of the individual, being slow, embodied, multiform, complex, and vulnerable, is exhausted by the pervasive logic of iconic coercion (*ibid.*) and seeks practices capable of sustaining its care.

From this observation emerges the need to develop design practices of *mnestic resistance*, capable of responding to the decline of the multispecies of individual stories. Within this framework lies

the notion of the *mnemotope* (Galasso, 2024a), understood as an amplified place of memory that opens remembrance to the alterity of its spatialized dimension. The mnemotope is a threshold-space in which perceptions, traces, lived experiences, and emotions intertwine. Unlike Nora's *lieux de mémoire* (1984), it does not merely preserve the past but actively reactivates it. The mnemotope relates to Tuan's *topophilia* (1974), Casey's phenomenology of place (1997), and Bachelard's poetics of space (1957), offering an interpretative model for understanding memory as a situated, relational, and embodied phenomenon. It is an entity that becomes an existential foothold in the everyday sense of the term, a multiplicity of mnemonic forces that connect individual and collective memory, bringing into dialogue symbol, immateriality, and the physicality of territory.

This perspective also resonates with the more recent notion of *placemory* (Hubner & Dirksmeier, 2023), conceived as a living organism in which society, the individual observer, commemorative models inherited from the past, and material space are relationally intertwined (p. 107).

182

From this standpoint emerges the role of the designer, who - by recognizing the mnemotope - cultivates the *genius loci*, listening to the voices of places, their histories, presences, and absences (Turri, 2004). These dynamics make evident the urgency of attributing value to individual memory, acknowledging that the social nature of remembrance does not suppress its personal dimension but, on the contrary, presupposes it.

As Smith and Watson (2010) argue, *life narratives* can draw attention to forgotten matters, irretrievably lost times, and to what is personally and collectively at stake in such forgetting; they are records of acts of interpretation by subjects inevitably situated within historical time and in relation to their continuously shifting past (p. 24). Restoring space to fragments and individual stories thus means preserving not only an intimate heritage, but the very possibility of shared remembrance.

From the perspective of *design activism*, the value of the mnemotope is twofold. On the one hand, it offers subjects the possibility of reclaiming their own narratives and communicating them, withdrawing them from the impersonal and algorithmic logic of the digital realm. On the other hand, it expands the scope of the traditional site of memory embracing memories that exceed the boundaries of institutionalization.





③ Progetto *Mnemofoto*, ritratti dei partecipanti proiettati in dialogo a destra con l'opera *Mass Media* (1977) di Vincenzo Agnetti. *La terra è una grande memoria*, Archivio Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025. Foto di Stefano Scagliarini. Per gentile concessione dell'Archivio Vincenzo Agnetti. *Mnemofoto project, portraits of participants projected in dialogue on the right with Vincenzo Agnetti's work Mass Media (1977) exhibited in "The Earth is a Great Memory", Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025. Photo by Stefano Scagliarini. Courtesy of Archivio Vincenzo Agnetti.*



④

Il mosaico fototestuale di *Mnemofoto* in dialogo col feltro *Ritratto di scrittore* (1971) di Vincenzo Agnetti. *La terra è una grande memoria*, Archivio Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025. Per gentile concessione dell'Archivio Vincenzo Agnetti.
Mnemofoto phototextual mosaic in dialogue with the felt Ritratto di scrittore (1971), exhibited in "The Earth is a Great Memory", Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025. Photo by Stefano Scagliarini. Courtesy of Archivio Vincenzo Agnetti.

Mnemofoto. An intimate mapping of the territory

Grounded in the notion of *mnemotope*, in its individual configuration, *Mnemofoto* is a phototextual project, inherently unfinished, sustained by an ongoing dialogue between academic research and artistic practice. Initiated in 2020 within the PhD program in Communication Design at the Design Department of Politecnico di Milano, and developed by the author of this contribution in collaboration with photographer Stefano Scagliarini, the project invites participants to narrate their own mnemotopes as emotionally charged places - true *smultronstället*, “wild strawberries”, in the Bergmanian sense (1957) - preserved in memory and often never previously shared.

The participatory process unfolds in three phases:

Mnemotopic Recollection - Testimonies:

participants, by completing an online form (<https://forms.gle/RvnnvEL9deMu3fnj67>), recount one of their mnemotopes, indicate its location, and describe the memory it holds. They are thus invited to leave a testimony of their passage through the territory. No limitations are imposed in terms of distance, nor are there any prescriptions regarding the type of memory to be shared.

185

Mnemotopic Research - Photographic reportage:

each mnemotope is geolocated, contributing to the construction of an itinerary, an *intimate mapping of the territory*. Each place is then photographed, usually in the absence of human presence. The aim is to represent the participant's memory while leaving space for the photographer/designer's interpretation.

Mnemotopic Restitution - Portrait:

the photographs of the places are printed on rigid supports measuring 30*40 cm, and a portrait of each participant is produced in their own home, depicting them holding their mnemotope ①.

Participants are selected through the circulation of the digital form (still active) within contexts of the project's initial dissemination, such as academic conferences and seminars, as well as within artistic settings, including independent exhibition spaces, artist residencies, and cultural production collectives, and in informal contexts such as local communities and personal networks. This open and inclusive approach fosters the emergence of non-institutionalized memories - the primary objective of the project - and makes it possible to maintain a multigenerational and gender-transversal perspective, avoiding the imposition of hierarchical relations in the value attributed to the narratives.

The collection of testimonies, however, is not without critical issues. First, participants often experience difficulties in selecting a single mnemotope at the expense of other meaningful places; second, many exhibit reluctance to share intimate and emotionally dense memories; finally, an inability to make a definitive choice emerges. Despite these complexities and the project's temporal stratification, recurrent patterns have surfaced since the early phases of data collection. These patterns relate to specific typologies of place (such as sites of social interaction or places of origin, etc.), particular objects (doors, benches, stairs, etc.), and recurring emotional components (belonging, rootedness, nostalgia, comfort, etc.).

Within this methodological framework, the project does not rely on a central author responsible for selecting the memories of others. Each participant is responsible for choosing the place and the mnestic narrative that accompanies it. This preliminary decentralization of authorship already constitutes a form of activism. It overturns the power relations typical of conventional archives by removing the selection of what deserves to be preserved from institutional logics and returning it directly to the subjects involved.

The role of the designer then unfolds differently across each of the three phases. In the first phase, the designer conceives the environment within which mnemotopes are shared and narrated, in this case a digital form, chosen to facilitate the dissemination of the project and the collection of testimonies. In the second phase, the designer produces the itinerary and brings the shared places into representation: to photograph a place means to encounter it, in most cases for the first time; to traverse it again, guided by the participants' words; to inscribe one's own body into a space that has also been the space of another (Zingale, 2022); and to reconnect a fragment of lived experience across different temporal layers. In the third phase, the designer selects the print format to emphasize the haptic dimension of the experience and takes charge of the “direction” of the moment of revelation of the mnemotope - the participant sees the place only an instant before the shot is taken - as well as of the photographic moment itself. While, on the one hand, the subject is free to decide their posture and relationship with the artifact, on the other, the designer makes the photographic act effective. This is the most sensitive phase of the project. It involves entering participants' homes, getting to know them, and witnessing two forms of *restitution*. The first is that of the mnemotope returning, unchanged, altered, diminished, or amplified, into the participant's hands; the second is emotional. Each participant reveals a different response to the designer: tears are shed, smiles emerge, previously unspoken or seemingly lost

details are added, and stories are told that the sight and touch of the photograph reactivate.

The designer, therefore, is neither passive nor neutral, but becomes a translator (Baule & Caratti, 2016) of the relationship between memory, image, place, and word, and constructs the conditions under which testimony can emerge, and individual memory can become visible through an act of care. The decision to produce the portrait within the domestic space, one of the primary individual mnemotopes, is not incidental. It configures representation itself a *safe mnemotope* (Galasso, 2024b), a place of memory that sets aside monumental scale to make room for a more intimate and contained space, conducive to personal expression and the sharing of memory.

At the level of the design artifact, the outcome is a tripartite phototext. A hybrid system that establishes a constant and inseparable relationship between two languages: image and word. Phototextual practices not only challenge the canonical status of photography and writing, in their bidimensional nature, but also generate a new narrative and semantic formation in which the two languages, through their interaction, give rise to a complex and unprecedented account, a *third object* (Chiocchetti, 2019), or, as Sergei Eisenstein would put it, a *third meaning* (Montani, 1986).

186

This emerges as the representation of two different media, image and text, into something that did not exist prior to their fusion, a *new medium* that lives and exists only in the encounter with the mind of the reader/viewer.

Photography anchored to the place/mnemotope restores materiality and corporeality to memory. Text introduces an additional temporality by interpreting, evoking, and ultimately making explicit what the image is unable to convey immediately. The portrait brings these two levels together in a meta-narrative that sequentially guides the viewer across different thresholds: the door of the home, the door of the place, the door of memory. It grants access to the mnemotope. The phototext thus becomes a relational, analog communicative apparatus and, within a digital context dominated by infinite scrolling and the overproduction and overwriting of visual content, introduces an ethical gesture of slowing down. Each phototext demands attention, suspension, and a time of parallel reading and viewing that counters *the unsteadiness of the eye* (Han, 2015a, p. 15).

Mnemofoto ultimately produces a *counter-archive*, «an altered device (for the expression of syncretism and repair as possibilities for the reconstruction of the self), performative (for the labor of memory

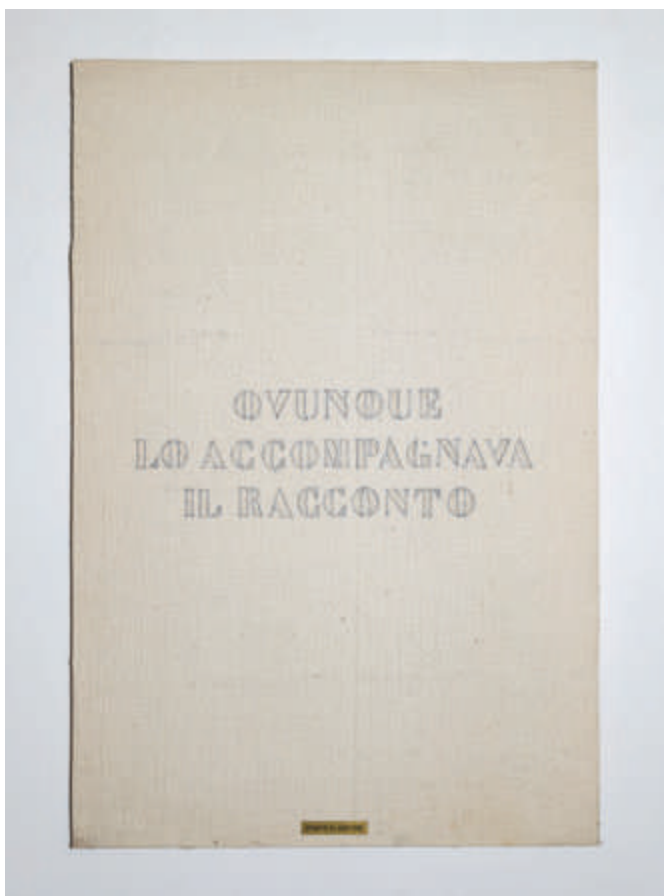
and imagination that enables processes of cultural reappropriation), and affective (for the carnal economy of affects embodied by things in their whispers)» (Grechi, 2021, p. 121, trans. by the author).

Each phototext constitutes a testimony that escapes dominant narratives: minor, intimate memories, in most cases tied to marginal places, which acquire visibility through the communicative practice. Each fragment carries the same weight; each voice is treated with the same care; each memory contributes to the construction of a collective story. Rather than producing a single narrative, it generates a plurality of coexisting narratives. Removed from institutional devices of remembrance, the spatialized phototext becomes an act of *resistance*.

The Earth is a Great Memory

In February 2025, Mnemofoto became the central project of the exhibition *La terra è una grande memoria*, “The Earth is a Great Memory” held at the Archivio Vincenzo Agnetti in Milan and curated by art historian Anna Contro, co-author of this contribution, together with Guido Barbato, the artist’s nephew and heir. The exhibition was conceived as an interdisciplinary dialogue between phototextual practice, conceptual art, and communication design, shaped in direct relation to the legacy of Vincenzo Agnetti (1926-1981) and to the space of his former studio itself, «a space of life and creation, an archive dense with matter and thought» (Zuliani, 2014, trans. by the author), which today functions as both an archive and a site of memory, a mnemotope. Located at via Machiavelli 30, in a former warehouse built on an embankment running alongside the city’s northern railway lines, the space, although reduced in scale to meet family needs, maintains the character of an artist’s archive: a particular form of personal archive that «through constant efforts of updating and organization, gathers the most comprehensive documentation on the life and work of an artist, with a dual aim: to encourage scholarly study and promote knowledge of the artist’s figure and oeuvre, by fostering research and initiatives both independently and in collaboration with public and private institutions; and to catalogue the artist’s authentic production with the utmost transparency of method and relationships» (Manghetti, 2022, p. 12, trans. by the author).

Vincenzo Agnetti was born in Milan on September 14, 1926, and died in his native city in 1981. He is commonly regarded as one of the leading figures of Italian conceptual art. Among the themes addressed throughout his artistic production, memory plays a fundamental role and is paired, in an apparently oxymoronic relationship, with forgetting. The concept of *dimenticato a memoria*, “forgotten by heart,” developed from the early 1970s onward across multiple cycles of works – from the *felts*



to the *axioms*, up to his forgotten books (Meneguzzo, 2017) - recurs throughout his entire life. In an apparent paradox, for Agnetti memory is the *art of forgetting* (Agnetti, 1978): everything we experience is forgotten only to stratify within us. Forgotten memory, as cerebral fuel, is what constitutes us, forgotten and internalized ideas sediment within us, and within the places we inhabit (Agnetti G., 2024).

The history and curatorial choices of the Archive are closely intertwined with the artist's biography and poetics. In 1972, Agnetti stated: «My current works are merely signals that popularize what lies upstream - my theoretical and critical research. I write things from which I derive my paintings, which in turn inspire further writings» (Agnetti in Perazzi, 1972, in Boragina, 2024, trans. by the author). Since its reopening, the Archive has sought to recover the original space in which Agnetti's work and practice have sedimented "by memory" over the years, with the intention of continuing his cultural operation. It has structured its exhibition program as a series of dialogues with other artists, drawing inspiration from the *modus operandi* suggested by Agnetti himself, whereby critical thought materializes into works that, in turn, become stimuli for further reflection.

It is within this context that the exhibition "The Earth is a Great Memory" takes shape. Here, Mnemofoto is not simply presented as a design project, but enters into dialogue with Agnetti's works and texts. By its very nature unfinished, Mnemofoto absorbs Agnetti's critical apparatus and his reflection on memory. The project finds in Agnetti's poetics an *intellectual reference point*, a perimeter within which to situate itself. «I bring the observer to think that the earth is a great memory», Agnetti stated in an interview with Mario Perazzi published in *Corriere della Sera* in 1972, «that everything we do detaches from us and is recorded by the earth» ②. This quote becomes both the title and the curatorial foundation of the exhibition, functioning as a portal, a threshold through which one must pass to adopt the appropriate critical gaze on the entire operation. Throughout the exhibition project, each selected work is *art that spoke about art*, image and text together, echoing the phototextual model. Each work assumes a guiding role for the visitor, becoming an instrument of theoretical accompaniment - a true caption - thus fostering what Agnetti himself described as a «dilation of the concept» (Agnetti in Boragina, 2024, trans. by the author). It is no coincidence that Agnetti himself, in the manifesto accompanying the work *Mass Media* (1977) ③, also included in the exhibition, defines the caption as a "instrument of penetration" (ibid., pp. 208-211, trans. by the author).

⑤

Feltro *Ritratto di scrittore* (1971) di Vincenzo Agnetti fotografato in mostra in dialogo con *La terra è una grande memoria*, Archivio Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025. Foto di Stefano Scagliarini. Per gentile concessione dell'Archivio Vincenzo Agnetti. *Feltro Ritratto di scrittore* (1971) by Vincenzo Agnetti photographed in the exhibition. "The Earth is a Great Memory", Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025. Photo by Stefano Scagliarini. Courtesy of Archivio Vincenzo Agnetti.





⑧

Trittici fototestuali di *Mnemofoto* in dialogo con il *Libro quasi dimenticato a memoria* (1970) e il *Feltro-Paesaggio* (1973) di Vincenzo Agnetti. *La terra è una grande memoria*, Archivio Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025. Foto di Stefano Scagliarini. Per gentile concessione dell'Archivio Vincenzo Agnetti.

Mnemofoto phototextual triptychs in dialogue with Vincenzo Agnetti's Libro quasi dimenticato a memoria (1970) and Feltro-Paesaggio (1973), exhibited in "The Earth is a Great Memory", Archivio Vincenzo Agnetti, Milan, February 2025. Photo by Stefano Scagliarini. Courtesy of Archivio Vincenzo Agnetti.

Works such as *Libro dimenticato a memoria* ⑧ and the well-known *felt* ⑤, ⑥ were selected to frame the spatial-mnemonic narratives of *Mnemofoto*, which for the occasion took the form of a choral installation. In terms of the setting, the focus was a specific wall of the archive, on the ground floor near the entrance, that emerged as the conceptual core of the exhibition through the portraits and their stories.

A topographic mosaic of individual memories, an affective cartography in which each mnemotope finds its place alongside the others ④. The phototexts, as in the process of collecting the testimonies, are not organized according to hierarchical or thematic criteria, but are instead left in an open relational configuration, in a system that allows stories to resonate through analogy, contrast, or simple emotional proximity. A single plural work, composed of many individuals and their personal mnemonic relationship with the territory, connected with a *felt* ⑤ bearing the phrase *Ovunque lo accompagnava il racconto*, "Everywhere, the story accompanied him", underscoring the central role of narration in the constitution of identity. The wall further engages in dialogue with a selection of three phototexts presented as autonomous photographic works ⑥, ⑦. Larger in scale, framed yet without glass, they allow visitors to perceive their details with greater clarity and, above all, to recognize them as central elements within an exhibition situated in an art space. This choice encourages an attentive engagement with each individual story, reaffirming that while the shared dimension emerges from the coexistence of multiple individual narratives, this does not entail a loss of centrality or value of the singular.

In this way, the exhibition triggered a shift toward collective resonance, while the installation invited the visitor to construct a personal pathway of encounter with memory, stimulating individual remembrance through the combined acts of looking, reading, and participation, within a site that is itself both a repository and an activator of memory. Moreover, the phototext, through its constant oscillation between textual and visual apparatuses, as previously discussed, induces a deceleration of the experience of the artifact. In doing so, it stands in contrast to an increasingly fragmented and dispersed mode of perception, fostering instead a "gift of listening" grounded in an almost contemplative form of attention (Han, 2015a, p. 13). This gestures toward a form of *deep boredom*, an act of lingering that enables immersion in things, in opposition to the burnout society (*ibid.*). The exhibition thus becomes an activist operation. It first renders shareable, and then visible, memories that would conventionally lack a space of exhibition. Those who encounter the phototexts enter a process of

identification in which engaging with the memory of others entails a confrontation with one's own. The encounter between artistic practice - exemplified by the critical work of Agnetti's artworks and situated within the specific mnemotope/archive ⑧, ⑨ - and design practice - manifested in the phototextual process of collecting and representing testimonies - emerges as a site of methodological reflection. This convergence outlines a replicable approach, grounded in the relational articulation of individual memory, space, and the design apparatuses, and applicable also to contexts of smaller scale and duration. Such a framework proves adaptable to circumscribed realities, such as local communities or the practices of emerging artists.

The collection of individual mnemotopes is a tool capable of undermining the logic of power that often intervenes in the processes of sedimentation and legitimization of memory, not through a frontal critique of the archival model, but through its expansion in a humanizing sense. The project also differs from forms of multiple and undifferentiated digital preservation, as it invites participants to make a conscious choice, making a single memory explicit and taking narrative responsibility for it. Collective memory, understood in this way, does not overlap with or absorb the individual, but includes and hosts them.

190

The phototextual practice emerges as a privileged process for the design-based translation of mnestic artifacts, as it can hold together, through the interaction of visual and verbal components, the stratified complexity of processes of remembrance. In particular, the *caption*, as a foundational element of the phototext, assumes a critical role by making the artistic object an integral part of the design process.

Beyond the specificities of "The Earth is a Great Memory", the project offers a *resistant device* for interrogating the ways in which singular memory both shapes and is shaped by places. From this perspective, the methodology developed through *Mnemofoto* - grounded in the decentralization of authorship in the preservation of testimony, the conscious selection of memory, and the use of the phototext as a tool for remediation and self-translation - can be applied and tested in other design contexts. It thus operates as an analytical lens for developing design practices oriented toward the critical, interdisciplinary, situated, and participatory reactivation of memory.

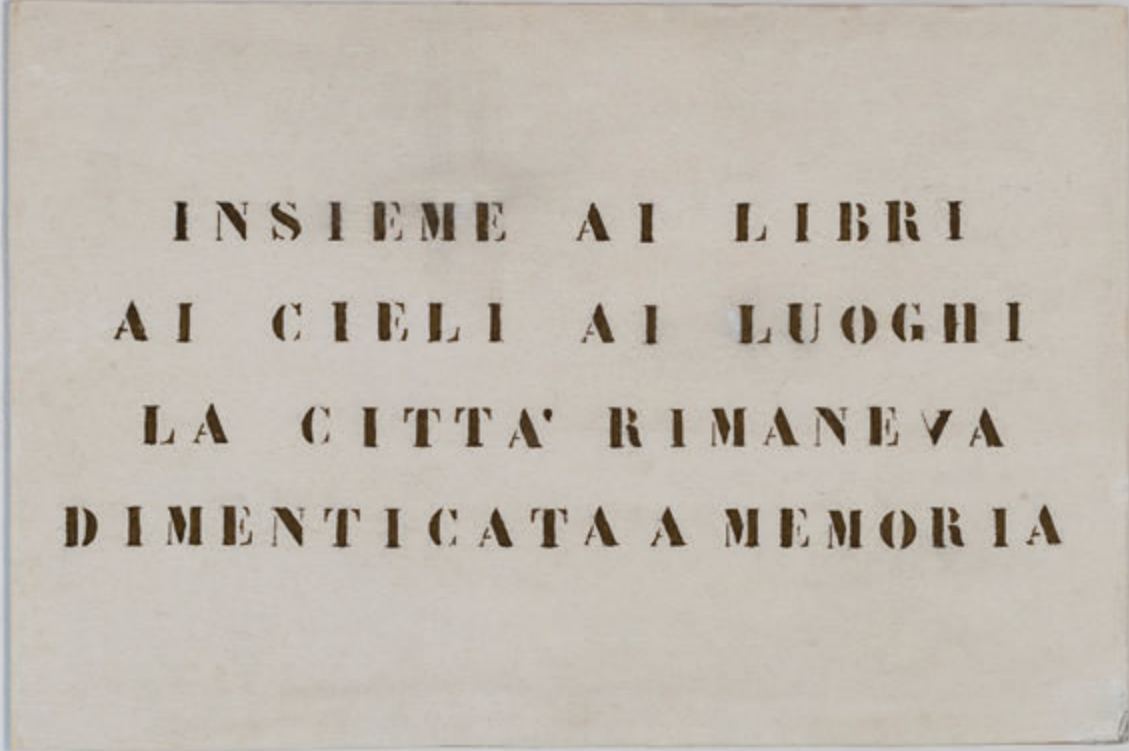
Design beyond the disenchantment of memory

The *disenchantment of memory* directly challenges communication designers who are called upon to construct, at an interdisciplinary level, unprecedented conditions for listening, relating, and representing memory. Given the systemic vulnerability that currently unites design discipline on the one hand and mnestic processes on the other, we must offer mutual assistance, in the noblest sense of the term. We must take care of memory.

In particular, turning one's attention to individual memories enables each man and woman to recognize themselves as unique beings who have existed and will continue to exist (Tadié, J. & Tadié, M., 2000). It means accompanying the processes of re-emergence of individual stories, protecting what is in danger of disappearing, and making it possible to share experiences that would otherwise be destined for institutionalized oblivion. The testimony expressed in *Mnemofoto* becomes an act through which memory is exposed and offered to the listener.

Reflection on mnemotopes makes it clear that remembering is always a situated, localized process (Galasso, 2024a). Design can act as a mediator of these expanded and plural places of memory, constructing projects that restore their human and conceptual depth and allow stories to surface in their full complexity. Remediation (Erl & Rigney, 2011) takes on a connotation here that is favorable to the project. To remediate becomes an act of re-evidence, but also of responsibility towards the past.

In this sense, projects such as the exhibition "The Earth is a Great Memory" represent concrete examples of how design can offer devices in which marginalized memories become visible and find a context in which to emerge. The dialogical relationship between image and word, central both to the phototexts and to Agnetti's poetics, further demonstrates how memory is not a data infrastructure, but a narrative process. The exhibition thus becomes activism that contrasts the selective and hierarchical logic of institutional memories. Giving physical space to intimate, everyday, and potentially ephemeral stories means repositioning memory as a common good, as shared territory. In this intertwining, communication design acts as a practice of *mnestic resistance*. It is not a question of opposing forgetfulness itself, but of relocating the individual in a designed condition that allows them to consciously select and reappropriate it, without delegating it to the point of losing all trace of it.



INSIEME AI LIBRI
AI CIELI AI LUOGHI
LA CITTA' RIMANEVA
DIMENTICATA A MEMORIA



Feltro-Paesaggio (1973) di Vincenzo Agnetti
fotografato in mostra in dialogo con
La terra è una grande memoria, Archivio
Vincenzo Agnetti, Milano, febbraio 2025.
Foto di Stefano Scagliarini. Per gentile
concessione dell'Archivio Vincenzo Agnetti.
Feltro-Paesaggio (1973), exhibited in "The Earth
is a Great Memory", Archivio Vincenzo Agnetti,
Milan, February 2025. Photo by Stefano Scagliarini.
Courtesy of Archivio Vincenzo Agnetti.

REFERENCES

- Agamben, G. (2006). *Che cos'è un dispositivo?*. Nottetempo.
- Agnetti, V. (1978). *Libro dimenticato a memoria (1969)* in *Libro (particolare)*. Artra Studio.
- Agnetti, G. (2024). Searching for the hidden memory. In Galasso, C. S., *Mnemotopes. Designing the memory of places*. FrancoAngeli.
- Bachelard, G. (1957). *La poétique de l'espace*. Presses Universitaires de France.
- Baule, G., & Caratti, E. (a cura di). (2016). *Design è traduzione*. FrancoAngeli.
- Bieling, T. (2019). *Design (&) Activism. How designers engage with social issues*. Design Mimesis International.
- Boragina, F. (a cura di). (2024). *Scritti d'arte 1959-1981*. Abscondita.
- Casey, E. (1987). *Remembering: A Phenomenological Study*. Indiana University Press.
- Chiocchetti, F. (2019). What is a Photo-Text Book?. *The Photobook Review* 016. Aperture Magazine. <https://aperture.org/editorial/pbr-photo-text-book/>.
- Citton, Y. (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Seuil.
- Crary, J. (2013). *24/7: Late capitalism and the ends of sleep*. Verso.
- Erl, A. & Rigney, A. (Eds.). (2009). *Mediation, remediation, and the dynamics of cultural memory*. Walter de Gruyter.
- Fabris, A. (2006). *Etica della comunicazione*. Carocci.
- Fabris, A. (2018). *Etica per le tecnologie dell'informazione e della comunicazione*. Carocci.
- Fontcuberta, J. (2018). *La furia delle immagini. Note sulla postfotografia*. Einaudi.
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. Earthscan.
- Galasso, C. S. (2024a). *Mnemotopes. Designing the memory of places*. FrancoAngeli.
- Galasso, C. S. (2024b). Mnemotope as a Safe Place: The Wind Phone in Japan. *Open Cultural Studies*, vol. 8, no. 1, pp. 20240034. <https://doi.org/10.1515/culture-2024-0034>
- Grechi, G. (2021). *Decolonizzare il museo. Mostre, dispositivi, pratiche*. Mimesis.
- Habermas, J. (2017). *Teoria dell'agire comunicativo*. Il Mulino.
- Halbwachs, M. (1925). *Les cadres sociaux de la mémoire*. Alcan.
- Halbwachs, M. (1950). *La mémoire collective*. Albin Michel.
- Han, B.-C. (2012). *La società della stanchezza*. Nottetempo.
- Han, B.-C. (2014). *La società della trasparenza*. Nottetempo.
- Hartog, F. (2012). La temporalizzazione del tempo. Un lungo cammino. In Maj, B. (a cura di). *Discipline filosofiche. Tempo e temporalità storica*, XXII I. Quodlibet.
- Hoskins, A. (2017). *Digital memory studies: Media pasts in transition*. Routledge.
- Hubner, E., & Dirksmeier, P. (2023). Geography of placemories: deciphering spatialised memories. *Cultural Geographies*, 30 (1), 103-121. <https://doi.org/10.1177/14744740221123564>
- Julier, G. (2013). From design culture to design activism. *Design and Culture*, 5(2), 215-236.
- Manghetti, G. (2022). Funzione e ruoli dell'archivio d'artista. In Donati A. & Tibertelli De Pisis F. (a cura di), *L'archivio d'artista: Principi, regole e buone pratiche*. Johan & Levi.
- Markussen, T. (2013). The disruptive aesthetics of design activism: Enacting design between art and politics. *Design Issues*, 29 (1), 38-50.
- Meneguzzo, M. (a cura di). (2017). *Agnetti. A cent'anni da adesso. Catalogo della mostra*. Palazzo Reale, Milano, 4 luglio - 24 settembre 2017. Silvana editoriale.
- Merewether, C. (2006) (Ed.). *The archive*. MIT Press.
- Mitchell, W. J. T. (2005). *What do pictures want? The lives and loves of images*. University of Chicago Press.
- Montani, P. (a cura di). (1986). *Sergej M. Ejzenstejn. Il montaggio*. Marsilio.
- Montani, P. (2017). *Tre forme di creatività: tecnica, arte, politica*. Cronopio.
- Nora, P. (1984). *Les lieux de mémoire* (Vols. 1-3). Gallimard.
- Perazzi, M. (1972). Non dipingo i miei quadri. Il concettuale Agnetti cerca di spiegarsi. In *Corriere della Sera*, 20 febbraio 1972, Milano.
- Rosa, H. (2015). *Accelerazione e alienazione. Per una teoria critica del tempo nella tarda modernità*. Einaudi.
- Smith, S., & Watson, J. (2010). *Reading autobiography: A guide for interpreting life narratives*. University of Minnesota Press.
- Stiegler, B. (1994). *La technique et le temps. I. La faute d'Épiméthée*. Galilée.
- Tadié, J.-Y., & Tadié, M. (2000). *Il senso della memoria*. Dedalo.
- Tarpino, A. (2005). Memoria e crisi della società del ricordo. In *MEMORIA E RICERCA*, 10/2002.
- Turri, E. (1998). *Il paesaggio come teatro. Una storia del paesaggio in Italia*. Marsilio.
- Turri, E. (2004). *Il paesaggio e il silenzio*. Marsilio.
- Tuan, Y.-F. (1974). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*. Columbia University Press.
- Verzotti, G. (2008). Vincenzo Agnetti. In *Vincenzo Agnetti Retrospettiva 1967-1980, catalogo della mostra a cura di Achille Bonito Oliva e Giorgio Verzotti* (Mart, Museo di Arte Moderna e Contemporanea di Trento e Rovereto, 23 febbraio -1 giugno 2008), Skira.
- Zingale, S. (a cura di). (2022). *Design e alterità. Comprendere l'Altro, pensare il possibile*. FrancoAngeli.
- Zuliani, S. (2014). Aprire lo studio. Una premessa. In Zuliani, S. (a cura di), *Atelier d'artista. Gli spazi di creazione dell'arte dall'età moderna al presente*. Mimesis.

BIO

Clorinda Sissi Galasso

Assegnista di ricerca post-doc presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Si occupa di sistemi di comunicazione e rappresentazione della memoria, con particolare attenzione alla valorizzazione dei documenti custoditi negli archivi. La sua ricerca esplora il rapporto tra memoria e luoghi, approfondendo il concetto di *mnemotopo* e le pratiche fototestuali. È autrice di *Zone di memoria. Il design per gli archivi del territorio* (2018) e di *Mnemotopes. Designing the memory of places* (2024), entrambi pubblicati nella collana Design della Comunicazione di FrancoAngeli.

Postdoctoral Research Fellow at the Department of Design, Politecnico di Milano. Her research focuses on communication and representation systems of memory, with particular attention to the valorisation of archival documents. She investigates the relationship between memory and place, with a specific emphasis on the concept of the mnemotope and on phototextual practices. She is the author of Zone di memoria. Il design per gli archivi del territorio (2018) and Mnemotopes. Designing the Memory of Places (2024), both published in the Design della Comunicazione series by FrancoAngeli.

Anna Contro

Dottoranda in museologia presso l'Università degli studi di Genova, dopo avere svolto i suoi studi magistrali e di Specializzazione in Storia e Critica dell'Arte presso l'Università degli Studi di Milano. La sua ricerca dottorale si concentra sulla gestione dell'arte pubblica nel nord Italia durante gli anni della Seconda guerra mondiale. È funzionaria storica dell'arte presso la Soprintendenza Archeologia Belle arti e Paesaggio per la Liguria e da quattro anni collabora con l'Archivio Vincenzo Agnetti, per il quale cura l'archivio storico e svolge ricerche nel ruolo di direttrice esecutiva ai fini della pubblicazione del catalogo ragionato dell'artista.

PhD candidate in Museology at the University of Genoa, following her graduate and postgraduate studies in Art History and Art Criticism at the University of Milan. Her doctoral research focuses on the management of public art in Northern Italy during the years of the Second World War. She is an art historian and public official at the Soprintendenza Archeologia, Belle Arti e Paesaggio for Liguria, and for the past four years she has collaborated with the Archivio Vincenzo Agnetti, where she curates the historical archive and conducts research in her role as Executive Director for the preparation of the artist's catalogue raisonné.

ACKNOWLEDGEMENTS


Le autrici desiderano ringraziare il fotografo Stefano Scagliarini per l'apparato iconografico del presente contributo e l'Archivio Vincenzo Agnetti, nelle persone di Germana Agnetti e Guido Barbato, per aver autorizzato la pubblicazione delle opere dell'artista e per la generosa disponibilità dimostrata nel corso della realizzazione della mostra.

The authors would like to thank photographer Stefano Scagliarini for the images included in this article, and the Vincenzo Agnetti Archive—specifically Germana Agnetti and Guido Barbato—for authorizing the publication of the artist's works and for their generous cooperation throughout the preparation of the exhibition.

DESIGN ANTIDISCIPLINARE COME FORMA DI RESISTENZA EPISTEMICA AGENCY CRITICA E POLITICA NELLA FORMAZIONE IN DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

194 – 217

Francesco E. Guida

 [0000-0003-3679-3367](https://orcid.org/0000-0003-3679-3367)


Politecnico di Milano
francesco.guida@polimi.it

Enrico Isidori

 [0009-0009-9160-4443](https://orcid.org/0009-0009-9160-4443)

Politecnico di Milano
enrico.isidori@gmail.com

Claudia Tranti

 [0009-0003-0657-2165](https://orcid.org/0009-0003-0657-2165)

Politecnico di Milano
claudia.tranti@gmail.com

Design Antidisciplinare • Design della Comunicazione
Design Speculativo • Pensiero critico • Didattica

L'articolo indaga come l'integrazione dell'approccio antidisciplinare, antagonista e speculativo possa attivare agency critica e politica nei progetti e negli studenti coinvolti in un laboratorio didattico nell'ambito del design della comunicazione.

In particolare, l'approccio antidisciplinare viene inquadrato come forma di resistenza epistemica: la sospensione strategica dei confini disciplinari agisce sul modo in cui la conoscenza viene prodotta e resa visibile sotto forma di artefatti, dispositivi e interfacce. I progetti comunicativi sviluppati nel laboratorio si propongono di generare riflessione critica, in opposizione a un design moralmente rassicurante che rischia di diventare politicamente inoffensivo. I progetti sono quindi trattati come generatori di incertezza: dispositivi capaci di innescare un pensiero critico dubitante.

Introduzione

L'articolo tratta le modalità con cui la didattica del design della comunicazione possa generare esiti progettuali dotati di agency critica e politica.

Viene esaminata l'attività di ricerca svolta nell'ambito del Laboratorio di Sintesi Finale CI, del Corso di Laurea triennale in Design della comunicazione presso la Scuola del Design del Politecnico di Milano, di cui si presentano le metodologie e alcuni risultati progettuali.

Per comprendere il contesto da cui nasce l'esigenza di stimolare la riflessione critica sulle pratiche disciplinari, si esaminano le figure del designer esecutore limitato nella sua funzione decisionale e del designer attivista che propone forme non accomodanti di design con un fine politico.

Il Laboratorio si presenta come uno spazio in cui attuare una pratica progettuale consapevole, in continuità con la letteratura di riferimento nell'ambito del design politicamente impegnato. L'esercizio del pensiero critico viene incoraggiato al fine di formare dei professionisti del progetto competenti nella pratica e con una solida consapevolezza delle sue implicazioni. La pratica progettuale del Laboratorio viene descritta grazie a un modello presentato in una delle sezioni successive, e gli esiti del processo formativo sono esposti attraverso una selezione di casi studio.

Designer esecutore e designer attivista nel contesto contemporaneo

Già all'inizio degli anni Settanta, Papanek (1971) denunciava l'assoggettamento del design alle logiche capitalistiche. Più di cinquant'anni dopo, le incertezze geopolitiche, climatiche e sociali stanno stravolgendo progressivamente il mondo del lavoro. In tale contesto si individuano quindi alcuni fenomeni che minacciano la figura professionale del designer nella sua forma

attuale: precarietà professionale, valutazione quantitativa del lavoro, ascesa dell'intelligenza artificiale. Negli ultimi due anni si è assistito a licenziamenti di massa messi in atto da aziende di rilevanza planetaria, ed è plausibile che tale andamento prosegua anche nel prossimo futuro (Business Insider, 2025). I designer non sono immuni dall'instabilità professionale: se da un lato il World Economic Forum (2025) inserisce il lavoro dei designer UX/UI tra quelli in evidente crescita, dall'altro indica il lavoro del graphic designer nella lista dei dieci mestieri in maggior declino. Una recente indagine rileva inoltre che i designer si ritrovano oggi a operare con risorse limitate, scadenze e richieste irrealistiche, scarso peso decisionale (Dezeen, 2025). Il mondo del lavoro sembra dunque ignorare il ruolo che il designer può avere all'interno dei progetti: il design concepito sin dall'università come strumento di *problem solving* e indirizzato alla specializzazione settoriale si sta dimostrando sempre più inadeguato a formare delle figure professionali di rilievo (Lorusso, 2021).

Nel contesto attuale, i designer si ritrovano a passare dal ruolo di pensatori e progettisti per cui sono stati formati a quello di esecutori, il cui valore viene misurato in forma quantitativa, ad esempio sulla base dei ricavi generati o dell'engagement sulle piattaforme digitali. La figura del designer come progettista in senso proprio, come motore di cambiamento sociale, si indebolisce progressivamente in un panorama in cui la principale validazione dell'attività umana è il profitto economico (Lorusso, 2021).

In questo orizzonte, il designer esecutore, indebolito nella sua funzione, diviene anche facilmente sostituibile. Se l'impatto crescente degli strumenti basati sull'intelligenza artificiale potrebbe riportare il designer verso un ruolo più strategico e meno esecutivo, tali tecnologie creano una situazione di

progressiva incertezza generale: quanto tempo ci vorrà prima che la tecnologia sostituisca completamente il ruolo del designer? Quanto influiranno le imprevedibili fluttuazioni economiche globali? (Man, 2025).

Per riaffermare l'importanza del designer in un mondo in continua e imprevedibile evoluzione, è necessario dunque tracciare nuove rotte e nuovi ruoli per le future generazioni di professionisti, a partire dal contesto formativo di livello universitario (Abdullah, Lee & Li, 2024). Designer che riescano a rompere le gabbie che li confinano nel ruolo di esecutori, che operino in modo non neutrale. Poiché non esisterà mai un designer veloce e ubbidiente quanto una macchina, l'atto della disobbedienza diventa non solo un atto politico, ma soprattutto un atto di sopravvivenza.

Un atto di resistenza per la professione e per il suo ruolo.

Fuad-Luke (2009) traccia la figura del designer attivista: un individuo consapevole per il quale non esistono brief neutri, che non eroga servizi in modo acritico ma che si schiera e agisce come agente politico. La formazione viene individuata da Fuad-Luke come momento fondamentale per coltivare l'approccio del designer attivista, in quanto la libertà di sperimentazione in un contesto svincolato dalle logiche commerciali incoraggia lo sviluppo della consapevolezza critica e politica.

196

Design offensivo contro un design accomodante

In contrapposizione a un design circoscritto a operazione tecnica o decorativa, Ken Garland (1964/2019) ribadisce la necessità di un'autonomia etica, politica e culturale: i designer devono riaffermare il controllo sul contenuto e sul significato del proprio lavoro. Non bisogna accettare acriticamente il controllo esterno di contenuti e significati: il designer rischia altrimenti di trasformarsi in un mero strumento del commercio (Garland, 1964/2019). Secondo Kalman e Jacobs (1990, p. 125), "We're not here to give them what's safe and expedient. [...] We're here to be bad", la figura del designer deve smettere di comportarsi bene, deve essere maleducato, deve turbare lo status quo.

Il lavoro del designer non può essere neutrale, comporta implicazioni morali e sociali che vanno ben oltre l'aspetto estetico o di vendita (Steiner, 1978; Resnick, 2019). Parlare di design come una pratica socialmente rilevante significa riconoscere che ogni atto di progettazione contribuisce alla creazione della società stessa. A prescindere dalla consapevolezza del designer, i progetti e i sistemi che li supportano strutturano il comportamento, i valori e le possibilità di agire all'interno della società (Dilnot, 1982/2019).

La progettazione è sempre un'azione posizionata,

che riflette inevitabilmente gli ideali politici e sociali del designer attraverso i suoi contenuti, anche soltanto dal punto di vista visivo (McCoy, 1997).

Anche operando nell'ambito del social design, si rischia di riprodurre le logiche neoliberiste traducendo il valore sociale in capitale economico o reputazionale. Pur perseguendo un impatto positivo, il social design agisce all'interno degli stessi sistemi che generano le disuguaglianze che pretende di affrontare (Julier, 2019). Come ricorda Allan Chochinov citato da Tonkinwise (2015, p. 11) "designers are not in the artifact business, but the consequence business". Nel design della comunicazione, per agire sul piano del *consequence business* e attivare delle forme di riflessione e cambiamento, è necessario andare oltre la formalizzazione di un messaggio accomodante, in favore di uno intenzionalmente disturbante. Il progettista che intende provocare un dibattito deve dunque smuovere il destinatario del messaggio dalla sua posizione passiva e costringerlo in uno spazio di frizione attivo. Il rischio del design moralmente rassicurante è quello di diventare politicamente inoffensivo.

Antidisciplinarietà come forma di resistenza epistemica

Per costruire un messaggio provocatorio, che critichi determinati paradigmi di pensiero, è necessario risalire alle cause sistemiche che li generano. Dal punto di vista filosofico, l'atto di sfidare e trasformare le strutture normative che producono ignoranza e oppressione, mettendo in discussione le modalità in cui la conoscenza viene assorbita e interiorizzata, viene definito da Medina (2012) come *epistemic resistance*.

Nel design della comunicazione, la resistenza epistemica può essere interpretata come una pratica che agisce sul modo in cui la conoscenza viene prodotta e resa visibile sotto forma di artefatti, dispositivi, immagini e interfacce. Una pratica che pone il designer come agente attivo all'interno dei sistemi di rappresentazione e comunicazione che strutturano la conoscenza, con l'obiettivo di mettere in crisi le logiche precostituite e di riappropriarsi dei mezzi di produzione di senso.

Dal punto di vista accademico e professionale, l'organizzazione del sapere in discipline è uno strumento di legittimazione della conoscenza (Bourdieu, 2004). Sospendendo strategicamente le costrizioni che le discipline impongono strutturalmente, il designer ha più margine per agire in termini di resistenza epistemica. La sospensione dei confini disciplinari può essere inquadrata come approccio antidisciplinare, che consiste nel lavorare nei margini, nelle transizioni fra domini, nello spazio vuoto tra le discipline (Ito, 2014), concependo il design non come disciplina chiusa, ma come processo aperto (Ito, 2016; Brin, 2016; Childress,

2016). Assumere un approccio antidisciplinare significa deviare dalle norme imposte dalle singole discipline, prendendo in considerazione anche conoscenze, rappresentazioni e narrazioni di determinate problematiche fuori dal quadro disciplinare normato. L'approccio antidisciplinare può quindi configurarsi come una forma di resistenza epistemica.

Approcci antidisciplinare, antagonista e speculativo

Al fine di attivare l'esercizio del pensiero critico all'interno del percorso formativo, nel Laboratorio si propone un'integrazione di tre approcci: antidisciplinare, antagonista e speculativo. Il design antagonista (*adversarial design*) è definito da DiSalvo (2012) come un approccio che non deve risolvere il conflitto, ma renderlo evidente materia progettuale visibile, articolabile e discutibile. Questa pratica concepisce la contestazione come una forma di relazione produttiva: il progetto è inteso come un dispositivo di interrogazione collettiva, uno spazio in cui artefatti, narrazioni e forme visive sono agenti cognitivi e politici.

Il design speculativo viene adottato nel Laboratorio per spostare la centralità della progettazione dal *problem solving* al *problem seeking* (Blauvelt & Davis, 1997), attivando un processo di pensiero critico sia rispetto alle problematiche di attualità che rispetto agli strumenti di lavoro nella progettazione.

197

L'integrazione di approcci proposta dal Laboratorio per far emergere un'agency critico-politica nei progetti e negli studenti coinvolti si configura come:

- antidisciplinare, per estendere il raggio d'azione in termini di resistenza epistemica;
- antagonista, per portare progettisti e fruitori in una posizione di frizione critica e sollecitare una riformulazione dei propri assunti;
- speculativo, per articolare un discorso critico intorno a un problema della contemporaneità.

L'aula del laboratorio non si configura quindi come luogo di esecuzione, ma come spazio per il dibattito, in cui il progetto non produce servizi per la realtà, ma strumenti per metterla in discussione. Per Fuad-Luke (2009) l'attivismo nel design consiste nel ridefinire i problemi, creando le condizioni per l'immaginazione sociale. In questa prospettiva, si opera per restituire al design della comunicazione il suo potere conoscitivo e politico. L'obiettivo del Laboratorio non risiede nel progettare oggetti funzionanti ma situazioni dialogiche. Da un punto di vista epistemologico il Laboratorio si propone di produrre *conoscenza probabilistica*:

“in the context of design research could be defined as the potential impact of transformational initiatives” (Galdon & Hall, 2022, p. 924). Gli output del laboratorio sono interpretabili come dispositivi di *critical thinking*, strumenti di attivazione: il designer alimenta il dibattito instillando il dubbio nel destinatario del messaggio mettendo in crisi i suoi presupposti e conoscenze consolidate. I progetti sono quindi generatori di incertezza: dispositivi capaci di innescare un pensiero critico dubitante (*doubt-driven critical thinking*).

La pratica laboratoriale

Ogni anno accademico, all'inizio del Laboratorio di Sintesi Finale, viene proposto di sviluppare un progetto attorno a un tema socialmente rilevante: la morte come spazio di riflessione (2019/2020), i rituali collettivi reimmaginati in forma individuale durante la pandemia (2020/2021), la raccolta e l'utilizzo dei dati pubblici e personali (2021/2022), il cambiamento climatico osservato da prospettive non umane (2022/2023), il ruolo del cibo dal punto di vista ecologico (2023/2024), le teorie del complotto come indice del sentire contemporaneo nei media (2024/2025), il conflitto latente o manifesto come mezzo sistemico di violenza fisica o simbolica (2025/2026). La scelta dei temi nasce di anno in anno dalla volontà di affrontare attraverso una progettualità antidisciplinare e stratificata le crisi strutturali del mondo contemporaneo, altrimenti difficili da indagare con strumenti limitati dai confini disciplinari.

I gruppi di progetto sono formati da cinque o sei studenti, che si suddividono il lavoro in modo che ciascuno assuma un ruolo specifico basato sulle proprie capacità e interessi. Ciascun gruppo individua dei sottotemi coerenti con il tema principale, sviluppando prima degli scenari e poi dei progetti di design della comunicazione situati all'interno del mondo speculativo. Nelle fasi iniziali ogni gruppo esplora liberamente il proprio sottotema con l'obiettivo di individuare un nodo problematico. Una volta individuato il cuore della riflessione critica, si inizia la costruzione dello scenario speculativo e quindi di un *fictional brand* plausibile all'interno della narrazione. Il branding di un ente fittizio è un espediente per includere all'interno dello scenario una realtà comunicante che si faccia carico di concretizzare la narrazione e renderla più accessibile. Il brand viene sviluppato sfruttando le conoscenze e le competenze acquisite durante i precedenti anni di studio: partendo dalle fondamenta concettuali si sviluppa la strategia di comunicazione, che si dispiega attraverso molteplici canali individuati e selezionati da ciascun gruppo per garantire coerenza rispetto al progetto. Nei progetti sviluppati, l'ecosistema dell'identità ruota attorno a un oggetto interattivo definito Macchina Comunicativa.

La Macchina Comunicativa è un prototipo che svolge il ruolo di catalizzatore narrativo, è il punto di ingresso che permette allo spettatore di entrare nello scenario speculativo. Questo dispositivo invita gli utenti a interagire fisicamente con lo scenario. Questo tipo di oggetti diegetici materializza le narrazioni, permettendo agli utenti di sospendere l'incredulità e partecipare in modo immediato alla storia raccontata (Mitrović, 2016). La Macchina Comunicativa si configura quindi come un *provotype*: un prototipo che genera riflessione e discussione tra diversi attori (Casnati et al., 2024; Boer & Donovan, 2012).

Durante la prototipazione della Macchina Comunicativa ①, gli studenti apprendono l'utilizzo di ambienti di codice e piattaforme come Arduino, affrontando direttamente gli strumenti tecnologici riescono ad ampliare le loro possibilità espressive (Lukens & DiSalvo, 2012). L'obiettivo non è quello di raggiungere una specializzazione, ma di acquisire un certo grado di indipendenza tecnologica per concretizzare le proprie idee (Cangiano, 2016). Lukens e DiSalvo (2012) descrivono inoltre la combinazione di speculative design e l'alfabetizzazione tecnologica come intrinsecamente cross-disciplinari: il coding e la prototipazione portano gli studenti ad approcciarsi al design della comunicazione come spazio di convergenza, rompendo la rigidità delle singole discipline (Bernstein, 2011).

198

Dato che, all'inizio del Laboratorio, la maggior parte degli studenti non ha una conoscenza pregressa di coding e prototipazione, lo sviluppo della Macchina Comunicativa procede secondo la modalità del *thinking* (Antonelli, 2011): un processo nel quale l'apprendimento si sviluppa attraverso un'interazione diretta con i prototipi. Il percorso richiede cicli di *trial and error* in ogni fase, costituendo un approccio di design flessibile, in grado di adattarsi agilmente a una moltitudine di sfide progettuali (Berglund & Grimheden, 2011). Successivamente alla conclusione dei progetti, nel secondo semestre, gli studenti sono chiamati a preparare un elaborato teorico per completare la laurea triennale. Tale rielaborazione permette di attivare un processo riflessivo a posteriori sull'azione progettuale (Schön, 1983) e di consolidare la ricerca *for design* (Frayling, 1993) sulla tematica affrontata nel progetto.

Un modello per il processo progettuale

Il processo di lavoro e apprendimento descritto può essere articolato in cinque parti: due fasi che si sovrappongono attraversando tre macro aree disciplinari, come illustrato nel modello ②.

- Esplorazione: tutte le operazioni di ricerca tematica, teorica, visiva e pratica;
- Speculazione: la costruzione dello scenario, del what if, del concept e della narrazione;
- Comunicazione: la traduzione del concept in branding e visual identity, con una sua strategia di comunicazione interna ed esterna alla narrazione;
- Interazione: la definizione dell'esperienza utente rispetto al prototipo e la sua user journey;
- Realizzazione: tutte le operazioni di sviluppo e verifica degli apparati narrativi, comunicativi e interattivi.

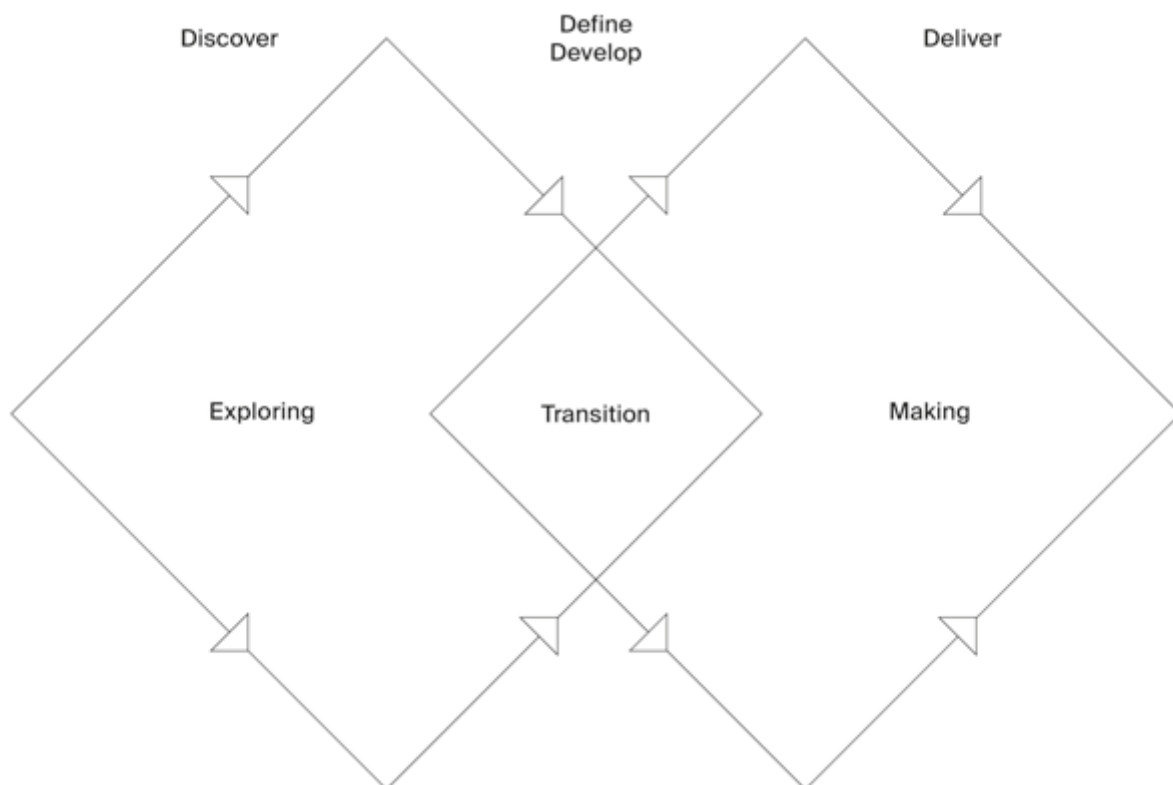
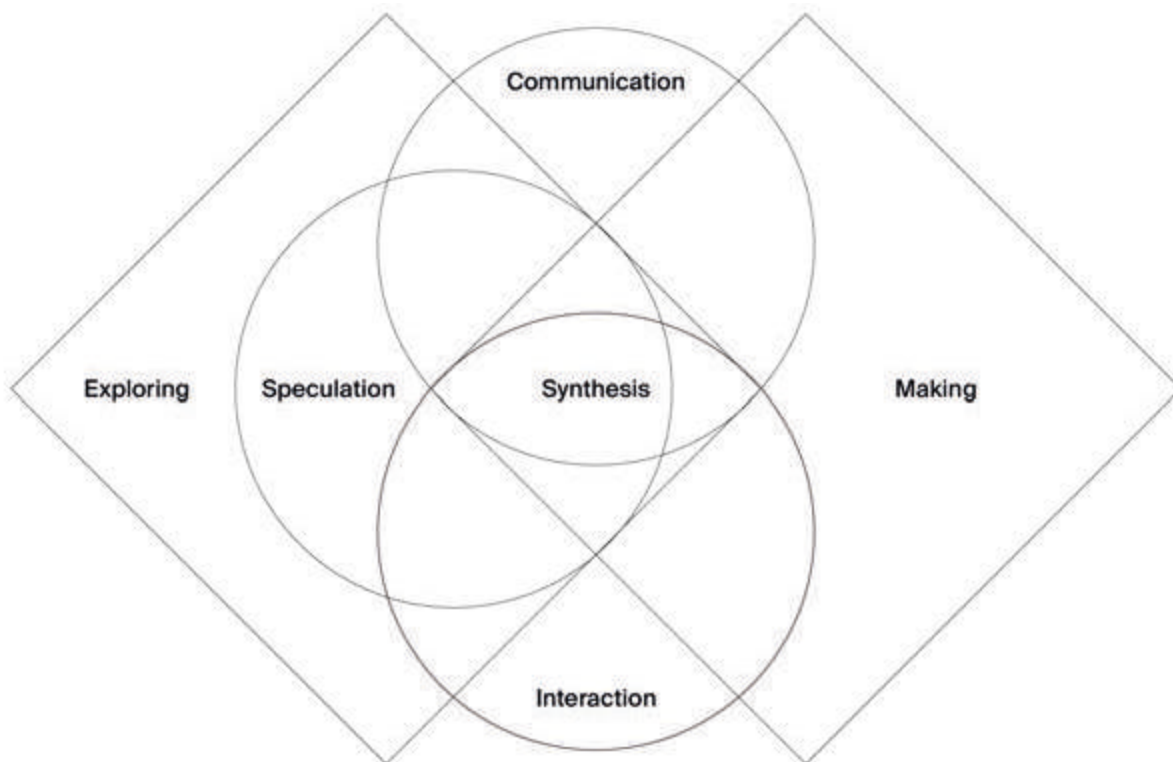
La sovrapposizione di queste varie fasi e aree disciplinari, definita Sintesi, è il momento in cui si concretizzano gli output progettuali intermedi.

Il modello è il risultato di una rielaborazione ex-post dei processi progettuali del Laboratorio. A differenza di quello che suggerisce il convenzionale modello del Double Diamond (Design Council, 2019), nel processo progettuale osservato non esiste un unico punto-momento di definizione del problema a cui segue uno sviluppo univoco e lineare. Durante tutto il percorso, convivono infatti molteplici processi che restano attivi e indefiniti in contemporanea e che non vengono risolti tutti assieme. Non si verifica quindi un netto passaggio tra fase di definizione e fase di sviluppo del progetto, ma una transizione graduale: in continuità con quanto afferma Lawson (1990), ricerca e sintesi sono fasi simultanee e progressive. Questa sovrapposizione può essere restituita da una rappresentazione ③ che include un'area di intersezione in cui l'Esplorazione diminuisce (convergendo) e la Realizzazione aumenta (divergendo), illustrando la transizione non puntuale dalla definizione allo sviluppo. Tutte le fasi mostrate nel diagramma sono infatti interdipendenti in quanto lo scenario è riformulato continuamente attraverso la realizzazione degli artefatti e prototipi.

L'approccio antidisciplinare ha una serie di implicazioni corollarie nel processo progettuale: lavorando contemporaneamente in diverse aree, risulta difficile mantenere una linearità. I percorsi progettuali attraversano infatti molteplici aree come rappresentato nel modello dei doppi conetti sovrapposti ④, che esemplifica la versione sintetizzata precedentemente vista ②. All'interno del volume dei conetti, sono presenti molteplici nodi che rappresentano i vari punti decisionali nell'evoluzione del progetto, che procedono dall'alto verso il basso: dal brief alla finalizzazione. Il modello presenta infatti la dimensione temporale sull'asse verticale e i vari domini sul piano orizzontale. La posizione verticale dei nodi è definita dal loro procedere nel



①
Documentazione visiva delle attività
di prototipazione di uno dei progetti
dell'a.a. 2022/2023.
*Visual documentation of the prototyping
activities of one of the projects for the academic
year 2022/2023.*



②
 Modello del Laboratorio di Sintesi
 Finale C1. Enrico Isidori, 2023.
 Model of the Final Synthesis Studio C1.
 Enrico Isidori, 2023.

③
 Doppio diamante sovrapposto.
 Enrico Isidori, 2023.
 Double overlapping diamond.
 Enrico Isidori, 2023.

tempo, mentre la posizione sui piani orizzontali colloca i nodi in ciascuna area di riferimento: comunicazione, interazione, speculazione. Si può osservare, nel volume di transizione sovrapposto, la presenza di molteplici punti di definizione (T) prima che la fase di Esplorazione converga e si concluda del tutto.

Il modello presentato non è da intendere come prescrittivo: gli studenti vengono lasciati liberi di gestire il tempo in maniera indipendente. La formalizzazione del processo non è utilizzata nel Laboratorio come una direttiva ma come un modo di pensare il progetto: “method without imagination contributes very little to the design profession and the solution of complex design projects” (Frascara & Winkler, 2008, p. 7).

Output come dispositivi di critical thinking

La pratica descritta, che si è progressivamente e iterativamente definita nel corso degli anni (il Laboratorio è attivo dal 2013), ha portato gli studenti a realizzare progetti provocatori, capaci di stimolare dibattito e riflessioni su temi d'attualità. I casi studio che si portano come esempio affrontano temi come: il valore della vita umana nel contesto globalizzato, il rapporto psico-sociale con la sofferenza altrui e i fenomeni sociali nel contesto della crisi climatica.

201

Il progetto Micromort (a.a. 2019/2020) indaga il valore della vita e della morte umana. Il micromort è un'unità di rischio che indica una probabilità di morte su un milione e può essere utilizzata per calcolare il rischio legato a diverse attività quotidiane. Il rischio varia in base alla nazione, al periodo in cui viene esaminato e alle condizioni sociali vissute dalle diverse popolazioni. Nella finzione speculativa tali dati vengono tradotti in indici finanziari, che danno origine a una vera e propria borsa della morte, gestita tramite una criptovaluta: “Micromort”.

Allo spettatore, che veste il ruolo di investitore, vengono mostrati nuovi orizzonti di speculazione finanziaria basata sul valore mutevole della morte umana ⑤, ⑥. La società assegna implicitamente un valore alle vite umane e questo progetto costringe a confrontarsi con questa realtà di disparità globale.

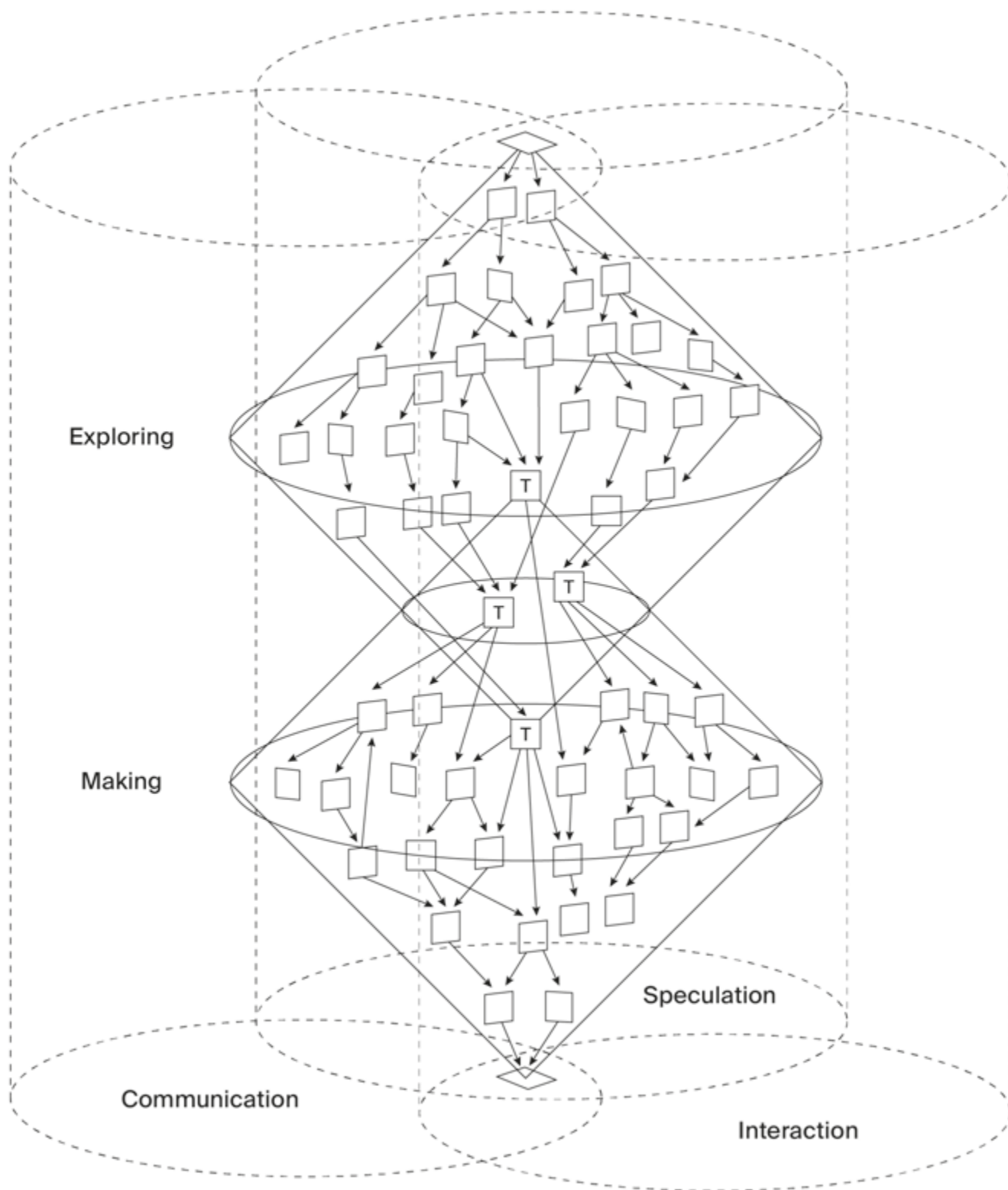
È significativo menzionare che la narrazione costruita dagli studenti è risultata credibile al punto da indurre alcuni utenti a dimostrare interesse scrivendo alla pagina Instagram del progetto messaggi privati come: “Ur page is good but I don't support, daring post of death, sorry”, “Fascinating. Such an interesting concept. Could you explain the maths a little bit more?” o “Libya has it bad.....97%” (Micromort, 2020).

Il progetto Schadenfreudemeter (a.a. 2019/2020) affronta il tema della crudeltà umana. L'essere umano, seppur predisposto alla socialità e alla collaborazione, vive anche di sentimenti egoistici tra cui lo *schadenfreude*: termine tedesco che esprime il sentimento di piacere provocato dalla sfortuna altrui. Viene quindi immaginata l'esistenza di un istituto scientifico: GEIST (*Gedankliches Experimentelle Institut für Spezielle Therapien*), il cui obiettivo è dimostrare la diffusione di questa forma di crudeltà. Per verificare sul campo questa teoria, GEIST ha ideato lo Schadenfreudemeter, un esperimento in cui un utente viene posto davanti a un dispositivo che mostra una serie di video violenti e non.

Il tracciamento dei micro-movimenti dell'occhio da parte della macchina influenza la natura dei contenuti proposti: più lo spettatore si sofferma sui video violenti, più il loro numero aumenta. L'esito della sperimentazione è un diagramma che sintetizza il grado di *schadenfreude* del singolo utente ⑦.

Per quanto riguarda la crisi climatica, il progetto Specta (a.a. 2022/2023) esplora i linguaggi e le prospettive di un elemento non umano in risposta ai cambiamenti climatici: le rocce. Le stratificazioni sedimentate nel corso dei millenni costituiscono un archivio della storia climatica del pianeta. Una restituzione priva di giudizio rispetto alle catastrofi che ciclicamente hanno sconvolto gli esseri viventi. Le rocce sono indifferenti ai cambiamenti climatici poiché essi sono sempre esistiti. Da tale riflessione nasce il fictional brand Litia, la cui missione è quella di contrastare l'ecoansia, un sentimento di angoscia generato dalla consapevolezza della crisi climatica in atto. Il suo prodotto, Specta, permette di silenziare tutti gli schermi che mostrano materiale visivo sul cambiamento climatico ⑧. Quando Specta viene sollevato e ruotato nello spazio, altera le immagini ecoansigene in calmanti stratificazioni, simili a quelle rocciose, trasformando la prospettiva umana in una presa di posizione atarassica ⑨.

Il progetto I.C.E. (a.a. 2022/2023) offre una prospettiva differente: quella del ghiaccio. Questo elemento è infatti fortemente influenzato dai cambiamenti climatici. L'umanità, accecata dalla sua sete di risorse, lo ha reso sempre più debole, pericolosamente vicino all'estinzione. Nonostante lo scioglimento dei ghiacci sia una delle conseguenze più antiche e ampiamente riconosciute del riscaldamento globale, le azioni responsabili di questo problema persistono da anni. I.C.E. (*Insurge, Commit, Extinguish*) è un'organizzazione terroristica il cui obiettivo è porre fine a ciò che umilia e distrugge la natura: l'essere umano. Le bombe I.C.E. sono ovunque, il loro timer dura pochi minuti e accelera se qualcuno cerca di avvicinarsi. L'unico modo per fermarle è rimanere immobili: appoggiare una mano sulla superficie ghiacciata del dispositivo e smettere



di fare qualsiasi cosa che possa aggravare la crisi @. Tuttavia, una volta interrotto il contatto, il conto alla rovescia riprende e culmina in un'esplosione che scatena la devastazione ambientale in un luogo designato sulla Terra, diffondendo terrore e caos.

Riscontri e considerazioni conclusive

Uno dei momenti fondamentali del percorso formativo si svolge successivamente al termine del Laboratorio: vengono infatti organizzate ogni anno delle giornate espositive al di fuori dell'ambiente universitario. Con una partecipazione annua di circa ottocento persone, gli studenti hanno la possibilità di verificare le ipotesi progettuali attraverso un confronto diretto con il pubblico, che in questa occasione può interagire con le Macchine Comunicative. La possibilità di dialogare con persone che, a differenza dei docenti e dei colleghi, non hanno assistito al processo progettuale, permette di comprendere quanto il messaggio speculativo, critico e politico risulti efficace.

Oltre alle mostre annuali del Laboratorio, che coinvolgono tutti i lavori, alcuni dei progetti sono stati esposti in contesti come il Supersalone ©: occasioni che li posizionano come vettori di dibattito pubblico su temi di attualità (Dal Dosso, 2021). Il dialogo attivato dagli studenti durante le occasioni di condivisione con il pubblico, come mostre, sito web (antidisciplinarylaboratory.it) e social network ([instagram.com/antidisciplinarylaboratory](https://www.instagram.com/antidisciplinarylaboratory)), conferma la capacità dei progetti di provocare discussioni sui temi indagati in chiave critica e politica. Sia che l'interpretazione del pubblico corrisponda alle aspettative e sia che diverga da quella prevista, il confronto con voci esterne diventa un momento di autocritica e riflessione sull'esito progettuale.

Dal punto di vista formativo, gli studenti manifestano un riscontro positivo verso l'approccio antidisciplinare nell'acquisizione di nuove conoscenze e competenze, in quanto riescono a verificare autonomamente e in modo pratico la natura ibrida del design della comunicazione. Allo stesso tempo imparano a veicolare in modo efficace i messaggi progettati, anche attraverso pratiche esterne al design della comunicazione, accettando le sfide intellettuali e progettuali proposte dal Laboratorio. Nei commenti alle varie edizioni del Laboratorio, gli studenti definiscono l'approccio progettuale come "estremamente innovativo" e "utile per imparare facendo, lavorare in modo più indipendente e confrontarsi con tecnologie mai utilizzate prima". Inoltre, l'assegnazione di temi da sviluppare attraverso

un approccio speculativo è interpretata come "stimolante" e "una sfida", che permette loro di riflettere sui temi scomodi della contemporaneità e "trovare soluzioni progettuali non convenzionali".

Sulla base di quanto discusso, si può sostenere che l'integrazione degli approcci antidisciplinare, antagonista e speculativo nel percorso formativo permette di far emergere un'agency critico-politica nei progetti e nei progettisti. In questo contesto, gli studenti diventano capaci di produrre dispositivi che innescano un pensiero critico dubitante. I progetti sviluppati possono dunque essere interpretati come la materializzazione di una presa di posizione politica da parte del designer. Sospendere i confini disciplinari, interrogare criticamente la tecnologia, individuare e raccontare gli aspetti critici della società attuale, contribuisce a formare designer e cittadini consapevoli, capaci di gestire e reagire alle incertezze che caratterizzano la contemporaneità.

ANTIDISCIPLINARY DESIGN AS EPISTEMIC RESISTANCE CRITICAL AND POLITICAL AGENCY IN COMMUNICATION DESIGN EDUCATION

Antidisciplinary Design, Communication Design, Speculative Design, Critical thinking, Education

Abstract

The paper investigates how antidisciplinary, adversarial and speculative approaches can activate critical and political agency in projects and students within a communication design educational studio. In particular, the antidisciplinary approach is framed as a form of epistemic resistance: the strategic suspension of disciplinary boundaries shapes the way knowledge is produced and made visible in the form of artefacts, devices and interfaces. The communication projects developed in the studio aim to stimulate critical reflection, in contrast to a morally reassuring design that risks becoming politically inoffensive. The projects are therefore understood as generators of uncertainty: devices capable of triggering doubt-driven critical thinking.

Introduction

This paper explores how communication design teaching can generate design outcomes with critical and political

agency. It examines the research conducted as part of the Final Synthesis Studio C1, within the Bachelor's Degree in Communication Design at the School of Design of the Politecnico di Milano, and presents its design methods and outcomes. To understand the context that gives rise to the need to stimulate critical reflection on disciplinary practices, the paper examines the roles of the execution-driven designer, who is diminished to a mere service provider, and the activist designer, who proposes non-accommodating forms of design with an explicit political intent. The Studio is presented as a space for enacting a conscious design practice, in line with the relevant literature on politically engaged design. Critical thinking is encouraged in order to train design professionals who are not only competent in their practice but also aware of the implications of their work. The Studio's design practice is described through a model presented in a later section, and the results of the design process are presented through a selection of case studies.

Execution-driven designer and activist designer in the contemporary context

As early as the beginning of the 1970s, Papanek (1971) pointed out the subjugation of design to capitalist logic.

204

More than fifty years later, geopolitical, climatic and social uncertainties are progressively disrupting the job market.

In this context, we can identify a number of phenomena that threaten the professional figure of the designer in its current form: job insecurity, quantitative evaluation of work, and the rise of artificial intelligence.

In the last two years, a significant number of global companies carried out mass layoffs, and it is highly likely that this trend will continue in the near future (Business Insider, 2025). Designers are not immune to job insecurity: on the one hand the World Economic Forum (2025) includes UX/UI designers among those experiencing significant growth, on the other hand, it indicates graphic designers among the ten professions in greatest decline.

A recent survey also found that designers today find themselves working with limited resources, unrealistic deadlines and demands, as well as limited decision-making power (Dezeen, 2025). The job market seems to ignore the role that designers can play in projects: conceived as a problem-solving tool from university onward and forced into sectoral specialisation, design is proving increasingly inadequate for training prominent professionals (Lorusso, 2021). In the current context, designers find themselves shifting from the role of thinkers and design

practitioners for which they were trained, to that of executors, whose value is measured quantitatively—for example, based on the generated revenue or engagement on digital platforms. The role of the designer, as a driver of social change, is gradually weakening in a landscape where the main validation of human activity is economic profit (Lorusso, 2021).

In this context, the execution-driven designer, weakened in their function, also becomes easily replaceable. While the growing impact of artificial intelligence-based tools could bring designers back to a more strategic and less operational role, these technologies create a growing feeling of general uncertainty: how long will it take before technology completely replaces the designer's role? How much will unpredictable global economic fluctuations affect this phenomenon? (Man, 2025). To reaffirm the importance of designers in a constantly and unpredictably evolving world, it is therefore necessary to chart new routes and new roles for future generations of professionals, starting with university-level education (Abdullah, Lee & Li, 2024). Designers who can break the constraints that confine them to the role of executors, who operate in a non-neutral way. Since there will never be a designer as fast and obedient as a machine, the act of disobedience becomes not only a political act, but above all an act of survival. An act of resistance for the profession and its role.

Fuad-Luke (2009) outlines the figure of the activist designer: an individual who is aware that there are no neutral briefs, who does not provide services uncritically, who takes sides as a political agent. Fuad-Luke identifies education as a fundamental step for cultivating the activist designer's approach, as the freedom to experiment in a context free from commercial logic encourages the development of critical and political awareness.

Offensive design versus accommodating design

In contrast to design conceived as a purely technical or decorative operation, Ken Garland (1964/2019) reasserts the need for ethical, political and cultural autonomy: designers must reclaim control over the content and meaning of their work. External control over content and meaning must not be accepted uncritically, otherwise designers risk becoming reduced to mere commercial functions (Garland, 1964/2019). As Kalman and Jacobs (1990, p. 125) put it, "We're not here to give them what's safe and expedient. [...] We're here to be bad". Designers must stop behaving properly, they must be rude, they must disrupt the status quo. Design cannot be neutral, it has moral and social implications that go far beyond aesthetics or sales (Steiner, 1978; Resnick, 2019). To speak of design as a socially relevant practice means recognising that every

act of design contributes to the shaping of society itself. Regardless of the designer's awareness, design projects – as well as the systems that support them – structure behaviour, values, and possibilities for action within society (Dilnot, 1982/2019). Design is always a value-laden action, which inevitably reflects the designer's political and social ideals through its content, even if only at an aesthetic level (McCoy, 1997).

Even when working in the field of social design, there is a risk of reproducing neoliberal logic by translating social value into economic or reputational capital. Although it pursues a positive impact, social design operates within the same systems that generate the inequalities it claims to address (Julier, 2019). As Allan Chochinov, quoted by Tonkinwise (2015, p. 11), points out, “designers are not in the artefact business, but the consequence business”. In communication design, in order to operate at the level of the consequence business and activate forms of reflection and change, it is necessary to go beyond the formalisation of an accommodating message in favour of an intentionally disruptive one.

Designers who want to provoke debate must therefore displace the recipient of the message out of their passive position and force them into a space of active friction. Morally reassuring design risks becoming politically inoffensive.

205

Antidisciplinarity as a form of epistemic resistance

In order to construct a provocative message that criticises specific paradigms of thought, it is necessary to trace the systemic causes that produce them. From a philosophical perspective, the act of challenging and transforming the normative structures that produce ignorance and oppression, by questioning the ways in which knowledge is absorbed and internalised, is defined by Medina (2012) as *epistemic resistance*.

In communication design, epistemic resistance can be interpreted as a practice that acts upon the way knowledge is produced and made visible in the form of artefacts, devices, images and interfaces.

It is a practice that positions the designer as an active agent within the systems of representation and communication that structure knowledge, with the aim of challenging established logics and reappropriating the means of meaning-making.

From an academic and professional perspective, the organisation of knowledge into disciplines is a tool for legitimising knowledge (Bourdieu, 2004). By strategically suspending the constraints that disciplines impose through their structure, the designer gains greater scope for epistemic resistance.

The suspension of disciplinary boundaries can be framed as an antidisciplinary approach, which consists of working at the margins, in the transitions between domains, in the interstitial space between disciplines (Ito, 2014), conceiving design not as a closed discipline but as an open process (Ito, 2016; Brin, 2016; Childress, 2016). Adopting an antidisciplinary approach means deviating from the norms imposed by individual disciplines and thereby taking into account knowledge, representations and narratives of specific issues outside the regulated disciplinary framework.

The antidisciplinary approach can therefore be understood as a form of epistemic resistance.

Antidisciplinary, adversarial and speculative approaches

In order to activate critical thinking within the educational programme, the Studio proposes an integration of three approaches: antidisciplinary, adversarial and speculative.

Adversarial design is defined by DiSalvo (2012) as an approach that does not seek to resolve conflict, but rather to make it visible, articulable and debatable as a subject of design. This practice conceives contestation as a productive form of relation: it is understood as a device for collective questioning, a space in which artefacts, narratives and visual forms act as cognitive and political agents. Speculative design is adopted in the Studio to shift the focus of design from problem-solving to problem-seeking (Blauvelt & Davis, 1997), thereby activating a process of critical thinking in relation to current issues and the tools used in design. The Studio proposes an integration of the three mentioned approaches to activate critical and political agency in the projects and among the students involved:

- antidisciplinary, to extend the scope in terms of epistemic resistance;
- adversarial, to bring designers and users into a position of critical friction and prompt a reformulation of their assumptions;
- speculative, to articulate a critical discourse around a contemporary issue.

The classroom is therefore not a place of mere execution, but a space for debate, where projects do not produce utilitarian solutions for reality, but tools to question it. For Fuad-Luke (2009), activism in design consists of redefining problems, creating the conditions for social imagination. In this perspective, the main purpose is to restore communication design's cognitive and political power. The aim of the Studio is not to design functional objects but dialogical situations. From an epistemological point of view, the Studio aims to produce *probabilistic knowledge*: “in the context



200

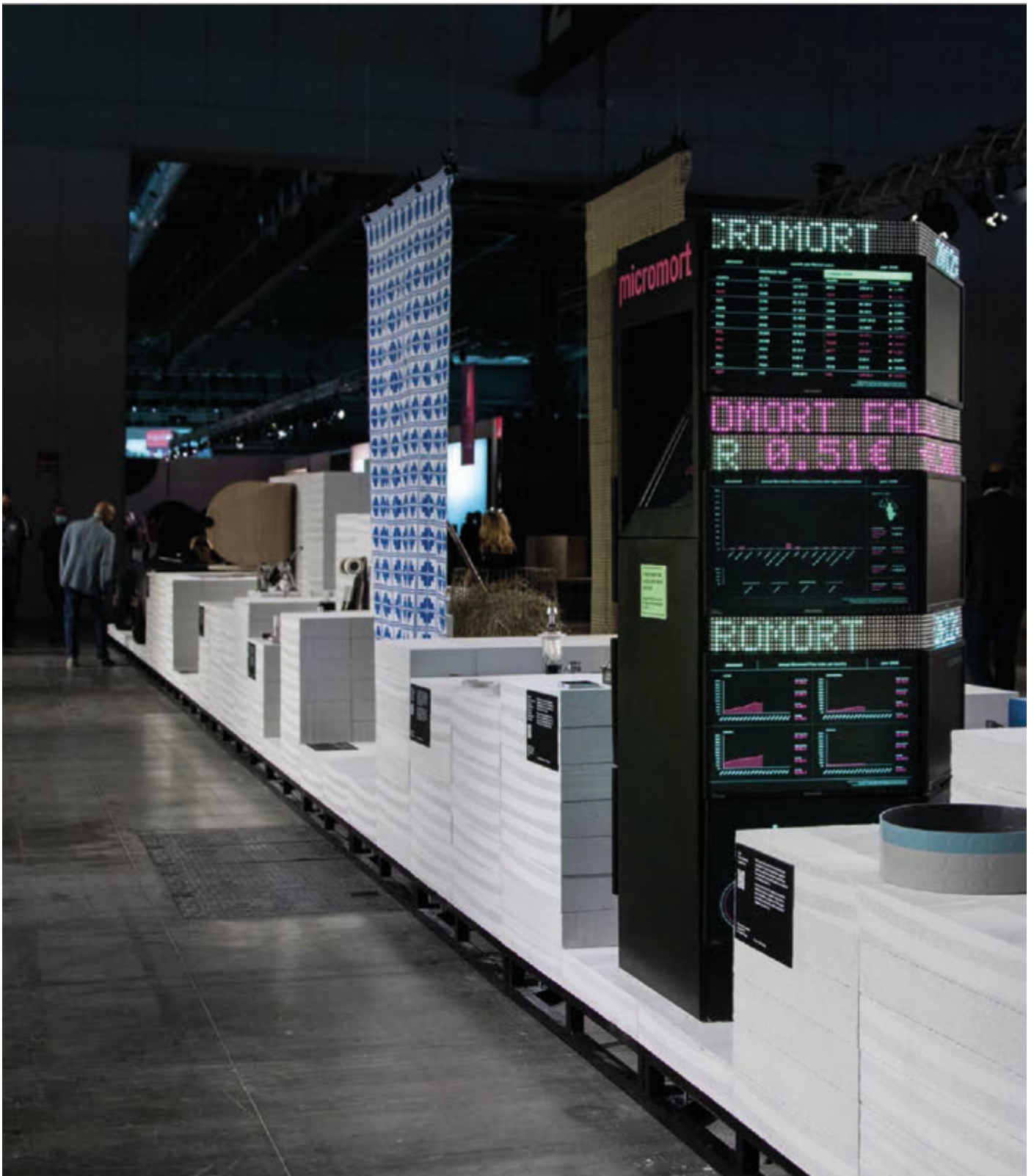
⑤

Micromort. Alvise Aspesi, Carlotta Bacchini, Elisa Carbone, Pietro Forino, Davide Perucchini, Enzo G. Taboada Fung, 2020.

(<https://www.antidisciplinarylalab.it/morte13/micromort.html>).

Micromort. Alvise Aspesi, Carlotta Bacchini, Elisa Carbone, Pietro Forino, Davide Perucchini, Enzo G. Taboada Fung, 2020.

(<https://www.antidisciplinarylalab.it/morte13/micromort.html>).



⑥

Esposizione di Micromort al Supersalone nel contesto del Salone del Mobile 2021. Alvise Aspesi, Carlotta Bacchini, Elisa Carbone, Pietro Forino, Davide Perucchini, Enzo G. Taboada Fung.

Micromort exhibition at Supersalone in the context of Salone del Mobile 2021. Alvise Aspesi, Carlotta Bacchini, Elisa Carbone, Pietro Forino, Davide Perucchini, Enzo G. Taboada Fung.

of design research could be defined as the potential impact of transformational initiatives”

(Galdon & Hall, 2022, p. 924).

The outputs of the Studio can be interpreted as devices for critical thinking, tools for activation: the designer fuels the debate by seeding doubt in the recipients of the message, challenging their assumptions and established knowledge. The projects are therefore generators of uncertainty: devices capable of triggering doubt-driven critical thinking.

The studio practice

Each academic year, at the beginning of the Final Synthesis Studio, students are required to develop a project on a socially relevant topic: death as a space for reflection (2019/2020), collective rituals reimaged at an individual scale during the pandemic (2020/2021), the collection and use of public and personal data (2021/2022), climate change observed from non-human perspectives (2022/2023), the role of food from an ecological point of view (2023/2024), conspiracy theories as an index of contemporary sentiment in the media (2024/2025), latent or overt conflict as a systemic means of physical or symbolic violence (2025/2026). Each year, themes are selected to address the structural crises of the contemporary world, which are difficult to investigate using tools constrained by disciplinary boundaries.

The project groups are made up of five or six students, who organise the work so that each one of them takes on a specific role based on their skills and interests. With the main topic as a reference, each group identifies a coherent sub-topic: at first, the students build scenarios and then they develop communication design projects situated within the speculative world.

In the initial stages, each group freely explores its sub-topic with the aim of identifying an issue. Once the core of the critical reflection has been identified, the construction of the speculative scenario begins, followed by a credible fictional brand that aligns with the narrative. Branding a fictional entity is a way to include a communication tool within the scenario, materialising the narrative and making it more accessible.

The brand is developed by drawing on the knowledge and skills acquired during previous years of study: starting from the conceptual foundations, a communication strategy is developed, which unfolds across multiple channels identified and selected by each group to ensure consistency with the project. In each project, the identity ecosystem revolves around an interactive object called the Communicative

Machine. The Communicative Machine is a prototype that acts as a narrative catalyst, the entry point for the user into the speculative scenario. This device invites users to physically interact with the scenario. These diegetic objects materialise the narratives, allowing users to suspend their disbelief and participate immediately in the story that is being told (Mitrović, 2016).

The Communicative Machine is therefore configured as a *provotype*: a prototype that generates reflection and discussion among different actors (Casnati et al., 2024; Boer & Donovan, 2012).

During the prototyping of the Communicative Machine ①, students learn how to use code environments and platforms such as Arduino: by directly engaging with technological tools, they are able to expand their expressive possibilities (Lukens & DiSalvo, 2012). The goal is not to achieve technical proficiency, but to acquire a certain degree of technological independence in order to transform an idea into a tangible object (Cangiano, 2016). Lukens and DiSalvo (2012) also describe the combination of speculative design and technological literacy as intrinsically cross-disciplinary: coding and prototyping lead students to approach communication design as a space of convergence, breaking down the rigidity of individual disciplines (Bernstein, 2011).

Given that, at the beginning of the Studio, most students have no prior knowledge of coding and prototyping, the development of the Communicative Machine proceeds according to the *thinking* method (Antonelli, 2011): a process in which learning develops through direct interaction with prototypes.

The process requires cycles of trial and error at each stage, establishing a flexible design approach that can easily adapt to a multitude of design challenges (Berglund & Grimheden, 2011).

After the projects are completed, in the second semester, students are required to prepare a dissertation to complete their bachelor's degree. Such work allows them to activate a process of retrospective *reflection on action* (Schön, 1983) and to consolidate their research *for design* (Frayling, 1993) on the topic addressed in the project.

A model for the design process

The described work and learning process can be divided into five parts: two overlapping phases that cut across three macro disciplinary areas, as illustrated in the model ②.

- Exploring: all thematic, theoretical, visual and practical research operations;
- Speculation: the construction of the scenario, the *what if*, the concept and the narrative;
- Communication: the translation of the concept into branding and visual identity,



⑦ Schadenfreudemeter. Alessia Arosio, Lorenzo Bernini, Emanuele Coppo, Enrico Monasteri, Filippo Testa, 2020. (<https://www.antidisciplinarylab.it/morte13/schadenfreudemeter.html>). Schadenfreudemeter. Alessia Arosio, Lorenzo Bernini, Emanuele Coppo, Enrico Monasteri, Filippo Testa, 2020. (<https://www.antidisciplinarylab.it/morte13/schadenfreudemeter.html>).



©

Specta. Francesco Bonetti, Federico Gajo,
Emiliano Garibaldi, Enrico Isidori,
Cecilia Pizzagalli, Camilla Tosi, 2023.
*Specta. Francesco Bonetti, Federico Gajo,
Emiliano Garibaldi, Enrico Isidori,
Cecilia Pizzagalli, Camilla Tosi, 2023.*

- with a communication strategy that takes place both inside and outside the narrative;
- Interaction: the definition of the user experience with respect to the prototype and its *user journey*;
 - Realisation: all operations involving the development and verification of narrative, communicative and interactive devices.

The overlap of these various phases and disciplinary areas, defined as Synthesis, is the moment when intermediate project outputs take shape.

The model is the result of an ex-post reflection on the Studio's design processes. In contrast to the conventional Double Diamond model (Design Council, 2019), the observed design process does not feature a single moment of problem definition followed by a univocal and linear development. Throughout the process, multiple phases coexist and remain simultaneously active and unresolved. As a result, there is no clear-cut transition between the definition and development phases of the project; rather, the transition unfolds gradually.

As noted by Lawson (1990), research and synthesis operate as simultaneous and progressive phases.

211

This overlap can be represented through a diagram ③, which includes an area of intersection where Exploring converges and Making diverges, illustrating the transition from define to develop.

The phases presented in the diagram are interdependent, as the scenario is continuously reformulated through the production of artefacts and prototypes.

The antidisciplinary approach has a series of corollary implications that affect the design process: by working simultaneously in different areas, it is difficult to maintain linearity. The design paths cross multiple areas, as represented in the model of overlapping double cones ④, which exemplifies the synthesised version seen previously ②. Within the volume of the cones, there are multiple nodes representing the various decision points in the evolution of the project, proceeding from top to bottom: from the brief to the final output. The model presents the temporal dimension on the vertical axis and the various domains on the horizontal plane. The vertical position of the nodes is defined by their progression over time, while the position on the horizontal planes locates them within domains. It can be observed, especially within the overlapping transition volume, that multiple points of definition (T) occur before the first Exploring phase fully converges.

The presented model is not intended to be a prescriptive rule: students are free to manage their

time independently. The formalisation of the process is not used in the Studio as a directive but as a way of thinking about the project: “method without imagination contributes very little to the design profession and the solution of complex design projects” (Frascara & Winkler, 2008, p. 7).

Output as a tool for critical thinking

The described practice, which has been progressively and iteratively defined over the years (the Studio has been active since 2013), has led students to create provocative projects capable of stimulating debate and reflection on current issues. The case studies used address critical issues of the contemporary era: the value of human life in a globalised context, the psycho-social relationship with the suffering of others, and social phenomena in the context of the climate crisis.

The Micromort project (AY 2019/2020) investigates the value of human life and death. The micromort is a unit of risk that indicates a probability of death per million and can be used to calculate the risk associated with various daily activities. The risk varies according to the country, the period under consideration and the social conditions experienced by different populations. In speculative fiction, these data are translated into financial indices, giving rise to a stock market depending on death, managed through a cryptocurrency: the “Micromort”. The viewer, who plays the role of an investor, is introduced to new forms of financial speculation based on the changing value of human death ⑤, ⑥. Society implicitly assigns a value to human lives, and this project forces us to confront this reality of global inequality.

It is noteworthy that the narrative constructed by the students was so credible that some users engaged with Micromort by writing private messages on the project's Instagram page, such as: “Ur page is good but I don't support, daring post of death, sorry”, “Fascinating. Such an interesting concept. Could you explain the maths a little bit more?” or “Libya has it bad... 97%” (Micromort, 2020).

The Schadenfreudemertest project (AY 2019/2020) addresses the theme of human cruelty. Human beings, despite being inclined to sociality and cooperation, also experience selfish feelings, including *schadenfreude*: a German term that expresses the feeling of pleasure caused by other people's misfortune. The existence of a scientific institute is therefore imagined: the GEIST (*Gedankliches Experimentelle Institut für Spezielle Therapien*), whose aim is to demonstrate the extent of this form of cruelty. To test this theory in the field, GEIST has created the Schadenfreudemertest, an experiment in which a user is placed in front of a device that shows



⑨
 Esperienza d'uso di Specta.
 Francesco Bonetti, Federico Gajo,
 Emiliano Garibaldi, Enrico Isidori,
 Cecilia Pizzagalli, Camilla Tosi, 2023.
 (antidisciplinarilylab.it/anthropogenicnarratives/
 projects/O8_LITIA.html).

⑨
 Specta user experience. Francesco Bonetti,
 Federico Gajo, Emiliano Garibaldi, Enrico Isidori,
 Cecilia Pizzagalli, Camilla Tosi, 2023.
 (antidisciplinarilylab.it/anthropogenicnarratives/
 projects/O8_LITIA.html).

a series of violent and non-violent videos. The machine tracks the micro-movements of the eyes and modifies the type of content accordingly: the more the viewer dwells on violent videos, the more their number increases. The result of the experiment is a diagram that summarises the degree of *schadenfreude* of the individual user ⑦.

With regard to the climate crisis, the Specta project (AY 2022/2023) explores the languages and perspectives of a non-human element in response to climate change: the rocks. The rock stratifications that sedimented over millennia constitute an archive of the planet's climate history. A judgement-free account of the catastrophes that have cyclically devastated living beings. Rocks are indifferent to climate change because they have always existed. This reflection gave rise to the fictional brand Litia, whose mission is to combat eco-anxiety, a feeling of anguish generated by the awareness of the current climate crisis. Its product, Specta, allows users to mute all screens showing visual material on climate change ⑧: when Specta is lifted and rotated in space, it alters eco-anxiety-inducing images into calming stratifications, similar to those of the rocks, transforming the human perspective into a detached, ataraxic stance ⑨.

213

The I.C.E. project (AY 2022/2023) offers a different perspective. Ice is among the natural elements which are more heavily influenced by climate change. Humanity, blinded by its thirst for resources, has made ice increasingly weak and dangerously close to extinction.

Although melting glaciers are one of the oldest and most widely recognised consequences of global warming, the actions responsible for this problem have persisted for years. I.C.E. (*Insurge, Commit, Extinguish*) is a terrorist organisation whose goal is to put an end to what humiliates and destroys nature: human beings. I.C.E. bombs are everywhere, their timers last only a few minutes and speed up if anyone tries to approach them. The only way to stop them is to stay still by placing a hand on the frozen surface of the device and ceasing any action that could worsen the crisis ⑩. However, once the contact is interrupted, the countdown resumes, culminating in an explosion that unleashes environmental devastation in a designated location on Earth, spreading terror and chaos.

Conclusions

One of the key moments of the educational path takes place after the end of the Studio: every year, exhibition days are organised outside the university. With an annual attendance of around 800 people, students have the opportunity to test their design fictions through direct public engagement, who can

interact with the Communicative Machines.

The opportunity to dialogue with people who, unlike teachers and colleagues, have not witnessed the design process, allows students to understand how effective the speculative, critical and political message is. In addition to the Studio's annual exhibitions, which involve all the works, some of the projects have been exhibited in contexts such as the Supersalone during the Salone del Mobile ⑪: occasions that position them as vectors of public debate on current issues (Dal Dosso, 2021). The dialogue stimulated by the students during sharing opportunities such as the exhibitions, the website (antidisciplinarylalab.it) and social networks ([instagram.com/antidisciplinarylalab](https://www.instagram.com/antidisciplinarylalab)), is consistent with the ability of the projects to provoke discussion on the issues investigated in critical and political terms. Whether the public's interpretation matches the expectations or diverges from them, the conversation with external voices becomes a moment of self-criticism and reflection on the project outcome.

From an educational point of view, students respond positively to the interdisciplinary approach as a way of acquiring new knowledge and skills, as they are able to independently and practically verify the hybrid nature of communication design. At the same time, they learn to convey messages effectively, drawing upon skills that are usually placed outside the communication design field and accepting the intellectual and design challenges proposed by the Studio. In their comments on the various editions of the Studio, students describe the design approach as "extremely innovative" and "useful for learning by doing, working more independently and engaging with technologies never used before". Furthermore, working on each year's topic through a speculative approach is regarded as "stimulating" and "challenging", allowing them to reflect on uncomfortable contemporary issues and "find unconventional design solutions".

Based on the above, it can be argued that the integration of interdisciplinary, adversarial and speculative approaches into the educational process encourages the development of critical and political agency in projects and designers. In this context, students become capable of producing devices that trigger doubt-driven critical thinking. Such projects can therefore be interpreted as the materialisation of a designer's political stance. Suspending disciplinary boundaries, questioning knowledge and technology in a critical way, identifying and recounting the societal issues, contributes to the formation of conscious designers and citizens, capable of managing and reacting to the uncertainties that characterise the contemporary condition.



⑩
I.C.E. Geneva Bernasconi, Giulia Bonalumi,
Jacopo Domenichini, Agostino Sanna,
Andrea Vitali, 2023. ([antidisciplinarylalab.it/
anthropogenicnarratives/projects/O1ICE.html](http://antidisciplinarylalab.it/anthropogenicnarratives/projects/O1ICE.html)).
I.C.E. Geneva Bernasconi, Giulia Bonalumi,
Jacopo Domenichini, Agostino Sanna,
Andrea Vitali, 2023. ([antidisciplinarylalab.it/
anthropogenicnarratives/projects/O1ICE.html](http://antidisciplinarylalab.it/anthropogenicnarratives/projects/O1ICE.html)).



REFERENCES

- Abdullah, N., Lee, C., & Li, X. (Eds.). (2024). *Through Witnessing: Threading the Critiquing, Making, Teaching of Design*. Set Margins.
- Antonelli, P. (2011, July 4). States of Design 03: *Thinkering*. Domus Web. <https://www.domusweb.it/en/design/2011/07/04/states-of-design-03-thinkering.html>
- Berglund, A., & Grimheden, M. (2011). The Importance of Prototyping for Education in Product Innovation Engineering. In A. Chakrabarti (Ed.), *Research into Design – Supporting Sustainable Product Development* (pp. 737-745). Research Publishing.
- Bernstein, D. (2011). *Developing Technological Fluency Through Creative Robotics* [doctoral dissertation, University of Pittsburgh]. D-Scholarship @ Pitt. <http://d-scholarship.pitt.edu/8780>
- Blauvelt, A., & Davis, M. (1997). Building Bridges: A Research Agenda for Education and Practice. In M. Bierut, W. Drenttel, S. Heller, & D. K. Holland (Eds.), *Looking Closer 2* (pp. 77-81). Allworth Press.
- Boer, L., & Donovan, J. (2012). Prototypes for participatory innovation. In *Proceedings of the Designing Interactive Systems Conference* (pp. 388-397). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/2317956.2318014>
- Bourdieu, P. (2004). *Science of science and reflexivity*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Brin, S. (2016, November 2). *Making/Meaning in the Realm of Anti-Disciplinarity*. Open Transcripts. <http://opentranscripts.org/transcript/making-meaning-antidisciplinarity/>
- Business Insider. (2025, January 28). *The list of major companies laying off staff this year includes Exxon, Starbucks, Oracle, Nike, Scale AI, and more*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/recent-company-layoffs-laying-off-workers-2025>
- Cangiano, S. (2016). Coding as a Way of Thinking - Interview with Casey Reas. *Progetto Grafico*, 13(30), 10-19.
- Casnati, F., Ianniello, A., & Romani, A. (2024). Provocation Through Narratives: New Speculative Design Tools for Human-Non-Human Collaborations. In F. Zanella et al., *Multidisciplinary Aspects of Design*. *Design! OPEN 2022* (pp. 747-755). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-031-49811-4_71
- Childress, J. (2016, May 26). *Head, Hands, Heart & Voice*. Justin Childress. <https://justinchildress.co/head-hands-heart-voice>
- Dal Dosso, S. (2021, October 5). *Micromort, the death-based currency project*. Domus. <https://www.domusweb.it/en/art/gallery/2021/10/05/micromort-the-death-based-currency-project.html>
- Design Council. (2019). *The Double Diamond: A universally accepted depiction of the design process*. Design Council.
- Dezeen. (2025, January 28). *Dezeen survey points to "broken" architecture and design industry*. Dezeen. <https://www.dezeen.com/2025/01/28/working-survey-architecture-design-industry-broken/>
- Dilnot, C. (1982/2019). Design as a socially significant activity. In E. Resnick (Ed.), *The Social Design Reader* (pp. 63-72). Bloomsbury Visual Arts.
- DiSalvo, C. (2012). *Adversarial Design*. MIT Press.
- Frascara, J., & Winkler, D. (2008). Jorge Frascara and Dietmar Winkler. On Design Research. *Design Research Quarterly*, 3(3), 4-14. <https://dl.designresearchsociety.org/design-research-quarterly/8/>
- Frayling, C. (1993). Research in art and design. *Royal College of Art Research Papers*, 1(1), 1-5.
- Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. Earthscan.
- Galdon, F., & Hall, A. (2022). (Un)Frayling design research in design education for the 21st Century. *The Design Journal*, 25(6), 915-933. <https://doi.org/10.1080/14606925.2022.2112861>
- Garland, K. (1964/2019). *Here are some things we must do*. In E. Resnick (Ed.), *The social design reader* (pp. 49-56). Bloomsbury Visual Arts.
- Ito, J. (2014, October 2). *Antidisciplinary*. Joi Ito's Web. <https://joi.ito.com/weblog/2014/10/02/antidisciplinar.html>
- Ito, J. (2016, January 12). Design and Science. *Journal of Design and Science*. MIT Media Lab. <http://jods.mitpress.mit.edu/pub/designandscience>
- Julier, G. (2019). Keeping the system going: Social design and the reproduction of inequalities in neoliberal times. *Design Issues*, 35(4), 12-22. https://doi.org/10.1162/desi_a_00560
- Kalman, T., & Jacobs, K. (1990). *We're here to be bad*. *Print*, 44(2), 122-125.
- Lawson, B. (1990). *How designers think: The design process demystified* (2nd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Lorusso, S. (2021). *Entreprecariat: Everyone is an entrepreneur. Nobody is safe*. Eindhoven, The Netherlands: Onomatopee.
- Lukens, J., & DiSalvo, C. (2012). Speculative Design and Technological Fluency. *International Journal of Learning and Media*, 3(4), 23-40. http://doi.org/10.1162/IJLM_a_00080
- Man, A. (2025, February 4). *How AI is changing the graphic design professional career*. Custom Career Content, Toppel Career Center, University of Miami. <https://customcareer.miami.edu/blog/2025/02/04/how-ai-is-changing-the-graphic-design-professional-career/>
- McCoy, K. (1997). Professional design and visual ideology. In M. Bierut et al. (Eds.), *Looking Closer 2: Critical writings on graphic design* (pp. 160-165). Allworth Press.
- Medina, J. (2012). *The Epistemology of Resistance: Gender and Racial Oppression, Epistemic Injustice, and Resistant Imaginations*. Oxford University Press.
- Micromort (@micromort_org). (2020). *Instagram profile* [Instagram profile]. Instagram. Retrieved January 10, 2026, from https://www.instagram.com/micromort_org/
- Mitrović, I. (2016). Introduction to Speculative Design Practice. In I. Mitrović, & O. Šuran, *Speculative - Post-Design Practice or New Utopia?* (pp. 5-12). Ministry of Culture of the Republic of Croatia & Croatian Designers Association.
- Papanek, V. (1971). *Design for the real world: Human ecology and social change*. Pantheon Books.
- Resnick, E. (2019). Introduction. In E. Resnick (Ed.), *The Social Design Reader* (pp. 39-46). Bloomsbury Visual Arts.
- Schön, D. A. (1983). *The reflective practitioner: How professionals think in action*. Basic Books.
- Steiner, A. (1978). *Il mestiere del grafico*. Einaudi.
- Tonkinwise, C. (2015). Is Social Design a Thing? In E. Resnick (Ed.), *The Social Design Reader* (pp. 9-17). Bloomsbury Visual Arts.
- World Economic Forum. (2025). *Future of Jobs Report 2025*. https://reports.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_Report_2025.pdf

ACKNOWLEDGEMENTS

Gli autori desiderano ringraziare i docenti e i colleghi che hanno lavorato nel Laboratorio di Sintesi Finale CI: i professori Andrea Braccaloni, Pietro Buffa, Alessandro Masserdotti e Giacomo Scandolara, gli assistenti Marcello J. Biffi, Davide Bruno, Alberto Candido, Martina Esposito, Pietro Forino, Antonio Garosi, Michele Invernizzi, Adele Mazzali, Andrea Pronzati, Ernesto Voltaggio. Grazie a loro è stato possibile avviare, gestire e condividere una pratica di progettazione antidisciplinare in un contesto educativo.

Un pensiero di gratitudine va quindi a tutti gli studenti che, nel corso degli anni, hanno accettato la sfida.

The authors would like to thank the teachers and colleagues who worked in the Final Synthesis Studio CI: professors Andrea Braccaloni, Pietro Buffa, Alessandro Masserdotti and Giacomo Scandolara, assistants Marcello J. Biffi, Davide Bruno, Alberto Candido, Martina Esposito, Pietro Forino, Antonio Garosi, Michele Invernizzi, Adele Mazzali, Andrea Pronzati and Ernesto Voltaggio. Thanks to them, it was possible to launch, manage and share an interdisciplinary design practice in an educational context. We would also like to express our gratitude to all the students who, over the years, have accepted the challenge.

BIO

Francesco E. Guida

Laurea magistrale in Architettura e dottorato di ricerca in Design e Tecnologia per la Valorizzazione dei Beni Culturali. È professore associato presso il Dipartimento di Design e insegna Design della Comunicazione alla Scuola del Design del Politecnico di Milano. Presidente AIAP, Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva (2025-2028).

MSc in Architecture and PhD in Design and Technology for the Enhancement of Cultural Heritage.

He is an associate professor at the Department of Design and teaches Communication Design at the School of Design at Politecnico di Milano. AIAP, Italian Association of Visual Communication Design's President (2025-2028).

Enrico Isidori

Designer della comunicazione e artista. Lavora come assistente didattico e di ricerca al Politecnico di Milano, dove indaga approcci antidisciplinari attraverso modelli dei processi di progettazione.

Communication designer and artist. He works as a teaching and research assistant at the Politecnico di Milano, where he explores interdisciplinary approaches through models of design processes.

Claudia Tranti

Laureata magistrale in Design della Comunicazione e assistente alla didattica presso il Politecnico di Milano. Dopo 5 anni di esperienza come visual e UX/UI designer, attualmente lavora come designer della comunicazione freelance ed è una ricercatrice indipendente.


She is a master's graduate in Communication Design and a teaching assistant at Politecnico di Milano. After 5 years of experience as a visual and UX/UI designer, she currently works as a freelance communication designer and independent researcher.

DESIGN ACTIVISM FOR QUEER FUTURES

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


218 – 235

Irene Fiesoli

 [0000-0003-4724-286X](https://orcid.org/0000-0003-4724-286X)


Università degli Studi di Firenze
irene.fiesoli@unifi.it

Denise de Spirito

 [0000-0002-4540-4768](https://orcid.org/0000-0002-4540-4768)

Università degli Studi di Firenze
denise.despirito@unifi.it

Eleonora D'Ascenzi

 [0000-0003-2880-269X](https://orcid.org/0000-0003-2880-269X)

Università degli Studi di Firenze
eleonora.dascenzi@unifi.it

Gabriele Pontillo

 [0000-0001-5839-7838](https://orcid.org/0000-0001-5839-7838)

Università degli Studi di Firenze
gabriele.pontillo@unifi.it

Il contributo esplora il ruolo del design - in particolare del communication design - come pratica politica capace di generare infrastrutture culturali queer attraverso metodologie aperte, partecipative e situate. In un contesto in cui la comunicazione produce e regola immaginari pubblici, la ricerca indaga come l'open design e le prospettive *queer-informed* possano superare le logiche rappresentazionali e trasformare il design in un dispositivo di attivazione sociale. Il quadro teorico intreccia *queer theory*, open design e pedagogie critiche, mettendo in luce il potenziale del design come processo di *world-building* e come pratica educativa orientata all'*empowerment* e alla co-produzione di conoscenza.

La metodologia adottata si fonda sul co-design immersivo, inteso come processo ricorsivo e comunitario attraverso cui emergono soluzioni, narrazioni e risorse adattabili ai contesti. In questa prospettiva, il design produce infrastrutture abilitanti, toolkit, archivi dinamici e repertori comunicativi aperti, pensati per sostenere forme di attivismo durature.

A supporto di tali riflessioni vengono descritte due idee di progetto

- *Queer Generative Futures e Queering Learning* - che mostrano come tali principi possano tradursi in modelli operativi. Il primo propone un festival diffuso come forma di "agopuntura sociale", capace di generare pratiche attiviste collettive nei margini urbani. Il secondo estende l'approccio a una scala transnazionale, sviluppando una piattaforma di apprendimento queer che riconfigura territori, saperi e ruoli educativi attraverso strumenti di co-creazione e governance partecipata. Infine, il contributo discute criticamente tensioni e limiti, tra cui il rischio di *tokenismo*, la riproduzione di bias nelle infrastrutture digitali e il confronto con logiche istituzionali verticali. L'insieme dei risultati suggerisce che il design, quando attivato attraverso metodologie *queer*, possa produrre non solo rappresentazioni ma mondi: futuri condivisi, plurali e trasformativi.

219

Il contesto di riferimento:

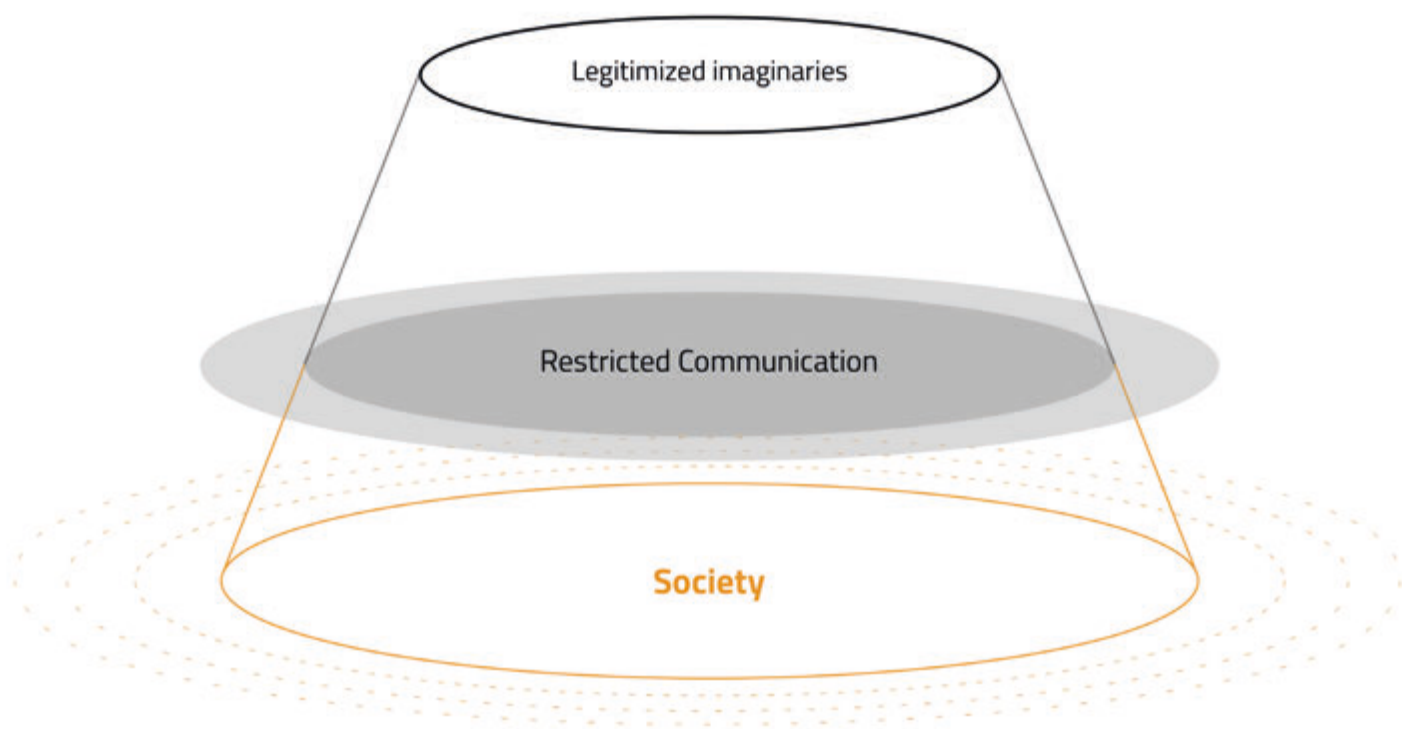
design e comunità in trasformazione

Negli ultimi anni il design, ed in particolare il communication design, è tornato al centro di un dibattito che ne evidenzia la natura profondamente politica. La comunicazione, infatti, appare oggi come uno dei principali terreni di conflitto culturale, poiché partecipa alla costruzione degli immaginari pubblici e alla definizione di ciò che viene considerato visibile, dicibile o legittimo in una società. Come si evidenzia anche nell'immagine ④ le norme non sono semplicemente regole astratte ma piuttosto dispositivi che orientano i corpi nello spazio pubblico e ne definiscono la legittimità (Ahmed, 2006).

In questo scenario la comunità *queer* mostra chiaramente come la produzione simbolica non sia mai neutrale: i loro corpi e le loro narrazioni sono stati storicamente sottoposti a forme di marginalizzazione, invisibilizzazione e patologizzazione, che hanno poi trovato espressione anche nei linguaggi visivi e nelle infrastrutture comunicative.

La ricerca presentata si colloca, quindi, in una zona di tensione nella quale il design emerge - in particolare in questo contesto - come una pratica capace non solo di tradurre valori, ma di trasformarli; costruendo, attraverso l'open design e metodologie *queer-informed*, infrastrutture culturali generative in grado di rafforzare l'attivismo e promuovere nuove forme di partecipazione. Il punto di partenza è una domanda: *in che modo il design può contribuire a superare la logica rappresentazionale - spesso estetizzante o commerciale - che domina la comunicazione, per trasformarsi in un dispositivo di attivazione sociale?* L'ipotesi che guida la ricerca ④ è che il design, inteso come pratica culturale e politica, possa diventare un dispositivo di *world-building* (Escobar, 2018), capace di generare nuove relazioni, narrazioni e infrastrutture sociali. L'open design rappresenta un'opportunità per attuare questa visione: esso permette di distribuire agency, aprire processi e costruire strumenti comunicativi replicabili dalla comunità, contribuendo alla diffusione di forme di attivismo resilienti e situate.

Hierarchical Cone of closed Communication Systems



①

Irene Fiesoli, Cono gerarchico dei sistemi comunicativi chiusi, rappresentazione grafica della struttura comunicativa chiusa che seleziona, filtra e gerarchizza gli immaginari sociali considerati legittimi, 2025.

Irene Fiesoli, Hierarchical Cone of closed Communication Systems, graphic representation of a closed communicative structure that selects, filters, and hierarchizes the social imaginaries considered legitimate, 2025.

Genealogie teoriche: queer theory, open design e pratiche di resistenza

Il presente contributo si colloca all'interno di una genealogia teorica che intreccia *queer theory*, open design e pedagogie critiche, assumendo il *queer* non come categoria identitaria o ambito tematico, ma come postura critica, epistemologica e politica. In questa prospettiva, il *queer* opera come dispositivo di interrogazione delle norme che regolano la produzione di soggettività, di immaginari e di conoscenza, rendendo visibili i meccanismi di esclusione e naturalizzazione che attraversano i sistemi culturali e progettuali. A partire dalle elaborazioni della *queer theory*, il *queer* viene inteso come una pratica di disarticolazione dei binarismi e delle strutture di potere che definiscono ciò che è considerato legittimo, rappresentabile o desiderabile. La *queer theory* offre un quadro concettuale essenziale per comprendere la tensione politica alla base di questa ricerca.

221

Sin dagli studi pionieristici di Judith Butler, la teoria *queer* ha evidenziato il carattere performativo e normativo delle identità, mostrando come esse siano costantemente prodotte e regolate da sistemi di potere (Butler, 1990). Parallelamente, José Esteban Muñoz (2009) ha proposto l'idea di un *queer futurity*, una dimensione utopica che non riguarda semplicemente l'identità sessuale, ma la possibilità di immaginare forme di vita dissidenti e collettive. In questo senso, il *queer* non è una categoria ma un processo: un movimento verso ciò che ancora non esiste. Tale visione si integra efficacemente con il design critico e speculativo, che Dunne e Raby (2013) hanno definito come una pratica orientata alla costruzione di scenari e futuri alternativi, capaci di destabilizzare l'ordine dominante. Piuttosto che orientarsi a una progettazione per soggettività *queer*, il contributo propone una progettazione *queer-informed*, ovvero capace di assumere l'instabilità, la pluralità e la contraddizione come risorse progettuali.

In questo senso, il *queer* diventa una lente attraverso cui ripensare il design come pratica situata e trasformativa, che non si limita a rappresentare il mondo, ma contribuisce attivamente a costruirlo. Nel campo del design della comunicazione, tale posizionamento implica un superamento dell'idea di design come strumento neutrale o puramente funzionale. Il design è qui concepito come atto politico e pedagogico, in grado di modellare immaginari, comportamenti e relazioni sociali ②.

Il design - o potremmo anche dire il *Queer Design* (Voss, 2020) - diviene così un terreno di resistenza e immaginazione politica, in cui gli artefatti non sono solo oggetti ma strumenti per problematizzare e trasformare il reale. Il *Queer Design* non si esaurisce quindi nella produzione di artefatti inclusivi, ma si configura come processo critico che mette in discussione le norme estetiche, comunicative e produttive che strutturano il campo progettuale, aprendo spazi per forme alternative di agency e partecipazione. In questo quadro si inserisce l'asse teorico delle pedagogie critiche - in particolare quelle di Paulo Freire (1970) e Bell Hooks (1994) - intese come pratiche orientate all'emancipazione, alla consapevolezza e alla trasformazione sociale. Le pedagogie critiche, a partire da approcci che concepiscono l'educazione come pratica di libertà e come processo di coscientizzazione, offrono un riferimento fondamentale per ripensare il progetto non solo come produzione di output, ma come processo di apprendimento collettivo. L'apprendimento è qui inteso come esperienza situata, relazionale e trasformativa, in cui soggettività e contesti si co-costruiscono attraverso il fare progettuale.

Il dialogo tra *queer theory* e pedagogie critiche consente di concepire il design come spazio di formazione attiva, in cui il co-design diventa un dispositivo pedagogico capace di attivare forme di agency individuale e collettiva. Attraverso pratiche partecipative e immersive, il progetto favorisce la costruzione di soggettività critiche, in grado non solo di leggere il contesto, ma di intervenire su di esso. In questo senso, il design assume una funzione educativa che non mira alla trasmissione di contenuti, bensì alla produzione di consapevolezza, di senso critico e di capacità trasformativa. L'incontro tra queste prospettive e il paradigma dell'open design, inteso secondo il lavoro di Fuad-Luke (2009) come infrastruttura collaborativa, aperta e redistributiva, permette di articolare un approccio progettuale che mette al centro la co-produzione culturale, la trasparenza dei processi e la possibilità di adattamento situato. Il design non produce più soluzioni chiuse, ma frameworks dinamici, repertori condivisi e risorse che la comunità può ritoccare, modificare, ampliare.

L'open design rappresenta il punto di convergenza operativa di questi assi teorici. Fondato su principi di apertura dei processi, condivisione dei saperi e accessibilità, l'open design costituisce una pratica pedagogica e politica che mette in discussione modelli progettuali chiusi e gerarchici. L'apertura diventa così uno strumento per redistribuire l'agency progettuale, valorizzare saperi situati e costruire infrastrutture culturali generative. In questa prospettiva, l'open design non è soltanto una metodologia, ma un ambiente di apprendimento continuo che abilita processi di *world-building* condiviso.

Questa genealogia teorica consente dunque di posizionare il progetto come una pratica di *design queer-informed* e pedagogicamente orientata, in cui teoria, metodo e azione progettuale si intrecciano. Il queer, le pedagogie critiche e l'open design non costituiscono ambiti separati, ma concorrono a definire un approccio progettuale che assume la trasformazione culturale come obiettivo e il processo partecipativo come strumento privilegiato per la sua attivazione.

Metodologia: co-design immersivo e infrastrutture partecipative

La metodologia adottata ③ è fondata sull'idea che il design non sia semplicemente una pratica formale, ma un processo situato che coinvolge corpi, immaginari e territori. Il co-design immersivo rappresenta, in questo senso, la chiave operativa della ricerca: esso non si limita a coinvolgere la comunità come portatrice di bisogni, ma la riconosce come generatrice di conoscenza e come agente trasformativo. Il processo progettuale assume una forma non lineare e ricorsiva.

Le soluzioni emergono dall'incontro tra vissuti, visioni e competenze eterogenee, attraverso sessioni di co-design, momenti performativi, workshop esperienziali e attività di mappatura critica dei territori. Questa ricorsività produce ciò che Manzini (2015) definisce "infrastrutture abilitanti", ossia sistemi aperti che continuano ad evolversi oltre il tempo del progetto (Manzini 2015). Parallelamente, l'apertura dei risultati - intesa non solo come licenza open-source, ma come postura epistemica - permette di costruire repertori comunicativi, toolkit, archivi di pratiche e risorse visive che possono essere riutilizzati e adattati dalla comunità. La replicabilità non è pensata come standardizzazione, ma come possibilità generativa: ogni contesto ridà forma ad un nuovo modello innovativo e maggiormente sostenibile.

222

Progetti di ricerca come casi studio sperimentali applicativi

Il festival *Queer Generative Futures* e il percorso formativo *Queering Learning*, rappresentano due prime sperimentazioni dell'impianto teorico-metodologico trattato nel presente contributo, che nasce dalla consapevolezza che le comunità *queer* - pur caratterizzate da una forte capacità di auto-organizzazione - dispongono raramente di infrastrutture comunicative e culturali progettate in modo condiviso e capaci di promuovere azioni collettive durature. I due progetti, dunque, si articolano e provano a seguire alcune delle roadmap principali emerse dall'analisi precedente e si articolano tra loro in modo armonico ④.

Queer Generative Futures: dal margine al modello generativo

Il progetto *Queer Generative Futures* nasce dall'urgenza di costruire nuove forme di attivismo *transfemminista queer intersezionale* che vadano oltre la semplice rappresentazione simbolica, trasformandosi in azioni concrete, diffuse e partecipative. In un contesto europeo dove spesso mancano reti sociali attive e un supporto politico efficace alle comunità LGBTQIA+, l'iniziativa si pone come catalizzatore di pratiche *glocali* in grado di reinterpretare l'attivismo sperimentando pratiche non gerarchiche, peer to peer, intersezionali e decolonizzate. Il progetto *Queer Generative Futures* si sviluppa a partire dalla costruzione di un framework dinamico per attivare processi di collective decision-making e per la progettazione di festival *queer*, intesi non come eventi isolati ma come strumenti di "agopuntura sociale", capaci di generare impatti tangibili nelle comunità locali e di ispirare forme di attivismo replicabili in altri contesti.

Attraverso un approccio di open e co-design, il progetto intende sviluppare un ecosistema generativo capace di attivare processi dal basso per la creazione di esperienze culturali trasformative: un festival diffuso, articolato in esperienze immersive e site-specific, che si strutturerà come piattaforma partecipativa di sperimentazione sociale. Questo modello, che parte da luoghi - fisici e simbolici - periferici, marginali e *queer* si propone di risignificare lo spazio pubblico e le narrazioni collettive attraverso pratiche artistiche ibride, azioni performative, momenti formativi e spazi di confronto aperti.

Le esperienze immersive, pensate per stimolare un coinvolgimento diretto e sensoriale, agiscono come dispositivi di rottura e consapevolezza, contrapponendosi a strategie di sensibilizzazione superficiali o performative. La progettazione delle attività è aperta ad artiste, attiviste, designer e comunità, attraverso sessioni di co-design che esplorano temi chiave come: Cos'è l'attivismo oggi? Quali forme può prendere? Come possono collaborare e dialogare diverse forme di attivismo? Come trasformiamo le pratiche individuali in azioni collettive? Come possiamo alimentarlo per rendere l'effetto e l'impatto più duraturo nel lungo termine pur rimanendo permeabili alle trasformazioni socio-culturali? In che modo possiamo riappropriarci dello spazio urbano per renderlo più inclusivo? L'obiettivo è superare l'approccio verticale e centralizzato alla produzione culturale per dar vita a un processo orizzontale, fluido, in grado di espandersi e adattarsi alle diversità territoriali e culturali. A supporto del sistema generativo verrà sviluppata una piattaforma digitale per la condivisione, validazione e disseminazione delle risorse progettate (toolkit di comunicazione, pratiche artistiche, esperienze replicate,

archivi aperti), che fungerà da archivio vivente delle azioni e da strumento decisionale per il coordinamento delle attività. Questo strumento sarà co-progettato per essere accessibile, inclusivo e capace di contrastare i bias di genere ancora presenti nei sistemi digitali odierni e non solo.

L'evento pilota - output del progetto - sarà caratterizzato da una pluralità di festival, strettamente interconnessi tra di loro, che si svolgeranno ai margini delle città dei soggetti partner del progetto. La scelta di collocare gli eventi di ogni singola declinazione del festival ai margini delle città metropolitane deriva non solo dalla volontà di decentralizzare ma soprattutto dal fatto che il margine è la rappresentazione del luogo-cerniera, aperto, fertile, informale e intersezionale. L'obiettivo di questo festival diffuso sarà quello di testare sul campo il framework ideato e di generare un primo ciclo di contenuti e pratiche attiviste co-create. Il festival includerà una fase di osservazione e validazione, utile a raccogliere feedback dalla comunità locale e generare un piano di follow-up scalabile, per diffondere il modello a livello europeo.

Queering Learning: design, pedagogie queer e piattaforme transnazionali

Il passaggio dalla dimensione territoriale a quella educativa si concretizza in *Queering Learning*, un progetto che estende la sperimentazione a una scala transnazionale attraverso una piattaforma di apprendimento *queer*. *Queering Learning* si configura come un percorso formativo e progettuale rivolto a soggettività e contesti educativi interessati a sperimentare pratiche di apprendimento critico attraverso il design.

Il potenziale target di riferimento include, in particolare, studente e docenti in ambito design, arti visive e comunicazione, educatore e formatore attivo in contesti non formali, operatore culturali, nonché attiviste e membri di comunità *queer* coinvolti in processi di produzione culturale e educativa. Il progetto è pensato per essere adattabile a diversi contesti - istituzionali, indipendenti o comunitari - mantenendo una forte attenzione alla dimensione situata dell'apprendimento. L'obiettivo di *Queering Learning* non è la trasmissione di contenuti predefiniti, ma l'attivazione di processi di consapevolezza critica e agency collettiva.

In questa nuova configurazione, la metodologia descritta nei capitoli precedenti non viene semplicemente trasferita, ma riorganizzata criticamente: i territori diventano ambienti didattici e pratiche di co-design si trasformano in dispositivi pedagogici capaci di generare consapevolezza critica, agency collettiva e forme di

apprendimento situato; il design viene assunto come dispositivo pedagogico, capace di mettere in discussione norme, linguaggi e immaginari dominanti, e di favorire la costruzione condivisa di saperi.

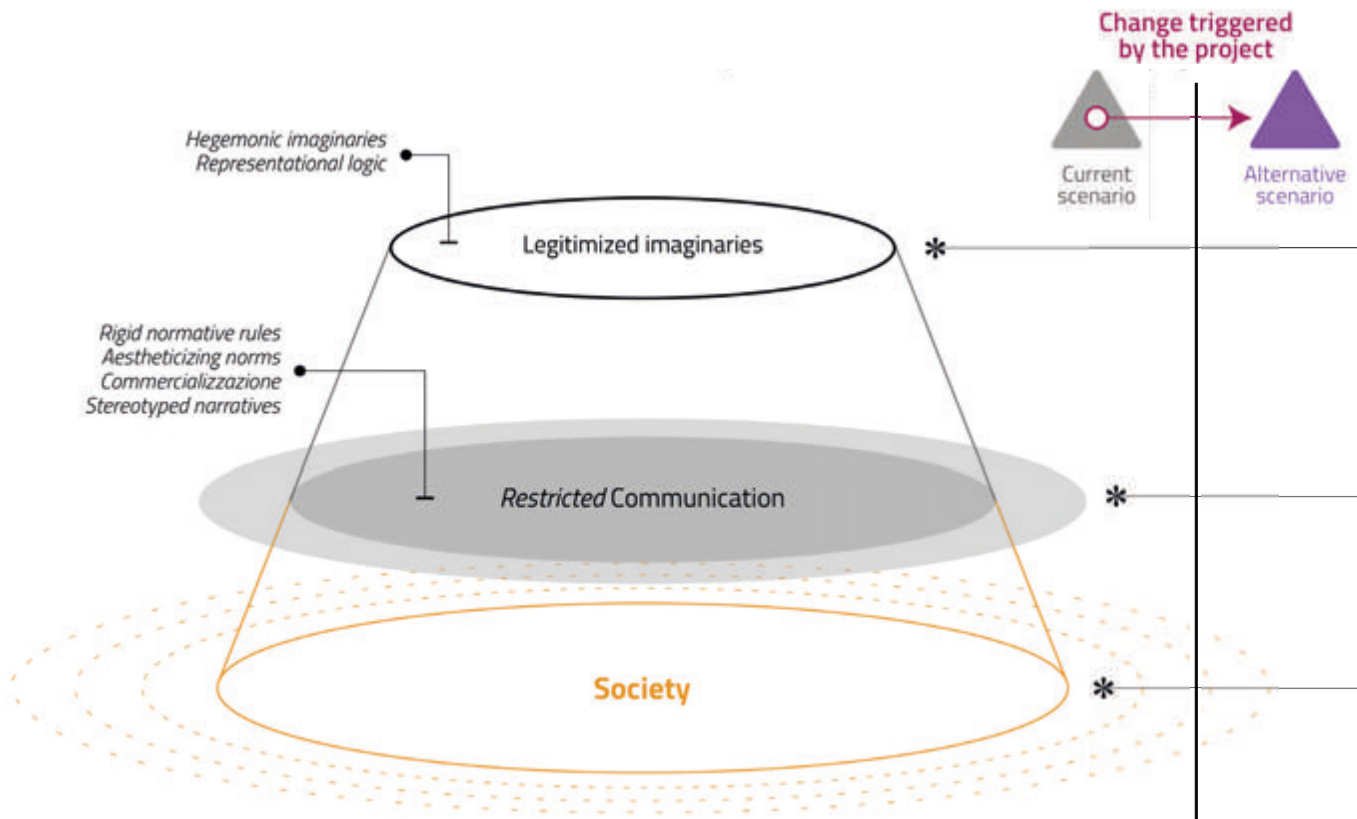
Il percorso formativo non si limita a incorporare tematiche *queer*, ma assume una *postura queer*, si articola attraverso pratiche di co-design immersivo, in cui l'apprendimento avviene mediante l'esperienza, la riflessione critica e la produzione progettuale collettiva, mettendo in discussione gerarchie, ruoli, linguaggi e assetti istituzionali propri del mondo universitario.

Dal punto di vista operativo, *Queering Learning* può concretizzarsi attraverso una serie di pratiche formative esemplificative, tra cui: workshop esperienziali basati su esercizi di mappatura critica dei contesti educativi e culturali, finalizzati a rendere visibili dinamiche di esclusione, gerarchie implicite e norme non dichiarate; laboratori di co-design orientati alla progettazione di dispositivi pedagogici *queer-informed* (toolkit didattici, format di laboratorio, risorse visive e narrative), sviluppati a partire dai bisogni e dalle esperienze dei partecipanti; sessioni di *world-building* educativo, in cui i partecipanti sono invitati a immaginare e prototipare scenari formativi alternativi, capaci di integrare pratiche di inclusione, pluralità e auto-determinazione; momenti di riflessione collettiva, intesi come spazi di rielaborazione critica dell'esperienza, in cui il processo di apprendimento viene reso esplicito e condiviso.

La gestione di tutta la struttura formativa è supportata da una piattaforma digitale, configurata allo stesso tempo come un archivio dinamico, uno spazio di co-creazione e uno strumento di governance partecipata. Al suo interno confluiscono moduli formativi, risorse visive, toolkit metodologici, narrazioni, pratiche artistiche e materiali di analisi dagli ambiti tematico-didattici coinvolti. Tale infrastruttura non è un semplice repository, ma un luogo liminale tra istituzione e attivismo, un'interfaccia capace di ibridare formazione accademica, pratiche *community-based* e processi di autoformazione *queer*. Attraverso questo dispositivo, l'Università viene ripensata come spazio plurale, permeabile e situato, in linea con le pedagogie trasformative, le teorie della conoscenza incarnata e i modelli di apprendimento distribuito e *peer-to-peer*.

Attraverso queste pratiche, *Queering Learning* mira a costruire territori didattici sperimentali, intesi non come spazi chiusi o modelli prescrittivi, ma come ambienti di apprendimento aperti, replicabili e adattabili. In questo senso, il percorso formativo si propone come un'infrastruttura abilitante che consente ai partecipanti di sviluppare competenze critiche, progettuali e relazionali, rafforzando la capacità di leggere e trasformare il contesto in cui operano.

Hierarchical Cone of closed Communication Systems

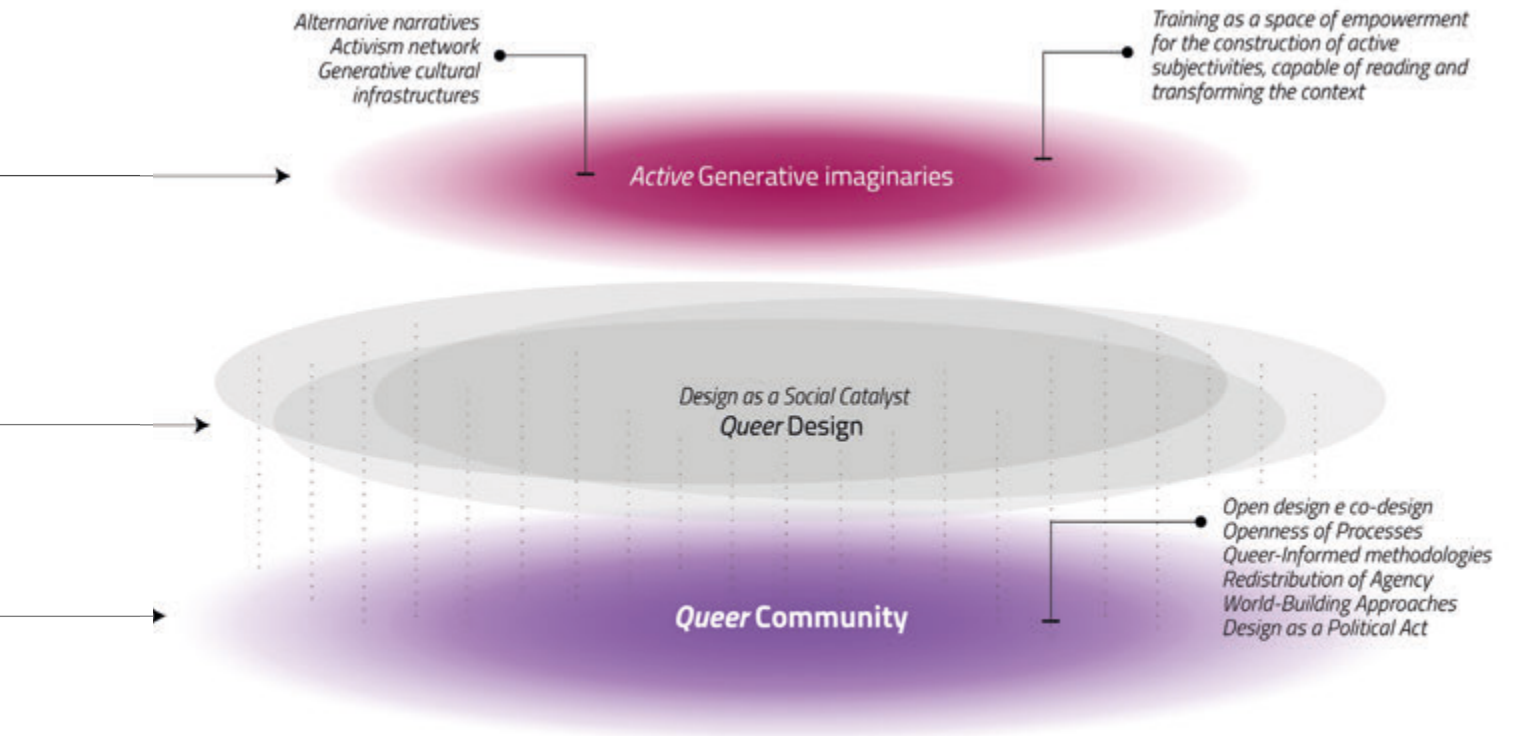


②

Irene Fiesoli, *The Queer Blooming Cone*,
 Processo generativo di ribaltamento degli
 immaginari legati alla comunicazione chiusa
 mediante pratiche queer di co-design che
 attivano scenari alternativi e infrastrutture
 culturali generative, 2025.

*Irene Fiesoli, The Queer Blooming Cone, generative
 process of overturning imaginaries linked to closed
 communication through queer co-design practices
 that activate alternative scenarios and generative
 cultural infrastructures, 2025.*

The Queer Blooming Cone



Queering Learning si colloca quindi all'intersezione tra pedagogie critiche, pratiche di co-design e approcci *queer-informed*, configurandosi come un dispositivo educativo che utilizza il design non solo come strumento, ma come pratica di emancipazione e trasformazione culturale. In questo quadro, il design assume un ruolo eminentemente pedagogico: diventa una pratica attivista capace di costruire conoscenza attraverso l'esperienza, la riflessione condivisa e la trasformazione dei contesti. Il design funziona come lente critica e come strumento operativo, permettendo di strutturare percorsi di apprendimento che non si esauriscono nella produzione di artefatti, ma generano nuove possibilità di cittadinanza culturale e di critica sociale. La progettazione di processi e strumenti comunicativi non rappresenta dunque la finalità del percorso, ma la condizione attraverso cui studenti, attivisti* e comunità elaborano forme alternative di presenza nello spazio pubblico, ridefiniscono i confini del sapere e producono futuri *queer* collettivamente orientati.

Discussione critica e conclusioni: tensioni, limiti e potenzialità di futuri queer

La relazione tra design e attivismo *queer*, pur offrendo notevoli opportunità, presenta anche tensioni che devono essere affrontate criticamente. Una criticità centrale è il rischio di tokenismo, inteso come l'inclusione solo apparente delle soggettività marginalizzate (ad esempio quelle *queer*), che restano nel concreto prive di reale potere decisionale. Come osserva Costanza-Chock (2020), molte pratiche di design partecipativo producono infatti un'inclusione solamente performativa che non modifica realmente le strutture decisionali. Nei progetti *queer* questo rischio è amplificato, poiché la visibilità concessa alle comunità LGBTQIA+ è spesso simbolica e non accompagnata da una reale redistribuzione del potere. Per evitarlo, è necessario non ridurre la comunità a fonte di testimonianze o a ospite di attività già definite.

Ma al contrario, come per *Queer Generative Futures* e *Queering Learning*, pensare la partecipazione come un mezzo per consentire alla comunità di orientare priorità, contenuti e governance. Superare il tokenismo significa garantire che la presenza *queer* sia strutturale e trasformativa, condizione essenziale per stimolare la produzione di infrastrutture culturali durature e futuri condivisi.

Un secondo elemento critico riguarda le piattaforme digitali. Anche gli strumenti open-source, infatti, possono riprodurre bias di genere o di accesso,

se non vengono progettati attraverso un processo di critica sistemica delle infrastrutture tecnologiche. Infine, la tensione con le istituzioni rimane centrale: introdurre pratiche *queer* in università e enti pubblici significa spesso confrontarsi con logiche amministrative verticali e con procedure che faticano a riconoscere la complessità delle differenze. Queste tensioni, tuttavia, non rappresentano ostacoli, ma luoghi di trasformazione. Sono esse a rendere il design uno spazio politico: un campo in cui emergono fratture, conflitti e possibilità di reimmaginazione delle relazioni sociali.

Le precedenti riflessioni sui limiti dei progetti presentati rendono necessario affrontare la scelta intenzionale di non adottare un modello di governance centralizzato, coerente con un approccio *queer-informed* e con i principi dell'open design. Se da un lato tale scelta favorisce processi orizzontali, situati e partecipativi, dall'altro solleva interrogativi rilevanti in termini di fattibilità operativa, continuità e sostenibilità nel tempo, in particolare per progetti che ambiscono a generare ecosistemi culturali e formativi duraturi. L'assenza di una governance definita comporta una tensione tra apertura dei processi e necessità di coordinamento e cura delle infrastrutture progettuali attivate; limite che non viene inteso come una mancanza da colmare, ma come uno spazio di sperimentazione aperto, un'opportunità che invita a esplorare forme di governance distribuita, temporanea e comunitaria, capaci di emergere dai contesti e dalle comunità coinvolte. In questa prospettiva, la sostenibilità dei progetti non è garantita a priori, ma si costruisce nel tempo come un processo relazionale e culturale, fondato sull'uso, sull'appropriazione e sulla cura condivisa dei dispositivi progettuali.

Concludendo, il percorso qui delineato mostra come il design possa diventare un agente attivo nella costruzione di futuri *queer*. Attraverso l'open design, il co-design immersivo e le pedagogie critiche, è possibile generare infrastrutture culturali che superano la logica dell'emergenza o dell'evento, orientandosi verso processi di lunga durata, capaci di produrre trasformazioni sistemiche. Le "tracce al margine" generate da *Queer Generative Futures* e *Queering Learning* costituiscono le prime manifestazioni di un ecosistema culturale in divenire: un organismo aperto, adattabile, plurale, che cresce attraverso la partecipazione e la cura. La sfida è continuare a nutrire questo ecosistema affinché possa produrre non solo simboli, ma infrastrutture. Non solo rappresentazioni, ma mondi e futuri condivisi.

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

*Design Activism, Queer, Transformative Design,
Open Design, Social Innovation*

227

Abstract

The contribution examines the role of design – particularly communication design – as a political practice capable of generating queer cultural infrastructures through open, participatory, and situated methodologies. In a context in which communication actively produces and regulates public imaginaries, the research explores how open design and *queer-informed* perspectives can move beyond representational logics, transforming design into a device for social activation. The theoretical framework brings together *queer theory*, open design, and critical pedagogies, framing design both as a *world-building* process and as an educational practice oriented toward *empowerment* and the co-production of knowledge.

The methodology is grounded in immersive co-design, understood as a recursive and community-driven process through which solutions, narratives, and context-sensitive resources emerge. From this perspective, design enables the production of infrastructures, toolkits, dynamic archives, and open communicative repertoires conceived to sustain long-term forms of activism.

Two project-based research trajectories – *Queer Generative Futures and Queering Learning* – are presented as illustrative models. The former proposes a distributed festival as a form of “social acupuncture,” capable of activating collective activist practices in urban margins. The latter extends the approach to a transnational scale through a queer

learning platform that reconfigures territories, knowledges, and educational roles via co-creation and participatory governance. Finally, the contribution critically addresses key tensions and limitations, including the risk of *tokenism*, the reproduction of bias within digital infrastructures, and the challenges posed by vertical institutional logics. Overall, the paper argues that design, when activated through *queer* methodologies, can produce not only representations but worlds: shared, plural, and transformative futures.

Reference context: design and communities in transformation

In recent years, design – and particularly communication design – has returned to the center of a debate that highlights its profoundly political nature. Communication today emerges as one of the main arenas of cultural conflict, as it actively participates in the construction of public imaginaries and in defining what is considered visible, sayable, or legitimate within society. As also illustrated in ①, norms are not merely abstract rules but rather dispositifs that orient bodies within public space and determine their legitimacy (Ahmed, 2006).

Within this scenario, *queer* communities clearly reveal how symbolic production is never neutral: their bodies and narratives have historically been subjected to marginalization, invisibilization, and pathologization, processes that have also materialized within visual languages and communicative infrastructures. The research presented here situates itself within this zone of tension, where design – particularly in this context – emerges as a practice capable not only of translating values, but of transforming them. Through open design and *queer-informed* methodologies, design can construct generative cultural infrastructures that strengthen activism and foster new forms of participation. The starting point of this research is a central question: *how can design move beyond the representational logic – often aestheticized or commercial – that dominates communication, and instead become a device for social activation?*

The guiding hypothesis of the research ② is that design, understood as a cultural and political practice, can operate as a device of *world-building* (Escobar, 2018), capable of generating new relationships, narratives, and social infrastructures. Open design represents a key opportunity to enact this vision: by distributing agency, opening processes, and constructing communicative tools that can be replicated and adapted by communities, it contributes to the diffusion of resilient, situated forms of activism.

Theoretical genealogies: queer theory, open design, and practices of resistance

This contribution is situated within a theoretical genealogy that interweaves *queer theory*, open design, and critical pedagogies, approaching the *queer* not as an identity category or thematic field, but as a critical, epistemological, and political stance. From this perspective, the *queer* functions as a dispositif that interrogates the norms regulating the production of subjectivities, imaginaries, and knowledge, making visible the mechanisms of exclusion and naturalization embedded within cultural and design systems. Drawing from *queer theory*, the *queer* is understood as a practice of disarticulating binaries and power structures that define what is considered legitimate, representable, or desirable. *Queer theory* provides an essential conceptual framework for understanding the political tension underlying this research.

228

Since Judith Butler's seminal work, *queer theory* has highlighted the performative and normative nature of identities, showing how they are continuously produced and regulated by power systems (Butler, 1990). In parallel, José Esteban Muñoz (2009) introduced the concept of *queer futurity* – a utopian dimension that extends beyond sexual identity to encompass the possibility of imagining dissident, collective forms of life. In this sense, the *queer* is not a category but a process: a movement toward what does not yet exist. This vision aligns effectively with critical and speculative design, which Dunne and Raby (2013) describe as a practice oriented toward constructing alternative scenarios and futures capable of destabilizing the dominant order.

Rather than proposing design for *queer* subjectivities, this contribution advances a *queer-informed design approach*, one that embraces instability, plurality, and contradiction as design resources. Here, the *queer* becomes a lens through which design is rethought as a situated and transformative practice – one that does not merely represent the world but actively participates in its construction. Within communication design, this positioning implies moving beyond the notion of design as a neutral or purely functional tool. Design is instead conceived as a political and pedagogical act capable of shaping imaginaries, behaviors, and social relations ②. Design – or what might also be termed *Queer Design* (Voss, 2020) – thus becomes a terrain of resistance and political imagination, where artifacts are not simply objects but instruments for problematizing

and transforming reality. *Queer Design* does not limit itself to producing inclusive artifacts; rather, it operates as a critical process that challenges the aesthetic, communicative, and productive norms structuring the design field, opening spaces for alternative forms of agency and participation. Within this framework, the axis of critical pedagogies – particularly those articulated by Paulo Freire (1970) and bell hooks (1994) – plays a central role. These pedagogies, grounded in emancipation, critical awareness, and social transformation, offer a key reference for rethinking design not merely as the production of outputs but as a process of collective learning. Learning is understood here as a situated, relational, and transformative experience, in which subjectivities and contexts are co-constructed through design practice.

The dialogue between *queer theory* and critical pedagogies enables design to be conceived as a space of active formation, where co-design becomes a pedagogical dispositif capable of activating individual and collective agency. Through participatory and immersive practices, design fosters the construction of critical subjectivities able not only to read contexts but to intervene within them. In this sense, design assumes an educational function oriented not toward content transmission, but toward the production of critical awareness, reflexivity, and transformative capacity. This perspective converges with the paradigm of open design, understood following Fuad-Luke (2009) as a collaborative, open, and redistributive infrastructure. Open design enables an approach centered on cultural co-production, process transparency, and situated adaptability. Design no longer delivers closed solutions but dynamic frameworks, shared repertoires, and resources that communities can modify, expand, and reconfigure.

Open design thus represents the operational point of convergence of these theoretical axes. Grounded in principles of process openness, knowledge sharing, and accessibility, open design functions as both a pedagogical and political practice that challenges closed and hierarchical design models. Openness becomes a tool for redistributing design agency, valuing situated knowledges, and constructing generative cultural infrastructures. From this standpoint, open design is not merely a methodology but a continuous learning environment that enables shared *world-building* processes. This theoretical genealogy positions the project as a *queer-informed* and pedagogically oriented design practice, in which theory, method, and design action are deeply intertwined. *Queer theory*, critical pedagogies, and open design are not separate domains but

collectively define an approach that takes cultural transformation as its objective and participatory processes as its primary means of activation.

Methodology: immersive co-design and participatory infrastructures

The adopted methodology ③ is grounded in the understanding of design not as a purely formal practice, but as a situated process involving bodies, imaginaries, and territories. Immersive co-design constitutes the core operational strategy of the research: it does not simply involve communities as bearers of needs, but recognizes them as producers of knowledge and agents of transformation. The design process assumes a non-linear and recursive structure. Solutions emerge through the encounter of lived experiences, visions, and heterogeneous competencies, facilitated by co-design sessions, performative moments, experiential workshops, and practices of critical territorial mapping. These recursive dynamic produces what Manzini (2015) defines as enabling infrastructures – open systems that continue to evolve beyond the temporal boundaries of the project itself.

Simultaneously, the openness of outcomes – understood not only in terms of open-source licensing but as an epistemic stance – enables the construction of communicative repertoires, toolkits, archives of practices, and visual resources that can be reused and adapted by communities.

229

Replicability is not conceived as standardization, but as a generative possibility, whereby each context reshapes the model into a new, locally grounded, and more sustainable configuration.

Research projects as experimental case studies

The *Queer Generative Futures* festival and the *Queering Learning* educational pathway represent two initial experimental applications of the theoretical – methodological framework outlined in this contribution. Both projects arise from the awareness that *queer* communities – despite their strong capacity for self-organization – often lack shared, collaboratively designed communicative and cultural infrastructures capable of sustaining long-term collective action. The two projects articulate and complement one another, following the main roadmaps emerging from the preceding analysis ④.

Queer Generative Futures: from the margin to a generative model

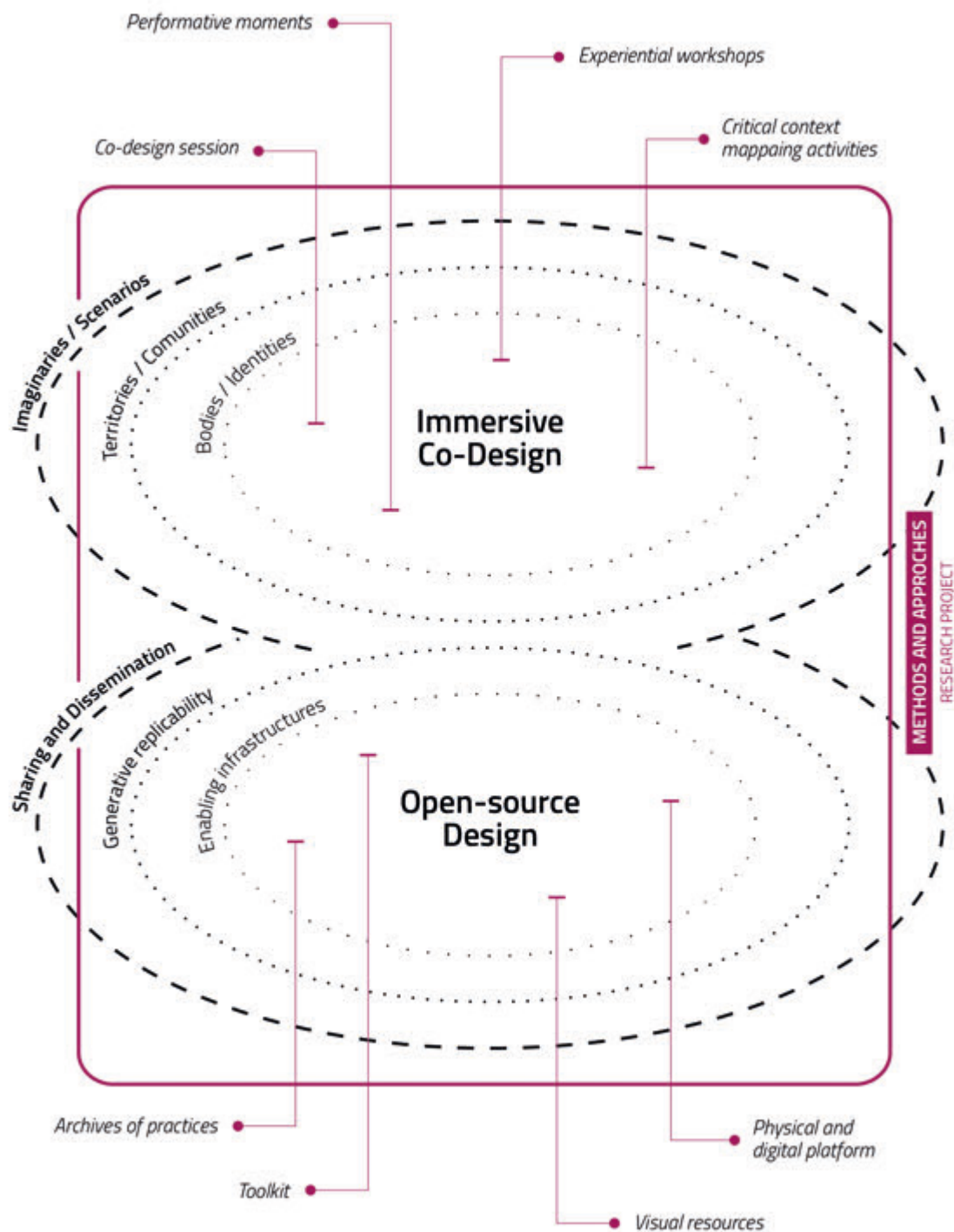
Queer Generative Futures emerges from the urgency to construct new forms of *intersectional transfeminist queer* activism that move beyond symbolic representation and

translate into concrete, distributed, and participatory action. Within a European context where active social networks and effective political support for LGBTQIA+ communities are often lacking, the initiative operates as a catalyst for *glocal* practices that reinterpret activism through non-hierarchical, peer-to-peer, intersectional, and decolonized approaches.

The project develops through the construction of a dynamic framework designed to activate collective decision-making processes and to support the design of *queer* festivals conceived not as isolated events, but as tools of “social acupuncture” capable of generating tangible impacts within local communities and inspiring replicable activist practices in other contexts. Through open and co-design approaches, the project aims to create a generative ecosystem that activates bottom-up processes for producing transformative cultural experiences: a distributed festival structured through immersive and site-specific experiences, functioning as a participatory platform for social experimentation. Starting from peripheral, marginal, and *queer* spaces – both physical and symbolic – the model seeks to re-signify public space and collective narratives through hybrid artistic practices, performative actions, educational moments, and open spaces for dialogue.

Immersive experiences are designed to foster direct, sensory engagement, acting as dispositifs of rupture and critical awareness in opposition to superficial or performative awareness-raising strategies. The design of activities is open to artists, activists, designers, and communities through co-design sessions addressing key questions such as:
What is activism today? What forms can it take?
How can different activist practices collaborate and dialogue?
How can individual practices be transformed into collective action? How can activism be sustained over time while remaining responsive to socio-cultural transformations?
How can urban space be reclaimed and reimagined as inclusive?

The aim is to overcome vertical and centralized models of cultural production in favor of a horizontal, fluid process capable of expanding and adapting to diverse territorial and cultural contexts. To support this generative system, a digital platform will be developed for sharing, validating, and disseminating designed resources (communication toolkits, artistic practices, replicated experiences, open archives). The platform will function both as a living archive and as a decision-making tool for coordinating activities. It will be co-designed to ensure accessibility, inclusivity, and the mitigation of gender and access biases still prevalent within contemporary digital systems.



③

Irene Fiesoli, Project methodology: co-design immersivo e open-source design, rappresentazione grafica dell'interazione tra pratiche immersive, approcci partecipativi e processi di open design che genera infrastrutture abilitanti, repertori condivisi e risorse replicabili all'interno dei progetti di ricerca presentati, 2025.

Irene Fiesoli, Project methodology: co-design immersivo e open-source design, graphic representation of the interaction between immersive practices, participatory approaches, and open design processes that generate enabling infrastructures, shared repertoires, and replicable resources within the presented research projects, 2025.

The project's pilot output will consist of a plurality of interconnected festivals hosted at the margins of partner cities. The choice to locate events at urban margins is not only driven by decentralization but by recognizing the margin as a hinge-space: open, fertile, informal, and intersectional. The distributed festival will serve to test the proposed framework in situ and to generate an initial cycle of co-created activist content and practices. An observation and validation phase will collect community feedback and inform a scalable follow-up plan aimed at disseminating the model at a European level.

Queering Learning: design, queer pedagogies, and transnational platforms

The transition from territorial to educational dimensions takes shape in *Queering Learning*, a project that extends the experimentation to a transnational scale through a *queer* learning platform.

Queering Learning is conceived as a formative and design-oriented pathway for subjects and educational contexts interested in experimenting with critical learning practices through design.

Its target audience includes, in particular, students and educators in design, visual arts, and communication; educators working in non-formal contexts; cultural operators; activists; and members of *queer* communities engaged in cultural and educational production.

The project is designed to be adaptable across institutional, independent, and community-based contexts, while maintaining strong attention to the situated nature of learning. Its goal is not the transmission of predefined content, but the activation of processes of critical awareness and collective agency.

In this configuration, the methodology outlined in previous sections is not simply transferred but critically rearticulated: territories become learning environments; co-design practices are transformed into pedagogical dispositifs capable of generating critical awareness, collective agency, and situated learning; and design is adopted as a pedagogical device that questions dominant norms, languages, and imaginaries while fostering shared knowledge construction.

The learning pathway does not merely incorporate *queer* themes but adopts a *queer stance*. It unfolds through immersive co-design practices in which learning occurs

through experience, critical reflection, and collective design production, challenging hierarchies, roles, languages, and institutional structures characteristic of academic environments.

Operationally, *Queering Learning* materializes through a range of exemplary educational practices, including: experiential workshops based on critical mapping of educational and cultural contexts to reveal exclusionary dynamics, implicit hierarchies, and unspoken norms; co-design laboratories focused on developing *queer-informed* pedagogical devices (educational toolkits, workshop formats, visual and narrative resources) grounded in participants' lived experiences; educational *world-building* sessions in which participants imagine and prototype alternative learning scenarios integrating inclusion, plurality, and self-determination; and collective reflection moments conceived as spaces for critical re-elaboration of learning experiences.

The entire educational structure is supported by a digital platform functioning simultaneously as a dynamic archive, a space for co-creation, and a tool for participatory governance. It hosts educational modules, visual resources, methodological toolkits, narratives, artistic practices, and analytical materials. This infrastructure is not a simple repository but a liminal space between institution and activism – an interface that hybridizes academic education, *community-based* practices, and *queer* self-education processes. Through this dispositif, the university is reimagined as a plural, permeable, and situated space aligned with transformative pedagogies, embodied knowledge theories, and distributed, *peer-to-peer* learning models.

Through these practices, *Queering Learning* aims to construct experimental educational territories understood not as closed spaces or prescriptive models, but as open, replicable, and adaptable learning environments. The pathway thus functions as an enabling infrastructure that allows participants to develop critical, design, and relational competencies, strengthening their capacity to read and transform their operative contexts. The design of communicative processes and tools therefore does not constitute the ultimate goal of the pathway, but rather the condition through which students, activists, and communities develop alternative forms of presence in the public sphere, redefine the boundaries of knowledge, and collectively produce *queer-oriented* futures.

Critical discussion and conclusions: tensions, limits, and the potential of queer futures

The relationship between design and *queer* activism, while offering significant opportunities, also presents tensions that must be critically addressed. A central

concern is the risk of tokenism, understood as the superficial inclusion of marginalized subjectivities (such as *queer* communities) without granting them real decision-making power. As Costanza-Chock (2020) observes, many participatory design practices result in performative inclusion that fails to transform decision-making structures. In *queer* projects, this risk is amplified, as visibility is often symbolic and not accompanied by genuine power redistribution. Avoiding tokenism requires reframing participation not as consultation but as a means through which communities can actively orient priorities, content, and governance, as exemplified by *Queer Generative Futures* and *Queering Learning*. Overcoming tokenism entails ensuring that *queer* presence is structural and transformative – a necessary condition for producing durable cultural infrastructures and shared futures.

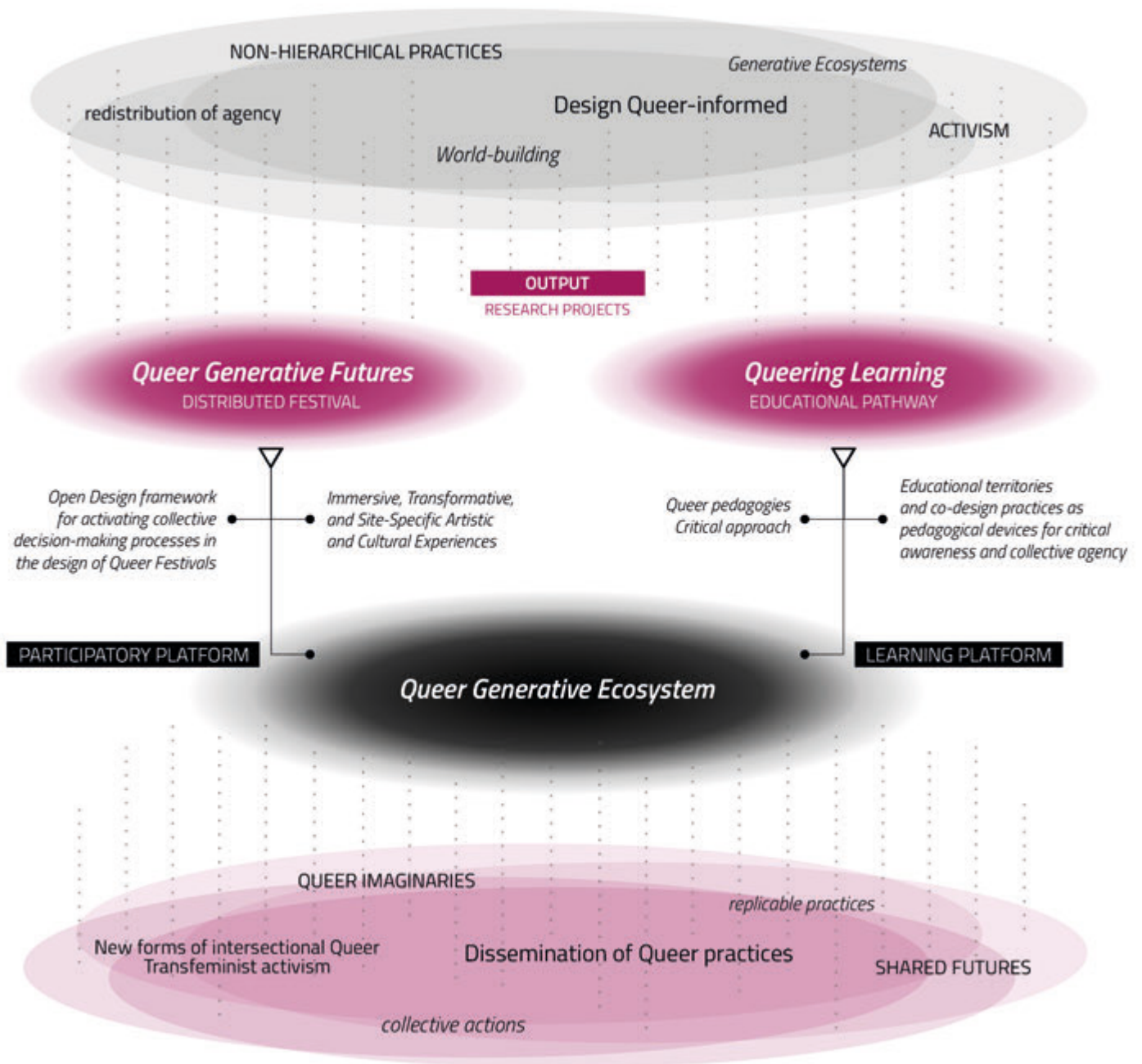
232

A second critical issue concerns digital platforms. Even open-source tools can reproduce gender and access biases if they are not designed through processes of systemic critique of technological infrastructures. Finally, the tension with institutions remains central: introducing *queer* practices within universities and public bodies often entails confronting vertical administrative logics and procedures resistant to complexity and difference. These tensions, however, should not be seen as obstacles but as sites of transformation – spaces where design becomes political, revealing fractures, conflicts, and possibilities for reimagining social relations.

The intentional choice not to adopt centralized governance models, coherent with *queer-informed* and open design principles, further raises questions regarding operational feasibility, continuity, and long-term sustainability. Rather than being perceived as a deficit, this tension is understood as an open experimental space – an invitation to explore distributed, temporary, and community-based forms of governance emerging from contexts and communities themselves. Sustainability is thus not guaranteed a priori but constructed over time as a relational and cultural process rooted in use, appropriation, and shared care of design dispositifs.

In conclusion, this contribution demonstrates how design can become an active agent in the construction of *queer* futures. Through open design, immersive co-design, and critical pedagogies, it is possible to generate cultural infrastructures that move beyond

event-based logics toward long-term processes capable of producing systemic transformation. The “traces at the margins” generated by *Queer Generative Futures* and *Queering Learning* represent early manifestations of an evolving cultural ecosystem – open, adaptable, plural – growing through participation and care. The challenge lies in sustaining this ecosystem so that it can produce not only symbols, but infrastructures; not only representations, but worlds and shared futures.



④ Irene Fiesoli, Struttura Output progetti di ricerca, infografica della struttura dei due output presentati come casi studio della ricerca: il festival diffuso "Queer Generative Futures" e il percorso formativo "Queering Learning", 2025. Irene Fiesoli, *Output structure of Research Projects, infographic of the structure of the two outputs presented as research case studies: the distributed festival "Queer Generative Futures" and the educational pathway "Queering Learning", 2025.*

REFERENCES

- Ahmed, S. (2020). *Queer phenomenology: Orientations, objects, others*. Duke University Press. <https://www.amazon.com/Queer-Phenomenology-Orientations-Objects-Others-ebook/dp/B00EHNZ2FY>
- Butler, J. (2023). *L'alleanza dei corpi. Note per una teoria performativa dell'azione collettiva*. Trad. Zappino, F. (2023). Nottetempo, Collana "Saggi. Figure". <https://www.amazon.it/Lalleanza-corpi-performativa-dellazione-collettiva/dp/8874526326>
- Butler, J. (2020). Performative acts and gender constitution: An essay in phenomenology and feminist theory. In *Feminist theory reader*. Routledge, pp. 353-361. https://www.amherst.edu/system/files/media/1650/butler_performative_acts.pdf
- Butler, J. (2006). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge. <https://www.amazon.com/Gender-Trouble-Feminism-Subversion-Routledge/dp/0415389550>
- Costanza-Chock, S. (2020). *Design justice: Community-led practices to build the worlds we need*. The MIT Press. <https://www.amazon.com/Design-Justice-Community-Led-Practices-Information/dp/0262043459>
- De Leo, M. (2021). *Queer: storia culturale della comunità LGBT+*. Einaudi. <https://www.amazon.it/Queer-Storia-culturale-della-comunit%C3%A0/dp/8806258109>
- Dunne, A., & Raby, F. (2024). *Speculative Everything, With a new preface by the authors: Design, Fiction, and Social Dreaming*. MIT press. <https://www.amazon.com/Speculative-Everything-Design-Fiction-Dreaming/dp/0262019841>
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press. <https://www.amazon.it/Designs-Pluriverse-Radical-Interdependence-Autonomy/dp/0822371057>
- Freire, P. (1970). *Pedagogia degli oppressi*. Trad. Alziati, C. & Bimbi, L. (2022). EGA-Edizioni Gruppo Abele. <https://www.amazon.it/pedagogia-degli-oppressi-Paulo-Freire/dp/8865791799>
- Fuad-Luke, A. (2013). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. Routledge. <https://www.amazon.com/Design-Activism-Beautiful-Strangeness-Sustainable/dp/1844076458>
- Grigoreva, D., Szaszko, B. Minority stress and psychological well-being in queer populations. *Sci Rep* 14, 27084 (2024). <https://doi.org/10.1038/s41598-024-78545-6>
- Halberstam, J. (2022). *L'arte queer del fallimento*. Minimum Fax. <https://www.amazon.it/Larte-queer-fallimento-Jack-Halberstam/dp/8833893286>
- Hooks, B. (2014). *Teaching to transgress: Education as the Practice of Freedom*. Routledge. <https://www.amazon.it/Teaching-Transgress-Education-Practice-Freedom/dp/0415908086>
- Manzini, E. (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. MIT press. <https://www.amazon.com/Design-When-Everybody-Designs-Introduction/dp/0262028603>
- Manzini, E., & Meroni, A. (2017). Catalysing social resources for sustainable changes: Social innovation and community-centred design. In *Product-Service System design for sustainability*. Routledge, pp. 362-379. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781351278003-16/catalysing-social-resources-sustainable-changes-ezio-manzini-anna-meroni>
- Mardell, A. (2016). *The ABC's of LGBT+*. Mango Media Inc. <https://www.amazon.it/ABCs-LGBT-Ashley-Mardell/dp/163353409X>
- Muñoz, J. E. (2019). Cruising utopia: The then and there of queer futurity. In *Cruising Utopia, 10th Anniversary Edition*. New York University press. <https://www.amazon.com/Cruising-Utopia-10th-Anniversary-Futurity/dp/1479874566>
- Voss, J. (2020). *A practical approach to queering design. The future of design is queer. What does that mean in practice?*. Medium. <https://medium.com/queer-design-club/a-practical-approach-to-queering-design-f331bbc948a7>

ACKNOWLEDGEMENTS

Questo articolo è stato scritto in collaborazione attraverso ricerche e riflessioni condivise. Irene Fiesoli: "Genealogie teoriche: queer theory, open design e pratiche di resistenza" e "Discussione critica e conclusioni: tensioni, limiti e potenzialità di futuri queer"; Denise de Spirito: "Metodologia: co-design immersivo e infrastrutture partecipative" e "Queer Generative Futures: dal margine al modello generativo"; Eleonora D'Ascenzi: "Progetti di ricerca come casi studio sperimentali applicativi" e "Queering Learning: design, pedagogie queer e piattaforme transnazionali"; Gabriele Pontillo: "Il contesto di riferimento: design e comunità in trasformazione". Un ringraziamento speciale a Valerio Bellini e Monica Bellomo, ad Arcigay Firenze e all'associazione culturale inQuanto teatro, per il loro contributo ai progetti presentati in questa ricerca e per l'impegno attivo quotidiano sulla tematica trattata.

This article was written collaboratively through shared research and collective reflection. Irene Fiesoli: "Theoretical genealogies: queer theory, open design, and practices of resistance" and "Critical discussion and conclusions: tensions, limits, and the potential of queer futures"; Denise de Spirito: "Methodology: immersive co-design and participatory infrastructures" and "Queer Generative Futures: from the margin to a generative model"; Eleonora D'Ascenzi: "Research projects as experimental case studies" and "Queering Learning: design, queer pedagogies, and transnational platforms"; Gabriele Pontillo: "Reference context: design and communities in transformation". A special thanks to Valerio Bellini and Monica Bellomo, to Arcigay Florence, and to the cultural association inQuanto teatro for their contribution to the projects presented in this research and for their ongoing, active engagement with the issues addressed.

BIO

Irene Fiesoli

Irene Fiesoli è una designer e ricercatrice (RTDB) presso il Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze. È coinvolta nelle attività di ricerca del Sustainable Design Laboratory (UNIFI DIDA), specializzandosi in particolare nei settori del Communication Design, del Digital Design, dello Strategic Design e del Sustainable Design.

Irene Fiesoli is a Designer and a Researcher (RTDB) at the Department of Architecture of the University of Florence. She is involved in research activities at the Sustainable Design Laboratory (UNIFI DIDA), specialising especially in the sectors of Communication Design, Digital Design, Strategic Design and Sustainable Design.

Denise de Spirito

Denise de Spirito è una designer e assegnista di ricerca post-doc presso l'Università di Firenze. Dopo un periodo di ricerca presso Elisava, collabora con il laboratorio LDS. I suoi interessi includono lo strategic design, la traduzione della ricerca, la facilitazione della cooperazione tra università e industria e i processi collaborativi per l'innovazione sociale attraverso il design.

Denise de Spirito is a Designer and a Post-Doc Research Fellow at the University of Florence. After a research period at Elisava, she collaborates with the LDS laboratory. Her interests include strategic design, research translation, university-industry cooperation facilitation and collaborative processes for social innovation through Design.

Eleonora D'Ascenzi

Eleonora D'Ascenzi è assegnista di ricerca post-doc presso l'Università di Firenze e ha conseguito un dottorato in Sustainability and Innovation for the Design of the Built Environment and System Product, curriculum in Design. Fa parte del Design Sustainability Lab, dove la sua ricerca si concentra sulle strategie di comunicazione del design e sull'immersive storytelling design.

Eleonora D'Ascenzi is a Post-Doc Research Fellow at the University of Florence and holds a Ph.D. in Sustainability and Innovation for the Design of the Built Environment and System Product, curriculum in Design. She belongs to the Design Sustainability Lab, where her research focuses on design communication strategies and immersive storytelling design.

Gabriele Pontillo

Gabriele Pontillo è un product designer e ricercatore presso il Dipartimento di Architettura dell'Università di Firenze. I suoi principali ambiti di ricerca includono i sistemi e i processi di produzione sostenibile, l'innovazione guidata dal design, il design parametrico e le nuove tecnologie di produzione.

Gabriele Pontillo is a product designer and Researcher at the Department of Architecture of the University of Florence. His main research areas include sustainable production systems and processes, design-driven innovation, parametric design, and new manufacturing technologies.

LA PISCINA IN CUI TUTTI NUOTIAMO PROGETTARE CONTROCORRENTE TRA NEOLIBERISMO E INFRASTRUTTURE COLLETTIVE

236 – 255

Teresa Pedretti

📧 0009-0002-7981-4789

Libera Università di Bolzano-Bozen

Teresa.pedretti@student.unibz.it

Pietro V. Ambrosini

Collective Campomarzio

ambrosini@campomarzio.name

Letizia Bollini

📧 0000-0001-6491-4838

Libera Università di Bolzano-Bozen

letizia.bollini@unibz.it

Ricerca attraverso la progettazione • Pianificazione Urbana Partecipativa
Progettazione Partecipata • Neoliberalismo • Politica

Questo articolo mira a definire un ruolo politico per il design che ne amplifichi le dimensioni sociali, culturali e politiche. In particolare, sostiene un ruolo che vada oltre il funzionalismo nella sfida al sistema neoliberista e nell'influenzare i processi di rigenerazione urbana nelle nostre città. Partendo da una panoramica del neoliberismo e del suo impatto sulla nostra vita quotidiana, l'articolo evidenzia i processi di trasformazione urbana partecipativa come spazi in cui il design può assumere un ruolo più etico e radicale. Esplora alcuni esperimenti e spunti tratti dalla pratica e sottolinea la necessità di un nuovo approccio alla progettazione partecipata. Questo approccio dovrebbe concentrarsi non solo sulla funzionalità delle infrastrutture partecipative, ma anche sulla raccolta, sistematizzazione, capitalizzazione e mantenimento della visibilità delle reti di conoscenze e relazioni generate dalla pianificazione urbana partecipativa. In particolare, l'articolo suggerisce di coniugare design della comunicazione, pianificazione partecipativa e un approccio di ricerca radicato nel contesto progettuale per sottolineare l'importanza di valorizzare l'eredità di questi processi e, attraverso ciò, sviluppare quadri di conoscenza per contrastare gli effetti negativi dello sfruttamento del capitale umano, creativo, sociale, culturale ed economico tipico del neoliberismo.

237

**La piscina in cui nuotiamo tutti:
comprendere le sfaccettature del fenomeno**

Negli ultimi decenni gli studiosi hanno coniato numerose categorie per descrivere l'era attuale. Deindustrializzazione, postfordismo, postmodernismo e globalizzazione sono i concetti più utilizzati da generazioni di studiosi di varie discipline per sviluppare teorie interpretative capaci di comprendere e spiegare la nostra epoca. Tutti questi concetti e quadri di riferimento sono oggi talvolta sostituiti, altre volte utilizzati congiuntamente ad un nuovo termine: *neoliberismo*. Un termine che, sebbene recente, è sempre più utilizzato come descrittore chiave della condizione contemporanea (Brenner & Theodore, 2005).

Il neoliberismo è un fenomeno multiforme, frutto di una serie di determinanti storici convergenti, e le sue origini precise sono difficili da individuare con esattezza (Duménil & Lévy, 2011). Tuttavia, a partire dagli anni Venti del Novecento, il termine ha iniziato a indicare una politica economica diversa dal liberalismo classico. In particolare, dagli anni Trenta in poi, è stato utilizzato per indicare un progetto sperimentale, volto a intervenire nello spazio problematico tra Stato e mercato. In tale accezione, esso rinvia a tentativi di costruire un ordine ispirato al mercato, concepito non come un assetto naturale o preesistente, bensì come un ordine che prende forma attraverso la pratica e viene

costantemente costruito e ricostruito (Peck, 2008). Questa politica incarna ideali potenti e attraenti, quali la dignità e la libertà individuale, e, nella sua applicazione economica, riflette gli interessi dei proprietari privati, delle imprese, delle multinazionali e del capitale finanziario (Harvey, 2005).

Supponiamo ora di spostare lo sguardo dalla ricerca incentrata sull'ontologia del neoliberismo ai fenomeni generalmente intesi con tale termine. Questo cambio di prospettiva permetterà di individuare i quadri interpretativi utili a comprendere perché, in questo incipit, abbia senso condividere la definizione di base di neoliberismo.

Lo scopo di questo contributo è proporre un quadro di riferimento in cui il design, in particolare quello della comunicazione, possa andare oltre il funzionalismo, rivendicare la natura culturale e politica dei suoi artefatti e assumere, eticamente, un ruolo politico nella società. Per raggiungere questo obiettivo, il testo esamina i macrotemi della trasformazione urbana e della progettazione partecipata. Dopo una prima sezione che illustra le principali caratteristiche della deriva neoliberista della società odierna, la seconda parte si focalizza sui temi della progettazione collaborativa e della cultura del progetto, con l'intento di individuare e suggerire pratiche e alleanze che possano rafforzare il ruolo politico del design.

Riconoscere che nuotiamo tutti nella stessa piscina, senza esserne consapevoli

A seguito della crisi economica degli anni '70 e del graduale passaggio a una società basata sui servizi, le città occidentali hanno subito trasformazioni significative. Gran parte delle ex aree industriali è rimasta sottoutilizzata a causa della delocalizzazione della produzione, dei cambiamenti nei sistemi produttivi e dell'ascesa di un'economia basata sulla conoscenza (Hamnett, 2003). Contemporaneamente, l'urbanizzazione ha spinto sempre più persone a vivere nelle città, che spesso si sono espanse al punto da rendere praticamente irriconoscibile la loro forma urbana (Koolhaas, 1995).

Il compimento di queste trasformazioni urbane ha chiesto però investimenti significativi, tipicamente finanziati con capitali privati (Healey, 2006). Per assicurarsi questi investimenti, le città hanno dovuto passare da un modello di governance basato sulla gestione manageriale a uno basato sull'imprenditorialità (Harvey, 1989, 2005). Le politiche, pertanto, non si sono più concentrate sulla fornitura di beni e servizi ai cittadini; hanno dovuto infatti focalizzare i propri sforzi sullo sviluppo di politiche volte ad attrarre investimenti e lavoratori qualificati.

238

Queste dinamiche hanno spinto i sindaci, gli assessori e i manager del settore pubblico a una forte competizione per attirare finanziamenti e allinearsi alle aspettative di crescita degli investitori. A sua volta, la necessità di finanziamenti privati ha spesso portato i comuni a localizzare le nuove strutture principalmente in base a criteri economici, anziché a valutazioni accurate del loro impatto urbano e sociale sullo sviluppo della città (Fainstein, 2010). La gentrificazione, la segregazione sociale e spaziale, la trasformazione degli spazi comuni in luoghi commerciali e l'esclusione dei residenti a basso e medio reddito sono solo alcuni degli effetti più evidenti del modo neoliberista di pianificare la città e dell'immaginario che lo caratterizza.

Accanto agli effetti e agli impatti descritti, sono emerse linee d'azione e mobilitazioni collettive, a volte trainate da dinamiche dal basso, altre dall'alto. I movimenti che lottano per il diritto alla casa come Ocio a Venezia, PAH e Sindicat de llogateres de Catalunya a Barcellona, o i gruppi che combattono il sovraffollamento turistico riuniti nella rete Set, Southern Europe Network Against Touristification, mettono in evidenza la volontà e l'impegno dei cittadini a collaborare per perseguire un diverso tipo di sviluppo urbano: più equo e meno esclusivo. Studiosi di diverse discipline stanno osservando questa

ondata di attivismo civico attraverso lenti e prospettive diverse, tra le quali: la produzione di beni comuni (Rotondi & Santori, 2023), il coinvolgimento nei processi di co-design (DiSalvo, 2022), e, più ampiamente, in processi organizzati in modi diversi per discutere, sostenere e deliberare sul futuro delle loro città (Bason, 2018; Buchanan, 1992; Bason, 2022).

Parallelamente, professionisti e ricercatori sono alla continua ricerca di strumenti e metodi per avviare workshop e azioni, aumentare il coinvolgimento dei cittadini e migliorare l'accessibilità dei tali laboratori urbani (Dyer et al., 2017). La letteratura, inoltre, si è concentrata sulla comprensione di come, nel corso del processo, il pubblico si riunisca attorno alle problematiche delle città emergenti (Karasti, 2014; Korn et al., 2019; Le Dantec et al., 2010; Le Dantec & DiSalvo, 2013; Marres, 2007) al fine di elaborare i processi democratici e le loro dinamiche. Più nello specifico, è noto che, già dagli anni '60 del Novecento e con maggiore vigore dagli anni '90 in poi, gli studiosi interessati al coinvolgimento dei cittadini nelle politiche di trasformazione urbana hanno esplorato tecniche e strumenti per la pianificazione collaborativa, comunicativa e radicale (Arnstein, 1969; Castells, 1985; Reaven, 2009; Rittel & Webber, 1973). Tuttavia, allora come oggi, manca una definizione chiara e condivisa di progettazione partecipata e ciò porta, nella pratica, a un uso improprio dei termini o a usare un termine per indicare un altro tipo di processo. Allo stesso tempo, tutte queste iniziative si limitano spesso a discutere regole di ingaggio per evitare conflitti e per evitare il conflitto stesso, che è percepito come un ostacolo alla capacità di un processo di deliberare sulle questioni urbane. Ciò che accade è che, quando emergono i problemi e le preoccupazioni reali delle persone, questi processi non riescono a discuterne apertamente né a renderli visibili. In altre parole, questi processi sono utili solo per raccogliere informazioni, deliberare, supportare il processo decisionale e riunire le persone e sono inutili per affrontare e risolvere i problemi dei residenti (Latour, 2014). Ciò genera malcontento, ingiustizia e squilibri di potere tra i decisori politici e le comunità a cui si chiede di dedicare il proprio tempo e di condividere le proprie conoscenze locali, senza ricevere nulla in cambio (Sendra, 2024).

Imparare a nuotare controcorrente

Il neoliberismo e i fenomeni correlati hanno accelerato la trasformazione delle città in problemi complessi, interconnessi e urgenti che richiedono un'indagine da molteplici prospettive. Questi problemi, proprio a causa della loro complessità, sono sempre mal formulati, descritti con informazioni parziali, popolati da posizioni contrastanti e costituiti da reti di significato confuse (Churchman, 1967; Rittel & Webber, 1973).

In questi contesti, i processi partecipativi potrebbero assumere un ruolo più ampio rispetto alla semplice democratizzazione del processo decisionale, all'estrazione di conoscenza e alla responsabilizzazione nelle politiche urbane. Potrebbero diventare spazi in cui le discussioni su questioni specifiche aiutano a migliorare le decisioni correlate, ma anche, e soprattutto, luoghi in cui si consolidano conoscenze preziose per affrontare le sfide e le politiche urbane nel loro complesso. In breve, i processi partecipativi potrebbero essere considerati una piattaforma per la produzione di conoscenza situata e trasversale, nonché per il dialogo tra saperi tecnici e scientifici (Fareri, 2009; Pasqui, 2018).

Da questa prospettiva, i processi partecipativi nelle città possono dunque rappresentare aree di pratica indeterminate, spazi in cui domande, indagini e relazioni socio-tecniche che compongono problemi complessi, o la rete di questioni coinvolgenti attori e attività che modellano la complessità urbana, vengono analizzate non solo per risolvere un problema, ma soprattutto per sviluppare conoscenze che permettano ai vari aspetti del problema di essere costantemente gestiti, negoziati e guidati nel tempo (Klein, 2004) ③.

Prove

239

Il lavoro svolto nell'ultimo decennio dal collettivo Campomarzio nel campo della progettazione partecipata ci ha fornito spunti interessanti su come la cultura del progetto possa favorire una concezione della partecipazione come processo volto a produrre conoscenza.

In particolare, dopo aver riflettuto sui processi di *SUPERTRENTO*, il ruolo del design della comunicazione e del branding in questo settore diventa chiaro. Per condividere queste riflessioni e stimolare ulteriori discussioni e contributi, prima di tornare al nucleo centrale di questo articolo, è tuttavia necessario delineare brevemente che cosa è stato il progetto *SUPERTRENTO*.

SUPERTRENTO - Scenari urbani partecipativi per l'ecologia e la rigenerazione è un processo partecipativo promosso nel 2023 dal Comune di Trento in collaborazione con il collettivo Campomarzio. Lo scopo del processo è stato coinvolgere la comunità locale nella progettazione di un'area di 16 ettari, che nei prossimi anni sarà liberata grazie all'interramento della ferrovia ②.

Per raggiungere questo obiettivo e produrre le *Linee guida per il futuro dell'area ferroviaria* (ovvero il documento di restituzione e di concretizzazione del processo e delle sue visioni), il processo è stato suddiviso in tre sezioni. La prima fase mirava a informare il pubblico sul programma e sui suoi obiettivi e a raccogliere

informazioni sulle preoccupazioni, i conflitti e i desideri delle varie comunità. Questa fase iniziale, durata cinque mesi, è stata seguita da una seconda fase in cui i temi mappati sono stati discussi e affrontati attraverso testimonianze e buone pratiche, e da una terza fase in cui le persone sono state coinvolte nell'elaborazione dei vincoli, delle aspettative e dei desideri relativi a questa vasta area ③.

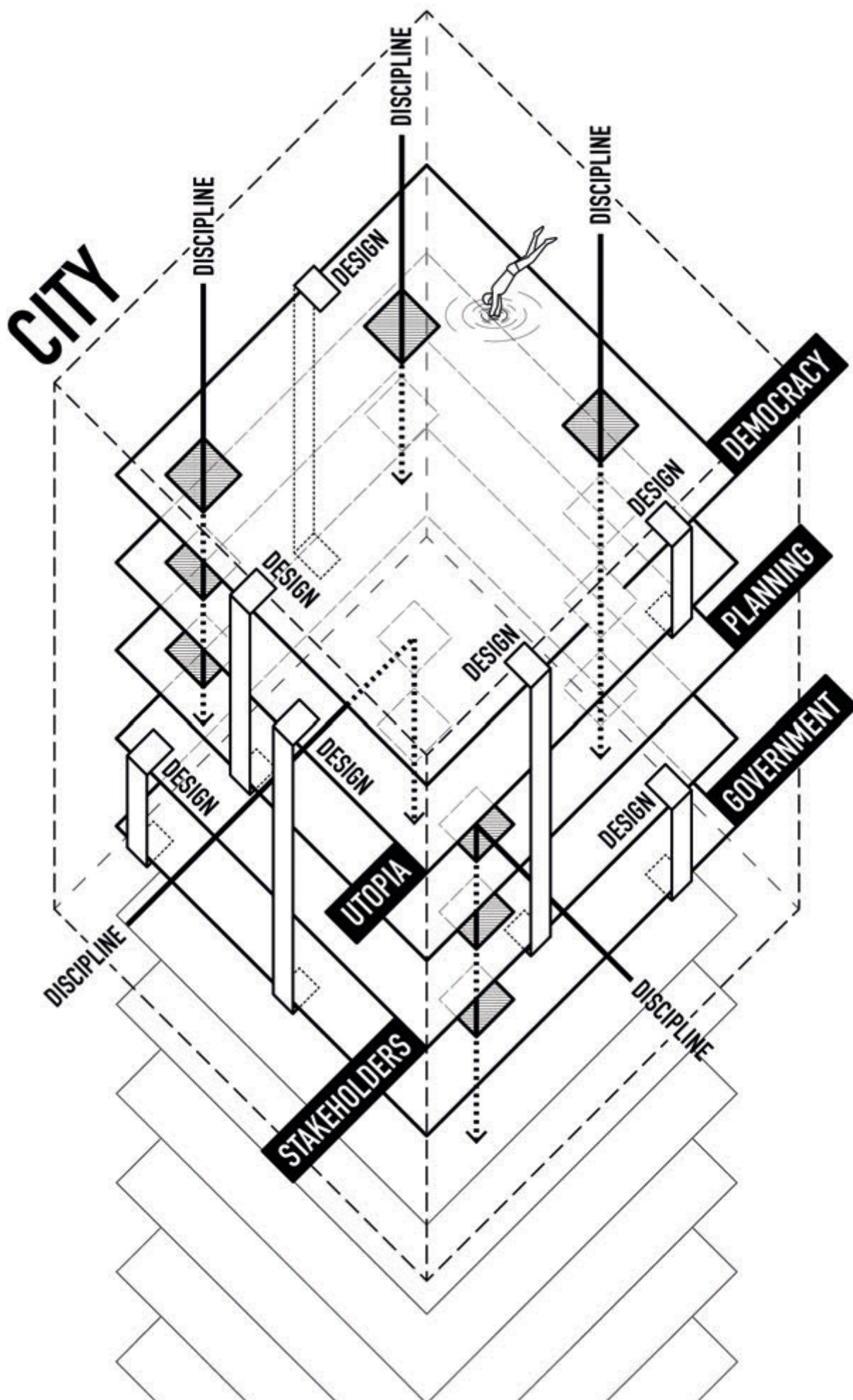
SUPERTRENTO è stato un processo orizzontale, senza percorsi né tavoli paralleli per tecnici, associazioni o organizzazioni rappresentative. Da un lato, ciò ha creato un contesto in cui i partecipanti erano chiamati a negoziare continuamente le proprie identità. Dall'altro lato, ha permesso a tutti di partecipare a un dibattito su questioni non ancora decise, di mettere in discussione le proprie convinzioni e di contribuire attivamente alla costruzione dei contenuti.

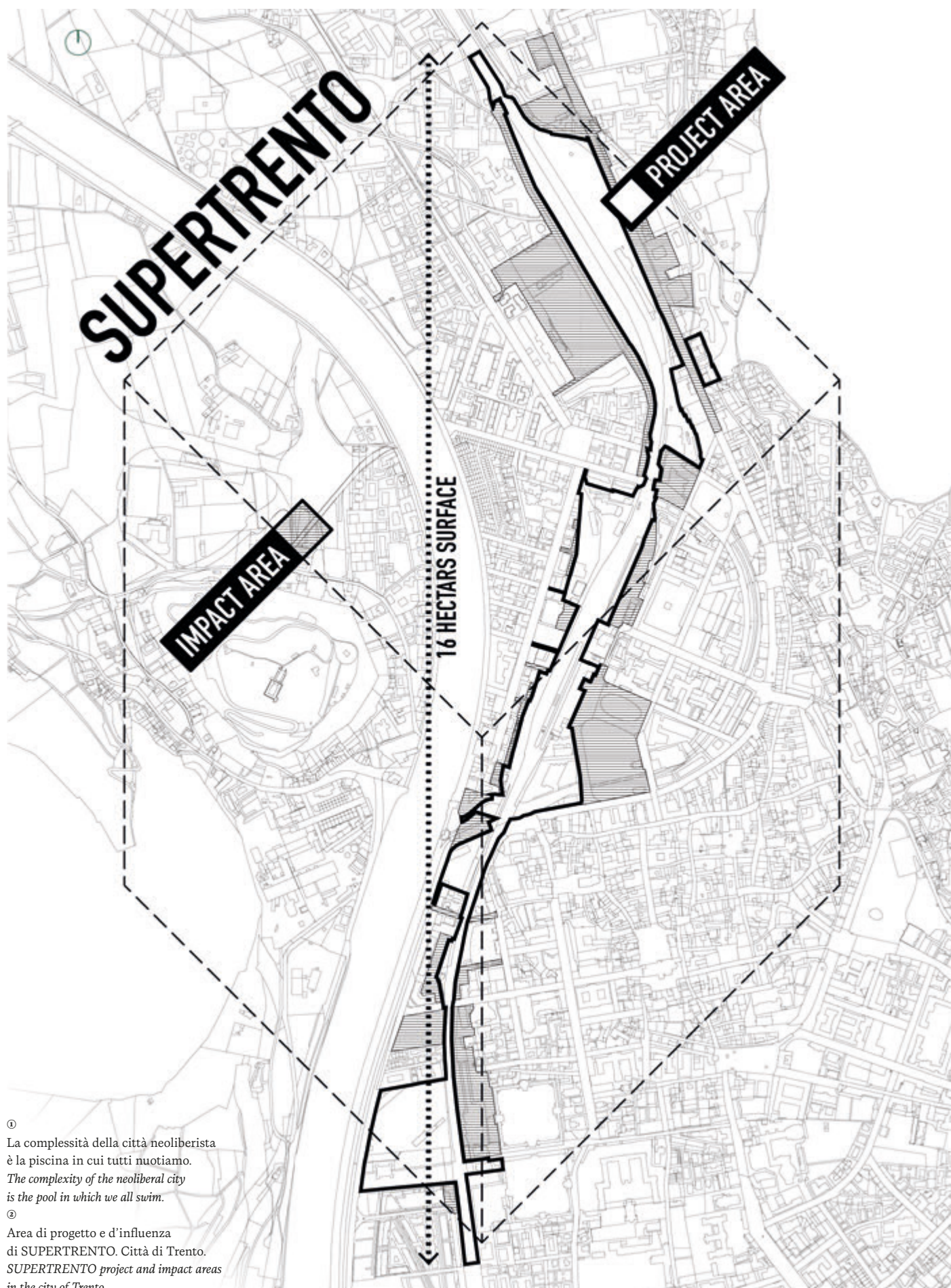
In sintesi, il caso illustrato ha evidenziato quanto sia complesso, ma potenzialmente trasformativo, costruire processi partecipativi in cui la legittimità dei ruoli sia definita dal processo stesso, anziché da strutture predefinite. Proprio questa osservazione e le ulteriori riflessioni sul tema della partecipazione ci hanno reso consapevoli della necessità di interpretare in modo diverso i canoni relativi a questo tipo di processi con riflessioni focalizzate da un lato su questioni metodologiche (Pedretti & Bollini, 2025) e, dall'altro su questioni attinenti le forme di esercizio della democrazia che queste assemblee possono rappresentare (Pedretti, 2025). Di seguito ci concentreremo invece sulle riflessioni relative al ruolo del design nella creazione e nella gestione di piattaforme partecipative, proponendo un'alleanza tra la progettazione della comunicazione e quella partecipata. Questo ci permetterà anche di riflettere su ciò che accade alla fine di un processo partecipativo.

Costruire piscine diverse: progettare infrastrutture multiformi per la partecipazione

In una società in cui il tempo libero sta diminuendo e gli spazi pubblici di discussione sono spesso sostituiti da spazi commerciali, gli spazi partecipativi potrebbero diventare non solo momenti collegati in un percorso, ma, più precisamente, un'infrastruttura composta da luoghi, tempi, formati e persone diversi.

Il ruolo di chi li promuove potrebbe quindi essere quello di progettare questa infrastruttura composta da piccoli eventi con ambientazioni diverse, incontri in orari e momenti diversi, workshop con obiettivi diversi, tenuti anche in lingue diverse, dove ognuno può trovare una varietà di luoghi e orari e decidere quello più adatto a cui partecipare e contribuire. Un'infrastruttura che, in altre parole, vada oltre il semplice invito ad attivarsi e partecipare a ciò che è già parte della vita pubblica,





① La complessità della città neoliberista è la piscina in cui tutti nuotiamo.
The complexity of the neoliberal city is the pool in which we all swim.

② Area di progetto e d'influenza di SUPERTRENTO. Città di Trento.
SUPERTRENTO project and impact areas in the city of Trento.

intraprendendo azioni volte a coinvolgere il pubblico e i singoli individui nelle questioni relative alla trasformazione delle nostre città.

Ciò potrebbe contribuire in modo incrementale alla formazione di una comunità forse meno compatta, ma caratterizzata da una maggiore diversità.

Una comunità eterogenea in cui le persone possono partecipare scegliendo il proprio grado e le proprie modalità di coinvolgimento, e all'interno della quale ognuno possa trovare la propria zona di comfort per esprimere le proprie opinioni.

Dalle nostre esperienze, sia come facilitatori sia come partecipanti, riteniamo inoltre che gli attuali processi di coinvolgimento sul tema delle trasformazioni urbane potrebbero utilizzare un linguaggio che colleghi temi e persone, favorendo un tono di voce inclusivo (senza sacrificare contenuti tecnici e professionali, ma inserendoli in una strategia comunicativa chiara), e avere un'identità che li radichi a livello locale, pur consentendo un'interazione con un contesto più ampio.

Parallelamente, crediamo che oggi la progettazione e la gestione dei processi partecipativi debbano essere realizzate in modo da soddisfare i requisiti delle fasi post-processuali, "il giorno dopo" della partecipazione. Garantire che i risultati di un processo partecipativo, o, in altri termini, la sua eredità, possano essere valorizzati per influire sulla progettazione delle politiche urbane è infatti tanto importante quanto conoscere le metodologie per coinvolgere i cittadini. Oggi, quando un processo partecipativo giunge al termine, la domanda "cosa succederà dopo?" rimane spesso senza risposta e il valore potenziale delle conoscenze generate è poco riconosciuto.

Allo stesso modo, l'interesse accademico per lo sviluppo di metodi per raccogliere e rendere accessibile il ricco corpus di dati, riflessioni, aspettative e relazioni generati dai processi è limitato e ogni nuova iniziativa ricomincia da zero, raccogliendo nuovamente informazioni, approfondimenti e punti di vista spesso già emersi in altri contesti. Tale ripetizione rafforza l'approccio estrattivo nei confronti dei cittadini che prendono parte ai processi, ai quali viene continuamente chiesto di contribuire alla produzione di conoscenza senza che essi possano percepire né la continuità né l'impatto delle proprie riflessioni (Alejandro Leal, 2007; Rendon, 2018). Di conseguenza, le pratiche partecipative rischiano di rimanere confinate ad un ruolo di supporto e supplenza del processo decisionale riguardante la città e, pertanto, essere percepite: come esercizi di democrazia che richiedono molto tempo e hanno effetti

limitati o come cicli che ripropongono le stesse questioni alle stesse persone e con scarsi progressi, alimentando la convinzione che la partecipazione sia uno sforzo futile e/o un privilegio riservato a coloro che possono permetterselo. È dunque ormai essenziale ripensare oggi l'infrastruttura di progettazione e comunicazione dei processi partecipativi, al fine di sviluppare pratiche per sostenere la conoscenza generata dopo la loro conclusione e rafforzarne l'impatto sulle politiche urbane. I processi partecipati che indirizzano i problemi complessi della città sono sì spazi importanti per migliorare i processi di pianificazione e progettazione (De Carlo, 2005; Healey, 2006), per esercitare nuove forme democratiche (Beveridge & Koch, 2024; Binder et al., 2015; Dewey, 1927; Seigfried, 1999) o per rafforzare la capacità di una comunità di aspirare ad un futuro (Appadurai, 2011, 2021), ma anche, e soprattutto, spazi dove è possibile produrre, sistematizzare e comunicare una conoscenza indispensabile per contrastare gli effetti (e, perché no? Forse anche le cause) del neoliberalismo.

Il design oltre il funzionalismo, verso un ruolo etico e politico nella società

Negli ultimi decenni la cultura del design della comunicazione si è sviluppata per promuovere il neoliberalismo. All'interno di questa cultura, gli artefatti sono spesso stati utilizzati per simboleggiare un quartiere creativo, un processo partecipativo, un incontro di coprogettazione e così via. Questi contributi, in particolare nelle pratiche di rigenerazione, non sono privi di implicazioni; anzi, sono pienamente coinvolti nel funzionamento stesso di quel processo e di quella cultura tipici del neoliberalismo (Julier, 2013).

Allo stesso tempo, la cultura del design e il design della comunicazione sono stati spesso adottati, in misura variabile, dai processi partecipativi per promuovere l'entusiasmo del pubblico nel migliorare lo sviluppo economico nelle aree abbandonate, attraverso la creazione di marchi e simboli che li rendono processi attuali e desiderabili. Il design della comunicazione, parallelamente, si è avvalso del design partecipativo e dei suoi strumenti per alimentare l'entusiasmo e la partecipazione del pubblico.

In questo modo, il design contribuisce ad attirare l'attenzione sulle aree abbandonate della città, tuttavia, di solito, non riesce a mostrare attenzione e consapevolezza dello sfruttamento del capitale territoriale sociale, culturale, ambientale ed economico. Si colloca, invece, proprio tra coloro che sostengono questo tipo di dinamiche neoliberaliste.

Le culture del design sono infatti composte da agenti attivi e la loro interazione esercita un'influenza, anche se spesso meno visibile. Le forme comunicano messaggi politici e attraversano le emozioni umane.

Spesso, in questi processi, diverse culture del design cercano di suscitare entusiasmo e di usarlo a fini propri, come fidelizzare un marchio o un quartiere creativo (Julier, 2013) ④. Ciò che emerge, almeno in parte, in modo chiaro, è dunque che la comunicazione nei processi partecipativi non è neutra; anzi, costituisce spesso un elemento chiave della strategia di coinvolgimento delle persone. Per questo motivo, nel tempo, le iniziative partecipative hanno dato grande importanza alla creazione di progetti di comunicazione riconoscibili, capaci di conferire identità al processo e di permettere ai partecipanti di identificarsi e, soprattutto, di sentirsi facilmente parte di esso. Si può dire che, in alcuni casi, il processo partecipato sia stato “brandizzato”, ovvero siano stati ideati “strumenti di comunicazione per migliorare i meccanismi che facilitano la costruzione di fiducia, affetto e significato condiviso: la capacità di creare qualcosa in comune” (Arvidsson, 2005).

243

Sebbene nella maggior parte dei casi tale orientamento sia stato probabilmente non intenzionale, è necessario riconoscere che anche nei processi partecipativi di trasformazione urbana le costruzioni pubbliche di “verità”, “bellezza” e “utilità” hanno svolto un ruolo rilevante. Come osservava già Gabriel Tarde all’inizio del Novecento, questi costrutti contribuiscono in modo decisivo alla definizione del valore dei beni e dei servizi; nel caso delle infrastrutture partecipative, essi hanno spesso inciso anche sul loro valore economico, reale o presupposto (Wärneryd, 2008). A questa considerazione si aggiunge il fatto che il branding è intrinsecamente legato alla dimensione temporale, poiché, analogamente alla finanza e al mercato azionario, si fonda sul futuro come fonte di valore (Julier, 2009).

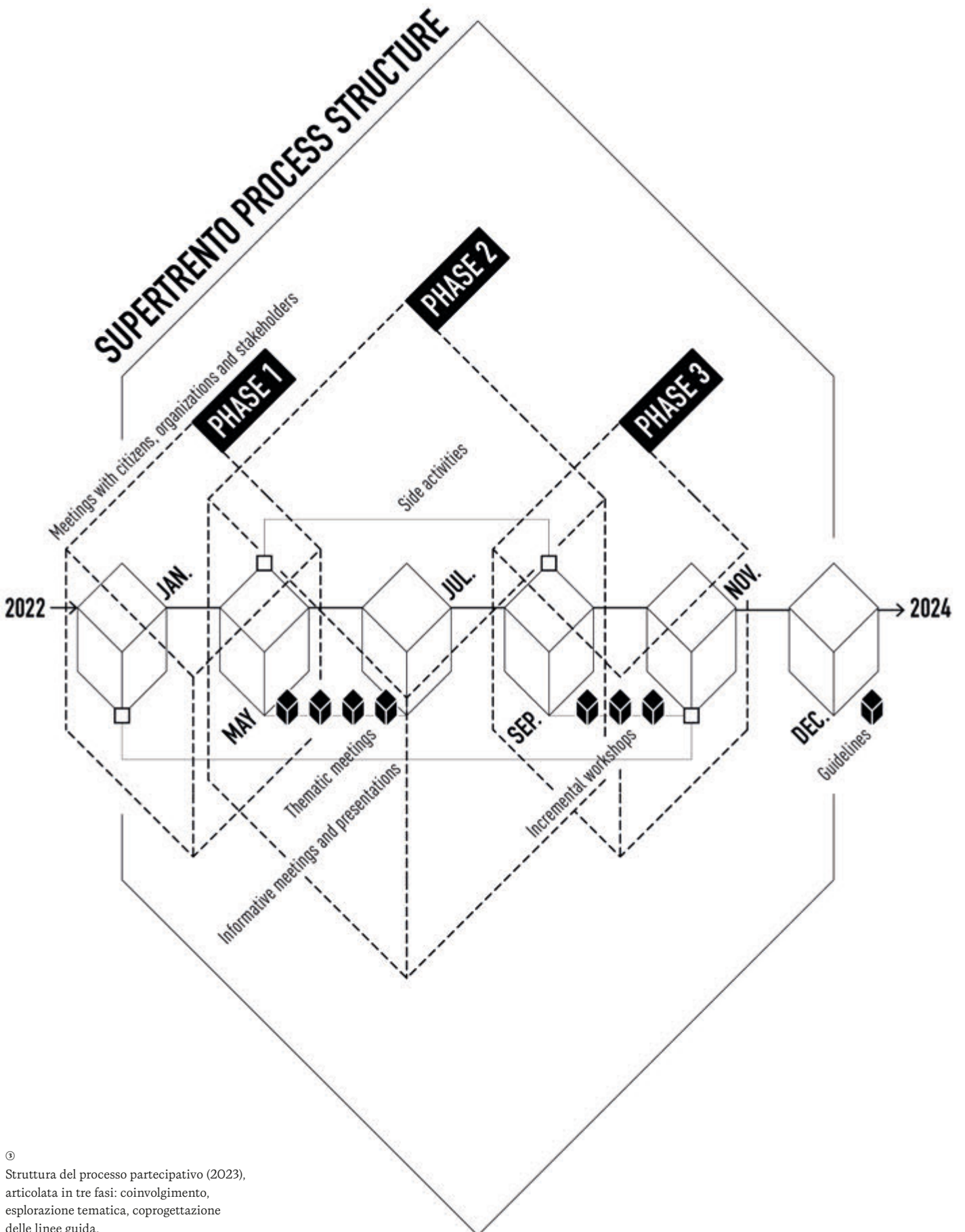
In modo analogo, anche il design, inteso come atto del progettare, opera in relazione al tempo futuro e alla sua anticipazione. È proprio questo rapporto con ciò che deve ancora avvenire a rendere sia il branding sia alcune forme di design partecipativo particolarmente efficaci nel rendere visibili, interpretabili e comunicabili le trasformazioni urbane che stanno attraversando oggi le nostre città. Parallelamente, questo senso di *in potentia* che caratterizza intrinsecamente la cultura del progetto svolge una duplice funzione. Da un lato, consente di rendere intelligibile il futuro dei fenomeni urbani; dall’altro, rischia di allineare il design a una logica compatibile con le caratteristiche strutturali del neoliberalismo, che fonda il proprio funzionamento sull’anticipazione e sulla valorizzazione del futuro.

È dunque interessante, a questo punto, interrogarsi su uno scenario alternativo: cosa succederebbe se i designer non fossero interessati a prestare il loro capitale creativo alla progettazione e alla realizzazione di processi partecipati che promuovono un tempo futuro caratterizzato da dinamiche di sviluppo insostenibili e cercassero invece un nuovo modo per andare oltre il funzionalismo, ricercando un ruolo politico ed etico nella società? Naturalmente, non ci sono risposte definitive a questa speranzosa domanda e questo contributo, lungi dal poterne offrire, cerca piuttosto di proporre un accordo tra urban designer, designer della comunicazione e della partecipazione, richiamando l’attenzione sull’importanza di riscoprire e rafforzare il ruolo politico ed etico che il design può avere nella trasformazione della città in uno spazio giusto (Fainstein, 2010).

Eredità, attivismo, ricerca attraverso i progetti partecipati per una nuova generazione di nuotatori

Considerando lo stato attuale delle nostre città, caratterizzato da modelli neoliberalisti che causano un uso eccessivo del territorio e l’aumento della competizione finanziaria, e valutando l’importanza dei processi partecipativi nelle politiche urbane, si può esplorare il ruolo etico e politico del design. Per trasformare questa idea in un nuovo paradigma di azione, occorre partire da alcune premesse.

Prima di tutto, bisogna abbandonare l’idea che la creatività sia solo uno strumento per obiettivi neoliberalisti, come marchi e strategie di comunicazione finalizzati a generare profitti a breve termine, sviluppati sulla base della promessa di un guadagno futuro. Invece, i processi di progettazione devono basarsi su una cultura consapevole delle logiche estrattive del capitale - che siano ambientali, economiche, sociali, umane o culturali - che la rigenerazione urbana può generare. In secondo luogo, i designer, così come i facilitatori, gli studiosi e i professionisti coinvolti, devono oggi riconoscere che la progettazione dei processi non può più costituire il punto di arrivo e il centro dell’interesse e che il semplice coinvolgimento delle persone, il metterle a confronto a discutere temi rilevanti o il favorire ambienti per l’esercizio di competenze democratiche, non sono più sufficienti per incidere sui processi di policy-making urbano o per promuovere uno sviluppo più sostenibile, capace di contrastare le derive neoliberaliste. Se osserviamo infatti le condizioni in cui le nostre città si stanno trasformando, emerge con forza la necessità di spostare l’attenzione dal continuo avvio di nuovi laboratori partecipati, dalla loro attivazione e dagli strumenti e metodi finalizzati a evitare i conflitti, verso modalità e processi capaci di produrre un impatto duraturo sulle politiche e sui processi decisionali.



©
 Struttura del processo partecipativo (2023),
 articolata in tre fasi: coinvolgimento,
 esplorazione tematica, coprogettazione
 delle linee guida.
 Structure of the participatory process (2023),
 articulated in three phases: engagement,
 thematic exploration, and co-design of guidelines.

In altre parole, per contrastare le ingiustizie e gli squilibri di potere che si generano tra decisori e comunità, è necessario individuare cornici in grado di rispondere alla domanda centrale: che cosa accade dopo la conclusione del processo partecipativo? Che ne è delle discussioni che abbiamo avviato e delle decisioni che abbiamo preso? Qual è il senso di partecipare? Rispondere a queste domande potrebbe consentire di riorientare lo sguardo verso una concezione dei processi partecipativi non come sequenze lineari, bensì come ecosistemi iterativi e aperti. Richiederebbe, da un lato, lo spostamento del focus verso la progettazione di forme di comunicazione coerenti, capaci di mantenere la riconoscibilità e, al contempo, di aprire a nuove prospettive. Dall'altro, di considerare, fin dalle prime fasi di progettazione dell'ecosistema partecipativo, non soltanto il ciclo in sé, ma soprattutto le condizioni per la produzione della sua eredità.

Ne consegue che la ricerca inerente il design dovrebbe ridefinire il proprio focus, esplorando modalità attraverso cui le eredità degli ecosistemi partecipativi possano essere trasformate in un patrimonio riconosciuto e riconoscibile, capace di incidere concretamente sulla governance delle trasformazioni urbane, anziché rimanere incentrata sulle modalità per avviare e gestire tali assemblee. Con il termine *eredità* di un processo partecipativo intendiamo ciò che il tempo e le relazioni costruite all'interno dell'ecosistema stesso consentono di mantenere visibile una volta concluso il ciclo di vita di tale ecosistema. L'eredità è, in altri termini, ciò che emerge dall'ecosistema partecipativo e assume una forma di esistenza, sia essa tangibile o intangibile, riconoscibile. È un insieme di istanze, visioni, problemi, idee, conoscenze, relazioni, competenze, nuovi soggetti, strutturati da e attraverso le interazioni occorse durante il processo partecipato tra tutti gli attori coinvolti – umani e non umani, oggetti e soggetti, nonché le reti stesse – rese visibili dal processo e mantenute visibili dalla successiva elaborazione.

In questo quadro, l'atto stesso di plasmare tutti gli elementi che compongono l'eredità in un racconto iterativo, complessivo e unitario, capace di restituire senso al processo e alle visioni di futuro che ne emergono, apre la possibilità alle discipline del design di assumere ruoli strategici, non più meramente tecnocratici, ma connotati dalla dimensione politica ed etica.

La rielaborazione del complesso degli elementi emergenti potrebbe articolarsi in cinque fasi: 1. Registrazione, ossia la creazione di una memoria; 2. Inquadramento, ossia selezione all'interno di quel corpus di memoria dei fatti memorabili, capaci di istituire un prima e un dopo, ossia una temporizzazione. Richiede altresì, al termine del processo: 3. Riasssemblaggio ovvero elaborazione di un costrutto di senso tra gli eventi memorabili (sia esso temporale, di causa-effetto o iterativo) e 4. Emersione ossia l'esplicitazione del significato (il progetto) che il sistema, nel suo complesso, rivela. Infine, esige la 5. Narrazione ossia la creazione di un racconto capace di restituire la complessità e al tempo stesso ricreare quegli elementi in cui il partecipante si riconosce e, attraverso questo riconoscersi, mantiene vivo il proprio interesse mantenendo quindi visibile l'eredità.

La strutturazione di tale eredità, declinabile anche nei termini dell'atto di creazione del racconto dell'ecosistema partecipativo, richiede l'assunzione di responsabilità e, pertanto, pone il designer in condizione di non poter essere esterno all'atto politico e alla riflessione etica. Questo processo, infatti, colloca il design nella sua condizione preminente, ossia lo concepisce non come un'attività volta a determinare le qualità funzionali ed estetiche degli oggetti, ma come un insieme di pratiche iterative, collaborative e sperimentali orientate alla formulazione e alla costruzione di soluzioni per i *wicked problems* (Collier & Gruendel, 2022; Rittel & Webber, 1973).

L'approccio della *ricerca attraverso il progetto/research-through-design* (RTD) (Findeli, 1999; Findeli & Bousbaci, 2005; Godin & Zahedi, 2014; Koskinen et al., 2012) potrebbe, in questo campo sperimentale di pratica e ricerca, offrire un paradigma operativo capace di consentire a professionisti e ricercatori di andare oltre gli output immediati del progetto, orientando l'attenzione verso le questioni antropologiche, gli impatti sociali legati ai modi in cui individui e comunità desiderano abitare il mondo, le relazioni e i significati situati. Tale paradigma metodologico potrebbe inoltre consentire al sapere prodotto da discipline scientifiche orientate all'analisi, di essere trasformato, messo in relazione e incorporato nell'eredità del processo (Findeli et al., 2008) al pari di ogni altro elemento costituente tale eredità. L'applicazione della RTD potrebbe dunque consentire al design di offrire un paradigma alternativo per immaginare, pianificare e rendere concreti futuri possibili e desiderabili, contribuendo al contempo allo sviluppo di nuovi modelli, plurali, di ricerca e di educazione (Bollini, 2026).

Il design della partecipazione, infine, oltre ai suoi ruoli nella creazione di assemblaggi socio-materiali (Latour,

1999) o nella concezione di costellazioni di iniziative volte a favorire la creazione di tali assemblaggi per e con i partecipanti al processo (Manzini & Rizzo, 2011), potrebbe concentrare i propri sforzi nel rappresentare, autorizzare, legittimare e portare proprio quelle questioni che contano, quell'esito del processo di formazione dell'eredità all'interno delle arene rilevanti, contribuendo a mantenerne la visibilità (Latour 2005). Il *design activism*, inteso come tentativo di interrompere paradigmi esistenti di significato condiviso, valori e finalità (Fuad-Luke, 2013) e di sostituirli con nuovi, potrebbe costituire *la modalità propriamente progettuale/la designerly way* (Cross, 1999; Markussen, 2011) attraverso cui il *generative design* (Guida, 2014) così come altri paradigmi comunicativi, possono diventare il framework con cui sperimentare al fine di individuare modalità significative per supportare e rafforzare il processo di elaborazione e narrazione dell'eredità di questi ecosistemi deboli, instabili, mutevoli ☺.

THE POOL IN WHICH WE ALL SWIM DESIGNING AGAINST THE TIDE FROM NEOLIBERALISM TO COLLECTIVE INFRASTRUCTURES

*Research through design - Participatory Urban Planning
Participatory Design - Neoliberalism - Politics*

Abstract

This article aims to define a political role for design that emphasizes its social, cultural, and political aspects. Specifically, it promotes a role that extends beyond functionalism, challenging the neoliberal system and shaping urban regeneration processes in cities. Starting with an overview of neoliberalism and its effects on daily life, the article highlights participatory urban transformation as spaces where design can adopt a more ethical and radical role. It shares experiments and insights from practice and stresses the need for a new approach to participatory design. This approach should focus not only on the functionality of participatory infrastructure but also on collecting, organizing, and maintaining visibility of the networks of knowledge and relationships created by participatory urban planning. The article particularly suggests collaboration among communication design,

participatory planning, and grounded research to emphasize the importance of valuing these processes' legacy and, through that, developing a knowledge framework to counteract the adverse effects of exploiting human, creative, social, cultural, and economic capital often seen in neoliberalism.

The pool in which we all swim: understanding the multifaceted phenomenon

In recent decades, scholars have coined numerous categories and explored different phenomena to describe the present era. Deindustrialization, post-Fordism, postmodernism, and globalization are among the most well-known concepts that have provided frameworks through which generations of scholars from various disciplines have developed interpretive theories to understand and explain our times. All these concepts and frameworks are now sometimes replaced or complemented by a new term: *neoliberalism*, which, although recent, is increasingly used as a key descriptor of the contemporary condition (Brenner & Theodore, 2005).

Neoliberalism is a multifaceted phenomenon, the product of a set of converging historical determinants, and its precise origins are difficult to pinpoint (Duménil & Lévy, 2011). Nonetheless, since the 1920s, the term has referred to an economic policy far removed from classical liberalism, and, since the 1930s, it has been designated as an experimental and polycentric project that focuses on the problematic space between the state and market, representing attempts to construct a market-like order that is constantly built and reconstructed through practice (Peck, 2008). This policy embodies powerful and attractive ideals, such as dignity and individual freedom, and, in its economic application, reflects the interests of private owners, businesses, multinationals, and financial capital (Harvey, 2005).

Suppose now we shift our gaze from research focused on ontology, epistemology, and the history of neoliberalism as economic policy to the phenomena generally understood by this term. In this case, we will find meaningful schemas and interpretative frameworks helpful in understanding why it makes sense, in this incipit, to share the basic definition of what we mean below.

In fact, this contribution aims to propose a framework within which design, and communication design in particular, can go beyond functionalism, to reclaim the cultural and political nature of its artifacts, and ethically assume a political role in society. To achieve this goal, this contribution develops its perspective starting from the macro-theme of urban

transformation and participatory design and planning. After an initial section that retraces the salient features of the neoliberal condition affecting our society, the second part introduces the themes of participatory design and design culture, aiming to identify and propose, within these two strands, practices and alliances that help situate design within the political space.

Recognize that we all swim without awareness

Following the economic crisis of the 1970s and the gradual shift to a service-based society, Western cities have undergone significant transformations. Large parts of former artisanal and industrial areas have remained underused due to the relocation of manufacturing, changes in production systems, and the rise of a knowledge-based economy (Hamnett, 2003).

At the same time, urbanization has driven more people to live in cities, which have often expanded to the point where their urban form is virtually unrecognizable (Koolhaas, 1995). Achieving these urban transformations requires significant investments, typically mobilized through private capital (Healey, 2006). To secure these investments, cities must also change their approach to urban governance.

Urban policies no longer focus on providing goods and services to their citizens; cities now need to focus their efforts on attracting investment and skilled workers.

In other words, a shift from a managerial model of city governance to one based on entrepreneurship is necessary (Harvey, 1989, 2005).

This dynamic has pushed city leaders into intense competition to attract funding and to align with investors' growth expectations. In turn, the need for private financing often leads municipalities to site new facilities primarily on economic criteria, rather than on careful assessments of their urban and social impacts on the city's development (Fainstein, 2010). Gentrification, social and spatial segregation, the transformation of common space into commercial venues, and the exclusion of low- and middle-income populations from the city center are just some – although the most visible – effects of the neoliberal way of planning and its imaginary in urban government.

Alongside the dynamics, effects, and impacts outlined, lines of action and collective mobilizations have emerged, sometimes bottom-up, sometimes top-down. Movement fighting for the right to housing like Ocio in Venice, PAH and Sindicat de llogateres de Catalunya in Barcelona, or groups fighting overtourism grouped

under the Set, Southern Europe Network Against Touristification network just to list the most known, highlight the willingness and the effort of the citizens to collaborate in pursue a different species of urban development: a more equitable, less exclusive one. Scholars from different disciplines are looking at this wave of citizen activism through different lenses and perspectives: the production of commons goods (Rotondi & Santori, 2023), the involvement in the co-design (DiSalvo, 2022), and, largely, the involvement in processes organized in different ways to discuss, advocate, and deliberate about the future of their cities (Buchanan, 1992; Bason, 2018, 2022).

At the same time, professionals and researchers are continually seeking tools and methods to launch workshops and actions, increase citizen involvement, and improve the accessibility of these urban laboratories (Dyer et al., 2017). Furthermore, the literature has focused on understanding how, during the process, the public comes together around the issues of emerging cities (Karasti, 2014; Korn et al., 2019; Le Dantec et al., 2010; Le Dantec & DiSalvo, 2013; Marres, 2007). More specifically, scholars interested in citizen engagement in urban transformation policies have explored techniques and tools for collaborative, communicative, and radical planning, as well as placemaking, since the 1960s, and with greater vigor since the 1990s (Arnstein, 1969; Castells, 1985; Reaven, 2009; Rittel & Webber, 1973). However, since then, a clear, shared definition of designing together (co-design) among academics and practitioners is lacking. This leads, in practice, to improper use of the terms or to using one term to mean another kind of process.

At the same time, all these initiatives often limit themselves to discussing rules of engagement to avoid conflict, and to avoid conflict itself, which is perceived as an obstacle to a process's ability to deliberate on urban issues. What happens is that when people's problems and real concerns emerge, these processes fail to discuss them openly or make them visible. In other words, these processes are helpful only for gathering information, deliberation, and decision-making support, and for bringing people together. However, they are, at the same time, useless for addressing and resolving residents' problems and concerns (Latour, 2014). This generates discontent, injustice, and power imbalances between decision-makers and communities. The latter are asked for their time and local knowledge without receiving anything in return, and their ideas are not taken into consideration (Sendra, 2024).

Learn how to swim against the tide

Neoliberalism and related phenomena have accelerated the transformation of cities into complex, systemic,

interconnected, and urgent problems that require investigation from multiple perspectives. These problems, precisely because of their complexity, are always poorly formulated, described with partial information, populated by conflicting positions, and constituted by confusing networks of meaning (Churchman, 1967; Rittel & Webber, 1973).

In these contexts, participatory processes could play a broader role than simply democratizing decision-making, extracting knowledge, and shaping urban policies. They could become spaces where discussions on specific issues help improve related decisions, but also, and more importantly, places where valuable knowledge is consolidated to address urban challenges and policies as a whole. In short, participatory processes could be considered a platform for the production of situated and transversal knowledge, as well as for the dialogue between technical and scientific disciplines (Fareri, 2009; Pasqui, 2018).

From this perspective, the participatory processes promoted in a city could therefore represent those indeterminate areas of practice, those places where the questions, investigations and socio-technical relations that make up complex problems, or the network of issues involving actors and activities that shape the complexity of the city, are analysed not only to find a solution to a problem, but above all to develop knowledge that allows the different aspects of the complex problem to find space to be continuously managed, negotiated and guided over time (Klein, 2004) ①.

248

Trials

The work carried out over the last decade by the Campomarzio collective in the field of participatory design has provided us with interesting insights into how design culture can foster a conception of participation as a process aimed at producing knowledge. In particular, the role of design and branding becomes clear after reflecting on *SUPERTRENTO*'s processes. To share these reflections to further discussions and contributions, however, it is now necessary to briefly outline what *SUPERTRENTO* has been before returning to the central core of this paper.

SUPERTRENTO - Participatory Urban Scenarios for Ecology and Regeneration is a practice-led participatory process promoted in 2023 by the Municipality of Trento in collaboration with the collective. The purpose of the process was to engage the local community in envisioning the 16-hectare area, where the railway was to be relocated underground in the following years ②. To reach this scope and to produce the so-called Guidelines for the future of the railway area (the materialization of the process and its visions),

the process has been divided into three sections. The first phase aimed to inform the public about the program and its objectives, and to gather information on the concerns, conflicts, and desires of the various communities. This initial phase, which lasted five months, was followed by a second phase in which the mapped themes were discussed and addressed with testimonials and best practices, and a third phase in which people were involved in fleshing out the constraints, expectations, and desires regarding this large area ③.

SUPERTRENTO was a horizontal process, designed for citizens, with no parallel pathways for technicians, associations, or representative organizations. On the one hand, this created a complex context in which participants were called upon to continually negotiate their identities and roles within a truly horizontal space. On the other hand, it allowed everyone to participate in a debate, question their own assumptions, and actively contribute to the collective construction of content.

In short, the process has highlighted how complex, yet potentially transformative, it is to build truly equal participatory processes, in which the legitimacy of roles is defined by the process itself rather than predefined structures. This very observation and the reflections on the theme of participation in urban transformation processes have made us aware of the need to interpret the canons regarding this type of process differently. In the last few months, we had the opportunity to discuss the results of the processes regarding participatory design, methods, and approach (Pedretti, 2025; Pedretti & Bollini, 2025). In the following, we will focus instead on what we have learned from previous experiences in the design and maintenance of participatory architectures to propose an alliance between communication design and participatory design that also allows us to consider what happens at the end of a participatory process.

Building different pools: designing multiform infrastructures for participatory processes

In a society where work commitments often take up much more time than the traditional eight hours, where free time is diminishing, and public spaces for discussion are often replaced by commercial spaces for shopping, participatory spaces could become not just singular moments connected in a journey, but more precisely an infrastructure made up of different places, times, formats, and people. The role of those who promote and lead them could therefore be to design and maintain this infrastructure made up of small events with different settings, meetings at different times and hours, workshops with different objectives, also held in different languages, where everyone can

find a variety of places and times and decide the most suitable one to participate in and contribute. An infrastructure that, in other words, goes beyond requiring others to activate and participate in what is already part of public life, taking action to engage audiences and individuals in issues concerning the transformation of our cities.

This could contribute incrementally to the formation of a community that is perhaps less compact than that which forms around classical participatory processes, but is equally likely to be characterized by greater diversity. A heterogeneous community in which people can participate, choosing their own degrees and forms of involvement, and within which more people than usual can find the comfort zone that allows them to express their opinions and be open to discussion.

249

Based on our experiences in designing and leading participatory processes, as well as on those we have had as participants, we believe that processes today aimed at engaging people in imagining urban transformations could propose a language that connects themes and people, allowing an inclusive and even slightly “pop” tone of voice to emerge (which does not mean sacrificing more technical and professional content where necessary), and have an identity that positions them locally while simultaneously enabling them to engage with a broader context. At the same time, we firmly believe that today the design and management of participatory processes must be carried out in a way that meets the requirements for post-process phases, which we could also define, in this case, as “the day after” participation.

Ensuring that the results of a participatory process, or its legacy, can be valorized to impact urban governance and urban policy design is today as important as knowing how to involve citizens in decision-making.

Today, when a participatory process is over, the question “what happens next?” often remains unanswered.

There is little recognition of the potential value of the knowledge generated—not only for the specific topic addressed by the process, but also for informing broader urban challenges.

Likewise, academic interest in developing methods to collect, analyze, and make accessible the rich body of data, reflections, expectations, and relationships generated by these processes is limited, and each new participatory initiative often starts from scratch, recollecting information, insights, and community perspectives, often already emerging in other contexts. This lack of attention to the systematic documentation

and transmission of outcomes means each new participatory initiative begins as if from scratch, compelled to re-gather information, insights, and community perspectives. This repetition reinforces the extractive approach sometimes taken towards citizens who take part in participatory processes, who are constantly asked to contribute without perceiving either the continuity or the impact of their reflections (Alejandro Leal, 2007; Rendon, 2018).

As a result, participatory practices risk remaining confined to a supporting and supplementary role in the decision-making process affecting the city and, therefore, being perceived as time-consuming democratic exercises with limited tangible effects, or as cycles that reiterate the same questions to the same people with little progress. Ultimately, this fuels the belief that participation is both a futile endeavor and a privilege reserved for those who can afford to dedicate the time. It is therefore essential to rethink the design and communication infrastructure of participatory processes today, in order to develop practices that support the knowledge generated after their conclusion and strengthen their impact on governance and urban transformation policies.

Participatory processes that address the city's complex problems are indeed important spaces for improving planning and design processes (De Carlo, 2005; Healey, 2006), to exercise democracy (Beveridge & Koch, 2024; Binder et al., 2015; Dewey, 1927; Seigfried, 1999) or to foster communities' abilities to aspire (Appadurai, 2011, 2021), but also, and above all, spaces where it is possible to produce, systematize, and communicate essential knowledge to counter the effects (and, why not? perhaps even the causes) of neoliberalism.

Design beyond functionalism: toward a political and ethical role in society

In recent decades, mainstream commercial design culture has developed to support and promote neoliberalism. Within this culture, objects have often served to symbolize a creative neighborhood, a participatory process, a co-design meeting, and so on. These contributions, in urban processes and particularly in regeneration practices, are not without implications; indeed, they are fully involved in the very functioning of that particular process and culture (Julier, 2013).

At the same time, design culture and communication design are often adopted through participatory processes to some extent to foster public enthusiasm and enhance economic development in abandoned areas by creating brands and love marks that make these processes sound up-to-date and desirable. Furthermore, communication design sometimes engages somewhat with participatory design to fuel public enthusiasm and participation.

In this way, design helps draw attention to abandoned

areas of the city. However, it usually fails to show attention and awareness of the exploitation of social, cultural, environmental, and economic territorial capital. It stands between those who support such neoliberal dynamics.

Design cultures are, in fact, composed of active agents and their concatenation has agency, although this agency is often less explicitly stated. Forms express political statements, but they also engage human emotions. Often, in these processes, various forms of design culture seek to generate enthusiasm and exploit it for their own ends, for example, to maintain loyalty to a brand or a creative neighborhood. (Julier, 2013) ④.

What is, to some extent, clear is that the communication design of participatory processes is not neutral; rather, it is often an integral part of the strategy for involving people. For this reason, over the years, participatory initiatives have placed great emphasis on creating recognizable communication projects that give the process an identity and allow participants to identify with it. We could say that in some cases the participatory process has been “branded,” or, in other words, that communication devices have been designed to “enhance the mechanisms that allow people to build trust, affection, and shared meaning: their ability to create something in common” (Arvidsson, 2005).

250

While this effort has likely been unconscious in most cases, we cannot help but emphasize that, even in the case of participatory processes of urban transformation, as Gabriel Tarde’s highlight since the beginning of the XX century, public constructions of “truth,” “beauty,” and “utility” have often been important factors, capable of helping to establish the value (including economic) of the goods and services that the participatory infrastructure could create or presuppose (Wärneryd, 2008).

Furthermore, branding deals with temporality because, like finance and the stock market, it relates to the future as a source of value (Julier, 2009).

Similarly, design, understood as the act of planning, operates in relation to the future and its anticipation. It is precisely this relationship with what is yet to come that makes both branding and certain forms of participatory design particularly effective in making the urban transformations currently underway in our cities visible, interpretable, and communicable.

At the same time, this sense of *in potentia* that intrinsically characterizes design culture serves a dual function. On the one hand, it allows us to make the future of urban phenomena intelligible; on the other, it risks aligning design with a logic compatible with the structural characteristics of neoliberalism, which bases

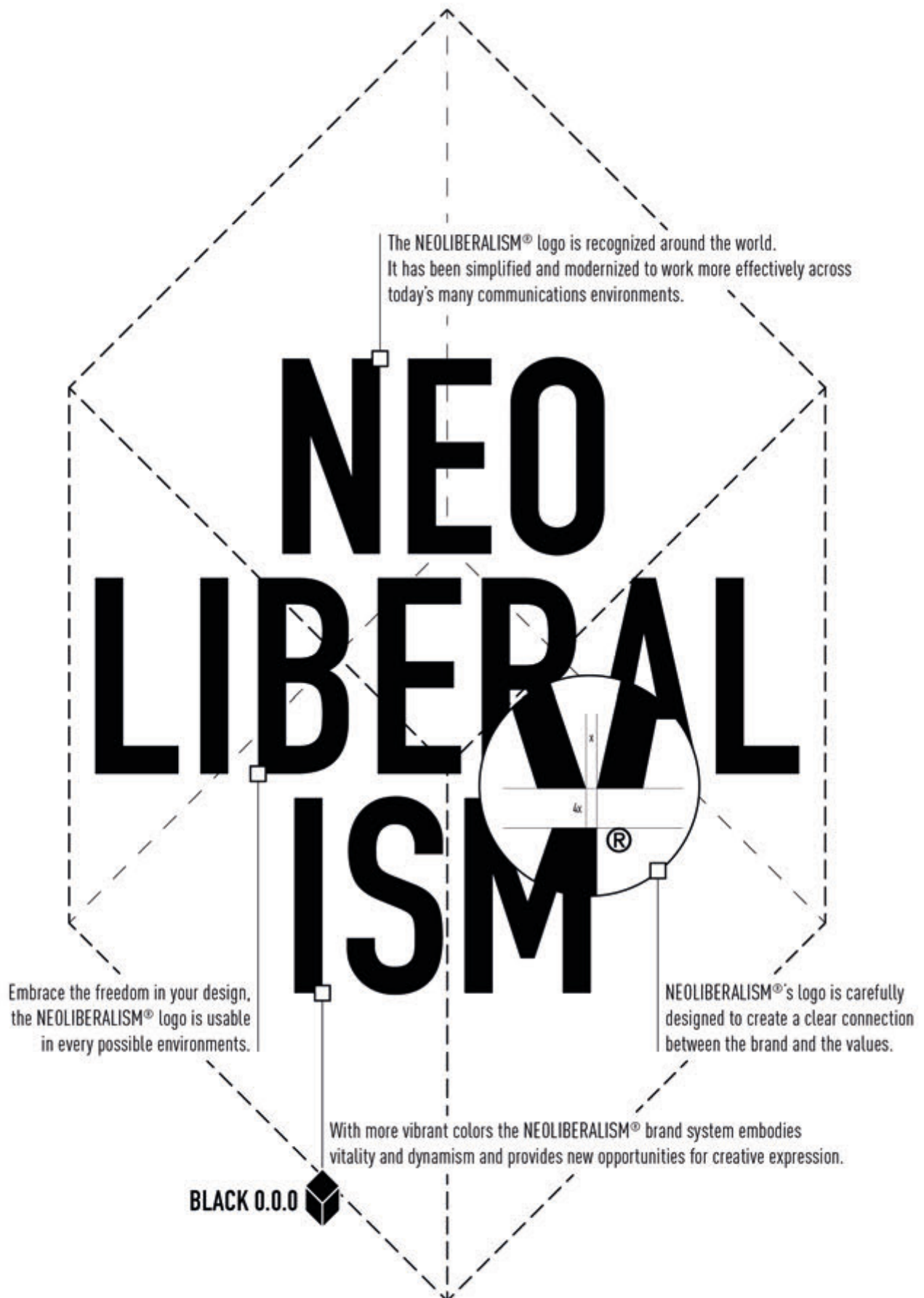
its functioning on anticipating and valorizing the future. It is therefore interesting, at this point, to ask an alternative scenario: what would happen if designers were not interested in lending their creative capital to the design and implementation of participatory processes that promote a future characterized by unsustainable development dynamics, and instead sought a new way to move beyond functionalism, seeking a political and ethical role in society? Of course, there are no definitive answers to this hopeful question. This contribution, far from offering any, seeks instead to propose an agreement among urban designers, communication designers, and participation designers, first and foremost by drawing attention to the importance of rediscovering and strengthening the political and ethical role that design and planning can play in transforming the urban reality into a more just space.

Legacy, activism, generative research through participatory design for a new generation of swimmers

If we now refocus on the current state of our cities, where neoliberal models of urban development and transformation are displacing residents, promoting unchecked land use, and intensifying financial competition, and if we consider the possibility that participatory processes can influence urban policies, we can try to define an ethical and political role for design in this context. Indeed, some premises must be established to translate this role into a new action paradigm.

First, it is essential to move away from the idea that sees creativity solely as capital used for neoliberal goals, such as building brands and communication strategies to generate short-term profit cycles. In other words, design processes should be based on a culture that is aware of the extractive logics of capital – whether environmental, economic, social, human, or cultural – that urban regeneration produces.

Then, designers (as well as facilitators, scholars, and practitioners involved) must recognize that designing processes should not be the final step, and that involving people, making them confront and discuss topics, or exercising democratic skills is no longer enough to influence urban policymaking or promote more sustainable development. If we look at the conditions our cities are transforming, we can see a strong call to focus less on launching new urban laboratories, their initiation, and the tools and methods to avoid conflicts, and more on ways and processes that can lead to a long-lasting impact on policy and decision-making. In other words, to contrast the generated discontent, injustice, and power imbalances between decision-makers and communities, it is necessary to find frameworks to answer the central question: What happens after the



©

Cosa succede se la creatività
si vota pienamente al neoliberalismo?
*What happens if creativity is entirely
devoted to neoliberalism?*

conclusion of the participatory process? What happens to the discussions we have and the decisions we take? What happens to what I have said? What is the point of participating? Answering these questions could shift our focus, on one hand, to viewing these processes not as linear but as open ecosystems. This requires a deliberate focus on designing coherent, multifaceted, adaptable communication that remains recognizable and fosters new perspectives. On the other hand, addressing these questions involves considering, from the very start of ecosystem design, not only the process itself but also its legacy. Therefore, research should redirect its focus to exploring ways to transform the legacies of participatory ecosystems into an institutionalized heritage capable of producing tangible impacts on urban transformation governance.

What we mean by the term “legacy” of a participatory process is the extent to which time and the relationships established within the ecosystem remain visible once that ecosystem's life has come to an end. Legacy, in other words, is what has emerged from the participatory ecosystem and found a tangible, visible form of existence. It is composed of concerns, visions, problems, and ideas, structured by and through the relationships among all the actors – human and non-human, objects and actors, the networks themselves – which are made and kept visible by design.

252

In this context, this subsequent elaboration–shaping the legacy into a coherent, iterative narrative that restores meaning to the process and its future visions–enables design disciplines to take on strategic roles. These roles are no longer just technocratic but are deeply informed by political and ethical considerations.

Reworking the complex elements emerging from the participatory process could be done through 1. Recording, i.e., creating a memory; 2. Framing: selecting memorable events from that corpus of memories capable of establishing a before-and-after, i.e., a timeline. At the end of the process, it also requires: 3. Reassemble: developing a meaningful construction among the memorable events (temporal, cause-and-effect, or iterative); and 4. Emergence: clarifying the meaning revealed by the system as a whole, i.e., developing a project. Finally, it requires 5. Narrate: creating a narrative capable of conveying the complexity of the process and project, and, at the same time, recreating those elements and moments in which the participant recognizes themselves, thereby maintaining their interest and prompting action to keep their legacy visible. The structuring of this legacy, which can also be expressed as the act of creating the narrative of the

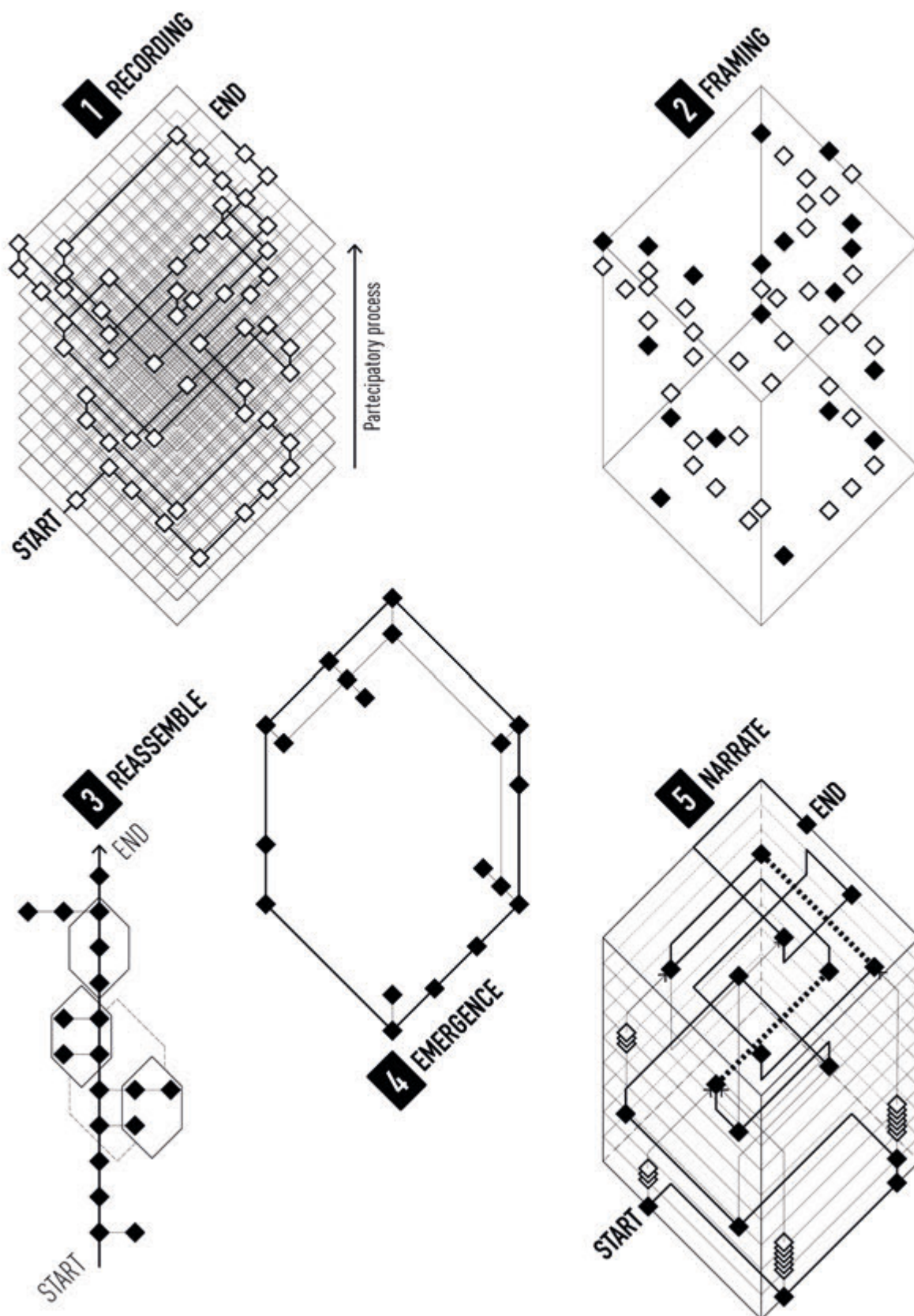
participatory ecosystem, requires the assumption of responsibility and, therefore, places the designer in a position where he cannot remain external to the political act and ethical reflection.

This process, in fact, places design, as a subject, a profession and a discipline, in its pre-eminent condition, that is, it conceives it not as an activity aimed at determining the functional and aesthetic qualities of objects, but as a set of iterative, collaborative and experimental practices oriented towards the formulation and construction of solutions for wicked problems (Collier & Gruendel, 2022; Rittel & Webber, 1973).

In this experimental field of practice and research, the research-through-design (RTD) (Findeli, 1999; Findeli & Bousbaci, 2005; Godin & Zahedi, 2014; Koskinen et al., 2012) approach could offer an operational paradigm that allows practitioners and researchers to move beyond the immediate outputs of the project, focusing attention on anthropological issues, the social impacts related to the ways in which individuals and communities wish to inhabit the world, and relationships and situated meanings. This methodological paradigm could also allow the knowledge produced by analysis-oriented scientific disciplines to be transformed, correlated, and incorporated into the legacy of the process (Findeli et al., 2008), just like any other element constituting that legacy. Applying RDT could then allow design to offer an alternative paradigm for imagining, planning, and bringing into being possible and desirable futures, while advancing new, plural models for research and education (Bollini, 2026).

Participatory design, in addition to its roles in the creation of socio-material assemblages (Latour, 1999) or in the conception of constellation of initiatives aimed at building socio-material assemblages for and with project participants (Manzini & Rizzo, 2011), could focus its efforts in representing, authorizing, legitimizing, and bringing those very issues, the ones that matter, that create an audience around them, into the relevant assemblies (Latour & Weibel, 2005).

Design activism, understood as an attempt to disrupt existing paradigms of shared meaning, values and purposes (Fuad-Luke, 2013) and replace them with new ones, could constitute the *designerly way* (Cross, 1999; Markussen, 2011) through which generative design (Guida, 2014) as well as other communication paradigms, can become the framework with which to experiment in order to identify meaningful ways to support and strengthen the process of elaborating and narrating the legacy of these weak, unstable, changing ecosystems ©.



©
 Schematizzazione del paradigma
 sperimentale per dare forma all'eredità
 dei processi partecipati.
*Experimental paradigm to shape participatory
 processes' legacy.*

REFERENCES

- Alejandro Leal, P. (2007). Participation: The ascendancy of a buzzword in the neo-liberal era. *Development in Practice*, 17(4-5), 539-548. <https://doi.org/10.1080/09614520701469518>
- Appadurai, A. (2011). *Le aspirazioni nutrono la democrazia / Arjun Appadurai; prefazione di Ota De Leonardis; traduzione di Monica Fiorini*. Et al.
- Appadurai, A. (2021). The Scarcity of Social Futures in the Digital Era. In S. Kemp & J. Andersson (Eds.), *Futures* (1st ed., pp. 281-295). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198806820.013.17>
- Arnstein, S. R. (1969). A Ladder Of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of Planners*, 35(4), 216-224. <https://doi.org/10.1080/01944366908977225>
- Bason, C. (2018). *Leading public sector innovation (second edition)* (REV-Revised, 2). Bristol University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1fxhlw.2>
- Bason, C. (2022). Beyond Labs: The Future of Civic Design. *Design Management Review*, 33(2), 32-39. <https://doi.org/10.1111/drev.12296>
- Beveridge, R., & Koch, P. (2024). Seeing democracy like a city. *Dialogues in Urban Research*, 2(2), 145-163. <https://doi.org/10.1177/27541258231203999>
- Binder, T., Brandt, E., Ehn, P., & Halse, J. (2015). Democratic design experiments: Between parliament and laboratory. *CoDesign*, 11(3-4), 152-165. <https://doi.org/10.1080/15710882.2015.1081248>
- Bollini, L. (2026). *Post-disciplinarietà all'intersezione tra design, arte e tecnologie. Un programma pilota per un dottorato plurale*. Conferenza annuale Società Italiana del Design.
- Brenner, N., & Theodore, N. (2005). Neoliberalism and the urban condition. *City*, 9(1), 101-107. <https://doi.org/10.1080/13604810500092106>
- Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8(2), 5. <https://doi.org/10.2307/1511637>
- Castells, M. (1985). *The city and the grassroots: A cross-cultural theory of urban social movements*. University of California Press.
- Churchman, W. (1967). Guest Editorial: Wicked Problems. *Management of Science*, 14(4), 141-142.
- Collier, S. J., & Gruendel, A. (2022). Design in government: City planning, space-making, and urban politics. *Political Geography*, 97, 102644. <https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2022.102644>
- Cross, N. (1999). Design Research: A Disciplined Conversation. *Design Issues*, 15(2), 5-10. <https://doi.org/10.2307/1511837>
- De Carlo, G. (2005). Architecture's public. In *Architecture and Participation*. Routledge.
- Dewey, J. (1927). *The public and its problems: An essay in political inquiry*. Pennsylvania State University Press.
- DiSalvo, C. (2022). *Design as democratic inquiry: Putting experimental civics into practice*. The MIT Press.
- Duménil, G., & Lévy, D. (2011). *The crisis of neoliberalism*. Harvard university press.
- Fainstein, S. (2010). *The just city*. Cornell University Press.
- Fareri, P. (2009). Rallentare. Note sulla partecipazione dal punto di vista dell'analisi delle politiche pubbliche. In *Rallentare. Il disegno delle politiche urbane*. Franco Angeli.
- Findeli, A. (1999). Introduction. *Design Issues*, 15(2), 1-3.
- Findeli, A., & Bousbaci, R. (2005). L'Eclipse De L'Objet Dans Les Théories Du Projet En Design. *The Design Journal*, 8(3), 35-49. <https://doi.org/10.2752/146069205789331574>
- Findeli, A., Brouillet, D., Martin, S., Moineau, C., & Tarrago, R. (2008). *Research through design and transdisciplinarity: A tentative contribution to the methodology of design research*. Swiss Design Network Symposium 2008.
- Fuad-Luke, A. (2013). *Design Activism: Beautiful Strangeness for a Sustainable World*. Taylor and Francis.
- Godin, D., & Zahedi, M. (2014, June 16). Aspects of Research through Design: A Literature Review. *Design's Big Debates*. DRS International Conference.
- Guida, F. E. (2014). *Generative Visual Identities. New Scenarios in Corporate Identity*. <https://doi.org/10.13140/2.1.1200.0329>
- Harvey, D. (1989). From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism. *Geografiska Annaler B*, 71(1), 3-17.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Healey, P. (2006). *Urban Complexity and Spatial Strategies: Towards a Relational Planning for Our Times*. Routledge. <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/01944360701755584>
- Julier, G. (2009). Value, Relationality and Unfinished Objects: Guy Julier Interview with Scott Lash and Celia Lury. *Design and Culture*, 1(1), 93-113.
- Julier, G. (2013). From Design Culture to Design Activism. *Design and Culture*, 5(2), 215-236. <https://doi.org/10.2752/175470813X13638640370814>
- Karasti, H. (2014). Infrastructuring in participatory design. *Proceedings of the 13th Participatory Design Conference: Research Papers*, 1, 141-150.
- Klein, J. T. (2004). *Interdisciplinarity and complexity: An evolving relationship* (1. ed). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Korn, M., Reißmann, Wolfgang., Röhl, Tobias., & Sittler, David. (2019). *Infrastructuring Publics*. Springer. <https://link-springer-com.libproxy.unibz.it/book/10.1007/978-3-658-20725-0>
- Koskinen, I., Zimmerman, J., Binder, T., Redström, J., & Wensveen, S. (2012). Field. In *Design Research Through Practice* (pp. 69-87). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-385502-2.00005-5>
- Latour, B. (1999). On recalling ANT. *The Sociological Review*, 47(S1), 15-25. <https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1999.tb03480.x>
- Latour, B. (2014). What Is the Style of Matters of Concern? In N. Gaskill & A. J. Nocek (Eds.), *The Lure of Whitehead* (pp. 92-126). University of Minnesota Press. <https://doi.org/10.5749/minnesota/9780816679959.003.0004>
- Latour, B., & Weibel, P. (2005). From Realpolitik to Dingpolitik or how to make Things public. In *Making Things Public Atmospheres of Democracy* (pp. 14-27). MIT press.
- Le Dantec, C. A., Christensen, J. E., Bailey, M., Farrell, R. G., Ellis, J. B., Danis, C. M., Kellogg, W. A., & Edwards, W. K. (2010). A tale of two publics: Democratizing design at the margins. *Proceedings of the 8th ACM Conference on Designing Interactive Systems*, 11-20. <https://doi.org/10.1145/1858171.1858174>
- Le Dantec, C. A., & DiSalvo, C. (2013). Infrastructuring and the formation of publics in participatory design. *Social Studies of Science*, 43(2), 241-264. <https://doi.org/10.1177/0306312712471581>
- Manzini, E., & Rizzo, F. (2011). Small projects/large changes: Participatory design as an open participated process. *CoDesign*, 7(3-4), 199-215. <https://doi.org/10.1080/15710882.2011.630472>
- Markussen, T. (2011, May 29). *The Disruptive Aesthetics of Design Activism: Enacting design between art and politics*. Nordes 2011: Making Design Matter. <https://doi.org/10.21606/nordes.2011.013>
- Marres, N. (2007). The Issues Deserve More Credit: Pragmatist Contributions to the Study of Public Involvement in Controversy. *Social Studies of Science*, 37(5), 759-780.
- Pasqui, G. (2018). *La città, i saperi, le pratiche*. Donzelli.
- Peck, J. (2008). Remaking laissez-faire. *Progress in Human Geography*, 32(1), 3-43. <https://doi.org/10.1177/0309132507084816>
- Pedretti, T. (2025). SUPERTRENTO. The role of participatory processes as spaces for urban planning and exercise of democracy. *Selected Articles from the International Conference on Designing in Disorder*. Urbanpromo; 5-8 Nov 2024; Florence, Italy.
- Pedretti, T., & Bollini, L. (2025). SUPERTRENTO: A Practice-Led Design Process for Urban Transformation. In O. Gervasi, B.

- Murgante, C. Garau, Y. Karaca, D. Taniar, A. M. A. C. Rocha, & B. O. Apduhan (Eds.), *Computational Science and Its Applications - ICCSA 2025* (Vol. 15650, pp. 187-203). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-96962-1_13
- Reaven, M. (2009). *Citizen Participation in City Planning: New York City, 1945-1975*. New York University.
- Rendon, G. P. (2018). Cities for or against citizens? Socio-spatial restructuring of low-income neighbourhoods and the paradox of citizen participation. *A+BE| Architecture and the Built Environment*, (6), 1-350.
- Rittel, H. W. J., & Webber, M. M. (1973). Dilemmas in a General Theory of Planning. *Policy Sciences*, 4(2), 155-169.
- Rotondi, V., & Santori, P. (Eds.). (2023). *Rethinking Economics Starting from the Commons: Towards an Economics of Francesco*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-23324-1>
- Seigfried, C. H. (1999). Socializing Democracy: Jane Addams and John Dewey. *Philosophy of the Social Sciences*, 29(2), 207-230. <https://doi.org/10.1177/004839319902900203>
- Sendra, P. (2024). The ethics of co-design. *Journal of Urban Design*, 29(1), 4-22. <https://doi.org/10.1080/13574809.2023.2171856>
- Wärneryd, K.-E. (2008). The psychological underpinnings of economics: Economic psychology according to Gabriel Tarde. *The Journal of Socio-Economics*, 37(5), 1685-1702. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2007.10.001>

BIO

Teresa Pedretti

Filosofa e sociologa, è attualmente dottoranda in Experimental Research through Design, Art and Technologies presso UniBz. È uno dei fondatori del collettivo Campomarzio, una pratica transdisciplinare pluripremiata che integra architettura, urbanistica e design con attività di consulenza e ricerca.

Philosopher and sociologist, she is now PhD Candidate in Experimental Research through Design, Art and Technologies at UniBz. He is one of the founders of the Campomarzio collective, an award-winning transdisciplinary practice that integrates architecture, urban planning, and design with consulting and research.

Pietro Vincenzo Ambrosini

Architetto, designer ed esperto culturale. Ha studiato architettura allo IUAV di Venezia e al Politecnico di Milano. È uno dei fondatori del collettivo Campomarzio, una pratica transdisciplinare pluripremiata che integra architettura, urbanistica e design con attività di consulenza e ricerca.

Architect, designer, and cultural expert. He studied architecture at IUAV in Venice and at Politecnico in Milan. He is one of the founders of the collective Campomarzio, an award-winning transdisciplinary practice that merges architecture, urbanism, and design with consulting and research.

Letizia Bollini

ARTchitect, PhD, professoressa ordinaria di Communication/Interaction/Transmedia Design presso UniBz. La sua ricerca e i suoi progetti si collocano all'intersezione tra design della comunicazione, ricerca sociale e tecnologie digitali, con particolare attenzione al patrimonio culturale, alle interazioni spaziali e multimodali e all'inclusione.

ARTchitect, PhD, full professor of Communication/Interaction/Transmedia Design at unibz. Her research and projects are at the intersection of communication design, social research, and digital technologies with a focus on Cultural Heritage, spatial/multimodal interactions, and inclusion.

RENDERE VISIBILE IL CONFLITTO

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

256 – 271

Diletta Damiano

 [0009-0005-0906-569X](https://orcid.org/0009-0005-0906-569X)

Università degli Studi di Roma Tor Vergata – ISIA Roma

diletta.damiano@edu.isiaroma.it

Mappatura Collettiva • Cartografia Critica • Apprendimento Trasformativo
Design Literacy • Didattica Transdisciplinare

[10.82068/pgjournal.2026.23.42.11](https://doi.org/10.82068/pgjournal.2026.23.42.11)

L'articolo indaga il potenziale del design della comunicazione visiva come pratica critica, pedagogica e politica. Viene delineato un quadro teorico che interpreta il design come pratica agonistica e riflessiva, volta a rendere visibili le tensioni e i conflitti che strutturano lo spazio pubblico. La ricerca si sviluppa attraverso la sperimentazione progettuale del laboratorio *Critical and collective mapping*, condotto presso l'Università di Padova.

L'esperienza, che ha coinvolto studenti di geografia, dimostra come l'uso di specifici *design devices*, strumenti grafici volti a facilitare il confronto e la progettazione collettiva, possa attivare processi di apprendimento trasformativo e sviluppare una *design literacy* critica. Attraverso l'impiego di metodi qualitativi e autoetnografici, l'esperienza qui raccontata evidenzia come la mappatura collettiva e il progetto grafico ad essa associato, possano costituire pratiche di riappropriazione critica dello spazio vissuto.

Rappresentazioni visive, spazio e produzione critica della conoscenza

Vivere il presente significa confrontarsi con una condizione di crisi strutturale, caratterizzata dall'intreccio di tensioni ecologiche, sociali, economiche e culturali. Tali crisi non possono essere interpretate come eventi contingenti o emergenze isolate, ma come il risultato di regimi di pensiero e di rappresentazione che hanno storicamente separato umano e non umano, sapere e potere, territorio e soggettività (Latour, 2017; Haraway, 2013).

In questo senso, la crisi non riguarda soltanto le forme della convivenza, ma investe in modo profondo i modi attraverso cui la realtà viene conosciuta, narrata e resa visibile.

Se la crisi investe i modi stessi del conoscere, le pratiche di rappresentazione assumono un ruolo cruciale.

Grafici, mappe e dispositivi visivi non si limitano a descrivere il mondo, ma contribuiscono a strutturare l'esperienza, orientando la percezione dei fenomeni e stabilendo specifiche gerarchie di senso. Lungi dall'essere neutrali, tali dispositivi partecipano attivamente alla produzione della conoscenza, definendo ciò che diventa visibile, dicibile e legittimo, e ciò che resta invece marginale o invisibile (Facchetti, 2019; Cairo, 2020).

Il design, inteso come pratica di configurazione materiale e simbolica, assume dunque un ruolo centrale come dispositivo culturale e politico capace di incidere sugli immaginari collettivi e sulle forme di potere che attraversano lo spazio pubblico (Fry, 2009; DiSalvo, 2012; Escobar, 2018; Mang & Reed, 2012). In particolare, il design della comunicazione visiva esercita un'influenza significativa poiché, attraverso la strutturazione formale delle informazioni, contribuisce a organizzare i quadri cognitivi entro cui i fenomeni vengono interpretati (Drucker, 2014).

Tuttavia, una parte rilevante della produzione progettuale e della didattica del design continua a operare entro un paradigma di apparente neutralità (McCoy, 2001), presentando la grafica e la visualizzazione come meri veicoli di contenuti oggettivi. Questo approccio tende a occultare il carattere situato e politico delle pratiche visive e rischia, anche nelle esperienze orientate al sociale, di riprodurre logiche dominanti, semplificando la complessità dei contesti o imponendo modelli universalizzanti (Akama & Yee, 2019; Light, 2019).

Un ambito che ha storicamente affrontato in modo sistematico tali questioni è quello geografico, nel quale è stato ampiamente problematizzato il ruolo delle rappresentazioni spaziali nella produzione del potere e della conoscenza (Massey, 1991; Harvey, 1992), evidenziando come le mappe non siano semplici strumenti descrittivi, ma dispositivi intrinsecamente politici (Harley, 1989; Crampton, 2010).

Negli ultimi trent'anni, l'interesse crescente per i metodi creativi, spesso mutuati dal campo delle arti visive e performative, ha permesso ai geografi di esplorare la conoscenza in modi più dinamici, situati e sperimentali (Hawkins, 2015; Von Benzon et al., 2021). Nonostante questi sviluppi, il design rimane ancora marginale sia come approccio progettuale e sperimentale, sia come metodo pedagogico nel campo geografico (Grove et al., 2019), con un potenziale ancora poco esplorato nella produzione critica di rappresentazioni e nella mediazione della conoscenza spaziale.

Questo articolo si colloca all'interno di questo spazio di riflessione ancora aperto e si propone di indagare il potenziale pedagogico e politico del design della comunicazione visiva attraverso pratiche di mappatura collettiva. Il contributo esplora come esperienze

didattiche progettate e supportate da strumenti grafici specifici possano attivare processi di apprendimento trasformativo e favorire la riappropriazione critica dello spazio vissuto.

L'indagine si sviluppa attraverso la sperimentazione progettuale del laboratorio *Critical and collective mapping*, realizzato nell'ambito di un corso internazionale di geografia presso l'Università di Padova.

Attraverso l'analisi delle mappe prodotte, dei *design devices* utilizzati e dei materiali riflessivi elaborati dagli e dalle studenti, l'articolo presenta un'esperienza di sperimentazione progettuale e vi riflette, esplorando il ruolo del design della comunicazione visiva come pratica pedagogica trasformativa, in grado di attraversare lo spazio e sostenere processi di costruzione collettiva di relazioni, conoscenza e immaginazione sociale.

Il design come pratica agonistica

Nel campo degli studi sul design, numerosi autori hanno messo in discussione l'idea del progetto come attività neutrale o puramente funzionale, evidenziandone invece la dimensione politica e conflittuale.

DiSalvo (2019) propone di intendere il design come una pratica agonistica, capace di operare nello spazio del conflitto piuttosto che di risolverlo. Riprendendo la distinzione di Mouffe (2019) tra *politics* e *the political*, il design agonistico non mira a perfezionare i meccanismi istituzionali esistenti (*politics*), bensì a creare spazi in cui tensioni, differenze e antagonismi possano emergere, essere articolati e negoziati (*the political*).

In questa prospettiva, il valore del progetto non risiede nella produzione di soluzioni definitive, ma nella sua capacità di rendere visibili le contraddizioni che attraversano il sociale e di aprire nuove possibilità di azione e immaginazione. Come osserva Escobar (2018), il design contribuisce a costruire mondi, orientando pratiche, relazioni e visioni del futuro.

Questa dimensione risulta particolarmente evidente nel campo della comunicazione visiva. Ogni visualizzazione incorpora specifiche assunzioni, rendendo visibili alcuni aspetti del reale e occultandone altri. In questo senso, il concetto di *graphesis* mette in luce come la forma visiva agisca come un'architettura cognitiva, che consente di organizzare, gerarchizzare e interpretare la realtà (Drucker, 2014). Visualizzare diventa uno spazio di produzione di senso e potere, spesso funzionale alla naturalizzazione di visioni dominanti (D'Ignazio & Klein, 2020). La cartografia rappresenta un caso emblematico di questa dinamica. Come evidenziato dalla *critical cartography* (Harley, 1989; Crampton, 2010; Schweizer et al., 2024), le mappe non sono mai

rappresentazioni neutrali dello spazio, ma il risultato di scelte, omissioni e mediazioni che riflettono specifiche visioni del mondo e specifici rapporti di potere. I metodi cartografici possono essere dunque letti come processi di design, nei quali decisioni formali e concettuali incidono direttamente sulla produzione della conoscenza spaziale; in questo senso la cartografia critica offre esempi e strumenti rilevanti anche per il design (Hall, 2019).

Se il design è una pratica politica, la sua dimensione educativa non può limitarsi alla trasmissione di competenze tecniche. Come osserva Freire (2011), l'educazione è sempre un atto politico: può contribuire alla riproduzione delle disuguaglianze oppure favorire la costruzione di consapevolezza critica e *agency*. In questo senso, l'insegnamento del design assume un valore strategico come spazio di sperimentazione di pratiche riflessive e trasformative, in cui le e gli studenti sono chiamati a interrogare i propri schemi interpretativi e i linguaggi attraverso cui il mondo viene rappresentato.

La pratica progettuale può essere compresa come una forma di apprendimento esperienziale (Kolb & Kolb, 2006), in cui l'azione e la riflessione si intrecciano, offrendo l'opportunità di sperimentare direttamente processi complessi e situati. Quando tale esperienza è accompagnata dalla revisione critica delle proprie assunzioni e prospettive, si configura come apprendimento trasformativo (Mezirow, 2008), capace di incidere sui modi di vedere, pensare e agire. In particolare, per studenti provenienti da ambiti disciplinari prevalentemente teorici, il design della comunicazione visiva può funzionare come un vero e proprio metodo di indagine. Imparare a progettare significa confrontarsi con l'incertezza, operare sintesi complesse e tradurre concetti astratti in dispositivi che agiscono nello spazio pubblico. In questo senso, la *visual e design literacy* (Adil, 2022) non riguarda soltanto l'acquisizione di competenze formali, ma la capacità di interrogare criticamente i linguaggi della rappresentazione e di riconoscerne le implicazioni politiche. In questo quadro, la mappatura collettiva e i dispositivi grafici possono essere intesi come strumenti pedagogici in grado di mediare tra sapere accademico e conoscenza situata (Haraway, 2013). Attraverso processi progettuali condivisi, lo spazio si configura come relazionale, esperienziale e politico, favorendo forme di riappropriazione simbolica e di costruzione collettiva di senso (Novoa, 2022).

Impostazione metodologica: una ricerca situata e qualitativa

La ricerca si colloca all'interno di una prospettiva qualitativa, situata e progettuale, in cui il processo didattico non costituisce soltanto l'oggetto di analisi,



ma coincide con il contesto stesso in cui l'indagine si sviluppa. Il laboratorio *Critical and collective mapping* è stato concepito e condotto come uno spazio di insegnamento, sperimentazione progettuale e produzione di conoscenza, in cui il design della comunicazione visiva ha operato simultaneamente come pratica pedagogica e come metodo di ricerca ①. La metodologia si fonda sull'osservazione riflessiva di un processo situato, caratterizzato da pratiche collaborative, decisioni progettuali e momenti di negoziazione collettiva. Il progetto, inteso come processo aperto e iterativo, diventa così una modalità di indagine capace di rendere osservabili dinamiche cognitive, relazionali e politiche difficilmente accessibili attraverso approcci puramente discorsivi.

L'indagine combina diversi livelli di osservazione e produzione di materiali, integrati all'interno del laboratorio stesso. In primo luogo, è stata condotta un'osservazione diretta delle attività svolte in aula e sul campo, con particolare attenzione alle modalità di partecipazione, alle dinamiche collaborative e ai momenti di conflitto interpretativo emersi durante il processo progettuale. Un secondo livello di analisi riguarda gli artefatti progettuali prodotti dai partecipanti. Le mappe, i collage, i sistemi simbolici e i materiali visivi realizzati durante il laboratorio non sono stati considerati semplici prodotti finali, ma strumenti di conoscenza e spazi di riflessione, attraverso cui sono emerse scelte, punti di vista e interpretazioni dello spazio. L'analisi degli artefatti ha preso in considerazione elementi compositivi, cromatici, tipografici e narrativi, nonché il grado di apertura interpretativa delle rappresentazioni, in relazione alla loro capacità di rendere visibili tensioni, stratificazioni e conflitti territoriali.

A questo livello si affianca l'analisi dei *design devices* impiegati durante il laboratorio, intesi come dispositivi socio-materiali di mediazione cognitiva e relazionale. L'osservazione del loro utilizzo ha consentito di comprendere come la progettazione possa operare non solo come linguaggio espressivo, ma come infrastruttura pedagogica capace di orientare pratiche collaborative e riflessive. Un ulteriore livello metodologico è costituito dalle autoetnografie libere elaborate dagli studenti e dalle studentesse al termine del laboratorio. Questi materiali sono stati intesi non come strumenti di valutazione, ma come pratiche riflessive, attraverso cui i partecipanti hanno potuto rielaborare l'esperienza vissuta, collegando le scelte progettuali alle proprie traiettorie biografiche, disciplinari e culturali. L'analisi complessiva mira a individuare tracce emergenti di spostamento e riorientamento negli schemi interpretativi dei partecipanti. Tali tracce sono state osservate nel linguaggio concettuale utilizzato, nelle

①

Studentesse e studenti del corso di laurea magistrale in Local Development durante un'attività di lavoro di gruppo in aula, Università di Padova, 2023.

Students enrolled in the Master's degree programme in Local Development during a group work activity in the classroom, University of Padua, 2023.

scelte visive e narrative adottate e nelle pratiche riflessive espresse in forma scritta e orale nel corso del laboratorio. In quanto ricerca qualitativa situata, l'obiettivo non è la generalizzazione statistica dei risultati, ma la produzione di conoscenza trasferibile, utile a riflettere sul ruolo del design della comunicazione visiva come pratica pedagogica e politica in contesti educativi e sociali affini.

Sperimentazione progettuale:

il laboratorio *Critical and collective mapping*

Il laboratorio *Critical and collective mapping*, condotto tra novembre e dicembre 2025, ha coinvolto 45 studenti e studentesse iscritte a un corso internazionale di geografia presso l'Università di Padova. I partecipanti avevano familiarità con la lettura critica dello spazio e la cartografia, ma mancavano di formazione progettuale e competenze visuali strutturate. Questa condizione ha reso il laboratorio un terreno di sperimentazione per osservare come pratiche di design possano operare come metodo di indagine e attivare processi di apprendimento trasformativo e di consapevolezza critica all'interno del contesto universitario.

Svolto nell'ambito di un corso curricolare, il laboratorio è nato dalla collaborazione tra docenti, ricercatrici e attiviste dei collettivi *orangotango* e *Decolonize Your Eyes* (DYE). Quest'ultimo opera nel quartiere Palestro, area residenziale della zona nord-occidentale della città di Padova caratterizzata da un tessuto sociale eterogeneo e da una forte identità popolare.

Originariamente costruito come quartiere di edilizia pubblica nel secondo dopoguerra, Palestro è storicamente segnato da tensioni sociali e processi di marginalizzazione, ma anche da pratiche di solidarietà che ne definiscono l'identità. La collaborazione con i collettivi ha permesso di strutturare il laboratorio attorno all'obiettivo di rappresentare i diversi livelli identitari del quartiere, valorizzandone la complessità e la stratificazione.

È opportuno precisare che, sebbene il progetto sia radicato in una relazione continuativa con il quartiere e con i collettivi coinvolti, la fase di restituzione e l'impatto diretto sulle dinamiche territoriali costituiscono l'orizzonte futuro della ricerca. Il presente contributo si concentra invece l'analisi sulla dimensione pedagogica dell'esperienza, focalizzandosi sui processi di apprendimento attivati negli studenti e sul modo in cui l'approccio progettuale ha inciso sui loro schemi interpretativi e sulla loro *agency* critica.

Il laboratorio si è articolato in cinque fasi progressive, concepite come momenti interdipendenti di costruzione di conoscenza. Una prima fase di introduzione teorica ha fornito alle e agli studenti un quadro concettuale

condiviso necessario per interpretare in chiave critica i fenomeni osservati. A questa è seguita una fase di costruzione di conoscenza condivisa, in cui, attraverso attività collaborative e strumenti progettati ad hoc, gli e le studenti hanno negoziato significati e condiviso percezioni ed esperienze. La fase di ricerca sul campo, guidata dal collettivo DYE, ha costituito un momento centrale del laboratorio. Intesa come pratica di relazione con il quartiere e con i suoi abitanti, essa ha permesso ai partecipanti di cogliere la complessità dei fenomeni urbani attraverso un'osservazione situata dei luoghi, delle relazioni sociali e delle tensioni simboliche che li attraversano. Successivamente, nella fase di co-design, i contenuti emersi dalla ricerca sono stati tradotti in rappresentazioni visive e testuali. Questo momento ha stimolato una riflessione critica sui linguaggi della mappatura e sulle implicazioni politiche delle scelte visuali, permettendo di sperimentare concretamente i principi del linguaggio visivo e di confrontarsi con l'incertezza e la complessità del processo progettuale. La fase conclusiva di restituzione pubblica, attraverso la presentazione delle mappe al resto della classe e al quartiere, ha reso visibile il carattere pubblico e negoziale della mappatura, attivando processi di feedback @.

Durante il laboratorio, gli studenti e le studentesse hanno lavorato su tematiche quali la toponomastica, la storia e la trasformazione del quartiere, producendo mappe visive realizzate con collage, disegni e sistemi simbolici, e mappe di parole basate su narrazioni, testimonianze e documenti d'archivio. La forma visiva ha permesso di far emergere tensioni simboliche e spaziali non sempre accessibili attraverso il linguaggio verbale (Swann, 2002; Pinotti & Somaini, 2016).

Un elemento centrale del laboratorio è stato l'impiego dei *design devices*, definiti come dispositivi socio-materiali capaci di partecipare attivamente ai processi di co-costruzione della conoscenza (Ehn, 2008). In questo contesto, i dispositivi sono stati concepiti come strumenti visuali di mediazione cognitiva, finalizzati a rendere espliciti i processi decisionali e a sostenere una progettazione collettiva consapevole. Essi hanno facilitato la visibilizzazione di prospettive subalterne, l'attivazione di intelligenze collettive e la costruzione di rappresentazioni complesse, favorendo manifestazioni di apprendimento trasformativo negli studenti, osservabili in cambiamenti nel linguaggio concettuale, nelle scelte visive e narrative e nella consapevolezza delle relazioni di potere implicite nei processi di rappresentazione.

Per la progettazione dei dispositivi, il laboratorio ha preso ispirazione dai lavori del collettivo *Iconoclastas* (2021; 2022), che definiscono i propri strumenti come *Feelthink Machines* e *New Devices for Thinking the Common*.

Questi dispositivi sono concepiti come strumenti capaci di integrare dimensioni cognitive, emotive, corporee e relazionali e di stimolare letture critiche e collettive dei territori. Sulla base di tali principi, sono stati sviluppati due dispositivi cartacei di grande formato (A1) specifici per il laboratorio. Il primo, introdotto nella fase iniziale, ha supportato la pianificazione della ricerca sul campo, organizzando interviste, obiettivi, risorse e ruoli, stimolando la riflessione collettiva. Il secondo, impiegato successivamente in gruppi più ristretti, ha facilitato la gestione e rielaborazione delle informazioni raccolte e le scelte di linguaggio visivo, promuovendo una riflessione critica sulla selezione dei contenuti e sulle strategie grafiche per la rappresentazione cartografica.

Discussione dei risultati: evidenze emergenti dai processi di mappatura

L'analisi della sperimentazione progettuale condotta nel laboratorio *Critical and collective mapping* mette in evidenza come il design della comunicazione visiva possa attivare processi di apprendimento trasformativo e di *agency* critica in studenti non provenienti da ambiti progettuali. L'osservazione delle dinamiche d'aula, unita all'analisi qualitativa delle autoetnografie e degli artefatti, consente di articolare la discussione dei risultati attorno a tre assi principali: la traduzione visiva della complessità, il ruolo di mediazione dei *design devices* e la dimensione politica del lavoro collaborativo.

261

Un primo risultato rilevante riguarda il passaggio da una produzione del sapere testuale a una logica visuale e spaziale. La traduzione di concetti astratti come *comunità* o *sicurezza* in segni grafici ha favorito lo sviluppo di una design literacy intesa come capacità critica di narrazione. Le autoetnografie confermano questo spostamento: per i partecipanti, la scelta di colori, pesi tipografici e gerarchie spaziali è stato un atto narrativo consapevole, in grado di influenzare la percezione altrui. Le testimonianze evidenziano come la collaborazione abbia permesso di superare l'insicurezza tecnica iniziale, trasformando il design in una pratica di esplorazione concettuale ③.

Un secondo asse interpretativo riguarda il ruolo svolto dai *design devices* nel sostenere il processo di co-design. L'introduzione di questi strumenti si è rivelata decisiva nel rendere gestibile la complessità delle informazioni raccolte sul campo e nel facilitare la progettazione di elaborati visivi coerenti. Da un lato, i dispositivi hanno agito come supporti cognitivi, aiutando gli e le studenti a selezionare, organizzare e mettere in relazione dati eterogenei; dall'altro, hanno svolto una funzione di

mediazione relazionale, rendendo espliciti e discutibili i conflitti interpretativi emersi all'interno dei gruppi. Secondo quanto riportato da uno studente, i *devices* hanno permesso di comprendere che, all'interno del gruppo, non esistevano visioni opposte, ma semplicemente modi diversi di rappresentare lo stesso concetto, trasformando il disaccordo in un'opportunità di apprendimento.

Il terzo asse di discussione riguarda la dimensione del lavoro collaborativo. La collaborazione in gruppo ha reso evidente il carattere agonistico e negoziale del design, trasformando la gestione delle differenze in un momento formativo. La negoziazione dei linguaggi rappresentativi ha trasformato il lavoro collettivo in uno spazio di confronto dialettico, in cui differenze di percezione, interpretazione e priorità sono state rese visibili e discusse. Le evidenze empiriche indicano che i gruppi capaci di affrontare tali tensioni senza ricorrere a strategie di evitamento o frammentazione individuale hanno raggiunto sintesi visive più articolate, superando la mera somma dei contributi individuali.

L'analisi indica che la traduzione visiva della complessità, il ruolo mediativo dei *design devices* e la gestione collaborativa delle differenze possono rappresentare non solo strategie operative, ma strumenti in grado di sostenere l'emancipazione cognitiva e sociale. I risultati raccolti suggeriscono che il design della comunicazione visiva possa diventare uno spazio di narrazione condivisa, in cui la costruzione di significati collettivi si intreccia con lo sviluppo di competenze critiche e con la possibilità di reinterpretare il proprio spazio vissuto. In questo senso, il contributo proposto potrebbe offrire nuove prospettive sia per la didattica del design sia per una riflessione più ampia sul valore politico della produzione visiva collaborativa ④.

Conclusioni: implicazioni pedagogiche e politiche del design della comunicazione visiva

Questo studio evidenzia come il design della comunicazione visiva possa operare come pratica critica, pedagogica e politica in contesti universitari non tipicamente progettuali. Le esperienze di mappatura collettiva hanno mostrato che la rappresentazione visiva è un dispositivo epistemico capace di rendere visibili tensioni, asimmetrie e posizionamenti nel contesto urbano, promuovendo la costruzione condivisa di conoscenza. I risultati della sperimentazione evidenziano come l'introduzione di pratiche e strumenti di design della comunicazione visiva all'interno della didattica geografica possa favorire negli e nelle studenti una maggiore consapevolezza critica dei linguaggi della rappresentazione e delle loro implicazioni politiche. In particolare, la mappatura visuale si è rivelata un efficace strumento di mediazione cognitiva e relazionale,



④

Dettaglio di una delle mappe durante la fase di composizione.
 Detail of one of the maps during the composition phase.



capace di supportare la traduzione della complessità territoriale in forme aperte, negoziabili e plurali, senza ridurla a narrazioni univoche o semplificate.

Un contributo rilevante di questo lavoro risiede nell'analisi del ruolo dei design devices come attori socio-materiali nei processi di co-costruzione della conoscenza. L'uso di dispositivi progettati ad hoc ha permesso di rendere espliciti i processi decisionali, di facilitare il lavoro collaborativo e di trasformare il conflitto interpretativo in una risorsa pedagogica. In questo senso, i design devices hanno consentito di sostenere l'emergere di intelligenze collettive e di favorire una postura riflessiva rispetto alle pratiche di rappresentazione dello spazio.

Il laboratorio evidenzia il potenziale del design come metodo di indagine, ampliando il repertorio metodologico della geografia critica e integrando dimensioni sensibili, narrative e situate nei processi di apprendimento. Dal punto di vista pedagogico, la progettazione visiva favorisce l'*agency* critica, il confronto con l'incertezza e la negoziazione dei significati, promuovendo un apprendimento esperienziale e trasformativo. L'esperienza mostra come un'educazione ancorata ai luoghi, integrata con strumenti progettuali, possa configurarsi come pratica di cooperazione, responsabilità e consapevolezza delle relazioni nei contesti condivisi.

È tuttavia necessario riconoscere alcuni limiti della ricerca. L'analisi si concentra prevalentemente sulla dimensione pedagogica dell'esperienza e sugli effetti osservabili nel breve periodo, mentre l'impatto a lungo termine delle pratiche di mappatura collettiva sulle dinamiche territoriali e sulle comunità coinvolte costituisce un ambito di indagine ancora aperto. Il modello didattico sperimentato, dunque, non può essere considerato concluso, ma *in progress*, aperto a ulteriori iterazioni e adattamenti. L'intenzione è quella di continuare a sperimentarlo anche all'interno di contesti formativi propri del design, al fine di esplorarne il potenziale trasformativo in ambiti disciplinari differenti. Se, come suggerito in apertura, le narrazioni dominanti tendono a neutralizzare il conflitto, la mappatura collettiva opera come una pratica capace di restituire una visione del mondo situata e plurale. L'aula si trasforma così in un laboratorio di negoziazione politica, in cui la fatica relazionale e l'incertezza del processo progettuale riflettono la complessità del reale, mentre il progetto grafico agisce come un dispositivo di spostamento dello sguardo: una trasformazione che conduce gli studenti da una posizione di osservatori distanti a quella di cartografi consapevoli delle proprie responsabilità simboliche e materiali nello spazio pubblico.

MAKING CONFLICT VISIBLE VISUAL COMMUNICATION DESIGN AS A CRITICAL, PEDAGOGICAL, AND POLITICAL PRACTICE

Collective Mapping, Critical Cartography, Transformative Learning, Design Literacy, Transdisciplinary Teaching

Abstract

This article investigates the potential of visual communication design as a critical, pedagogical, and political practice. It outlines a theoretical framework that conceptualizes design as an agonistic and reflexive practice aimed at making visible the tensions and conflicts that structure the public sphere.

The research is developed through a design-based experiment conducted within the *Critical and Collective Mapping* workshop at the University of Padua. The experience, which involved geography students, demonstrates how the use of specific *design devices* – graphic tools intended to facilitate dialogue and collective design – can activate processes of transformative learning and foster the development of critical *design literacy*. Drawing on qualitative and autoethnographic methods, the study shows how collective mapping practices and the associated graphic design processes can function as forms of critical reappropriation of lived space.

264

Visual representations, space, and the critical production of knowledge

Living in the present means engaging with a condition of structural crisis, characterized by the entanglement of ecological, social, economic, and cultural tensions. Such crises cannot be understood as contingent events or isolated emergencies, but rather as the outcome of regimes of thought and representation that have historically separated the human from the non-human, knowledge from power, and territory from subjectivity (Latour, 2017; Haraway, 2013). In this sense, the crisis concerns not only forms of coexistence but also profoundly affects the ways in which reality is known, narrated, and made visible. If the crisis implicates the very modes of knowing, representational practices assume a crucial role. Charts, maps, and visual devices do not merely describe the world; they actively shape experience by orienting the perception of phenomena

and establishing specific hierarchies of meaning. Far from being neutral, such devices participate in the production of knowledge by defining what becomes visible, sayable, and legitimate, and what remains marginal or invisible (Facchetti, 2019; Cairo, 2020).

Design, understood as a practice of material and symbolic configuration, therefore plays a central role as a cultural and political dispositif capable of shaping collective imaginaries and the power relations that traverse the public sphere (Fry, 2009; DiSalvo, 2012; Escobar, 2018; Mang & Reed, 2012). Visual communication design, in particular, exerts a significant influence insofar as the formal structuring of information contributes to organizing the cognitive frameworks through which phenomena are interpreted (Drucker, 2014). However, a substantial portion of both design practice and design education continues to operate within a paradigm of apparent neutrality (McCoy, 2001), presenting graphic design and visualization as mere vehicles for objective content. This approach tends to obscure the situated and political character of visual practices and risks—even within socially oriented projects—reproducing dominant logics, simplifying contextual complexity, or imposing universalizing models (Akama & Yee, 2019; Light, 2019).

A field that has historically addressed these issues in a systematic manner is geography, where the role of spatial representations in the production of power and knowledge has been extensively problematized (Massey, 1991; Harvey, 1992). This body of work has demonstrated that maps are not neutral descriptive tools but inherently political devices (Harley, 1989; Crampton, 2010). Over the past three decades, a growing interest in creative methods—often drawn from the visual and performative arts—has enabled geographers to explore knowledge in more dynamic, situated, and experimental ways (Hawkins, 2015; Von Benzon et al., 2021). Despite these developments, design remains marginal within geography, both as an experimental and project-based approach and as a pedagogical method (Grove et al., 2019), with its potential for the critical production of representations and the mediation of spatial knowledge still largely unexplored.

This article positions itself within this open field of inquiry and aims to investigate the pedagogical and political potential of visual communication design through collective mapping practices. It examines how educational experiences designed and supported by specific graphic tools can activate processes of transformative learning and foster the critical reappropriation of lived space. The study is developed through a design-based experiment conducted within the *Critical and Collective Mapping* workshop,

held as part of an international geography course at the University of Padua. Through the analysis of the maps produced, the design devices employed, and the reflective materials developed by students, the article reflects on a pedagogical design experiment, exploring visual communication design as a transformative pedagogical practice that operates spatially and supports collective processes of relationship-building, knowledge production, and social imagination.

Design as an agonistic practice

Within design studies, numerous scholars have challenged the notion of design as a neutral or purely functional activity, instead foregrounding its political and conflictual dimensions. DiSalvo (2019) proposes understanding design as an agonistic practice, one that operates within the space of conflict rather than seeking to resolve it. Drawing on Mouffe's (2019) distinction between *politics* and *the political*, agonistic design does not aim to refine existing institutional mechanisms (*politics*), but rather to create spaces in which tensions, differences, and antagonisms can emerge, be articulated, and be negotiated (*the political*).

From this perspective, the value of design lies not in the production of definitive solutions, but in its capacity to render visible the contradictions that traverse the social realm and to open up new possibilities for action and imagination. As Escobar (2018) observes, design contributes to the making of worlds by shaping practices, relationships, and visions of the future.

265

This dimension is particularly evident in the field of visual communication. Every visualization embodies specific assumptions, making certain aspects of reality visible while obscuring others. In this sense, the concept of *graphesis* highlights how visual form operates as a cognitive architecture, capable of organizing, hierarchizing, and interpreting reality even prior to its reception (Drucker, 2014). Visualization thus becomes a site of meaning- and power-production, often instrumental in the naturalization of dominant worldviews (D'Ignazio & Klein, 2020).

Cartography represents an emblematic case of this dynamic. As demonstrated by critical cartography (Harley, 1989; Crampton, 2010; Schweizer et al., 2024), maps are never neutral representations of space, but rather the outcome of choices, omissions, and mediations that reflect specific worldviews and power relations. Cartographic methods can therefore be read as design processes, in which formal and conceptual decisions directly shape the production of spatial knowledge; in this sense, *critical cartography* offers relevant examples

and tools for design practice and theory alike (Hall, 2019). If design is a political practice, its educational dimension cannot be reduced to the transmission of technical skills. As Freire (2011) argues, education is always a political act: it can either contribute to the reproduction of inequalities or foster the development of critical consciousness and agency. From this perspective, design education assumes strategic value as a space for experimenting with reflective and transformative practices, in which students are encouraged to question their interpretive frameworks and the languages through which the world is represented.

Design practice can be understood as a form of experiential learning (Kolb & Kolb, 2006), in which action and reflection are intertwined, offering students the opportunity to directly engage with complex and situated processes. When such experience is accompanied by a critical revision of one's assumptions and perspectives, it takes the form of transformative learning (Mezirow, 2008), capable of reshaping ways of seeing, thinking, and acting. In particular, for students coming from predominantly theoretical disciplinary backgrounds, visual communication design can function as a method of inquiry in its own right. Learning to design entails engaging with uncertainty, performing complex syntheses, and translating abstract concepts into devices that operate within the public sphere. In this sense, *visual and design literacy* (Adil, 2022) concerns not only the acquisition of formal skills, but also the ability to critically interrogate representational languages and to recognize their political implications.

Within this framework, collective mapping and graphic devices can be understood as pedagogical tools capable of mediating between academic knowledge and situated knowledge (Haraway, 2013). Through shared design processes, space is produced as relational, experiential, and political, fostering forms of symbolic reappropriation and collective meaning-making (Novoa, 2022).

Methodological framework: a situated and qualitative approach

The study is grounded in a qualitative, situated, and design-based perspective, in which the educational process does not merely constitute the object of analysis but functions as the primary methodological device of the inquiry. The *Critical and Collective Mapping* workshop was conceived and conducted as a space for teaching, design experimentation, and knowledge production, in which visual communication design operated simultaneously as a pedagogical practice and as a research method ©. Within this framework, the methodology is not based on the application of analytical tools external to the context under study, but on the reflexive observation of a situated process

characterized by collaborative practices, design decisions, and moments of collective negotiation. Design, understood as an open and iterative process, thus becomes a mode of inquiry capable of making observable cognitive, relational, and political dynamics that are difficult to access through purely discursive approaches.

The investigation combines multiple levels of observation and material production, integrated within the workshop itself. First, direct observation of classroom and field activities was conducted, with particular attention to modes of participation, collaborative dynamics, and moments of interpretive conflict that emerged during the design process. A second level of analysis concerns the design artefacts produced by participants. Maps, collages, symbolic systems, and visual materials developed during the workshop were not treated as mere final outputs, but as epistemic tools and spaces for reflection through which choices, viewpoints, and interpretations of space became visible. The analysis of artefacts considered compositional, chromatic, typographic, and narrative elements, as well as the degree of interpretive openness of the representations, in relation to their capacity to make territorial tensions, stratifications, and conflicts visible.

266

This level of analysis is complemented by an examination of the *design devices* employed during the workshop, understood as socio-material devices of cognitive and relational mediation. Observing their use made it possible to understand how design can operate not only as an expressive language, but also as a pedagogical infrastructure capable of orienting collaborative and reflexive practices.

A further methodological layer is constituted by the open-ended autoethnographies produced by students at the end of the workshop. These materials were not considered assessment tools, but reflexive practices through which participants could rework their lived experience, connecting design choices to their biographical, disciplinary, and cultural trajectories. The overall analysis does not aim to measure transformative learning, but rather to identify emerging traces of shifts and reorientations in participants' interpretive frameworks. Such traces were observed in the conceptual language employed, in the visual and narrative choices adopted, and in the reflexive practices expressed in written and oral form throughout the workshop. As a situated qualitative inquiry, the goal is not statistical generalization, but the production of transferable knowledge, useful for reflecting on the role of visual communication design as a pedagogical and political practice in comparable educational and social contexts.



②

Momento di incontro e mappatura con le attiviste e gli abitanti del quartiere Palestro. Meeting and mapping session with activists and residents of the Palestro neighbourhood.

The Critical and Collective Mapping workshop

The *Critical and Collective Mapping* workshop, conducted between November and December 2025, involved 45 students enrolled in an international geography course at the University of Padua. Participants were familiar with critical approaches to spatial analysis and cartography, but lacked formal design training and structured visual competencies. This condition made the workshop a productive site of experimentation for observing how design practices can operate as a method of inquiry and activate processes of transformative learning and critical awareness within the university context.

Embedded within a curricular course, the workshop emerged from a collaboration between instructors, researchers, and activists from the collectives *orangotango* and *Decolonize Your Eyes* (DYE).

The latter is active in the Palestro neighbourhood, a residential area in the north-western part of the city of Padua characterized by a heterogeneous social fabric and a strong popular identity. Originally developed as public housing in the post-war period, Palestro has historically been shaped by social tensions and processes of marginalization, as well as by practices of solidarity that contribute to its identity. The collaboration with the collectives made it possible to structure the workshop around the goal of representing the multiple identity layers of the neighbourhood, foregrounding its complexity and stratification.

267

It is important to note that, although the project is grounded in an ongoing relationship with the neighbourhood and the involved collectives, the phase of restitution and its direct impact on territorial dynamics represent a future horizon of the research. The present contribution instead focuses on the pedagogical dimension of the experience, concentrating on the learning processes activated among students and on how the design-based approach affected their interpretive frameworks and critical agency.

The workshop was structured into five progressive phases, conceived as interdependent moments of knowledge construction. An initial phase of theoretical introduction provided students with a shared conceptual framework necessary for critically interpreting the observed phenomena. This was followed by a phase of shared knowledge-building, during which students, through collaborative activities and ad hoc designed tools, negotiated meanings and shared perceptions and experiences. The field research phase, guided by the DYE collective, represented a central moment of the

workshop. Conceived as a relational practice involving engagement with the neighbourhood and its inhabitants, it enabled students to grasp the complexity of urban phenomena through situated observation of places, social relations, and the symbolic tensions that traverse them. Subsequently, during the co-design phase, insights emerging from the research were translated into visual and textual representations. This stage fostered critical reflection on the languages of mapping and the political implications of visual choices, allowing students to engage concretely with the principles of visual language and to confront uncertainty and complexity inherent in the design process. The final phase of public restitution, through the presentation of the maps to the rest of the class and to the neighbourhood, made visible the public and negotiated character of mapping, activating feedback processes ②.

Throughout the workshop, students worked on themes such as toponymy, the history and transformation of the neighbourhood, producing visual maps developed through collage, drawing, and symbolic systems, as well as word maps based on narratives, testimonies, and archival documents. Visual form enabled the emergence of symbolic and spatial tensions not always accessible through verbal language alone (Swann, 2002; Pinotti & Somaini, 2016).

A central element of the workshop was the use of design devices, defined as socio-material dispositifs capable of actively participating in processes of co-construction of knowledge (Ehn, 2008). In this context, the devices were conceived as visual tools for cognitive mediation, aimed at making decision-making processes explicit and supporting conscious collective design. They facilitated the visibility of subaltern perspectives, the activation of collective intelligences, and the construction of complex representations, fostering manifestations of transformative learning among students, observable in shifts in conceptual language, visual and narrative choices, and in heightened awareness of the power relations embedded in representational processes.

In designing these devices, the workshop drew inspiration from the work of the collective *Iconoclasistas* (2021; 2022), who define their tools as *Feelthink Machines and New Devices for Thinking the Common*. These devices are conceived as instruments capable of integrating cognitive, emotional, embodied, and relational dimensions, and of stimulating critical and collective readings of territories. Based on these principles, two large-format (A1) paper-based devices were developed specifically for the workshop. The first, introduced during the initial phase, supported the planning of field research by organizing interviews, objectives, resources, and roles, while stimulating collective reflection.

The second, employed later in smaller groups, facilitated the management and reworking of the collected information and visual language choices, promoting critical reflection on content selection and on graphic strategies for cartographic representation.

Discussion of findings:

emerging evidence from mapping processes

The analysis of the design experimentation conducted within the *Critical and Collective Mapping* workshop highlights how visual communication design can activate processes of transformative learning and critical agency among students without a design background. The observation of classroom dynamics, combined with the qualitative analysis of autoethnographies and artefacts, allows the discussion of findings to be articulated around three main axes: the visual translation of complexity, the mediating role of design devices, and the political dimension of collaborative work.

A first significant finding concerns the shift from text-based knowledge production to a visual and spatial logic. Translating abstract concepts such as *community* or *safety* into graphic signs fostered the development of design literacy understood as a critical narrative capacity.

268

The autoethnographies confirm this shift: for participants, the choice of colours, typographic weights, and spatial hierarchies became a conscious narrative act capable of influencing others' perceptions. Testimonies indicate that collaboration enabled students to overcome initial technical insecurity, transforming design into a practice of conceptual exploration ③.

A second interpretive axis concerns the role played by design devices in supporting the co-design process. The introduction of these tools proved decisive in managing the complexity of the information collected in the field and in facilitating the development of coherent visual outputs. On the one hand, the devices functioned as cognitive supports, helping students to select, organize, and relate heterogeneous data; on the other, they performed a relational mediation function, making interpretive conflicts within groups explicit and discussable. As reported by one student, the devices helped reveal that there were no opposing visions within the group, but rather different ways of representing the same concept, thus transforming disagreement into an opportunity for learning.

The third axis of discussion concerns the collaborative dimension of the work. Group collaboration made evident the agonistic and negotiated character of design,





③
Dettaglio della mappa incentrata sulla
toponomastica del quartiere Palestro.
Detail of the map focusing on the toponymy
of the Palestro neighbourhood.

turning the management of differences into a formative moment. The negotiation of representational languages transformed collective work into a space of dialectical confrontation, where differences in perception, interpretation, and priorities were rendered visible and discussed. Empirical evidence suggests that groups able to address these tensions without resorting to avoidance strategies or individual fragmentation achieved more articulated visual syntheses, going beyond the mere aggregation of individual contributions.

Overall, the analysis indicates that the visual translation of complexity, the mediating role of design devices, and the collaborative management of differences can function not only as operational strategies, but also as tools capable of supporting cognitive and social emancipation. The findings suggest that visual communication design can become a space of shared narration, where the construction of collective meanings intertwines with the development of critical skills and with the possibility of reinterpreting one's lived space. In this sense, the proposed contribution may offer new perspectives both for design education and for broader reflections on the political value of collaborative visual production ④.

270 **Conclusions: pedagogical and political implications of visual communication design**

This study demonstrates how visual communication design can operate as a critical, pedagogical, and political practice within non-design university contexts. Collective mapping experiences showed that visual representation functions as an epistemic device capable of making tensions, asymmetries, and positionalities within the urban context visible, thereby promoting the shared construction of knowledge.

The results of the experimentation indicate that introducing visual communication design practices and tools into geography education can foster students' critical awareness of representational languages and their political implications. In particular, visual mapping proved to be an effective tool of cognitive and relational mediation, capable of supporting the translation of territorial complexity into open, negotiable, and plural forms, without reducing it to univocal or simplified narratives. A key contribution of this work lies in the analysis of design devices as socio-material actors within processes of knowledge co-construction. The use of ad hoc designed devices made it possible to render decision-making processes explicit, facilitate collaborative work, and transform interpretive conflict into a pedagogical resource. In this sense, design devices supported the

emergence of collective intelligences and fostered a reflexive stance toward spatial representational practices.

The workshop highlights the potential of design as a method of inquiry, expanding the methodological repertoire of critical geography by integrating sensory, narrative, and situated dimensions into learning processes. From a pedagogical perspective, visual design supports critical agency, engagement with uncertainty, and the negotiation of meaning, promoting experiential and transformative learning. The experience shows how place-based education, when integrated with design tools, can function as a practice of cooperation, responsibility, and awareness of relational dynamics in shared contexts.

Some limitations of the research must nevertheless be acknowledged. The analysis focuses primarily on the pedagogical dimension of the experience and on short-term observable effects, while the long-term impact of collective mapping practices on territorial dynamics and on the involved communities remains an open area of inquiry. The pedagogical model tested should therefore be understood as a work in progress, open to further iterations and adaptations.

The intention is to continue experimenting with this approach also within design-specific educational contexts, in order to explore its transformative potential across different disciplinary fields. If, as suggested at the outset, dominant narratives tend to neutralize conflict, collective mapping operates as a practice capable of restoring a situated and plural vision of the world. The classroom thus becomes a laboratory of political negotiation, where relational effort and the uncertainty of the design process mirror the complexity of reality, while graphic design acts as a dispositif for shifting perspectives—transforming students from distant observers into cartographers aware of their symbolic and material responsibilities within the public sphere.

REFERENCES

- Adil, R. (2022). Use of images to support critical visual literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 45, 101046.
- Akama, Y., & Yee, J. (2019). *Embracing plurality in designing social innovation practices*. *Design and Culture*, 11(1), 1-11.
- Cairo, A. (2020). *Come i grafici mentono: capire meglio le informazioni visive*. Raffaello Cortina Editore.
- Crampton, J. W. (2011). *Mapping: A critical introduction to cartography and GIS*. John Wiley & Sons.
- D'Ignazio, C., & Klein, L. (2020). *Data feminism*. MIT Press.
- DiSalvo, C. (2012). *Adversarial design*. MIT Press.
- DiSalvo, C. (2019). *Design, democrazia e pluralismo agonistico*. In A. Facchetti (Ed.), *Design & Conflicts* (pp. 4-23). Krisis Publishing.
- Drucker, J. (2014). Knowledge design: A conceptual and curricular challenge. *Design and Culture*, 6(1), 65-83.
- Ehn, P. (2008). Participation in design things. In *Participatory Design Conference* (pp. 92-101). ACM Digital Library.
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- Facchetti, A. (2019). *Introduzione*. In A. Facchetti (Ed.), *Design & Conflicts* (pp. 4-23). Krisis Publishing.
- Freire, P. (2011). *Pedagogia degli oppressi*. Edizioni Gruppo Abele.
- Fry, T. (2009). *Design futuring*. University of New South Wales Press.
- Grove, K., Krivý, M., Rickards, L., Schliwa, G., Collier, S. J., Cox, S., & Gandy, M. (2019). Interventions on design and political geography. *Political Geography*, 74, 102017.
- Hall, P. (2019). Bolle, linee e stringhe. In che modo la data visualization informa la realtà. In A. Facchetti (Ed.), *Design & Conflicts* (pp. 4-23). Krisis Publishing.
- Haraway, D. (2013). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective 1. In *Women, science, and technology* (pp. 455-472). Routledge.
- Hawkins, H. (2015). Creative geographic methods: Knowing, representing, intervening. *Cultural Geographies*, 22(2), 247-268.
- Harley, J. B. (1989). *Deconstructing the map*. *Cartographica*, 26(2), 1-20.
- Harvey, D. (1992). Social justice, postmodernism and the city. *International Journal of Urban & Regional Research*, 16(4), 588-601.
- Iconoclasistas. (2021). *New devices for thinking the common*. *FIELD: A Journal of Socially-Engaged Art Criticism*.
- Iconoclasistas, D. (2022). *Organic methodology and feelthink machines*. *Revista Heterotopías, FFyH, UNC*.
- Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2006). Learning styles and learning spaces: A review of the multidisciplinary application of experiential learning theory in higher education. In *Learning styles and learning: A key to meeting the accountability demands in education* (pp. 45-91).
- Latour, B. (2017). *Facing Gaia: Eight lectures on the new climatic regime*. John Wiley & Sons.
- Light, A. (2019). *Design and social innovation at the margins: Finding and making cultures of plurality* (Version 1). University of Sussex.
- Mang, P., & Reed, B. (2012). *Designing from place: A regenerative framework and methodology*. *Building Research & Information*, 40(1), 23-38.
- Massey, D. (2005). *For space*. Sage.
- McCoy, K. (2003). *Good citizenship: Design as a social force*. In V. Vienne & S. Heller (Eds.), *Citizen designer: Perspectives on design responsibility*. Allworth Press.
- Mezirow, J. (2008). An overview on transformative learning. *Lifelong Learning*, 40-54.
- Mouffe, C. (2019). *Arte e democrazia. Arte come intervento agonistico nello spazio pubblico*. In A. Facchetti (Ed.), *Design & Conflicts* (pp. 4-23). Krisis Publishing.
- Novoa, M. (2022). Insurgent heritage: Mobilizing memory, place-based care and cultural citizenships. *International Journal of Urban and Regional Research*, 46(6), 1016-1034.
- Pinotti, A., & Somaini, A. (2016). *Cultura visuale: immagini, sguardi, media, dispositivi* (Vol. 653). Einaudi.
- Schweizer, P., Halder, S., & kollektiv orangotango. (2024). *Don't believe the mapping hype! Three steps back for an engaged cartography*. In *The Routledge Handbook of Cartographic Humanities* (pp. 54-60). Routledge.
- Swann, C. (2002). Action research and the practice of design. *Design Issues*, 18(1), 49-61.
- Von Benzon, N., Wilkinson, S., Wilkinson, C., & Holton, M. (2021). *Creative methods for human geographers*. Sage Publishing.

ACKNOWLEDGEMENTS

Il presente progetto è il risultato di un lavoro corale. Si desidera ringraziare in modo particolare la ricercatrice Mariasole Pepa e la dottoranda Francesca Acetino dell'Università degli Studi di Padova, Paul Schweizer e Inez Merel del collettivo orangotango, per la collaborazione nella fase di progettazione pedagogica. Si ringraziano inoltre le studentesse e gli studenti del corso di laurea magistrale in Local Development per l'impegno e la partecipazione durante le attività. Infine, un riconoscimento speciale va alle attiviste di Decolonize Your Eyes e alla comunità del quartiere Palestro, il cui supporto, accoglienza e disponibilità a condividere saperi e spazi sono stati preziosi.

This project is the result of a collective effort. The author would like to express particular gratitude to researcher Mariasole Pepa and PhD candidate Francesca Acetino from the University of Padua, as well as to Paul Schweizer and Inez Merel from the orangotango collective, for their collaboration during the pedagogical design phase. The author also wishes to thank the students enrolled in the Master's degree programme in Local Development for their commitment and active participation throughout the activities. Finally, special recognition is due to the activists of Decolonize Your Eyes and to the community of the Palestro neighbourhood, whose support, hospitality, and willingness to share knowledge and spaces were invaluable to this project.

BIO

Diletta Damiano


Visual designer e dottoressa di ricerca in Scienze del Patrimonio Culturale, è docente di Laboratorio Tesi presso l'ISIA di Roma. Ha collaborato con istituzioni pubbliche e centri di ricerca nello sviluppo di strategie comunicative per il coinvolgimento dei cittadini. La sua ricerca si concentra su approcci educativi esperienziali e trasformativi, basati sulla relazione e sulla cura dei luoghi.

Visual designer and PhD in Cultural Heritage Studies, teaches the Thesis Laboratory course at ISIA Rome. She has collaborated with public institutions and research centres on the development of communication strategies for citizen engagement. Her research focuses on experiential and transformative educational approaches grounded in relational practices and the care of places.

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.

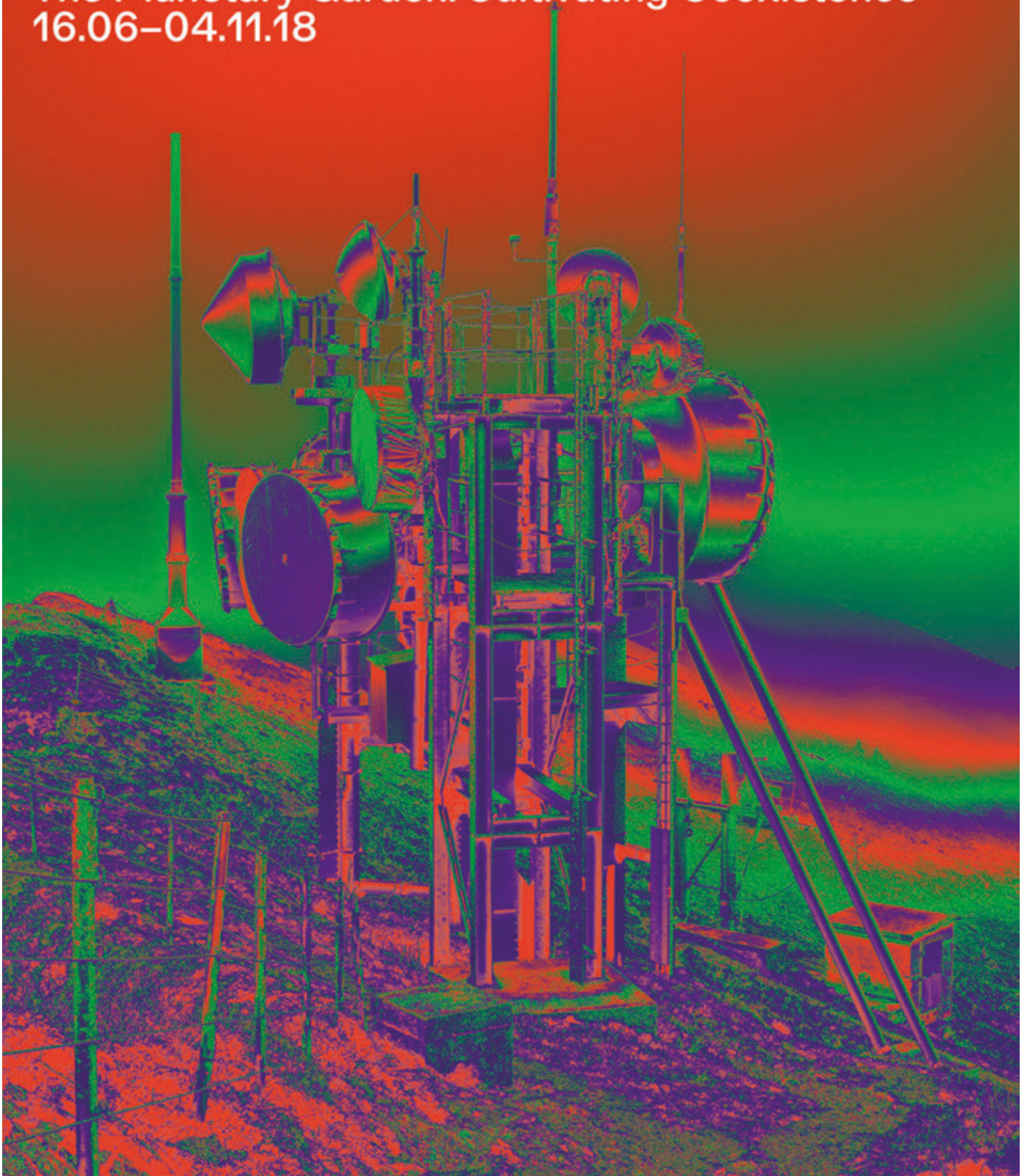
L'identità visiva della mostra è configurata come un collage di linguaggi visivi contrastanti, che riflette deliberatamente il caos e la pluralità cacofonica del decennio analizzato e si posiziona come elemento di rottura visiva rispetto all'ambiente tradizionalmente neutrale e minimal del Design Museum. 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

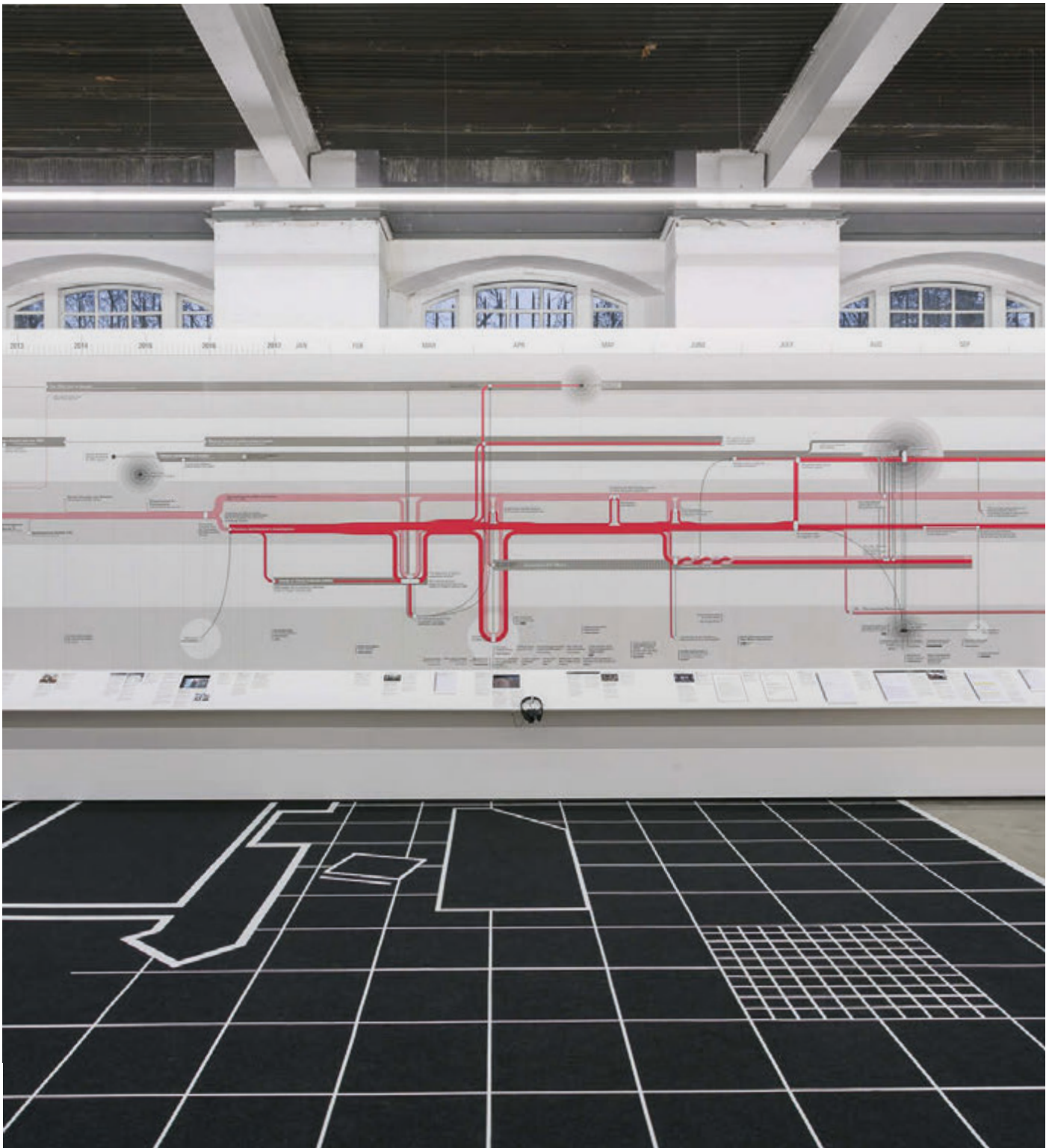




⑧

"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.

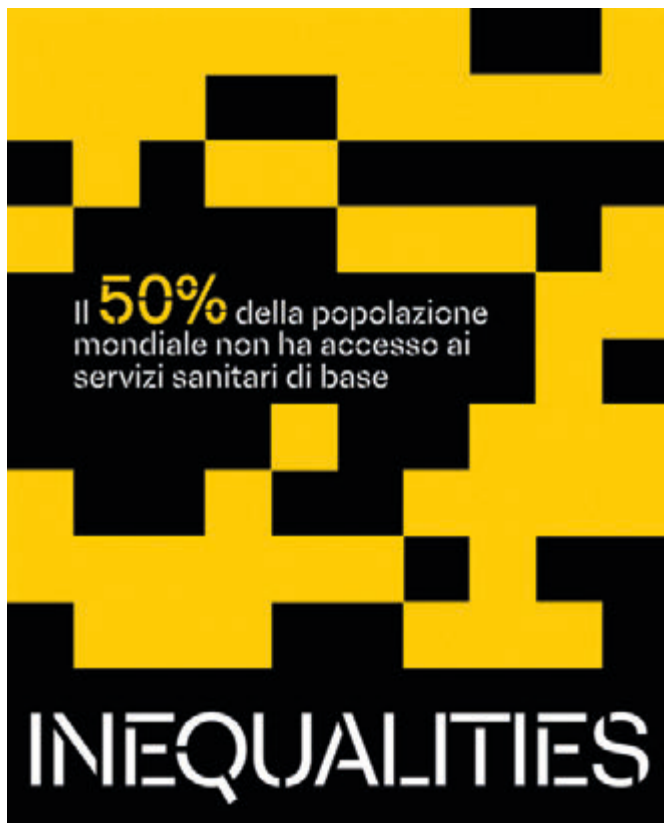
Within the experience of the exhibition space, a fundamental discriminant operates: the *entrance narrative*, an implicit set of prejudices and expectations, reinforced by pre-existing images and knowledge (Tsybulska & Rounds, 2009). The entrance narrative is a powerful cognitive device, since it orients 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,



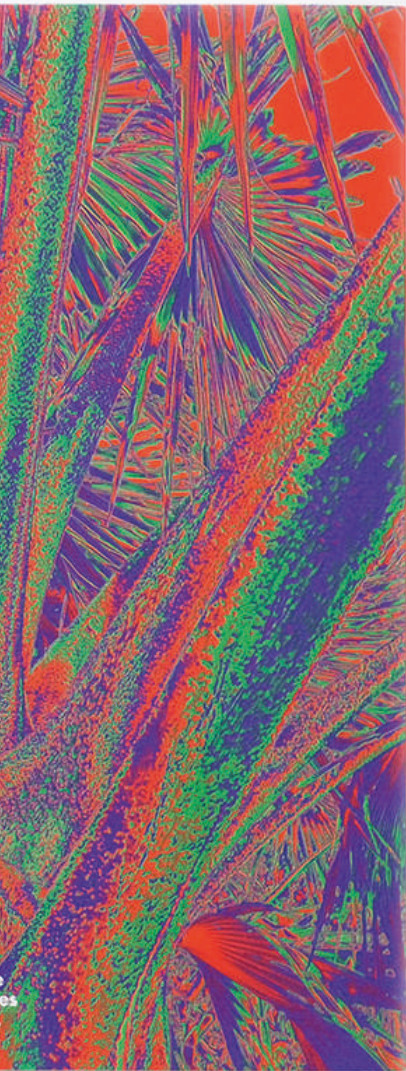
③ “Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere”, Venezia (2024)
 “Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere”, Venice (2024)



⑤
"Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere",
Venezia (2024)
"Stranieri Ovunque - Foreigners Everywhere",
Venice (2024)



⑦
"Manifesta 12", Palermo (2018)
"Manifesta 12", Palermo (2018)



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.

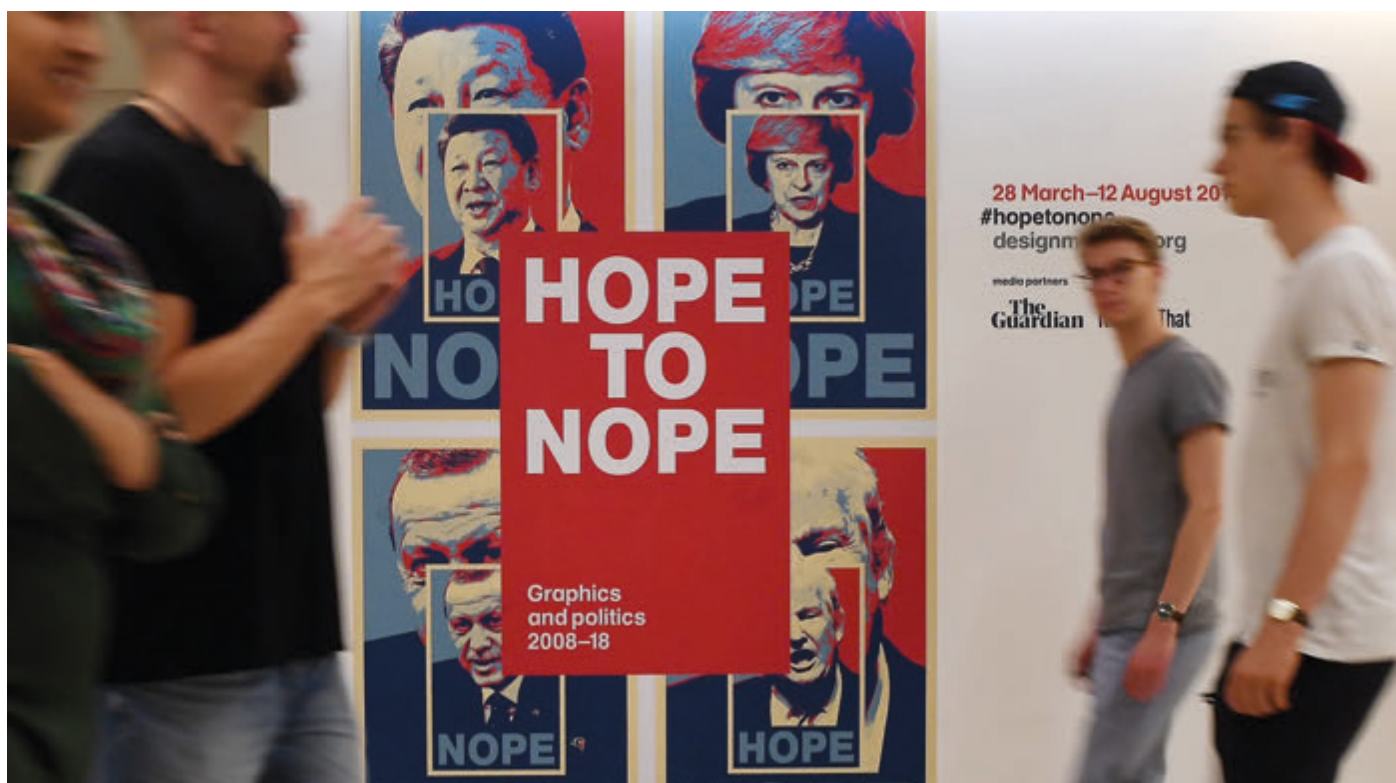
The graphic system combines wall diagrams, floor-plan layouts tattooed onto the ground and annotative typography. This is not an intimidating aesthetic, but a communicative strategy that invites active participation and the democratisation of expertise. Temporal maps and textual flows constitute the 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

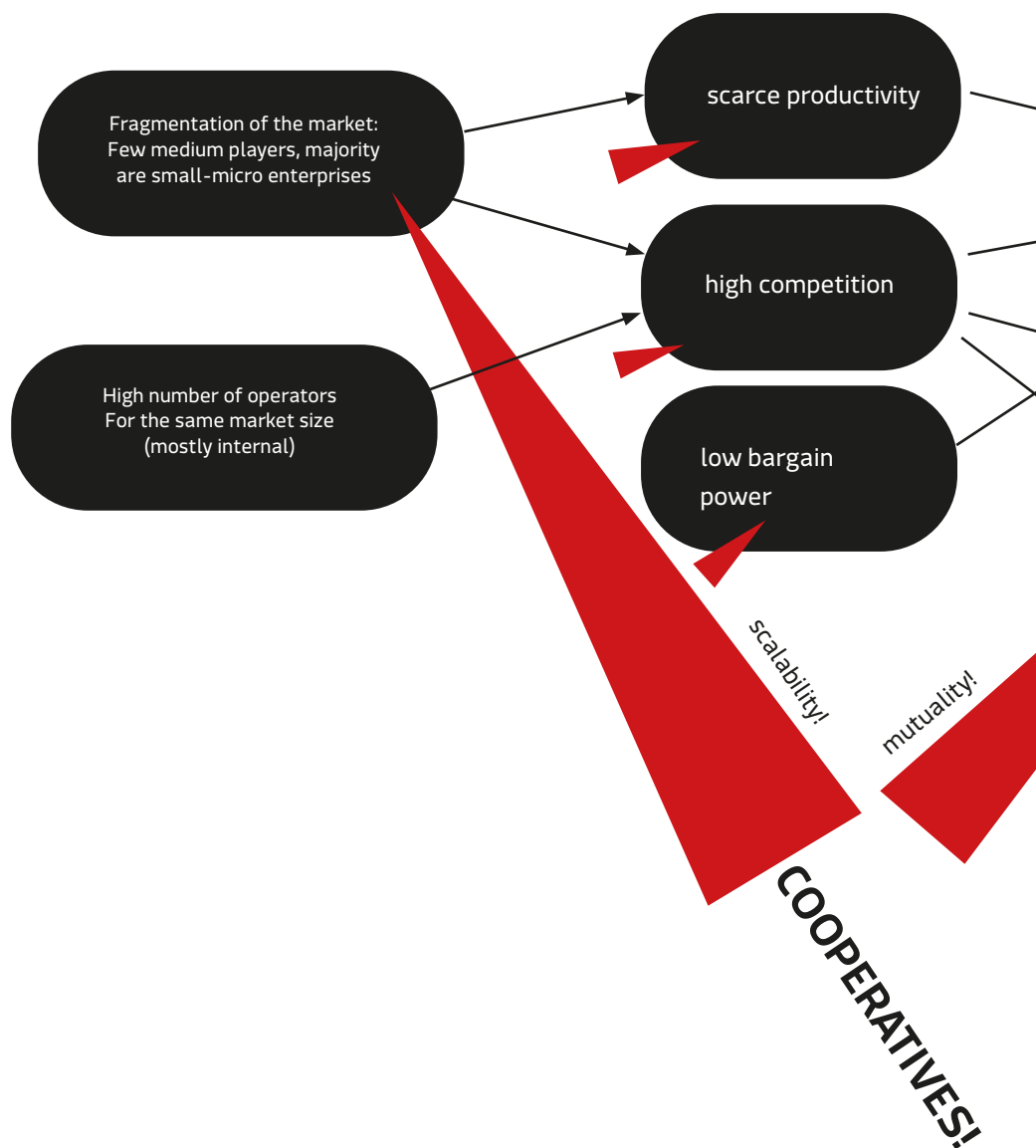
PhD in Design, è assegnista di ricerca e docente a contratto presso la Sapienza Università di Roma e docente a contratto presso l'Università degli studi di Ferrara. La sua ricerca si concentra nell'ambito del Design della Comunicazione Visiva e dell'Exhibit Design, con particolare attenzione al ruolo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

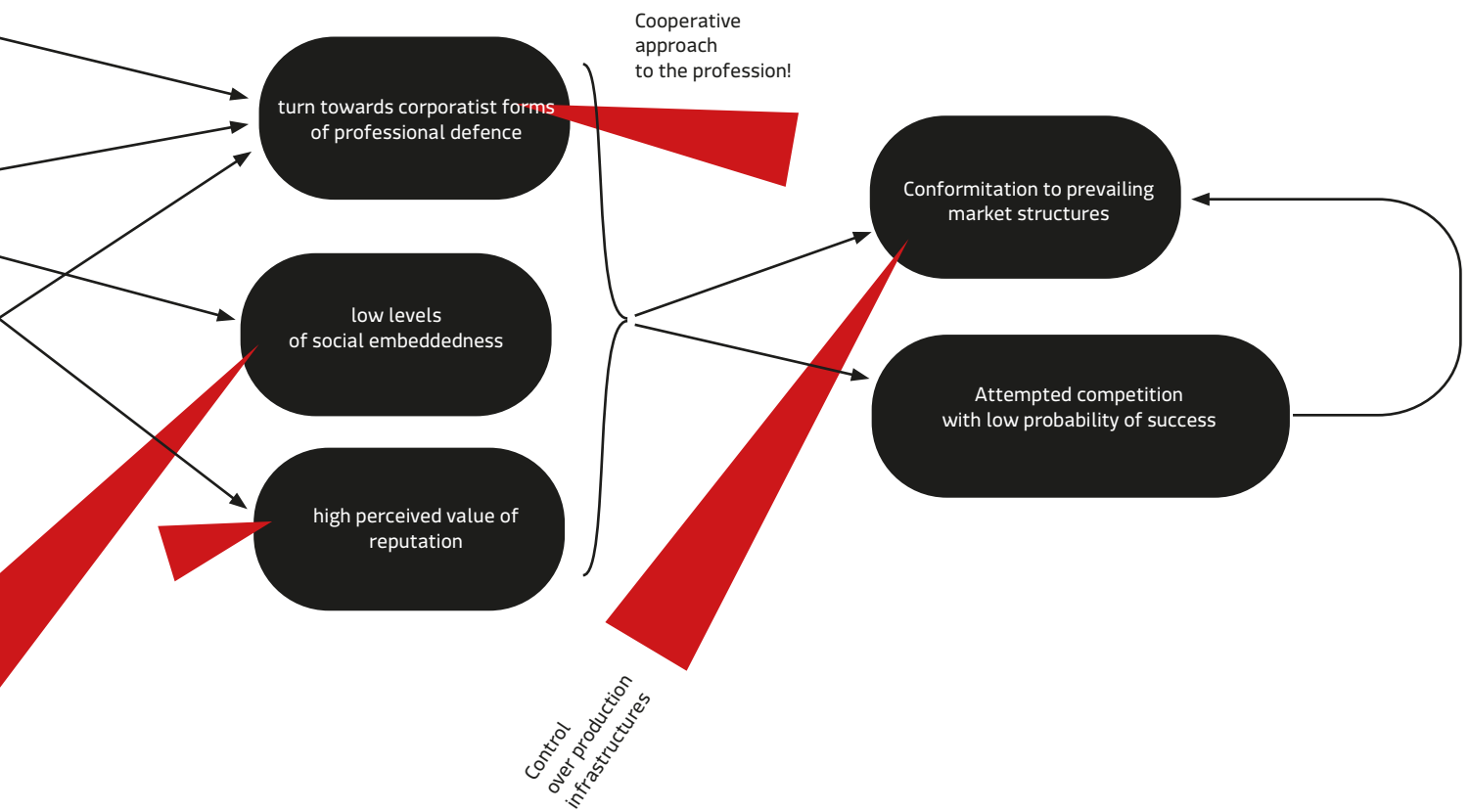
Gaia Casaldi

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.



IL RUOLO DELLE COOPERATIVE NEL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE IN ITALIA

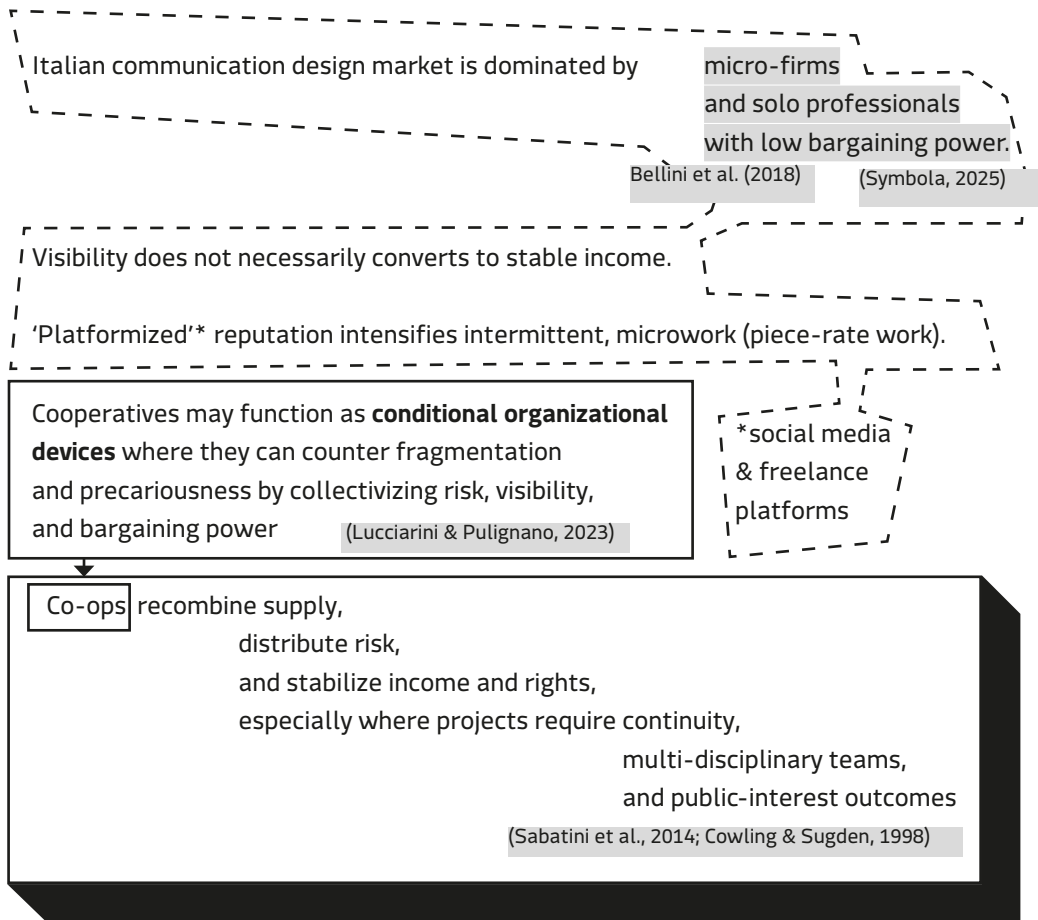


Beat the Black of hyper-competitive corporatism
with the Red Wedge of cooperatives
(a graphical abstract)

Luciano Perondi
 ⓘ 0000-0002-7198-4030
 Università Iuav di Venezia
 lperondi@iuav.it

Tommaso Guariento
 ⓘ 0000-0002-6106-9701
 Ca' Foscari Università di Venezia
 tommaso.guariento@unive.it

Giampiero Dalai
 ⓘ 0000-0002-8205-9801
 Alpaca Società Cooperativa
 giampiero.dalai@alpacaprojects.com



1. Context

Italian regulation on Co-op

The Basevi Law of 14 December 1947 established the foundational legal criteria. From the 1970s onward, successive reforms strengthened capital and clarified governance 2003 Company Law Reform: distinction between predominantly mutual cooperatives and other cooperatives with profit distribution is allowed but still under democratic governance. (Zamagni & Zamagni, 2010)

Co-ops replace capital-weighted voting with "one member, one vote," ensuring that individual interests are aligned and collective (Zamagni & Zamagni, 2011, pp. 23–33)

2. Why cooperatives may matter in design market

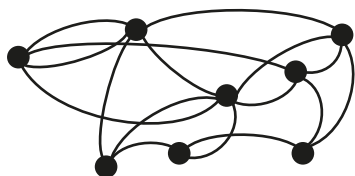
Unlike ad-hoc freelance alliances, →

membership,
rules on intellectual properties,
and internal crediting

turn individual visibility
into a managed collective asset

Co-ops

Evidence shows co-ops can match private firms' performance



→

with fewer conflicts,
lower absenteeism,
and robust employment,
contradicting free-riding predictions.

(Estrin, 1991; Borzaga et al., 2019)

Co-ops

3. Networks, social capital*, and structural cohesion

Cooperation may enable forms of mutual support and redistribution in contexts that would otherwise be hostile.

Co-ops generate trust and positive externalities beyond firm boundaries (Sabatini et al., 2014).
From a network view, their dense, redundant ties
+ increase structural cohesion
—multiple independent paths that keep groups connected despite node loss—
improving shock tolerance and reducing conflict cascades (Moody & White, 2003; White & Harary, 2001).

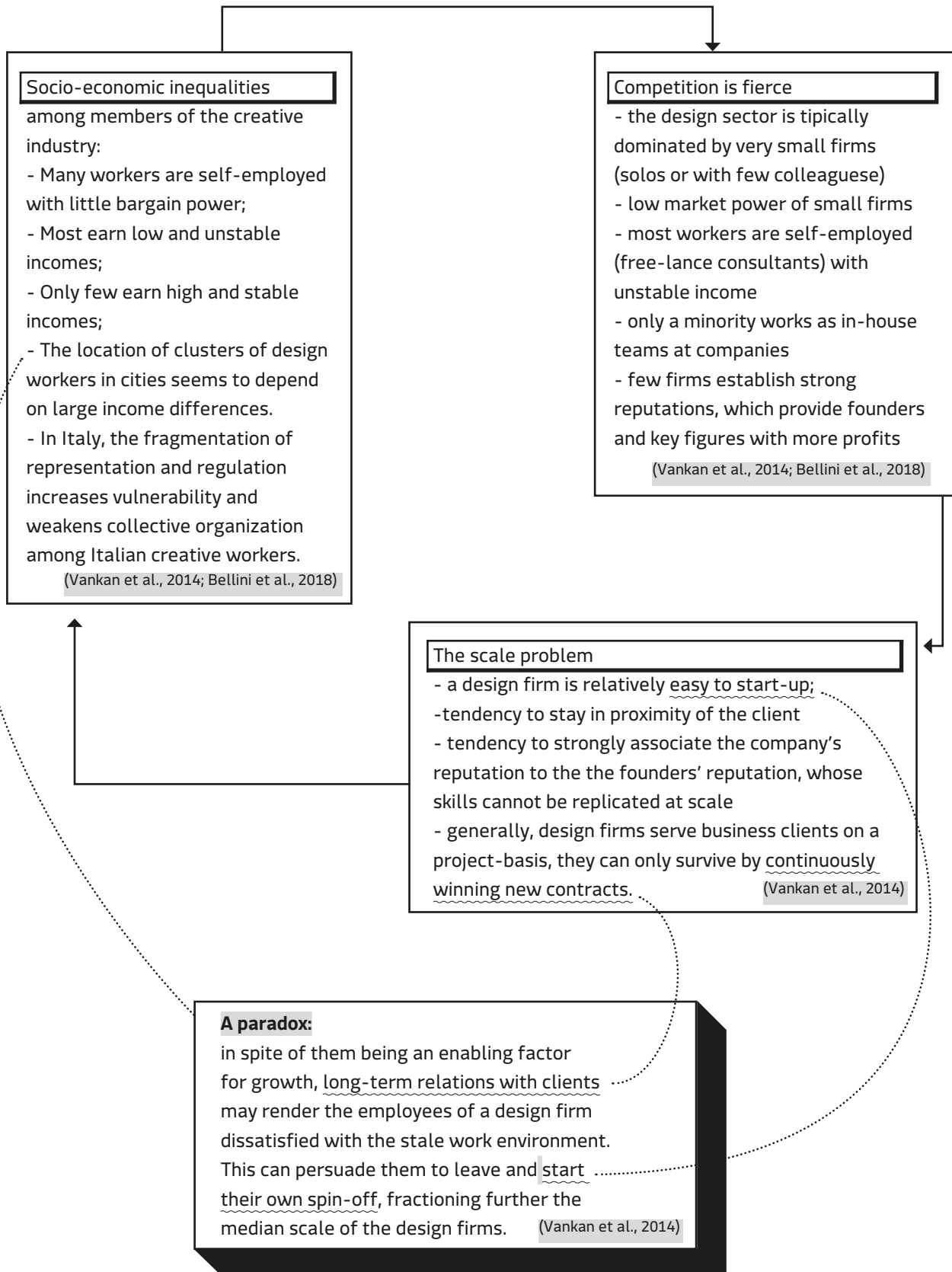
For design organizations this means
+ smoother handovers,
+ substitutability of critical roles,
+ and continuity under staff turnover.

***Social capital & Embeddedness**

Social capital refers to the resources derived from durable networks of institutionalized relationships, which provides members with the backing of the collectively owned capital and access to credit in its various forms (Bourdieu, 1986).

Embeddedness refers to the extent to which economic action is grounded in concrete and ongoing social relations, rather than in abstract norms, trust, or institutional affiliation (Granovetter, 1985).

4. Socio-economics of the design market



5. Method of analysis

Research design		
Exploratory and comparative	research design aimed at	<u>mapping organizational forms</u> in the Italian communication design market, with a specific focus on cooperative enterprises.
Analytical strategy		
The study combines	institutional mapping and comparative analysis	of <u>organizational models</u> (self-employed, capital-based firms, cooperatives), rather than estimating causal effects or population parameters.
Unit of analysis		
Design firms and professional organizations		operating in the <u>graphic design sector in Italy</u> .

6. Data

Primary data sources		
Infocamere (Italian Chambers of Commerce) registers, used to:	identify	formally registered firms;
	distinguish	<u>map firm size;</u> sectoral classification through ATECO codes; legal forms (sole proprietorships, limited liability companies, etc.).
Supplementary sources		
Professional associations (e.g., AIAP, AGI) membership lists; Firms and studios identified through sector-specific websites and professional observatories.		
Market segmentation		
Firms are classified according to EU enterprise size categories (micro, small, medium), (European Commission, 2026) in order to ensure analytical comparability across organizational forms.		
Sampling approach		
Non-probabilistic, multi-source sampling (reference year: 2025); The sample is constructed to capture organizational diversity rather than statistical representativeness.		

7. Limitations

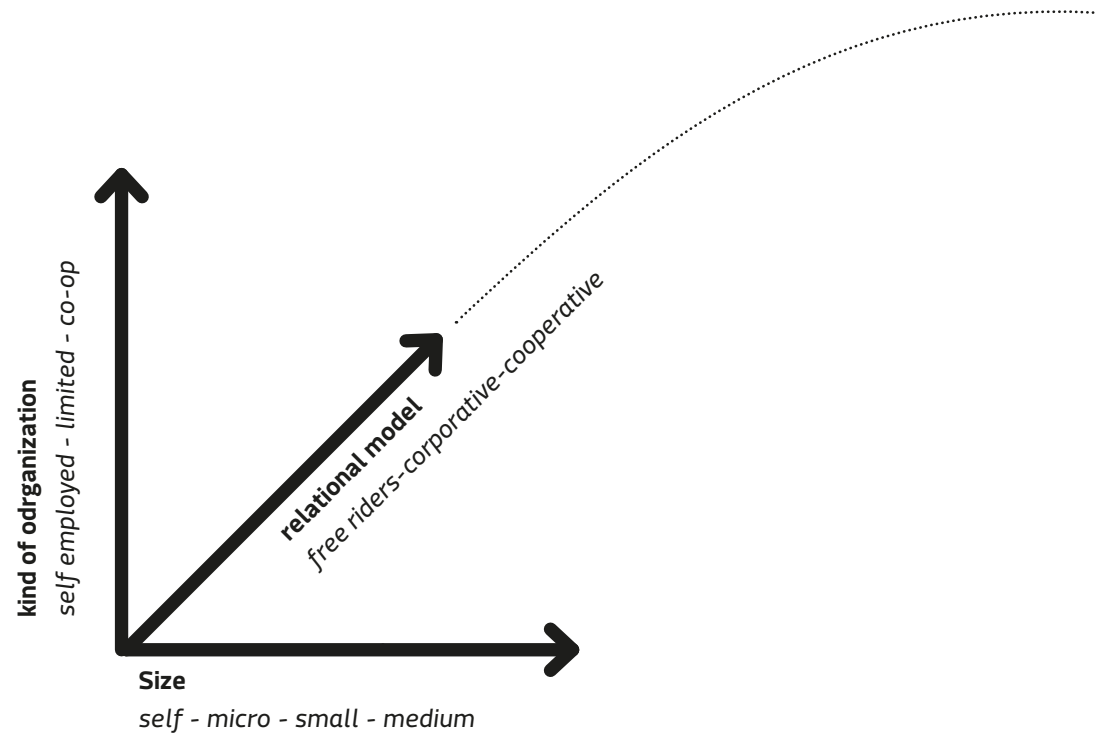
Representativeness: The sample is not statistically representative of the entire population of Italian design firms and should not be used for population-level inference.

Selection bias: The inclusion of professional associations and visible sector actors may over-represent firms with higher reputational or symbolic capital.

Coverage constraints: Infocamere data capture formally registered entities only, excluding informal, hybrid, or intermittently organized forms of creative work.

Analytical scope: Findings are intended to support conceptual and comparative arguments about organizational models, not to measure performance differentials in a causal or econometric sense.

8. The political and socio-economical dimensions of a firm



In this article we mention several models for the political setup of professional networks and socio-economical operating in the domestic market.

The models can be arranged on three axes, an economical entity can be described by its position on these three axes:

kind of organization,
relational model,
size.

In the **relational model**:

for **corporative model** we describe the relational model observed in those professional lobbies

which obtained or plan to obtain
 recognition as a professional register (*albo professionale*),
 with or without a dedicated pension fund,
 to leverage their public recognition to withhold exclusive benefits
 on a political,
 economical and
 personal level

for **free-rider model** we describe the relational model observed in those professionals or firms

which operate in the free capital market as independents
 not compromising their leadership and governance
 withholding the majority of shares
 or retaining apical positions
 adhering to lobbies with mutual interest on need
 whose aim is primarily the profit

for **cooperative model** we describe the relational model observed in those professionals or firms

whose governance is equally shared amongst associates
 and whose aim is to offer workers better terms
 than the ones available on the market (especially for freelancers and solos)

All these models interact on other dimensions of the firm, namely the kind and size of the enterprise.

A cooperative is also a form of lobby,

for all those workers who join it in search of better market conditions
 and representation.

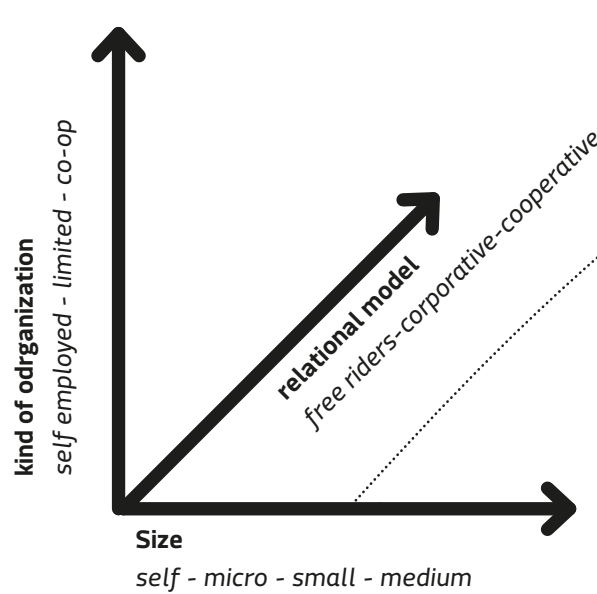
In Italy, this type of enterprise is expressly mentioned in Article 45 of the Italian Constitution,
 which promotes and encourages cooperation
 for its social function,
 mutuality
 and non-speculative nature.

There is therefore a strong socio-ideological connotation,

which then leads to specific legislation
 that characterises membership
 and operation;

it is not merely a convergence of interests between private individuals.

9. Co-ops in comparison with different models pros (+) and cons (-)



The size of design cooperatives is comparable to that of micro or small design firms, yet their number remains very limited
 Bellini et al. (2018)

SME definition

Category	Micro	Small	Medium
Staff	< 10	< 50	< 250
Turnover	≤ €2 million	≤ €10 million	≤ €50 million

(European Commission, 2026)

Micro Co-op

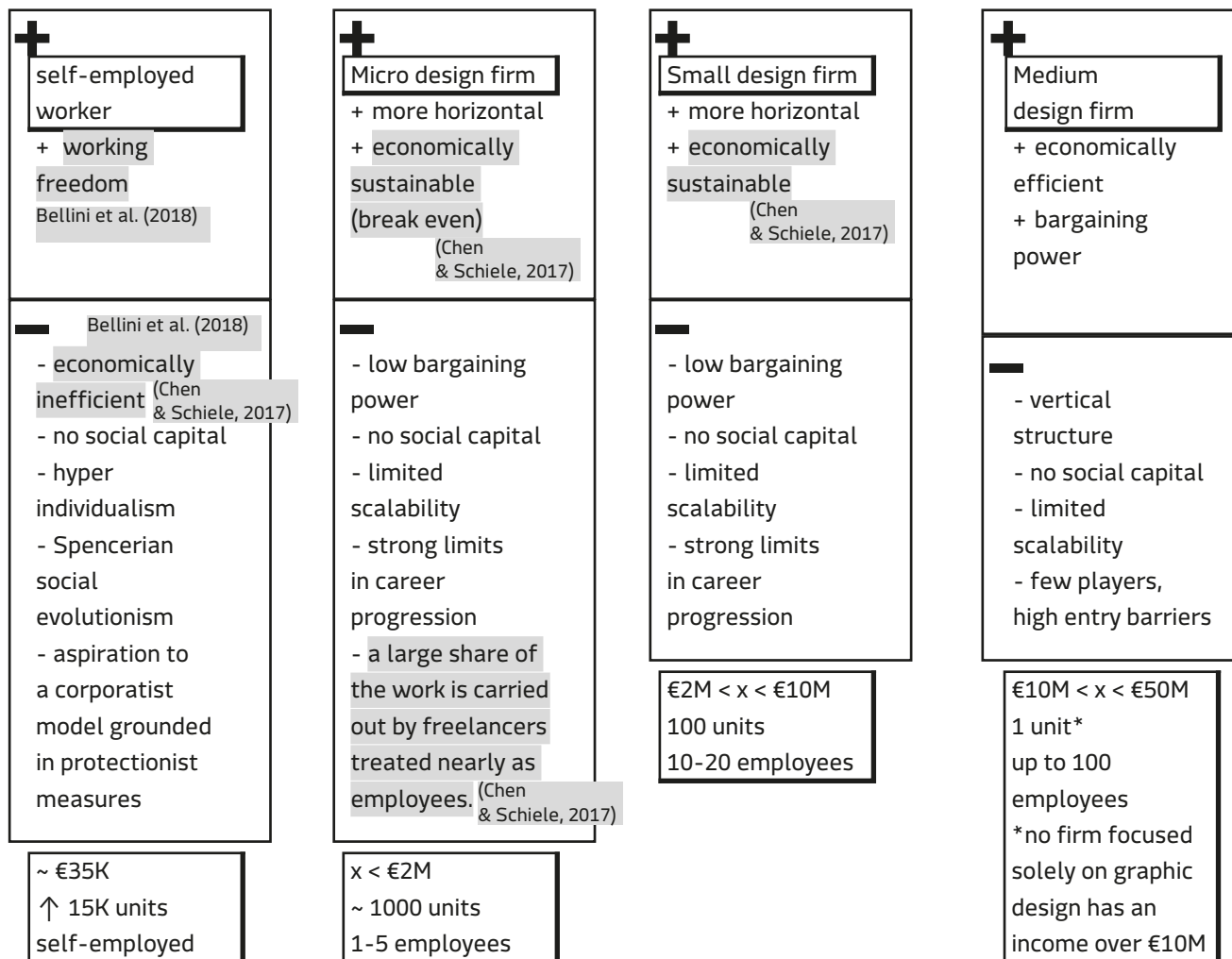
- limited scalability
- unlikely to be accepted by individuals, given the dominant cultural models
- low profit margin
- limits in career progression

Small/medium Co-op/Co-op network

- limited scalability
- unlikely to be accepted by individuals, given the dominant cultural models
- low profit margin
- difficult decision process
- few operating examples

10. The four model size of business (European Commission, 2003)

There are no big graphic design firm in Italy, the biggest seems to be Robilant & Associati SpA, yearly income ~€17,00 million, given that medium size business means > than €10 millions, there are very few players above this size (most likely a couple).



no free riders (3 partners minimum)

+

Micro Co-op

+ social capital

+ horizontal structure

+ share of risk and benefits

+

Small/medium Co-op/Co-op network

+ social capital

+ horizontal structure

+ economically sustainable

11. Challenges of individualistic models

Employment within a micro-enterprise ensures basic labor protections but affords few opportunities* for either reputational advancement or economic mobility.

Freelancers face the absence of career progression, public visibility, and institutional safeguards*.

(Bellini et al. (2018))

Many high-profile designers persist in strategies centered on personal visibility or symbolic capital*, assuming that accumulated reputation will eventually convert into stable income.

(Gandini, 2016)

*The revised 7 founding principles of international cooperation, as formalized at the Manchester congress of the International Cooperative Association, answer structurally to the fragility of the condition of the single worker professional in the capital market (International Cooperative Alliance, 2024).

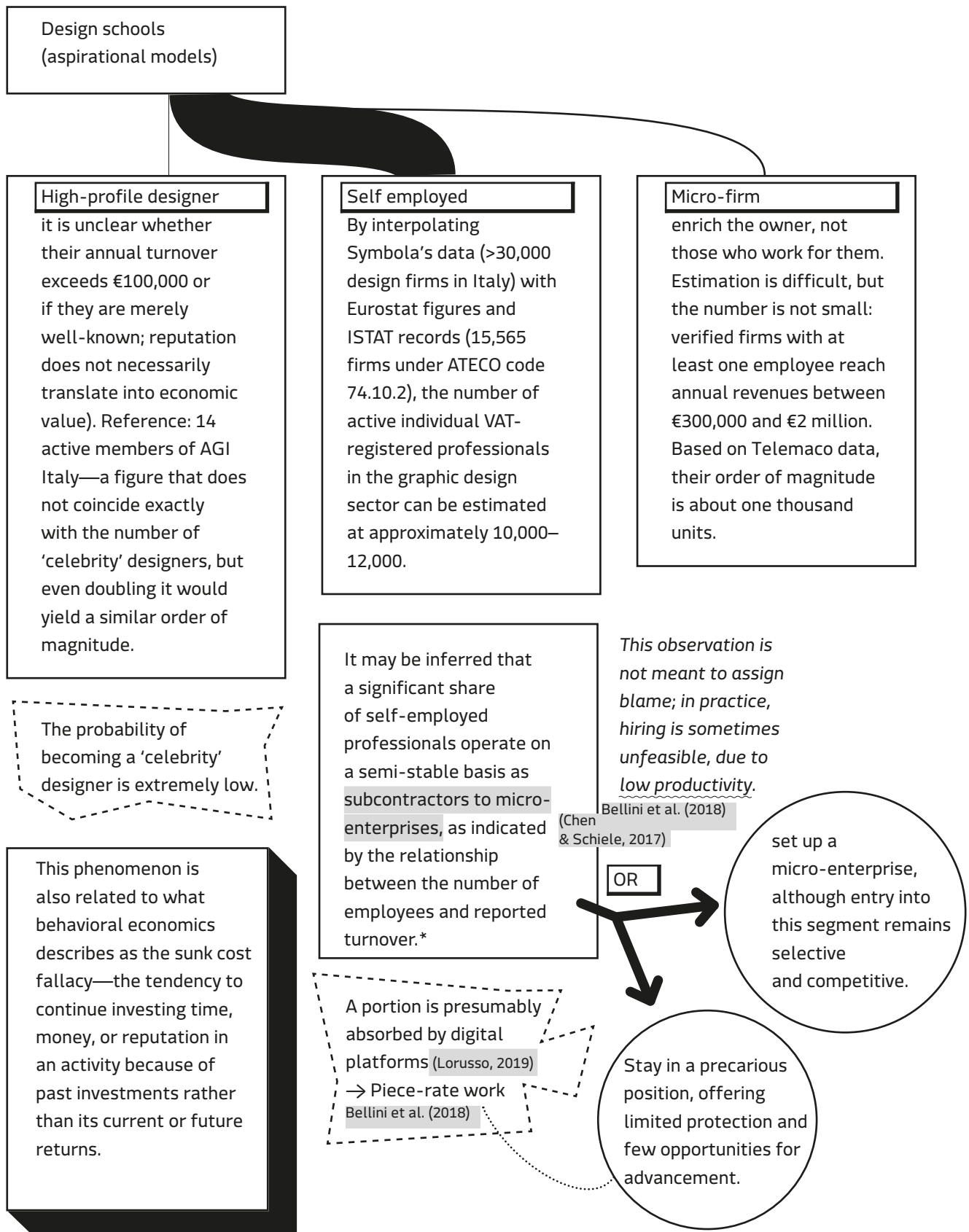
In particular

3) Member Economic Participation
equal contribution parallels democratic control, surpluses are directed toward developing the cooperation itself

4) Autonomy and Independence
a cooperative is an independent organization, controlled by the members, free to operate in the capital market and to deal with institutions

All in all, what unites cooperatives engaged in a wide variety of activities (including the design cooperatives), is the choice to create a business run by members in the interest of the members, which offers immediate advantages over the market conditions reserved for individual free-riders, maintaining an intergenerational perspective and assuming corporate social responsibility from the outset. (Granata, M., 2019)

12. A description of the structure of the market



13. The cooperative model as a cultural framework

The well-being of workers must therefore become
a shared commitment across all labor categories,
 aimed at the redistribution of welfare
 rather than the enclosure of privilege.

This implies a transition from defensive corporatism
 to constructive cooperation
 — *where protections arise
 from solidarity-based participation.*

Cooperatives pursue precisely this distributive logic
 (Borzaga & Depedri, 2007; Zamagni, 2008)

If the cooperative ethos were to permeate the professional culture of design,
 it could reorient competition
 toward collective advancement.

Designers would be encouraged to see collaboration as a strategic asset
 (Menzani & Zamagni, 2010; Zamagni & Zamagni, 2011)

This approach would redefine **cooperative competitiveness,**
 where firms and professionals
 compete on quality and innovation

while simultaneously
sustaining the ecosystem
 that enables their work

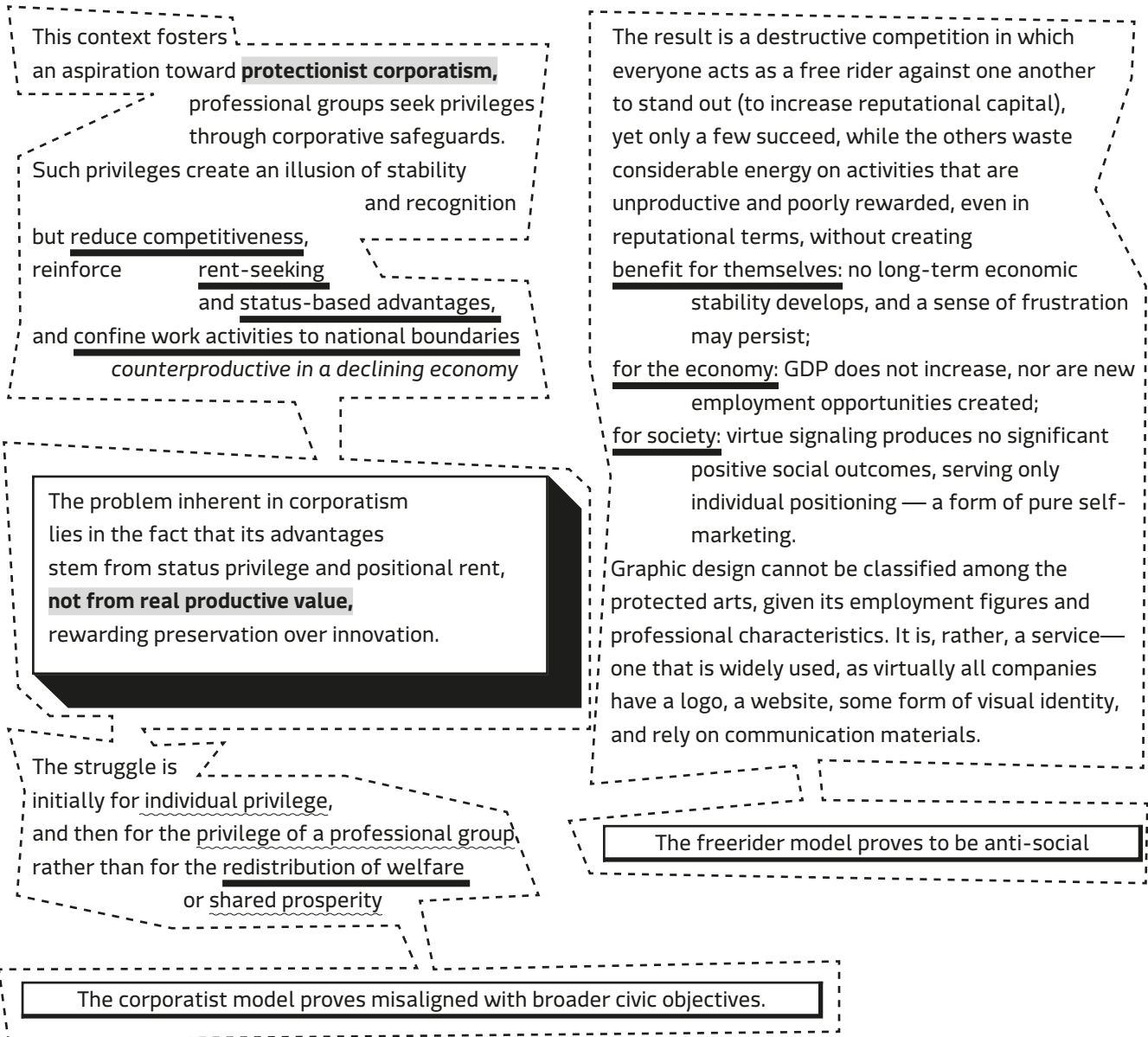
(Borzaga et al., 2010)

benefiting both local and global positioning.

In this perspective, the cooperative model functions
 not only as an economic structure

but also as a cultural framework
 capable of transforming design
 from an arena of isolated excellence
 into a **field of distributed innovation**
 (Sabatini, Modena, & Tortia, 2014)

14. The corporative model vs self employed worker model



Ethical and civic values are oftentimes hard to blend with economic interests and endeavours.

To balance economy with ethics requires a growth of democracy, civic visibility and business excellence.

Sharing values amongst cooperatives and spreading information among and beyond cooperators is a foundational value of cooperation.

Sharing and socializing information is part of the social contract between peers. (Barberini, 2019, p. 48)

15. The cooperative model vs the collective model

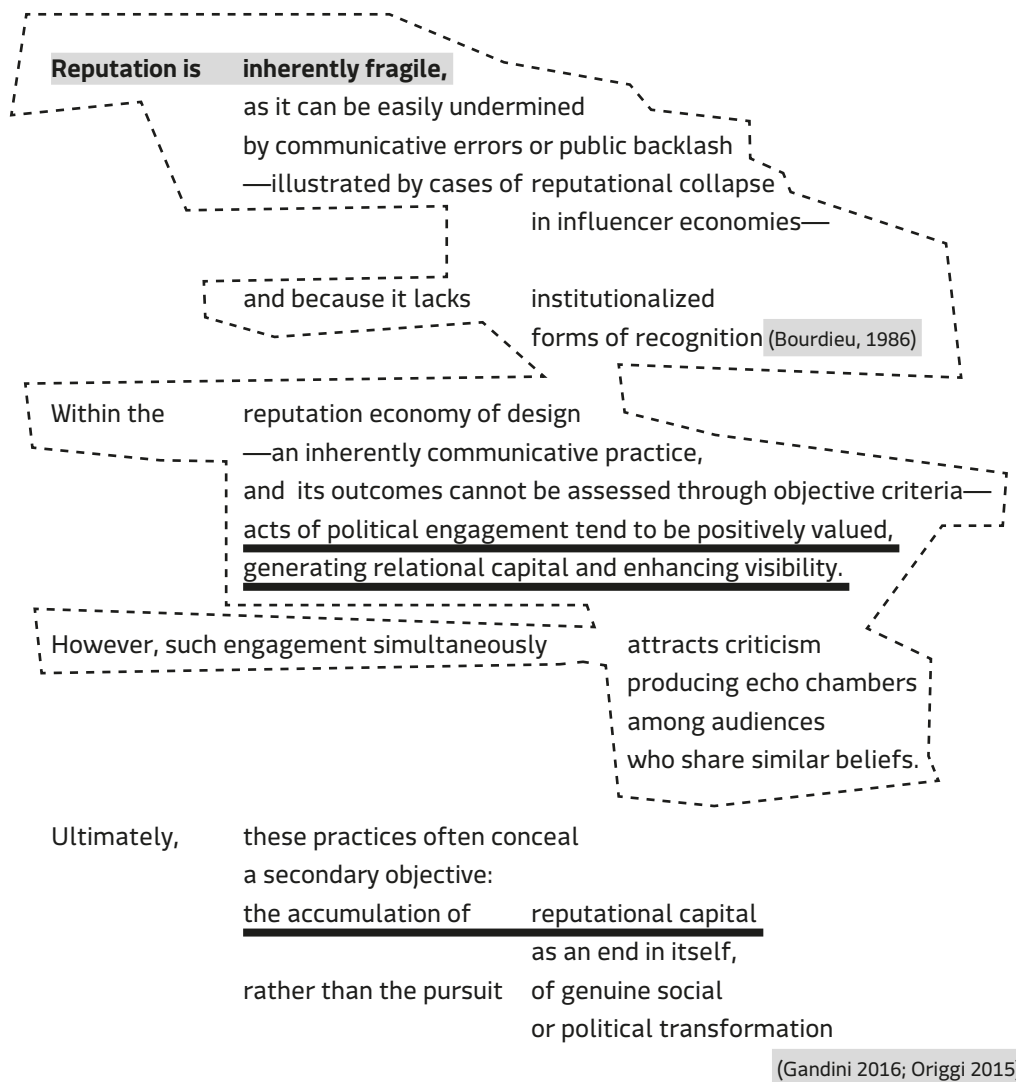
Design work is knowledge-intensive and coordination-heavy.
 Co-ops create **economies of scale** in admin, **freeing billable time.**
 compliance, procurement, and training. Lucciarini & Pulignano (2023)

other advantages:
 + internalize reputation; + collective rather than individual goals; + shared responsibility; + distribution of costs and duties; + consolidation of bargaining power; + redistribution of protections and wealth (or loss); + access to credit; + possibility to establish or join consortia and business networks, from which individual professionals are excluded; + eligibility for funding calls reserved for firms or co-ops.
 Lucciarini & Pulignano (2023)

risks:
 –potential for internal free-riding; – focus on group welfare rather than broader contextual (workplace or social) improvement; – strong regulatory mechanisms are required to prevent managerial disorder; – inherent decision-making complexity; – governance may be easily “contaminated”: without clear admission and engagement criteria, new members may enter and gain decision-making control; – decision (or voting) processes can be distorted by internal factional conflict.
 Lucciarini & Pulignano (2023)

In contemporary design practice, a collective is an informal or semi-structured group of practitioners who collaborate temporarily around shared projects or interests, or opportunistically without constituting a distinct legal entity. Collectives often arise from networks of freelancers seeking to pool visibility and resources for greater market efficiency while maintaining individual autonomy (Manzini, 2015; Merkel, 2019). Their flexibility allows rapid formation and dissolution, but the absence of binding governance exposes them to risks of internal free-riding, decision-making complexity, and limited capacity to produce durable social or economic impact beyond the immediate group. This opportunistic fluidity can enhance creativity and visibility yet often undermines structural cohesion, shared welfare, and accountability. Unlike cooperatives, design collectives prioritize freedom of movement and short-term opportunity over long-term redistribution or institutional stability. (Merkel, 2019; Zamagni & Zamagni, 2011)

16. The fragility of reputation



17. Operating model for design co-ops

Pillars

Democratic governance with execution: general assembly authority; lean board; delegated roles.

Multi-service portfolio: capacity to deliver comprehensive communication design integration. This model not only enables full-spectrum graphic design practice but also embeds design within broader, scalable business processes, expanding its strategic and economic impact.

Shared infrastructure: admin/human resources/legal; customer relationship management and projects management; knowledge base; procurement of software and security.

Knowledge management: internal open-by-default repositories; user-research standards; routine peer training.

Inter-cooperative networks: membership in consortia and centrals; partnerships with social co-ops for high-impact work; temporary business networks for tenders.

Labor policies

Equitable assignment: welfare/mutual funds for leave and training, transparent pay bands linked to competencies; mechanisms that protect intrinsic motivations and reduce free-riding.

Intellectual property and visibility: collective ownership with internal licenses for reuse of intellectual property; standard crediting by role and channel; decision registries for traceability.

Key indicators

Cohesiveness and growth: diversification of services offered within the project portfolio; variety of qualifications and specializations within workforce.

Revenue per member & average contract duration: number of contracts; average turnover per contract; hours worked and personnel employed per contract.

Work quality: Billable utilization; equitable distribution of assignments; member retention; mutual-fund coverage days; personnel actively employed in design activities.

Social capital: Number and depth of cooperative partnerships; amount of investment budgets allocated directly to training, research and development activities.

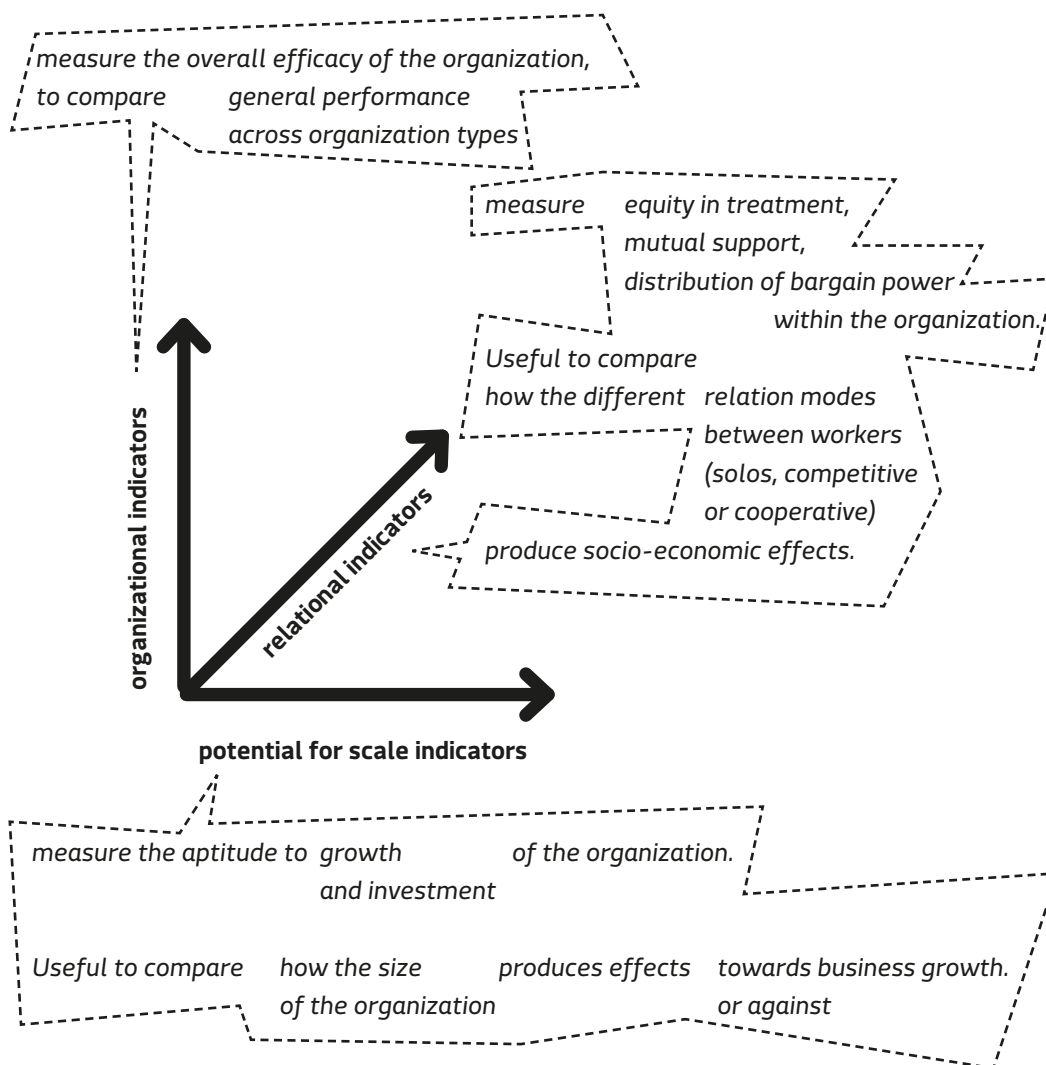
Impact: Accessibility and inclusion outcomes; standardized social balance metrics.

18. A model for tracking performance of design firms

We derive a set of key indicators from literature, to track design firm performance in the socio-economic dimensions we defined previously.

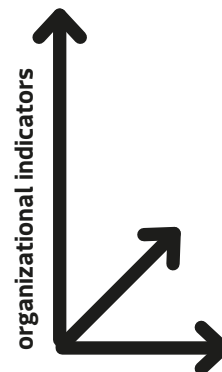
While the indicator set is not exhaustive, its annual application as a benchmarking practice (Gemser & Van Zee, 2002) enables a simple comparative assessment of how these dimensions operate within and across firms, independently of organizational form and size.

Future cross-sectional and longitudinal research could further refine this framework and contribute to a more systematic understanding of the Italian design labor market over time.



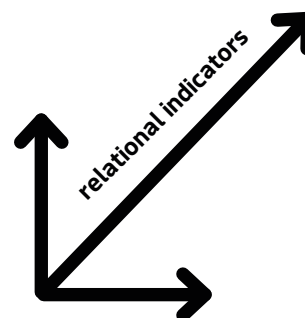
Organizational indicators

Indicator	Metric	Inspired by literature
Project completion rate	% of p. delivered on time, % of p. delivered on budget	Gemser & Van Zee (2002)
Projects involving multidisciplinary (cross-functional or cross-departmental) roles	% of p.; % of p. total revenues;	Filippetti (2011) Gemser & Van Zee (2002)
Projects activated or ongoing as part of strategic relationships with partner businesses or research institutions	% of p.; % of p. total revenues;	Filippetti (2011) Gemser & Van Zee (2002)
Average contract value	mean and std. dev. of p. contract value	Bellini et al. (2018); Vankan et al. (2014)
Personnel with previous entrepreneurial or management experience	amount and % of the personnel in charge of management	Vankan et al. (2014)
Personnel dedicated to "front-end" strategic services (e.g. finding new business opportunities and sectors, providing roadmaps for new products or development of the corporate identity)	amount and % of the personnel in charge of strategic services	Gemser & Van Zee (2002)



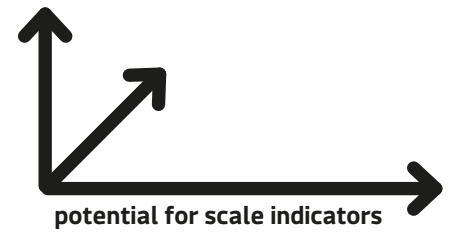
Relational indicators

Indicator	Metric	Inspired by literature
Median and mean variation of individual annual income	% variation over the previous year/s	Bellini et al. (2018); Vankan et al. (2014); Lucciarini & Pulignano (2023)
Workforce above and below the mean variation of annual income	% of personnel above and below	Bellini et al. (2018); Vankan et al. (2014)
Median paid working weeks for individual per year	median of weeks	Lucciarini & Pulignano (2023); Bellini et al. (2018)
Median gap between payments for individual in weeks	median of weeks	Lucciarini & Pulignano (2023)
% of workers who received training in field-specific topics by company's policy	% of personnel over the total; % of personnel per specific professional sector;	Lucciarini & Pulignano (2023)
% of workers who trained in field-specific topics through personal means	% of personnel over the total; % of personnel per specific professional sector;	Lucciarini & Pulignano (2023)
Share of projects activated by the worker's personal network	% over the total of p.	Lucciarini & Pulignano (2023)

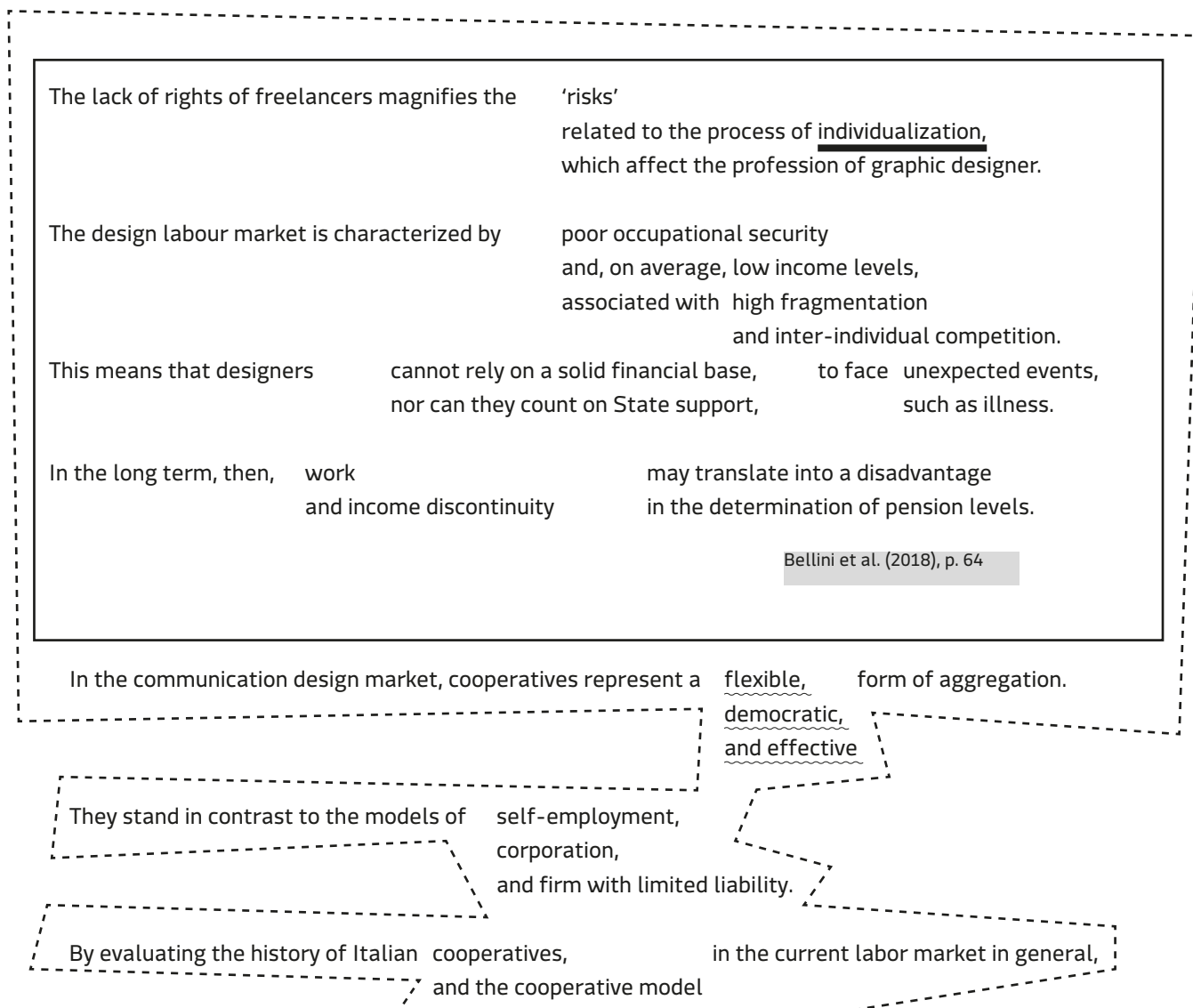


Potential to scale indicators

Indicator	Metric	Inspired by literature
number of full time equivalents (fte) working in the firm	amount	Vankan et al. (2014)
Share of revenues allocated to reserves or investments for R&D	% over the total revenues	Filippetti (2011)
Median team size, per project	median over the total p.	Gemser & Van Zee (2002); Lucciarini & Pulignano (2023)
Share of project with previously acquired (not new) clients (% per year)	% over the total of p.	Filippetti (2011)
Share of projects with new (i.e. not previously acquired) intellectual properties	% over the total of p.	Filippetti (2011); Vankan et al. (2014)
Share of projects making use of previously acquired intellectual properties	% over the total of p.	Filippetti (2011); Vankan et al. (2014)
Share of projects making use of ICT software other than the industry standards for the sector	% over the total of p.	Vankan et al. (2014)
FTEs with higher education in non-design oriented fields	% over the total workforce FTEs	Vankan et al. (2014)
Average duration of client relationships (years)	years	Vankan et al., (2014); Lucciarini & Pulignano (2023)
Number of other design firms the company has collaborations with	Amount	Vankan et al., (2014)



19. Conclusion



we believe that this structure, though complex in its governance, is the superior choice for communication design because it reduces the risks inherent in the self-employment reputation model and offers civil society a service not limited by corporate interests.

REFERENCES

- Barberini, I. (2019). *Identità e valori dell'impresa cooperativa: Scritti e discorsi scelti di Ivano Barberini, presidente dell'International Co-operative Alliance (2001-2009)* (M. Dorigatti & T. Menzani, Eds.). Rubbettino.
- Bellini, A., Burrone, L., & Dorigatti, L. (2018). Industrial Relations and Creative Workers. Country Report: Italy (Work Package C) (IR-CREA - Strategic but Vulnerable. Industrial Relations and Creative Workers, p. 114). European Commission. <http://hdl.handle.net/2158/1134947>
- Borzaga, C., & Depedri, S. (2007). Relazioni interpersonali e soddisfazione per il lavoro: Alcuni risultati empirici nel settore dei servizi sociali. *Impresa Sociale*, 76(2), 79-97.
- Borzaga, C., Calzaroni, M., Carini, C., & Lori, M. (2019). *Italian cooperatives: An analysis of their economic performances, employment characteristics and innovation processes based on combined use of official data*. <http://hdl.handle.net/11159/3142>
- Borzaga, C., Depedri, S., & Bodini, R. (2010). *Cooperatives: The Italian experience*. Euricse Working Paper No. 00610.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Chen, S., & Schiele, K. (2017). Positioning SMEs With a Lone Designer: A Qualitative Study of Small Design Firms. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 25(3), 213-233. <https://doi.org/10.1080/10696679.2017.1311217>
- Cowling, K., & Sugden, R. (1998). The essence of the modern corporation: Markets, strategic decision-making and the theory of the firm. *The Manchester School*, 66(1), 59-86. <https://doi.org/10.1111/1467-9957.00089>
- Estrin, S. (1991). Some reflections on self-management, social choice, and reform in Eastern Europe. *Journal of Comparative Economics*, 15(2), 349-366. [https://doi.org/10.1016/0147-5967\(91\)90093-9](https://doi.org/10.1016/0147-5967(91)90093-9)
- European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. (2026). *SME definition*. Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs. https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-fundamentals/sme-definition_en
- Filippetti, A. (2011). Innovation modes and design as a source of innovation: A firm-level analysis. *European Journal of Innovation Management*, 14(1), 5-26. <https://doi.org/10.1108/14601061111104670>
- Fondazione Symbola, Deloitte Private, POLI.design, & ADI. (2025). *Design Economy 2025* (I Quaderni Di Symbola). ISBN 9791281830042. <https://symbola.net/ricerca/design-economy-2025/>
- Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- Gandini, A. (2016). *The reputation economy*. Palgrave Macmillan.
- Gemser, G., & Van Zee, E. (2002). Benchmarking Industrial Design Services. *The Design Journal*, 5(2), 35-52. <https://doi.org/10.2752/146069202790718530>
- Granata, M. (2019). Breve storia dell'International Co-operative Alliance. In M. Dorigatti & T. Menzani (Eds.), *Identità e valori dell'impresa cooperativa: Scritti e discorsi scelti di Ivano Barberini, presidente dell'International Co-operative Alliance (2001-2009)* (pp. 25-41). Rubbettino.
- International Cooperative Alliance. (2024). *Cooperative identity, values & principles*. ICA. <https://ica.coop/en/whats-co-op/co-operative-identity-values-principles>
- Lucciarini, S., & Pulignano, V. (2023). Inequalities in Neomutualistic Professional Organisations: The Boundary Work of Creative Workers in Italy. In L. Maestripieri & A. Bellini (Eds.), *Professionalism and Social Change* (pp. 209-230). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-31278-6_10
- Mani, D., & Moody, J. (2014). Moving beyond stylized economic network models: The hybrid world of the Indian firm ownership network. *American Journal of Sociology*, 119(8), 1669-1706. <https://doi.org/10.1086/676040>
- Menzani, T., & Zamagni, V. (2010). Cooperative networks in the Italian economy. *Enterprise & Society*, 11(1), 98-127. <https://doi.org/10.1093/es/khp029>
- Merkel, J. (2019). 'Freelance isn't free': Co-working as a critical urban practice to cope with informality in creative labour. *Urban Studies*, 56(3), 526-547. <https://doi.org/10.1177/0042098018779274>
- Moody, J., & White, D. R. (2003). Structural cohesion and embeddedness: A hierarchical concept of social groups. *American Sociological Review*, 68(1), 103-127. <https://doi.org/10.2307/3088904>
- Origgi, G. (2015). *La réputation: Qui dit quoi de qui*. Presses Universitaires de France.
- Sabatini, F., Modena, F., & Tortia, E. (2014). Do cooperative enterprises create social trust? *Small Business Economics*, 42(3), 621-641. <https://doi.org/10.1007/s11187-013-9494-8>
- Vankan, A., Frenken, K., & Castaldi, C. (2014). Designing for a Living? Income Determinants Among Firm Founders in the Dutch Design Sector. *Industry and Innovation*, 21(2), 117-140. <https://doi.org/10.1080/13662716.2014.896160>
- Zamagni, S. (2008). Comparing capitalistic and cooperative firms on the ground of humanistic management. In *Proceedings of the 1st IESE Conference: Humanizing the Firm & Management Profession*.
- Zamagni, S., & Zamagni, V. (2011). *Cooperative enterprise: Facing the challenge of globalization*. Edward Elgar.

Le cooperative offrono un modello di design della comunicazione che rimedia strutturalmente all'eccessiva frammentazione del mercato. Questa frammentazione lascia una moltitudine di freelance in uno stato di competizione reputazionale, ma privi di un'adeguata tutela aziendale e di potere contrattuale. La governance democratica delle cooperative garantisce che le ambizioni dei professionisti siano in linea con gli obiettivi dell'organizzazione. Il settore italiano del design della comunicazione è composto principalmente da microimprese con limitato potere contrattuale, nonché da professionisti indipendenti che operano individualmente. Un canale secondario, caratterizzato da social media e piattaforme per freelance, offre spesso pagamenti simbolici e capitale reputazionale che non si traducono in un reddito stabile. Le cooperative offrono un'alternativa pratica ai modelli tradizionali, in quanto condividono i rischi tra i soci, contribuendo così a garantire redditi stabili e a tutelare i diritti.

Le cooperative adottano il principio democratico di “un socio, un voto”, assicurando in tal modo l'allineamento degli interessi individuali e collettivi. Questo allineamento strutturale permette alle cooperative di promuovere migliori rapporti di lavoro, con meno conflitti e un minore assenteismo. Questa caratteristica positiva è sia storica (radicata nella necessità di mutuo aiuto tra i lavoratori) sia strutturale (i dati statistici dimostrano una minore incidenza di scioperi e un ambiente di lavoro più fiducioso). Da un punto di vista sociologico, le cooperative aggregano il capitale sociale (derivante dal rapporto tra soci e lavoratori) in una forma più duratura e resiliente rispetto al capitale reputazionale accumulato dai freelance. Un'altra caratteristica sociologica delle cooperative è la loro “coesione strutturale”, che si riferisce alla capacità della loro struttura modulare a rete di arginare l'incidenza degli shock esterni.

In questo articolo, vengono presentati in modo sistematico diversi modelli per la struttura politica e socio-economica delle reti professionali operanti nel mercato interno. I modelli possono essere organizzati e analizzati secondo tre caratteristiche: tipologia di organizzazione, modello relazionale e dimensione.

I tre modelli identificati sono:

- *Corporativo*: il modello relazionale osservato nelle lobby professionali che hanno ottenuto o intendono ottenere il riconoscimento come albo professionale, con o senza un fondo pensione dedicato, per sfruttare la propria notorietà pubblica e trattenere vantaggi esclusivi a livello politico, economico e personale;
- *Free-rider*: il modello relazionale osservato in quei professionisti o imprese che operano nel libero mercato dei capitali come entità indipendenti, senza compromettere la propria leadership e governance, mantenendo la maggioranza delle azioni o le posizioni di vertice, aderendo a lobby con interessi reciproci il cui obiettivo primario è il profitto;
- *Cooperativa*: il modello relazionale osservato in quei professionisti o aziende la cui gestione è equamente condivisa tra i soci e il cui obiettivo è offrire ai lavoratori condizioni migliori rispetto a quelle disponibili sul mercato (soprattutto per i freelance e i liberi professionisti).

Dal punto di vista dimensionale, distinguiamo quattro categorie principali: lavoratori autonomi, microimprese di design (1-5 dipendenti), piccole imprese di design (10-20 dipendenti) e medie imprese di design (fino a 100 dipendenti).

Le dimensioni delle cooperative di design sono in genere paragonabili a quelle delle micro o piccole imprese di design.

Analizzando, poi, la relazione tra le scuole di design e i modelli di riferimento per i giovani designer, emergono tre tipologie: il designer di alto profilo, il freelance e la microimpresa. Il modello del designer di alto profilo è il più ambito; tuttavia, questi individui costituiscono una piccola percentuale della forza lavoro totale, il che significa che la maggior parte dei designer finisce per lavorare come freelance o all'interno di una microimpresa. Mentre l'aspirazione a diventare un designer di alto profilo e la realtà del lavoro da freelance si basano su un'economia reputazionale in cui il vincitore prende tutto, la possibilità di lavorare in una piccola azienda è generalmente migliore in termini di reddito, stabilità e diritti, sebbene limiti nettamente le possibilità di avanzamento di carriera.

317

Per risolvere i problemi legati alla precarietà delle posizioni da freelance, vengono spesso considerate due soluzioni alternative, ciascuna con i propri limiti. Una soluzione proposta è il modello corporativista, che prevede la rivendicazione di diritti speciali legati allo status professionale.

Tuttavia, i vantaggi di questa soluzione derivano da privilegi di status e rendite di posizione, non da un autentico valore produttivo, premiando così spesso la conservazione a scapito dell'innovazione. Un'altra soluzione prevede la formazione di un collettivo informale. Sebbene questo modello sia più orientato socialmente rispetto alla tradizionale posizione freelance, manca in modo cruciale di coesione (poiché la sua esistenza è temporaneamente limitata da un progetto condiviso) e non possiede un fondamento giuridico formale.

I vantaggi del modello cooperativo sono numerosi: internalizzazione della reputazione, obiettivi collettivi anziché individuali, responsabilità condivisa, distribuzione dei costi e dei doveri, consolidamento del potere contrattuale, redistribuzione delle tutele e della ricchezza (o della perdita), accesso al credito, possibilità di costituire o aderire a consorzi e reti imprenditoriali, da cui sono esclusi i singoli professionisti, ammissibilità

ai bandi di finanziamento riservati alle imprese o alle cooperative. Ci sono però anche dei limiti: il potenziale di opportunismo interno, l'attenzione al benessere del gruppo piuttosto che a un miglioramento più ampio e contestuale (sul luogo di lavoro o sociale), la necessità di solidi meccanismi di regolamentazione per prevenire il disordine gestionale, l'intrinseca complessità del processo decisionale, la possibilità che la governance sia facilmente "contaminata" (in assenza di chiari criteri di ammissione e coinvolgimento, nuovi membri possono entrare e acquisire il controllo decisionale) e la possibilità che i processi di voto siano distorti da conflitti interni tra fazioni.

Valutando la storia delle cooperative italiane, nell'attuale mercato del lavoro in generale e nel modello cooperativo, si ritiene che questa struttura, sebbene complessa nella sua governance, rappresenti la scelta migliore per la progettazione della comunicazione perché riduce i rischi inerenti al modello reputazionale del lavoro autonomo e offre alla società civile un servizio non limitato dagli interessi aziendali.

THE ROLE OF COOPERATIVES IN COMMUNICATION DESIGN IN ITALY

Cooperatives offer a model for communication design that structurally remedies excessive market fragmentation. This fragmentation leaves a multitude of freelancers competing for reputation, often lacking proper corporate protection and economic leverage. The democratic governance of cooperatives ensures that professionals' ambitions align with the organization's goals. The Italian communication design sector is primarily composed of micro-enterprises with limited bargaining power, as well as independent professionals operating individually. A secondary channel, characterized by social media and freelance platforms, often offers symbolic payment and reputational capital that does not translate into stable income. Cooperatives offer a practical alternative to traditional models, as they share risks among members, which helps provide steady incomes and protect rights.

Cooperatives adopt the democratic principle of “one member, one vote”, thus ensuring the alignment of individual and collective interests. This structural alignment allows co-ops to foster better working relationships with fewer conflicts and lower absenteeism. This positive characteristic is both historical (rooted in the necessity of mutual aid between workers) and structural (statistical data demonstrates a lower incidence of strikes and a more trusting work environment). From a sociological point of view, cooperatives aggregate social capital (derived from the relationship between members and workers) into a form more durable and resilient than the reputational capital accumulated by freelancers. Another sociological characteristic of co-ops is their “structural cohesion,” which refers to the property of their networked and modular structure to resist external shocks.

In this article, we use a systemic presentation of several models for the political and socio-economic setup of professional networks operating in the domestic market. The models can be arranged along three axes: kind of organization, relational model, and size.

We identify three models:

- *Corporative*: the relational model observed in those professional lobbies which obtained or plan to obtain recognition as a professional register (*albo professionale*), with or without a dedicated pension fund, to leverage their public recognition to withhold exclusive benefits on a political, economic, and personal level;
- *Free-rider*: the relational model observed in those professionals or firms which operate in the free capital market as independents not compromising their leadership and governance withholding the majority of shares or retaining apical positions adhering to lobbies with mutual interest on need whose aim is primarily the profit;
- *Cooperative*: the relational model observed in those professionals or firms whose governance is equally shared amongst associates and whose aim is to offer workers better terms than the ones available on the market (especially for freelancers and solos)

From the point of view of size, we distinguish between four main categories: self-employed workers, micro-design firms (1-5 employees), small design firms (10-20 employees), and medium design firms (up to 100 employees). The size of design cooperatives is typically comparable to that of micro- or small design firms.

We then analyze the relationship between design schools and the aspirational models for the young designer: the high-profile designer, the self-employed freelancer, and the micro-firm. The high-profile model is the most desired; however, these individuals constitute a small percentage of the total workforce, meaning most designers end up working as self-employed freelancers or within a micro-firm. While the aspiration to become a high-profile designer and the reality of becoming a freelancer relies on a winners-take-all reputational economy, the possibility of working within a small firm is generally better for income, stability, and rights, though it distinctly limits the potential for career advancement.

To solve the problems related to the precarity of freelance positions, two alternative solutions are often considered, each with its own limitations. One proposed solution is the corporatist model, which involves claiming special rights related to professional working status. However, the advantages of this solution stem from status privilege and positional rent, not from genuine productive value, thereby often rewarding preservation over innovation. Another solution to precarity involves the formation of an informal collective. While this model is more socially oriented than the standard freelance position, it crucially lacks cohesion (as its existence is temporarily limited by a shared project) and possesses no formal juridical foundation.

The advantages of the cooperative model are numerous: internalization of reputation, collective rather than individual goals, shared responsibility, distribution of costs and duties, consolidation of bargaining power, redistribution of protections and wealth (or loss), access to credit, possibility to establish or join consortia and business networks, from which individual, professionals are excluded, eligibility for funding calls reserved for firms or co-ops.

319

But we understand also its limitation: potential for internal free-riding, focus on group welfare rather than broader, contextual (workplace or social) improvement, strong regulatory mechanisms are required to prevent managerial disorder, inherent decision-making complexity, governance may be easily “contaminated” (without clear admission and engagement criteria, new members may enter and gain decision-making control) and voting processes can be distorted by internal factional conflict.

By evaluating the history of Italian cooperatives, in the current labor market in general, and the cooperative model we believe that this structure, though complex in its governance, is the superior choice for communication design because it reduces the risks inherent in the self-employment reputation model and offers civil society a service not limited by corporate interests.

BIO

Luciano Perondi

Luciano Perondi, professore associato presso l'Università Iuav di Venezia, vicedirettore dell'User Lab. Dal 2007 al 2018 professore presso l'ISIA di Urbino, di cui è stato direttore dal 2013 al 2016. Membro della commissione di dottorato in Scienze umanistiche presso l'Università Carlo Bo di Urbino. Research fellow presso l'Università di Hasselt dal 2023. Membro delle cooperative CAST SC e Alpaca SC.

Luciano Perondi, Associate professor at Università Iuav di Venezia, deputy director of the User Lab. From 2007 to 2018 professor at ISIA Urbino, director from 2013 to 2016. Member of the PhD board in Humanities at the University of Urbino Carlo Bo. Research Fellow at Hasselt University since 2023. Member of the co-op CAST SC and Alpaca SC.

Tommaso Guariento

Tommaso Guariento ha conseguito il dottorato in Studi culturali presso l'Università di Palermo nel 2015. Attualmente ricopre un incarico di ricerca post-dottorato nell'ambito del progetto ERC AIMODELS, concentrandosi sullo studio delle diverse manifestazioni dell'intelligenza collettiva, che spaziano dalla filosofia della mente all'economia politica.

Tommaso Guariento obtained his PhD in Cultural Studies at the University of Palermo in 2015. He holds a postdoctoral research position within the framework of the ERC AIMODELS project, focusing on the study of the diverse manifestations of collective intelligence, ranging from the philosophy of mind to political economy.

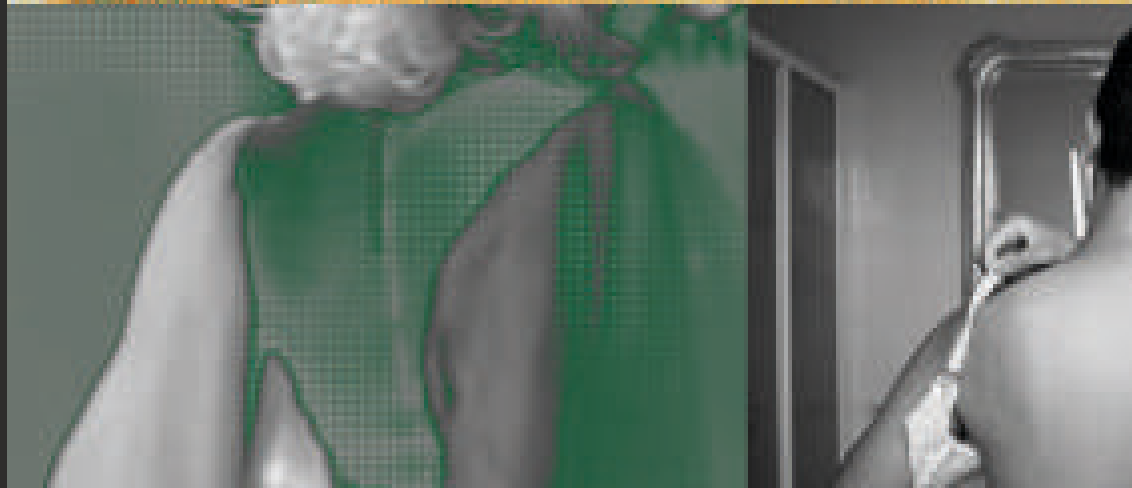
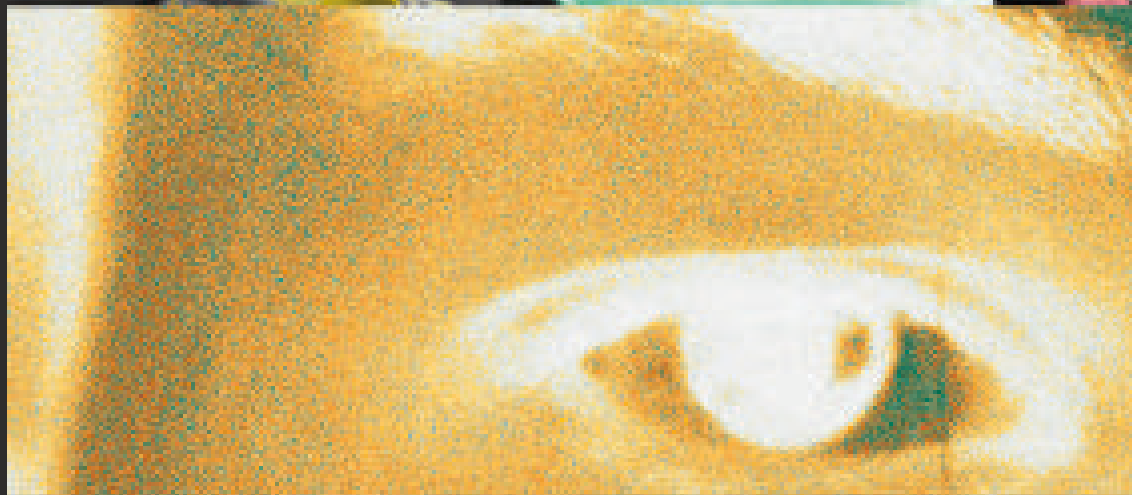
Giampiero Dalai

Giampiero Dalai ha conseguito un dottorato di ricerca in Scienze del Design ed è cofondatore di Alpaca Società Cooperativa e Altri fiumi. È un esperto di usabilità e svolge attività di ricerca nel campo dell'information design e degli artefatti di comunicazione interattiva, con particolare attenzione al design per l'istruzione e al design per tutti.

Giampiero Dalai is Ph.D. in Design sciences, Co-founder at Alpaca Società Cooperativa and Altri fiumi. He is a Usability Expert and conducts research in the field of information design and interactive communication artifacts, with a focus on design for education and design for all.

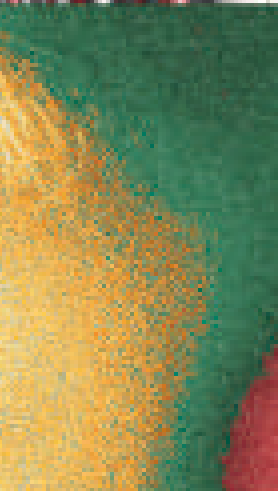
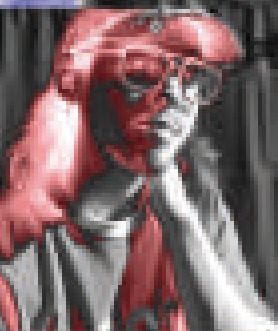
VISUALIZZARE VISUALIZE

Inside me, the desire for belonging has always been alive: to be liked, to be accepted, to feel that I have value. This has led me, many times, to modify the way I present myself depending on the situation or on the people in front of me.



CROMATOFORI

**IL MIMETISMO DELLE MINORANZE, CODE-SWITCHING
E COMUNITÀ QUEER**



CROMATOFORIA



*I have often hidden,
softened the most
intimate and
delicate parts of me,
those I fear might
not be understood
or accepted.*



William Graziani

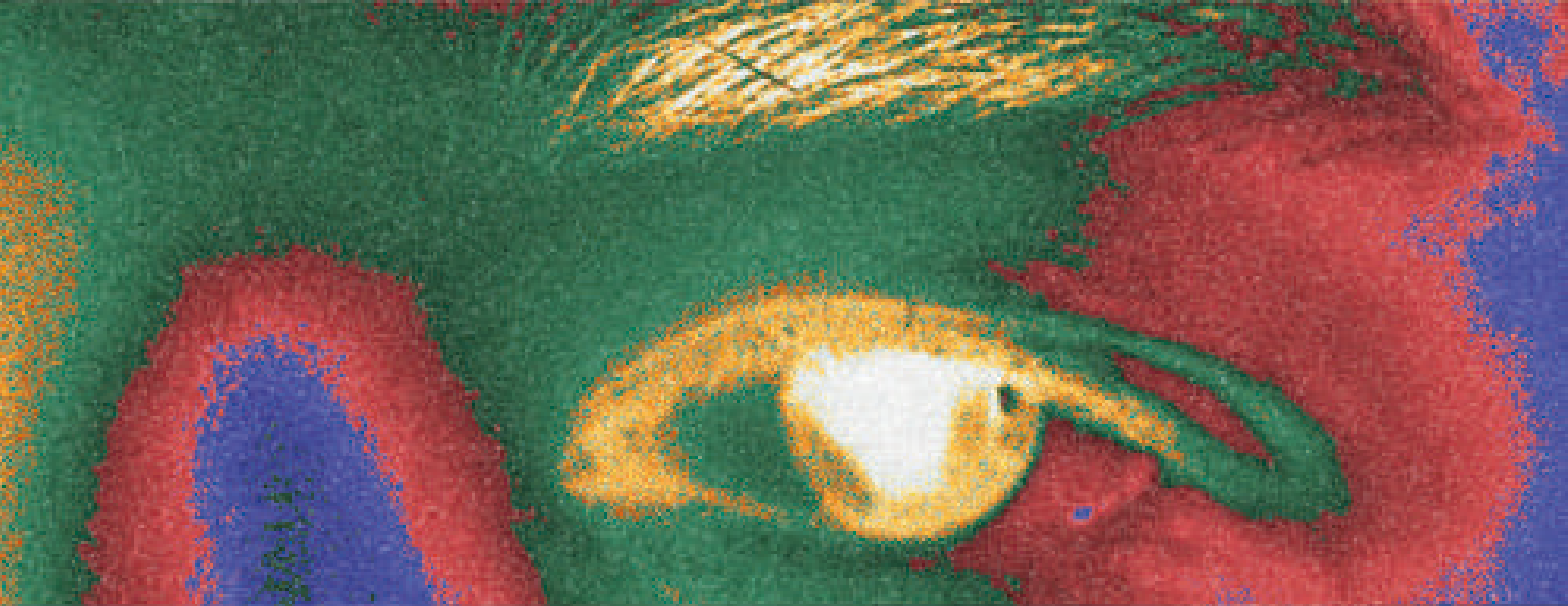
© 0009-0002-4941-4311

Sapienza Università di Roma

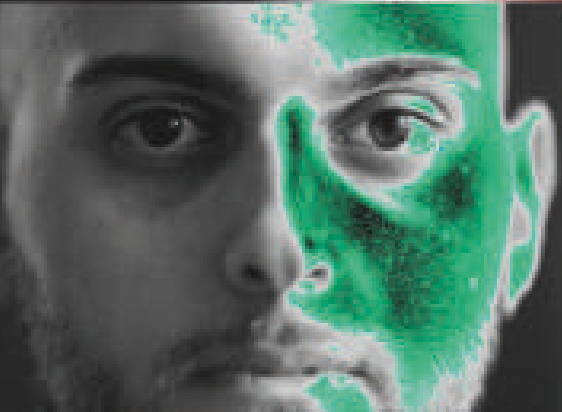
graziani.1958029@studenti.uniroma1.it

Are we really
free to be
who we are?





Code-switching is the sudden shift that occurs when instinct would lead me to do or say something, but awareness of the circumstances makes me consider the possibility of avoiding it.



Nel contesto contemporaneo, il design è sempre più chiamato a confrontarsi con problemi complessi che richiedono approcci progettuali capaci di integrare dimensioni sociali, culturali e tecnologiche (Zurlo, Colombo, Pei, 2024).

In questa prospettiva si colloca il design per il sociale, che fin dalle sue origini ha attribuito alla pratica progettuale una responsabilità nei confronti delle comunità e dei contesti in cui interviene. Autori come Victor Papanek (1971) ed Ezio Manzini (2014) hanno infatti sottolineato il ruolo del designer come osservatore e mediatore dei bisogni collettivi, capace di orientare il progetto verso la promozione di valori, la comprensione dei contesti e la costruzione di condizioni favorevoli al benessere e al cambiamento sociale.

In questo quadro si inserisce *Cromatofori*, un progetto che racconta una condizione umana diffusa ma raramente rappresentata nell'immaginario collettivo, offrendo spazio alla voce di gruppi minoritari che vivono le restrizioni e le disuguaglianze di un mondo profondamente iniquo. *Cromatofori* integra le informazioni emerse da un'approfondita ricerca sulle tematiche sociali contemporanee con l'elaborazione di esperienze e testimonianze reali. La vita sociale richiede frequentemente agli individui di modulare la presentazione di sé, assumendo ruoli e posture differenti in relazione ai contesti e agli interlocutori, al fine di negoziare appartenenza, evitare il giudizio e integrarsi all'interno di comunità più ampie. Questo processo adattivo può essere ricondotto al concetto di *code-switching*, o commutazione di codice, originariamente studiato come l'alternanza tra differenti codici linguistici in funzione della situazione comunicativa e delle dinamiche sociali che regolano l'interazione (Gumperz, 1982; Haugen, 1950; Poplack, 1980). Questo fenomeno è stato ampiamente studiato in sociolinguistica e linguistica applicata da autori come Victoria Fromkin, Robert Rodman e Nina Hyams (2003) e Kristen Di Gennaro (2023).

Il *code-switching* non rappresenta un fenomeno casuale né è riconducibile esclusivamente a esigenze di costruzione sintattica (Poplack, 2001); al contrario, esso svolge precise funzioni sociali e pragmatiche, che variano in relazione al contesto comunicativo e alle intenzioni dell'interlocutore. John Gumperz (1982) distingue tra *we-code* e *they-code*, per classificare il codice appartenente alla minoranza, sinonimo di familiarità, e quello della maggioranza, a cui si ricorre in situazioni formali. Sul piano sociolinguistico, il *code-switching* è un meccanismo appartenente soprattutto alle minoranze (genere, etnia o orientamento sessuale), come una strategia di adattamento sociale e identitario che le porta a modificare il modo di esprimersi, a livello verbale e paraverbale (Pasquandrea, 2007). In questo senso, la comunità queer ha storicamente sviluppato forme di comunicazione e rappresentazione alternative per proteggersi da stigma, persecuzioni e giudizi sociali. Ne sono esempio la creazione di codici visivi e linguaggi criptici, come il *Polari* diffuso in Inghilterra (Baker, 2013) o il *Gayle* a Città del Capo. Tuttavia, tali strategie di adattamento possono avere anche conseguenze sul piano psicologico, manifestandosi in fenomeni come lo *stress da minoranza* (Meyer, 1995), nonché in forme di insoddisfazione e dissociazione identitaria.

A partire da queste riflessioni, la fase progettuale si è articolata attorno a tre obiettivi principali: sensibilizzare sul fenomeno del *code-switching* all'interno della comunità queer; favorire la costruzione di uno spazio di riconoscimento

1 La *pseudopolarizzazione* o *effetto Sabatier*, è una tecnica fotografica che produce una parziale inversione dei toni dell'immagine e la comparsa di contorni molto contrastati attorno alle forme. Sperimentata dalle avanguardie fotografiche del Novecento - in particolare da Man Ray e Lee Miller, come nel celebre *Solarized Portrait* (1930) - la tecnica contribuisce a definire un'estetica visiva fortemente grafica e straniante, affine alle ricerche surrealiste (Cotton, 2014).

tra soggettività spesso frammentate o marginalizzate; e sviluppare un progetto capace di operare su diverse scale di intervento, dalla dimensione individuale a quella collettiva. A supporto di questa fase esplorativa è stato somministrato un questionario volto a raccogliere dati qualitativi e testimonianze dirette, successivamente utilizzati per orientare le scelte progettuali.

Il concept progettuale si fonda sul principio del mimetismo: così come avviene in natura a scopo di sopravvivenza, un individuo appartenente ad una minoranza modifica la propria “pelle” rendendosi adatto all’ambiente circostante. Il titolo “Cromatofori”, infatti, è il termine scientifico associato alle cellule epiteliali di alcune specie animali, che vengono attivate per mimetizzarsi modificando colore e texture. In questo senso, nell’ottica della necessità di adattamento sociale, il *code-switching* può essere inteso come un meccanismo di attivazione dei cromatofori di un individuo. Il parallelismo tra mondo naturale e mondo umano è così evidente. La ricerca ha prodotto come output un cortometraggio basato sul binomio “pensiero narrativo” e “pensiero paradigmatico”, che unisce il racconto del dato reale e della verità oggettiva ad una rielaborazione narrativa, vicina agli aspetti più umani della tematica.

Il dispositivo audiovisivo, grazie alla sua natura dinamica, consente di rappresentare il mimetismo che caratterizza l’esperienza quotidiana di molte persone appartenenti alla comunità queer, mostrando come trasformazioni interiori possano riflettersi nelle modalità di presentazione di sé. Le immagini in movimento permettono infatti di catturare la trasformazione di aspetti legati alla personalità e alla comunicazione, mettendo in evidenza tutto il processo di mimesi.

Sulla base delle riflessioni teoriche precedentemente delineate, *Cromatofori* adotta un approccio multidisciplinare al design,

ibridando conoscenze e dati provenienti da ambiti differenti. La fase iniziale di ricerca è stata condotta secondo il metodo *desk and field*, che combina l’analisi di fonti e dati secondari con la raccolta di nuove evidenze empiriche, ponendo così le basi teoriche e metodologiche per la successiva elaborazione progettuale.

Il cortometraggio è composto da cinque scene autoconclusive, ognuna delle quali si focalizza su un aspetto specifico della tematica, tra disforia di genere, immagine virtuale, ipervigilanza e performatività di genere. Il linguaggio esprime il dualismo della condizione, che provoca la separazione tra identità autentica e di facciata. Il linguaggio visivo crea continuità tra le diverse sequenze: la fotografia si sofferma sulle inquadrature, spesso ravvicinate, per ottenere un focus sulle azioni dei personaggi mantenendo il loro anonimato, e sul ruolo simbolico degli sguardi, che simboleggiano una svolta interiore del protagonista, che si rivolge spesso allo spettatore.

Le scene, girate in bianco e nero, si soffermano sul momento in cui avviene la commutazione, restituito per mezzo della tecnica fotografica della *pseudopolarizzazione* o *effetto Sabatier* ¹, che altera la riflessione della luce e i valori tonali dell’immagine. I corpi solarizzati, dalle sembianze astratte, assumono una tonalità cromatica, selezionata dalle tinte di una palette eterogenea di colori complementari. Un layer di pattern geometrici si sovrappone alla composizione, a richiamare la contrazione dei cromatofori animali. Due caratteri tipografici antitetici riprendono il concetto di dualismo anche in forma testuale. Le scene sono accompagnate da una voce narrante corale, composta dalle voci dei partecipanti, che articola parole e concetti chiave estratti dalle testimonianze raccolte, stabilendo un rimando semantico con quanto viene mostrato sul piano visivo. L’accompagnamento musicale unisce il suono di un coro a un sintetizzatore, rimarcando l’ambiguità tra realtà e artificio. La visione del corto invita a immergersi nelle profondità dell’identità umana, affrontata attraverso i linguaggi del design della comunicazione.

Cromatofori induce a riflettere sulla libertà individuale, ponendo un quesito profondo e viscerale. Il progetto offre la possibilità di integrare nuove prospettive e accogliere nuovi protagonisti che possano contribuire a riflettere sul concetto di identità anche al di fuori della comunità queer. Il linguaggio visivo può così configurarsi come uno strumento capace di rendere visibili problematiche umane ed esperienze emotive spesso marginalizzate, favorendone la comprensione da parte di un pubblico più ampio e contribuendo a contrastare processi di stigmatizzazione e disuguaglianza sociale.

CHROMATOPHORES

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

In the contemporary landscape, design tools are increasingly adopted to address complex issues that require approaches capable of integrating social, cultural, and technological dimensions (Zurlo, Colombo, Pei, 2024). From this perspective, since its inception, design practice manifests a social responsibility towards the communities and contexts in which it intervenes. Authors such as Victor Papanek (1971) and Ezio Manzini (2014) have emphasized the role of the designer as an observer and mediator of collective needs, capable of guiding the project towards the promotion of values, understanding contexts, and building conditions conducive to well-being and social change.

Cromatofori fits into this framework, by exploring a widespread human condition rarely represented in the collective imagination, and offering space for the voices of minority groups that experience the restrictions and inequalities of an unequal world. *Cromatofori* integrates information emerging from in-depth research on contemporary social issues with the acquisition of real-life experiences and testimonies. Social life frequently requires individuals to modulate their self-presentation, assuming different roles and postures in relation to contexts and interlocutors, in order to negotiate belonging, avoid judgment, and integrate within larger communities. This adaptive process can be traced back to the concept of *code-switching*, originally studied as the alternation between different linguistic codes depending on the communicative situation and the social dynamics that govern interaction (Gumperz, 1982; Haugen, 1950; Poplack, 1980). This phenomenon has been extensively studied in sociolinguistics and applied linguistics by authors such as Victoria Fromkin, Robert Rodman, and Nina Hyams (2003) and Kristen Di Gennaro (2023).

Code-switching is not a random phenomenon, nor can it be attributed exclusively to syntactic construction needs (Poplack, 2001); On the contrary, it performs specific social and pragmatic functions, which vary depending on the communicative context and the interlocutor's intentions. John Gumperz (1982) distinguishes between *we-code* and *they-code*, to classify the minority code, synonymous with familiarity, and the majority code, which is used in formal situations. On a sociolinguistic level, *code-switching* is a mechanism primarily used by minorities (gender, ethnicity, or sexual orientation), as a strategy of social and identity adaptation that leads them to modify their verbal and

326

¹ *Pseudopolarization* or *Sabatier effect*, is a photographic technique that produces a partial inversion of the image's tones and the appearance of highly contrasting contours around shapes. The technique was experimented by the photographic avant-gardes of the twentieth century - in particular by Man Ray and Lee Miller, as in the famous *Solarized Portrait* (1930) - and contributed to define a highly graphic and alienating visual aesthetic, akin to surrealist research (Cotton, 2014).

paraverbal expressions (Pasquandrea, 2007). In this sense, the queer community has historically developed alternative forms of communication and representation to protect itself from stigma, persecution, and social judgment. Examples of this include the creation of visual codes and cryptic languages, such as *Polari*, widespread in England (Baker, 2013) or *Gayle* in Cape Town. However, these adaptation strategies can also have psychological consequences, manifesting in phenomena such as *minority stress* (Meyer, 1995), as well as forms of dissatisfaction and identity dissociation.

Starting from these premises, the project was structured around three main objectives: raising awareness of the phenomenon of *code-switching* within the queer community; fostering the construction of a space of recognition among often fragmented or marginalized subjectivities; and developing a project capable of operating on different scales of intervention, from the individual to the collective. To support the exploratory phase, a questionnaire was submitted to collect qualitative data and firsthand accounts, which were subsequently used to guide design decisions.


327

The design concept is based on the principle of mimicry: just as happens in nature for survival, individuals belonging to a minority change their “skin” to adapt to the surrounding environment. The title “Chromatophores” is, in fact, the scientific term associated with the epithelial cells of certain animal species, which are activated to camouflage themselves by changing color and texture. In this sense, within the context of the need for social adaptation, code-switching can be understood as a mechanism for activating an individual's chromatophores. The parallel between the natural and human worlds is thus evident. The research output is a short film based on the combination of “narrative thinking” and “paradigmatic thinking,” as the narration of real data and objective truth is interwoven with a narrative reworking, closely tied to the human aspects of the topic.

The audiovisual device, thanks to its dynamic nature, allows for the representation of the mimicry that characterizes the daily experience of many people in the queer community, demonstrating how internal transformations can be reflected in the ways in which they present themselves. Moving images allow for the capture of the transformation of aspects related to personality and communication, highlighting the entire process of mimesis.

Starting from the theoretical premises outlined above, *Cromatofori* adopts a multidisciplinary approach to design, hybridizing knowledge and data from different sources. The initial research phase was conducted using the *desk and field* method, which combines the analysis of secondary sources and data with the collection of new empirical evidence, thus laying the theoretical and methodological foundations for the subsequent design development.

The short film is composed of five self-contained scenes, each focusing on a specific aspect of the theme, such as gender dysphoria, virtual image, hypervigilance, and gender performativity. The language expresses the duality of the condition, which causes the separation between authentic and superficial identities. The visual language creates continuity between the different sequences: the photography focuses on close-ups, to focus on the characters' actions while maintaining their anonymity, and on the symbolic role of gazes, which symbolize an internal transformation of the protagonist, who often looks toward the viewer.

The scenes, shot in black and white, focus on the moment when the switching occurs, captured using the photographic technique of *pseudopolarization* or *Sabatier effect* , which alters the reflection of light and the tonal values of the image. The solarized bodies, with their surreal appearance, take on a chromatic tone, selected from the hues of a heterogeneous palette of complementary colors. A layer of geometric patterns is superimposed on the composition, recalling the contraction of animal chromatophores. Two antithetical typefaces also address the concept of dualism in textual form. The scenes are accompanied by a choral voice over, composed of the participants' voices, which

articulates key words and concepts drawn from the collected testimonies, establishing a semantic link with the visual representations. The soundtrack combines the sound of a choir with a synthesizer, underscoring the ambiguity between reality and artifice. The film invites viewers to immerse themselves in the depths of human identity, explored through the languages of communication design.

Chromatophores prompts reflection on individual freedom, posing a deep and visceral question. The project offers the opportunity to integrate new perspectives and welcome new protagonists who can contribute to a reflection on the concept of identity, even outside the queer community. Visual language can thus be seen as a tool capable of making often marginalized human issues and emotional experiences visible, fostering their understanding by a wider audience and helping to counter processes of stigmatization and social inequality.

REFERENCES

- Baker, P. (2013). Polari: the lost-and-found language of gay men. *Babel: The Language Magazine*, vol.2, pp.31-37 <https://babelzine.co.uk/ArticlePDFs/No2%20Article%20-%20Polari.pdf>
- Cotton, C. (2009). *The Photograph as Contemporary Art*. London: Thames & Hudson.
- Di Gennaro, K. (2023). *Code-switching and Code-meshing: Is There a Difference?* <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.28974.18241>
- Eco, U. (1975). *Trattato di semiotica generale*. Bompiani. <https://www.amazon.it/Trattato-semiotica-generale-Umberto-Eco/dp/8845200493>
- Fromkin, V., Rodman, R., & Hyams, N. (2003). *An introduction to language* (7th ed.). Heinle & Heinle.
- Gumperz, J. J. (1982). *Discourse Strategies*. Cambridge: Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1111/JOLA.12023>
- Haugen, E. (1950). The analysis of linguistic borrowing. *Language*, 26(2), 210-231. <http://dx.doi.org/10.2307/410058>
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everybody Designs*. The Mit Press. <https://mitpress.mit.edu/9780262028608/design-when-everybody-designs/>
- Meyer, I. (1995). Minority Stress and Mental Health in Gay Men. *Journal of Health and Social Behavior*, vol.36, pp. 38-56. https://doi.org/10.2307/2137286?urlappend=%3Futm_source%3Dresearchgate.net%26utm_medium%3Darticle
- Papanek, V. (1971). *Design for the real world: Human ecology and social change*. New York: Pantheon Books.
- Pasquandrea, S. (2007). *Code-switching e identità: pratiche discorsive di famiglie italiane in paesi anglofoni*. <https://tesidottorato.depositolegale.it/handle/20.500.14242/128891>
- Poplack, S. (2001). Code Switching: Linguistic. Wright, J. (a cura di), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (pp.2062-2065). Balt. <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/03031-X>
- Zurlo, F., Colombo, F., Pei, X. (2024). Il ruolo del design per affrontare le Sfide Sociali contemporanee: come formare i designer del futuro. Martino, C., Ranzo, P., Tamborriani, P., Tosi, F., Zurlo, F. (a cura di), *La formazione universitaria del Design nel cambiamento d'epoca* (pp. 22-27).

BIO

William Graziani

William Graziani è un designer romano, classe 2002, laureato nel corso di laurea magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale presso Sapienza Università di Roma. Ha costruito il suo percorso di formazione e sperimentazione progettuale nel campo fotografico, audiovisivo ed editoriale.


William Graziani is a Roman designer, born in 2002, who graduated with a master's degree in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale from Sapienza University of Rome. He has built his training and design experimentation in the fields of photography, audiovisual, and editorial design.

Scritto da **Alessandro Ludovico**
e pubblicato nel 2025 da **Timeo**

POST-DIGITAL PRINT

LA MUTAZIONE DELL'EDITORIA DAL 1894

recensione di **Alessandra Clemente**

 0009-0009-1940-1334

Università degli Studi della Campania "Luigi Vanvitelli"
alessandra.clemente@unicampania.it

[10.82068/pgjournal.2026.23.42.15](https://doi.org/10.82068/pgjournal.2026.23.42.15)

330

«In più c'è la stampa, appunto; questa tecnica stupefacente, che come un incendio d'estate secca e ventosa, si sviluppa giorno dopo giorno, ci dà idee in quantità per inviare lontano e più velocemente i messaggi e gli incitamenti che raggiungono i fratelli, spuntati come funghi in ogni anfratto del paese»
(Blissett, 2000, p. 79)

Il 20 maggio 2012 con un "gesto programmato, autoironico e volendo anche «politico», ma per nulla goliardico" (Ludovico, 2025, p. 9) viene lanciato gratuitamente il libro *Post-digital print: The Mutation of Publishing Since 1894* di Alessandro Ludovico, contenuto integralmente in inglese e in formato PDF su una serie limitata di chiavi USB, all'incirca due settimane prima del rilascio della versione stampata dall'editore olandese indipendente Onomatopee (n.d.). Successivamente, il testo è collocato in open-access e con download libero sul sito Internet *Monoskop* (n.d.), quindi edito in altre lingue e nel 2014 tradotto e pubblicato in italiano da CaratteriMobili, nella collana Formiche elettriche. La seconda edizione italiana di *Post-digital print. La mutazione dell'editoria dal 1894* va in stampa nel 2025 per Timeo, mentre il file PDF risulta ancora attualmente disponibile e scaricabile online.

Se "il libro è una tecnologia" (Burdick et al., 2014, citati da Ludovico, 2015) il concetto di stampa post-digitale emerge dalla ricca disamina storica trattata in queste pagine quale l'orizzonte dove l'analogico e il digitale coesistono e si contaminano, dove il permanente si fonde con il fluido e in cui la memoria si confronta con l'istantaneità. Ludovico non considera la stampa come un avamposto di epoche passate ma invita l'editoria contemporanea al dialogo critico con i presidi della rete, sottolineando al contempo l'insostituibilità dell'esperienza tangibile nel guidare l'esplorazione delle nuove frontiere dell'immaterialità. Sin dal XIX secolo sono state formulate previsioni cicliche della morte della carta

stampata, in seguito all'introduzione del telegrafo, del telefono, della radio, della televisione, del computer, dei dispositivi digitali e del wireless network. Tali progressi tecnologici, tuttavia, non hanno mai soppiantato la stampa; quest'ultima per Ludovico restituisce l'immagine di un mezzo duttile, in grado di ridefinire costantemente il proprio ruolo nella produzione culturale. Pertanto, *Post-digital print* si pone al crocevia tra la ricostruzione della storia dei media e la riflessione progettuale, evidenziando le interconnessioni tra tecnologie e istanze socioculturali e proponendone la proficua collaborazione. La scelta lungimirante di ibridare i media nella stessa diffusione del testo ha comportato una simbiosi persistente tra il supporto materiale e il supporto immateriale, fenomeno che implica, a sua volta, una duplice interpretazione.

331

In ambito editoriale, la reperibilità del libro sul web ne favorisce la circolazione su ampia scala e la rapidità di acquisizione, mentre la ristampa delle copie fisiche testimonia la resistenza della carta nel convalidare i contenuti smaterializzati, in ragione della sua immutabilità (Ludovico, 2015) nello spazio e nel tempo.

Sul fronte politico, oltre all'evidente intento di rendere la sua ricerca globalmente e democraticamente accessibile, la scelta di Ludovico manifesta la necessaria legittimazione economica del lavoro intellettuale.

Il rapporto tra inchiostro e pixel assume, dunque, una connotazione paradigmatica della contemporaneità: lentezza e velocità, durata e obsolescenza, prossimità e distanza, carta e schermo - associati reciprocamente alla carne e al metallo - sono le oscillazioni del campo sul quale la stampa può intervenire in chiave politica e liberatoria, sia quale atto di resistenza materiale alla volatilità imposta dalla dimensione numerica, sia come ausilio per la configurazione di archivi ibridi aperti

alla consultazione online e di piattaforme con print on demand. Nel territorio dove le pratiche analogiche e digitali confluiscono, il designer è "sismografo" dell'esistente (Piscitelli, 2019) e possono sorgere processi e modelli di produzione, distribuzione e fruizione culturale design-based che si oppongono efficacemente alla deperibilità dei contenuti e alla frammentazione della conoscenza con un livello superiore di consapevolezza e autonomia. Si palesa, quindi, la necessità di una maggiore responsabilità sistemica anche sul versante indipendente e sperimentale.

Dalle pubblicazioni delle avanguardie storiche del primo Novecento alla stampa underground, dagli stampati con ciclostile alle zine DIY, dai social network ai social media, non affiora soltanto la volontà individualistica di dare corpo a un immaginario alternativo ma anche la possibilità collettiva di ridefinire il progetto editoriale mediante reti offline.

La micro-editoria, in particolare, si delinea come sede d'elezione per lo sviluppo di nuove forme di cooperazione e controinformazione che si svincolano dai circuiti centralizzati dei media di massa.

In conclusione, *Post-digital print. La mutazione dell'editoria dal 1894* si muove con agio tra l'analisi storica, la riflessione teorica e la sollecitazione all'azione, offrendo una lettura del presente avulsa da atteggiamenti nostalgici verso il passato analogico e altresì critica nei confronti del futuro digitale. Il libro traccia, infatti, i margini di un'iniziativa combinata di editoria e design, finalizzata alla mediazione tra memorie e innovazioni. Per Ludovico, mai come ora la carta contiene il segno concreto della resistenza al flusso dell'oblio, nella costruzione di cultura e condivisione.

«Si continueranno a stampare libri, amico mio, non temere, l'ingegno degli uomini troverà il modo di aggirare gli Indici e magari un giorno perfino di cancellarli. Servirà sempre qualcuno che se ne vada in giro a vendere libri, stanne certo» (Blissett, 2000, pp. 632-633)

POST-DIGITAL PRINT

Written by *Alessandro Ludovico*, published in 2025 by *Timeo*

Review by *Alessandra Clemente*

«And then, most important of all, there's the printing press; that stupefying piece of technology which, like a dry and windy forest fire, is spreading by day, giving us plenty of ideas for ways of sending messages and incitements further and faster to reach the brethren, who have sprung up like mushrooms in every corner of the country»
(Blissett, 2003, p. 61)

On 20 May 2012, through a “planned, self-mocking and, to some extent, «political» act, yet without any hint of levity” (Ludovico, 2025, p. 9), the full-length version of Alessandro Ludovico's book *Post-digital print: The Mutation of Publishing since 1894* was launched for free and as a PDF file on a limited amount of pen drives approximately two weeks before being issued by the independent Dutch publishing house Onomatopee (n.d.).

332

Afterwards, the open-access and open-source edition of the book was digitally distributed by the *Monoskop* website (n.d.), translated into other languages and eventually published in Italian by CaratteriMobili in 2014 as a part of the *Formiche elettriche* series. A second Italian edition of *Post-digital print. La mutazione dell'editoria dal 1894* was released by *Timeo* in 2025, whilst the original PDF version continues to be downloadable for free.

If “the book is a technology” (Burdick et al., 2014, cited by Ludovico, 2015), then the idea of post-digital print springs from the in-depth historical review developed in these pages as the horizon where both analog and digital worlds can coexist and intertwine, blending permanence into fluidity and juxtaposing memory with immediacy. Rather than framing print as a vestige of bygone times, Ludovico invites the contemporary publishing industry

to engage in a critical dialogue with the gatekeepers of the Internet while simultaneously reaffirming the irreplaceable role of physical experience in leading the exploration of new frontiers within the realm of immateriality. Starting in the 19th century, cyclical predictions of the death of traditional print have followed the inventions of the telegraph, the telephone, radio, television, the computer, electronic devices, as well as wireless networks. Nevertheless, such technological innovations never fully replaced print; as Ludovico states, the latter embodies a versatile medium, continually redefining itself in cultural processes. *Post-digital print* therefore lies at the crossroads between media history and theoretical design, foregrounding the ties which bind technologies to socio-cultural demands and encouraging their productive collaboration.

The foresighted choice to crossbreed media in the dissemination of the book itself resulted in a constant symbiosis between the physical and digital formats and entails a dichotomous interpretative framework. Within the publishing domain, the book's online availability enhances large-scale circulation and accelerates access, whereas the reiteration of printed editions attests to the resilience of paper as a legitimising device for dematerialised contents by virtue of their spatial and temporal invariance (Ludovico, 2015). On a political front, beyond the explicit intention to ensure that his research is globally and democratically accessible, Ludovico's decision also expresses a claim for the economic recognition of intellectual labour.

The relationship between ink and pixel thus assumes a paradigmatic significance in modern times: slowness and speed, duration and obsolescence, proximity and distance, paper and screen - mutually associated with flesh and metal - represent the oscillations of the cultural field in which print may operate in a political and emancipatory sense, either as an act of material resistance to the volatility of the digital sphere or by enabling the organisation of hybrid archiving systems open to online consultation,

as well as print-on-demand platforms. In the field where analog and digital practices intersect, the designer becomes a seismograph of the existing (Piscitelli, 2019), and design-based processes and models of production, distribution and cultural fruition may arise, effectively challenging both the ephemerality of contents and the fragmentation of knowledge, with a superior degree of awareness and autonomy.

Hence, an increased systemic responsibility is required, also in the context of independent and experimental publishing. Ranging from early 20th-century avant-garde print works to underground publications, from mimeographed matter to DIY zines, and from social networks to social media, what emerges is not merely an individualistic drive to manifest an alternative view of the world but also the shared potential of reimagining the publishing project via offline networks. Micro-publishing, in particular, is establishing itself as fertile ground for the growth of new forms of collaboration and counter-information, detached from the centralised infrastructures of mass media.

333

In conclusion, *Post-digital print. La mutazione dell'editoria dal 1894* effortlessly navigates historical analysis, theoretical reflections and a call to action, providing a vision of the present unburdened by nostalgic attitudes towards the analog past and, at the same time, is critically oriented towards the digital future. The book outlines the edges of combined initiatives in publishing and design, aimed at bridging memories and innovations. Ludovico believes that, now more than ever, paper bears the tangible mark of resistance to the flow of oblivion, building culture and shared experiences.

«If they go on printing books, my friend, don't worry, men's ingenuity will find away of getting around Indexes and maybe, who knows, they might one day abolish them altogether. They'll always need someone going around selling books, you can bank on it» (Blissett, 2003, p. 457).

REFERENCES

- Blissett, L. (2000). *Q* (Nuova ed.). Einaudi.
 Blissett, L. (2003). *Q*. Translated from the Italian by Shaun Whiteside. William Heinemann
 The Random House Group Limited.
 Burdick, A., Drucker, J., Lunenfeld, P., Presner, T. & Schnapp, J. (2014). The Immense Promise of the Digital Humanities. *The New Republic*.
 In A. Ludovico, A. (2015), Le reti come agenti nello scontro tra stampa post-digitale personale e industriale. *Progetto grafico. Pubblicare*, 13(28), pp. 28-39. <http://www.newrepublic.com/article/117711/digital-humanitieshave-immense-promise-response-adam-kirsh>
 Ludovico, A. (2012). *Post-Digital Print. The Mutation of Publishing Since 1894*. Onomatopee. https://monoskop.org/images/a/a6/Ludovico_Alessandro_-_Post-Digital_Print_The_Mutation_of_Publishing_Since_1894.pdf
 Ludovico, A. (2015). Le reti come agenti nello scontro tra stampa post-digitale personale e industriale. *Progetto grafico. Pubblicare*, 13(28), 28-39. <https://aiap.it/cdpg/numero/progetto-grafico-n-28/>
 Ludovico, A. (2025). *Post-digital print. La mutazione dell'editoria dal 1894*. Traduzione di Arcangelo Licinio. Timeo.
 Monoskop. (n.d.). <https://monoskop.org/Monoskop>
 Onomatopee. (n.d.). <https://www.onomatopee.net/>
 Piscitelli, D. (2019). *First things first. Comunicare le emergenze. Il design per una contemporaneità fragile*. LISTLab.

BIO

Alessandra Clemente


Architetto, è dottoranda presso il Dottorato di Ricerca di Interesse Nazionale in «Design per il Made in Italy: Identità, Innovazione e Sostenibilità», afferente al Dipartimento di Architettura e Disegno Industriale dell'Università degli Studi della Campania Luigi Vanvitelli. Il suo campo di studi è il patrimonio culturale italiano, con particolare riferimento alla storia della comunicazione visiva e della grafica. Tra le sue pubblicazioni più recenti, *Ettore Sottsass and the Eco-Thought*, in *For Nature/With Nature: New Sustainable Design Scenarios*, (Springer, 2024).

Architect, she is a PhD candidate in the National PhD Program of Interest in "Design for Made in Italy: Identity, Innovation, and Sustainability," affiliated with the Department of Architecture and Industrial Design at the University of Campania "Luigi Vanvitelli." Her field of study is Italian cultural heritage, with particular reference to the history of visual communication and graphic design. Among her most recent publications is "Ettore Sottsass and the Eco-Thought", in "For Nature/With Nature: New Sustainable Design Scenarios" (Springer, 2024).

Scritto da **Briar Levit**
e pubblicato nel 2024 da **Bikini Book**

ON DESIGN, FEMINISM, AND FRIENDSHIP

recensione di **Monica Pastore**

 0000-0002-9348-1688

Politecnico di Bari

monica.pastore@poliba.it

[10.82068/pgjournal.2026.23.42.16](https://doi.org/10.82068/pgjournal.2026.23.42.16)

334

L'ultimo volume di Briar Levit, *On design, feminism and friendship*, sebbene non possa essere inteso come una trattazione meramente accademica per la sua forma di dialogo tra l'autrice e Nina Paim ¹, si colloca comunque all'interno di un filone contemporaneo di pubblicazioni che dibattono da un paio d'anni sull'intersezione tra graphic design e femminismo, inteso soprattutto come atto di consapevolezza e militanza politica e sociale urgente. Pubblicato dalla giovane casa editrice portoghese Bikini Book, il libro fa parte della collana *marginalias*, una collana di interviste illustrate il cui intento è di portare alla luce gli aspetti spesso trascurati e omessi della pratica quotidiana della cultura progettuale visiva, approfondendo i dettagli intimi che formano il lavoro dei e delle designer e offrendo un'inedita prospettiva femminista.

Briar Levit, docente di graphic design alla Portland State University (USA), curatrice e co-direttrice della piattaforma e archivio collaborativo *The People's Graphic Design Archive*, ripercorre attraverso l'intervista suddivisa in tre capitoli ², le tappe salienti della sua carriera che l'hanno portata a interessarsi come progettista prima, e come insegnante dopo, alla tematiche dell'inclusione delle marginalità - intese in senso ampio - e del femminismo nel campo del graphic design da un punto di vista sia progettuale sia storico.

Levit non è nuova ad affrontare tali argomenti, infatti già nel suo precedente volume *Baseline Shift. Untold Stories of Women in Graphic Design History* (2021) mediante la raccolta di 15 saggi riporta alla luce le storie di donne provenienti da contesti differenti, il cui lavoro ha plasmato, trasformato e definito il graphic design statunitense così come lo conosciamo oggi.

¹

Nina Paim, classe 1986, è una graphic designer, educatrice, curatrice ed editrice brasiliana, cofondatrice della piattaforma web femminista *Futuress* e direttrice editoriale della casa editrice indipendente Bikini Books con sede Porto in Portogallo. Da diversi anni si occupa di tematiche sociali e pratiche comunitarie nell'ambito del graphic design.

L'obiettivo di questa prima pubblicazione è evidentemente differente dall'ultimo volume, ma entrambi nascono dalla medesima urgenza di restituire il giusto spazio nella letteratura di settore al ruolo delle donne nel campo del graphic design sia come progettiste sia come ricercatrici ed educatrici, capaci di mettere in atto pratiche più inclusive e socialmente impegnate, e di cambiare il canone della narrazione della storia del graphic design internazionale, come sottolineato dalla stessa autrice:

“The syllabus I inherited was very Western-focused: it based on Megg’s History of Graphic Design. So I’ve made it my own by including a great deal of content that is outside the canon. [...] So I start the semester by talking about this framework of parallel stories, prejudice, privilege, capitalism, etc.”
(Levit, 2024, p. 97)

335

La necessità di creare un nuovo canone della storia del graphic design non deve essere intesa come l'unica chiave di lettura del fenomeno, anzi, Levit e molte altre studiose e progettiste stanno affrontando la questione femminista nel design in generale, basti pensare alla proliferazione di ricerche e pubblicazioni degli ultimi dieci anni ².

2

La prima sezione, intitolata *Just Getting starting*, affronta il primo approccio di Levit al femminismo attraverso l'esperienza da art director per il magazine statunitense *Bitch: Feminist Response to Pop Culture* nei primi anni Duemila. In questa parte Levit racconta del periodo della sua formazione al college durante metà degli anni Novanta, sottolineando come nessun corso di graphic design affrontasse tematiche sociali. La seconda, dal titolo *Build Community and Better Protest Signs*, pone invece l'accento sull'esperienza dell'insegnamento, facendo emergere le pratiche adottate per la trattazione di problematiche sociali o politiche, come il femminismo, fino ad approfondire la nascita del progetto documentaristico *Graphic Means* (2017). Anche in quest'ultima esperienza emerge la volontà di Levit di occuparsi di questioni marginali e poco approfondite, che concorrono ad una narrazione differente della storia. Infine, la terza parte, *No Longer the F-Word*, è dedicata alla questione femminista attraverso diverse chiavi di lettura, a partire dalle ragioni fondative della curatela del volume *Baseline Shift. Untold Stories of Women in Graphic Design History* del 2021 fino all'ideazione della piattaforma archivistica collaborativa *The People's Graphic Design Archive*, tutt'ora in corso.

Le tematiche sollevate all'interno di questo filone letterario spaziano dal ripensamento dei principi e le pratiche del design attraverso le teorie femministe - mirate a una maggiore inclusività, per esempio, di razza, genere, background e abilità diverse - fino all'individuazione di nuovi modelli della rappresentazione grafica-visiva nell'ambito del graphic design, capaci di scardinare il binarismo maschile/femminile, come accade nel libro *Cattive immagini* di Valeria Bucchetti (2021).

Partendo dal punto di vista metodologico, a differenza di altri libri, il volume di Levit non riporta esempi di esercitazioni progettuali svolte in classe, ma si limita a definire la sua prassi, la quale consiste nello sviluppo del pensiero autonomo attivato durante il dibattito e il confronto orizzontale tra docente e allievo, decostruendo così il concetto di gerarchia verticale dell'accademia. In questo modo gli studenti si sentono liberi di scegliere la tematica su cui lavorare e il processo di sensibilizzazione è frutto di una maturazione individuale. Un'altra peculiarità del volume è la forma dialogica della trattazione che racconta con un crescendo cronologico il suo approccio al femminismo, concepito da un lato come presa di coscienza sociale, maturata nel tempo innanzitutto attraverso la sua esperienza accademica, dall'altro come pratica costante di attivismo, che passa dall'attività di “thrifting” (Levit, 2024, p. 133), ovvero la pratica di scovare e fare acquisti nei negozi dell'usato, dove tutto può avere una seconda chance o può essere riportato alla luce, soprattutto nell'accezione di valorizzare quegli artefatti visivi non considerati “great design” (Levit, 2024, p. 133). Inoltre, nel libro si intuisce che il binomio design-femminismo non deve riguardare solo chi fa o insegna graphic design, ma come lo si fa e quali sono le ragioni.

3

Per citarne alcune internazionali, *Women in graphic Design 1890-2012*, curato da Gerda Breur e Julia Meer (2012) o *Feminist Designer: On the Personal and the Political in Design* di Alison Place (2023), fino ai volumi italiani di Valeria Bucchetti o le diverse iniziative promosse da AIAP, per esempio il premio AIAP Women in Design Award (AWDA) istituito nel 2012.

I paradigmi femministi per l'attivismo nel design in generale sono oggi più rilevanti che mai, poiché promuovono processi collaborativi che mirano a mettere in discussione e smantellare le gerarchie di potere, valorizzando al contempo i modi femministi di conoscere e di fare, avvicinandosi così al pensiero della filosofa statunitense bell hooks, secondo la quale, l'obiettivo del femminismo è di "mettere fine al concetto di dominio" (hooks, 2021, p.130) e alla prevaricazione che ne consegue.

La nozione di collaborazione risiede alla base di tutta l'esperienza di Levit, espressa più volte quando parla di quelle instauratesi durante le realizzazioni dei suoi progetti lavorativi cardine, rivela così la più fondativa pratica femminista. La visione corale del graphic design, intesa proprio come puro atto collaborativo, caratterizza non soltanto il libro di Levit, ma anche un'altra pubblicazione statunitense *Extra Bold* del 2021, curata da Ellen Lupton e da altre autrici, innalzandola così a uno dei temi chiave del movimento stesso.

336

Un ulteriore elemento che mette in evidenza le pratiche del femminismo nel graphic design, volte a una maggiore inclusività, si riscontra in altri due aspetti peculiari del volume di Levit, il primo nell'uso volontario dell'autrice di un linguaggio chiaro e inclusivo, privo di ampollosi registri accademici che spesso rendono le letture critiche poco accessibili, e il secondo nella forma dialogica del contenuto stesso. Quest'ultimo esprime ancora una volta la necessità di tradurre concretamente tali temi in una forma congrua e più fluida sia dal punto di vista letterario - il dialogo si configura come confronto diretto e intimo - sia da quello grafico-editoriale, dato il formato ridotto - 11,5*18 cm - che lo rende un tascabile agile per tuttò. In conclusione l'opera di Levit aggiunge un tassello inedito e più immediato al dibattito

urgente sul femminismo nel graphic design attraverso una scelta metodologica ponderata e in linea con gli obiettivi della giovane casa editrice portoghese.

ON DESIGN, FEMINISM, AND FRIENDSHIP

Written by Briar Levit, published in 2024 by Bikini Book

Review by Monica Pastore

Briar Levit's latest volume, *On Design, Feminism, and Friendship*, while not conceived as a strictly academic treatise due to its dialogic format between the author and Nina Paim ^❶, nonetheless positions itself within a contemporary body of publications that, over the past few years, has critically examined the intersection of graphic design and feminism. Here, feminism is understood primarily as a form of awareness and as an urgent mode of political and social engagement. Published by the young Portuguese press Bikini Book, the volume is part of the *marginalias* series i.e. an illustrated interview series aimed at foregrounding aspects of everyday visual design culture that are often overlooked or omitted. By exploring the intimate details that shape designers' practices, the series offers an original feminist lens through which to read contemporary design culture.

Briar Levit, Professor of Graphic Design at Portland State University (USA), curator and co-director of the collaborative platform and archive *The People's Graphic Design Archive*, retraces - through an interview articulated in three chapters ^❷ - the key moments of her professional trajectory. These experiences led her, first as a practitioner and later as an educator, to engage with issues of marginalisation

^❶

Nina Paim (b. 1986) is a Brazilian graphic designer, educator, curator, and publisher. She is co-founder of the feminist web platform *Futuress* and editorial director of the independent publishing house Bikini Books, based in Porto, Portugal. For several years, her work has focused on social issues and community-based practices within the field of graphic design.

– understood in a broad sense – and feminism within the field of graphic design, from both a design-oriented and a historical perspective.

Levit has long addressed these issues. In her earlier volume, *Baseline Shift. Untold Stories of Women in Graphic Design History* (2021), she brought to light, through a collection of fifteen essays, the stories of women from diverse backgrounds whose work has shaped, transformed, and defined American graphic design as it is understood today.

Although the aims of that publication differ from those of the present volume, both emerge from the same urgency: to restore appropriate visibility within design scholarship to the role of women in graphic design – as practitioners, researchers, and educators – capable of fostering more inclusive and socially engaged practices, and of reshaping the canon of international graphic design history, as the author herself notes:

337

“The syllabus I inherited was very Western-focused: it was based on Meggs’ History of Graphic Design. So I’ve made it my own by including a great deal of content that is outside the canon. So I start the semester by talking about this framework of parallel stories, prejudice, privilege, capitalism, etc.”
(Levit, 2024, p. 97)

² The first section, entitled *Just Getting Started*, addresses Levit’s initial engagement with feminism through her experience as art director for the US magazine *Bitch: Feminist Response to Pop Culture* in the early 2000s. In this section, Levit reflects on her college education during the mid-1990s, emphasising that no graphic design courses at the time addressed social issues. The second section, *Build Community and Better Protest Signs*, focuses on her teaching experience, highlighting the practices adopted to address social and political issues—such as feminism—within educational contexts, and leading to a discussion of the documentary project *Graphic Means* (2017). This experience further reveals Levit’s ongoing commitment to marginal and underexplored topics, which contribute to alternative narratives of design history. Finally, the third section, *No Longer the F-Word*, is devoted to feminism through multiple interpretative lenses, ranging from the foundational motivations behind the edited volume *Baseline Shift. Untold Stories of Women in Graphic Design History* (2021) to the conception of the collaborative archival platform *The People’s Graphic Design Archive*, which remains an ongoing project.

The need to rethink the canon of graphic design history should not, however, be regarded as the sole interpretative framework for this phenomenon. Rather, Levit – alongside many other researchers and designers – addresses feminism in design more broadly, as evidenced by the proliferation of research and publications over the past decade ³. The issues explored within this body of literature range from the reconsideration of design principles and practices through feminist theories – aimed, for instance, at greater inclusivity in terms of race, gender, background, and ability – to the identification of new models of graphic and visual representation capable of destabilising the male/female binary, as exemplified by Valeria Bucchetti’s *Cattive immagini* (2021).

From a methodological standpoint, and unlike other publications in this field, Levit’s volume does not include examples of classroom-based design exercises. Instead, it outlines a pedagogical praxis centred on fostering independent thinking through debate and horizontal exchange between instructor and students, thereby challenging the traditional notion of vertical academic hierarchies. In this framework, students are encouraged to choose their own topics of inquiry, and processes of awareness-raising emerge through individual reflection and maturation. Another distinctive feature of the book is its dialogic structure, which traces – through a chronological progression – Levit’s evolving approach to feminism. On the one hand, feminism is framed as a form of social awareness that developed gradually, primarily through her academic experience; on the other, it is articulated as an ongoing practice of activism, exemplified by “thrifting” (Levit, 2024, p. 133), understood as the act of searching for and purchasing items in second-hand shops,

³ By way of international examples, one may cite *Women in Graphic Design 1890-2012*, edited by Gerda Breuer and Julia Meer (2012), or *Feminist Designer: On the Personal and the Political in Design* by Alison Place (2023), alongside Italian publications by Valeria Bucchetti and the various initiatives promoted by AIAP, such as the AIAP Women in Design Award (AWDA), established in 2012.

where objects may be given a second life or brought back into visibility – particularly those visual artefacts that are not traditionally considered “great design” (Levit, 2024, p. 133). Furthermore, the book suggests that the relationship between design and feminism should not concern solely who practices or teaches graphic design, but rather how design is practiced and for what purposes.

Feminist paradigms for activism in design are today more relevant than ever, as they promote collaborative processes aimed at questioning and dismantling power hierarchies, while simultaneously valuing feminist ways of knowing and making. In this respect, Levit’s position resonates with the thought of the American philosopher bell hooks, who argues that the goal of feminism is to “end the notion of domination” (hooks, 2021, p. 130) and the forms of oppression that stem from it.

338

The notion of collaboration lies at the core of Levit’s experience and is repeatedly emphasised when she reflects on the relationships established during the realisation of her key projects, which thus emerge as her most foundational feminist practice.

This choral vision of graphic design – understood as a fundamentally collaborative act – characterises not only Levit’s book but also other significant publications, such as *Extra Bold* (2021), edited by Ellen Lupton and others, thereby elevating collaboration to one of the central themes of the feminist design movement.

Further evidence of feminist practices oriented towards inclusivity can be found in two additional features of the volume. The first is the author’s deliberate use of clear and inclusive language, avoiding the inflated academic registers that often render critical texts inaccessible. The second concerns the dialogic form of the content itself, which once again underscores the need to translate feminist

principles into a coherent and fluid form—both from a literary perspective, where dialogue enables a direct and intimate exchange, and from a graphic-editorial standpoint, given the book’s compact format (11.5 × 18 cm), which makes it an accessible, pocket-sized publication. In conclusion, Levit’s work makes an original and timely contribution to the ongoing debate on feminism in graphic design, through a carefully considered methodological approach that aligns closely with the aims of the young Portuguese publishing house.

REFERENCES

- Bucchetti, V. (2021). *Cattive immagini. Design della comunicazione, grammatiche e parità di genere*. FrancoAngeli
- hook, b. (2021). *Il femminismo è per tutti. Una politica appassionata*. Tamu
- Levit, B. (Ed.). (2021). *Baseline Shift. Untold Stories of Women in Graphic Design History*. Princeton Architectural Press
- Lupton, E., Kafei, S., Tobias, J., Halstead, J.A., Sales, K., Xia, L., & Vergara, V. (Eds.). (2021). *Extra Bold. A Feminist, Inclusive, Anti-Racist, Nonbinary Field Guide for Graphic Designers*. Princeton Architectural Press

BIO

Monica Pastore

Monica Pastore è una graphic designer e ricercatrice sui temi della storia e della metodologia progettuale del graphic design presso il Politecnico di Bari. I principali interessi di ricerca vertono soprattutto sull'indagine e la ricostruzione storica di vicende ad oggi marginali nella storia nazionale e sulla comunicazione di genere.

Monica Pastore is a graphic designer and researcher at the Politecnico di Bari, where her work focuses on the history and methodology of graphic design. Her main research interests centre on the investigation and historical reconstruction of narratives that have so far remained marginal within the national context, as well as on gender-related communication.

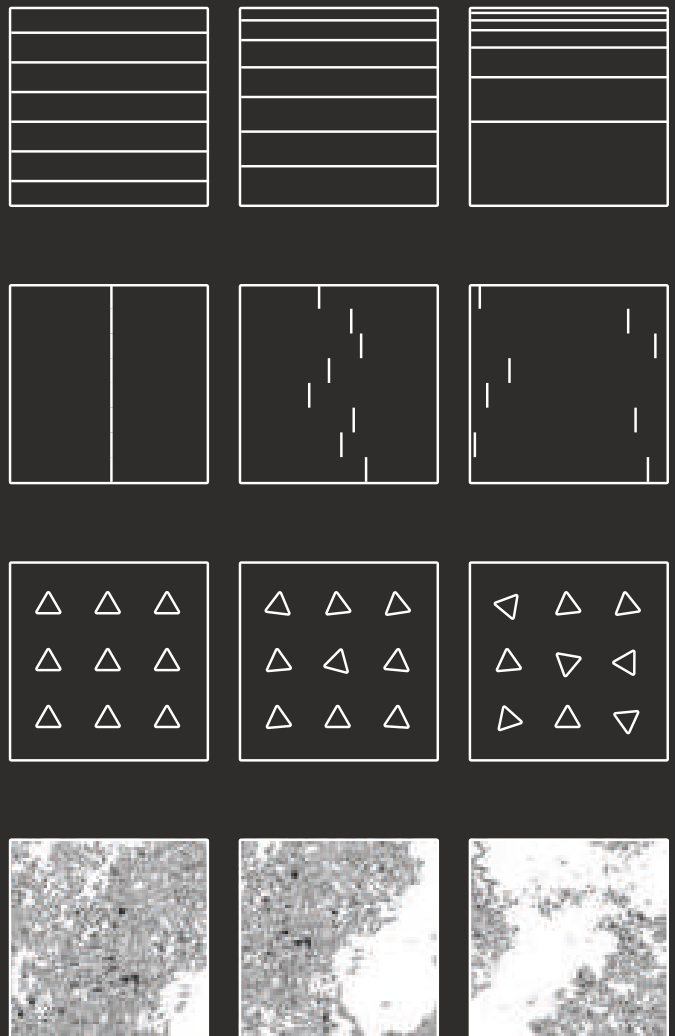
COVER N. 42

Piscitelli in *First Things First* (2019) descrive il contesto attuale come un'emergenza permanente che ha delle profonde ricadute su diversi piani – ambientale, sociale, informativo e democratico – tutti interconnessi e in dialogo. L'obiettivo della proposta è catturare questo scenario in un'unica cornice tramite lo sviluppo di quattro linguaggi grafici differenti ①, ognuno caratterizzato da forma e movimento propri. La sovrapposizione dei piani genera una fenomenologia di simboli che richiama l'aspetto di un campo di scontro osservato dall'alto, ponendo l'attenzione sulla cronicizzazione della crisi. La copertina si declina in versioni monocromatiche e policromatiche (verde militare, beige e rosso) che richiamano il mondo bellico e della sopravvivenza.

In *First Things First* (2019), Piscitelli describes the current context as a permanent emergency with profound repercussions on various levels – environmental, social, informational, and democratic – all of which are interconnected and in dialogue with one another.

340

The aim of this proposal is to capture this scenario within a single framework through the development of four distinct graphic languages ①, each characterized by its own form and movement. The overlapping of these layers generates a phenomenology of symbols that evokes the appearance of a battlefield viewed from above, drawing attention to the chronic nature of the crisis. The cover is available in monochromatic and polychromatic versions (army green, beige, and red) that evoke the world of war and survival.



①

Piano Sociale – Sbilanciamento: Disuguaglianze e crisi migratorie esasperano la distanza tra le persone in stato di precarietà e le élite economiche. Le prime in aumento, le seconde sempre più potenti. Graficamente, i segmenti sfuggono dal basso aumentando le fasce sottostanti.

Piano Informativo – Polarizzazione: Nell'epoca della post-verità, la polarizzazione ideologica assume un ruolo di frammentazione cieca della massa di fronte ai problemi concreti del reale. Il linguaggio visivo si spezza in blocchi contrapposti, riflettendo l'incapacità di dialogo.

Piano Democratico – Disorientamento: Ogni cittadino ha una propria bussola sociale, un vettore di intenzionalità che orienta le scelte politiche collettive. In uno scenario populista e autoritario, questa bussola perde potenza ed entra in crisi, manifestandosi in una rotazione caotica e asincrona.

Piano Ambientale – Erosione: La crisi attuale fa da sfondo a tutto il resto, come un disturbo che a lungo andare diviene normalità. La grafica, dall'aspetto organico e corrosivo, è il risultato di un'elaborazione cromatica di un incendio boschivo catturato dall'alto.

①

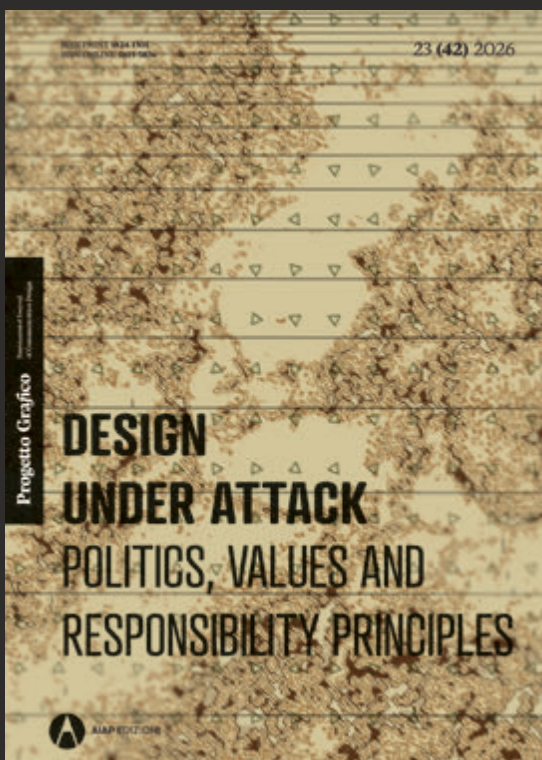
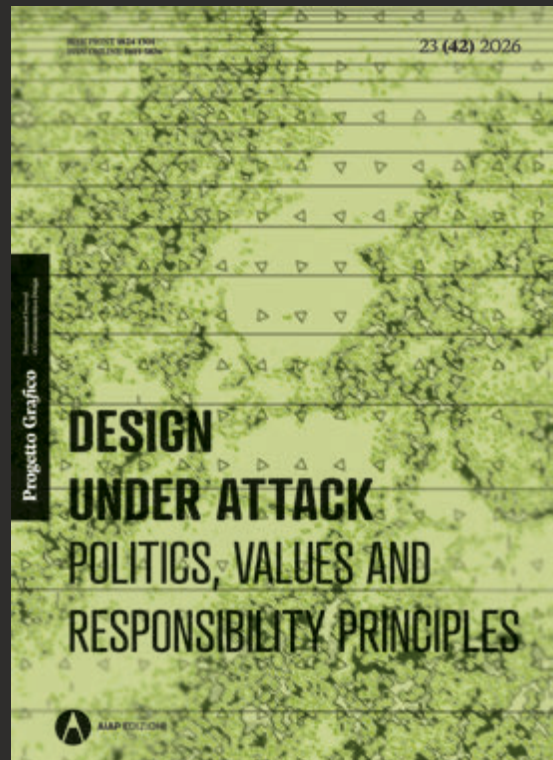
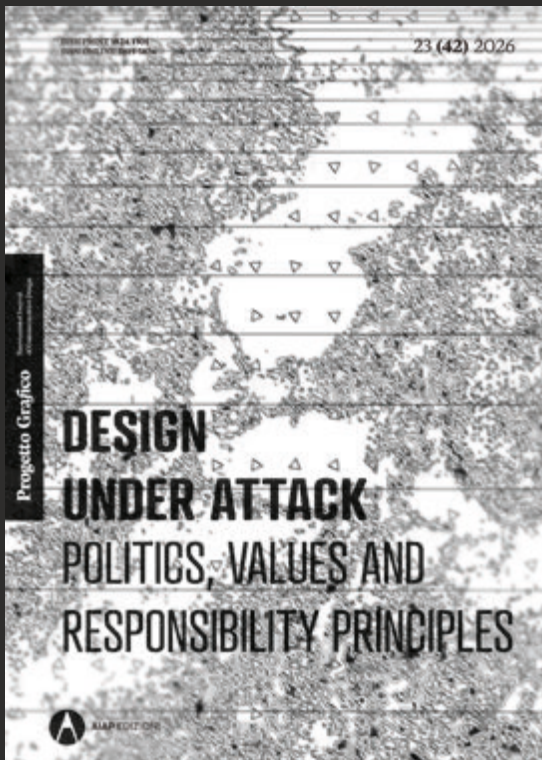
Social Plan – Imbalance: Inequality and migration crises are widening the gap between people in precarious situations and the economic elite. The former are on the rise, the latter increasingly powerful. Visually, the segments break away from the bottom, expanding the bands below.

Informational Plane – Polarization: In the post-truth era, ideological polarization plays a role in the blind fragmentation of the masses in the face of concrete real-world problems. The visual language breaks into opposing blocks, reflecting the inability to engage in dialogue.

Democratic Level – Disorientation: Every citizen has their own social compass, a vector of intent that guides collective political choices. In a populist and authoritarian scenario, this compass loses its power and enters a crisis, manifesting as a chaotic and asynchronous rotation.

Environmental Plane – Erosion: The current crisis serves as a backdrop to everything else, like a disturbance that eventually becomes the norm. The graphics, with their organic and corrosive appearance, are the result of a chromatic rendering of a forest fire captured from above.



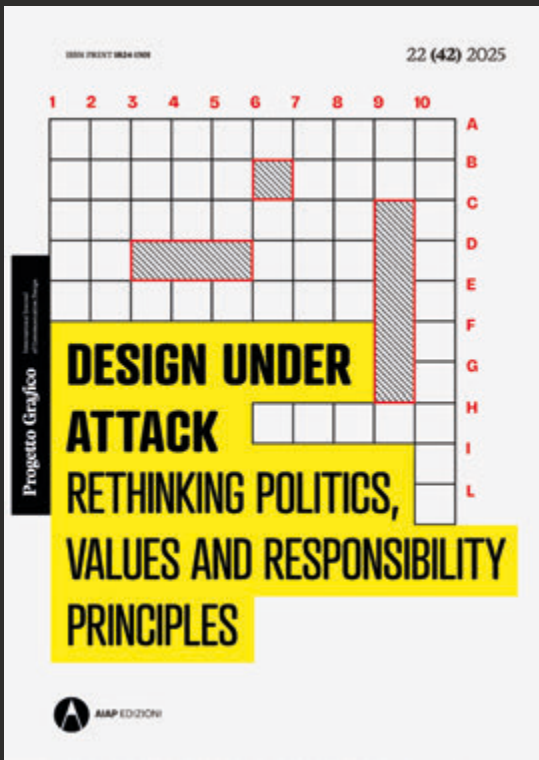


BIO

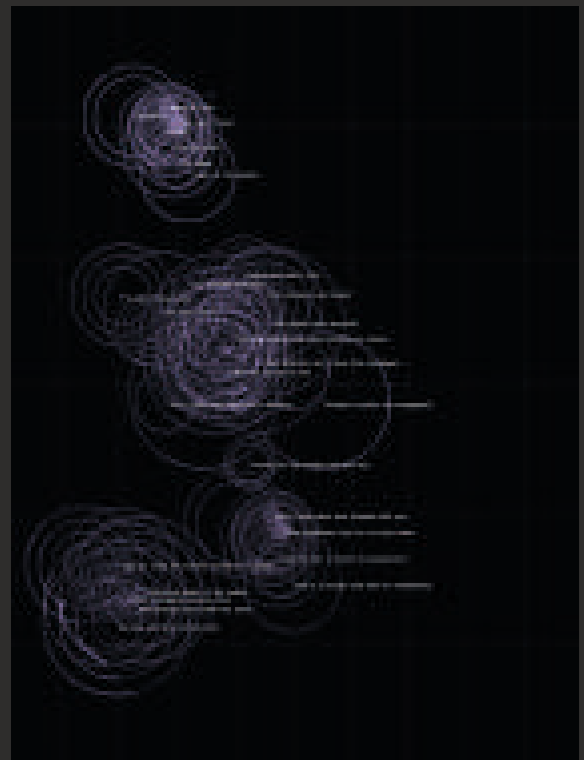
Caterina Servadio

Caterina Servadio è una studentessa NABA in Graphic Design e Art Direction. Nella tesi OUT OF THE SHADOWS applica il Systemic Design all'homelessness, dando voce a realtà marginalizzate e indagando le concause sistemiche che ostacolano il cambiamento profondo nell'ambito dell'assistenza sociale e dell'inclusività pubblica.

Caterina Servadio is a NABA student of Graphic Design and Art Direction. In her thesis OUT OF THE SHADOWS she applies systemic design to the issue of homelessness, giving a voice to marginalized communities and examining the systemic factors that hinder meaningful change in the fields of social services and public inclusion.



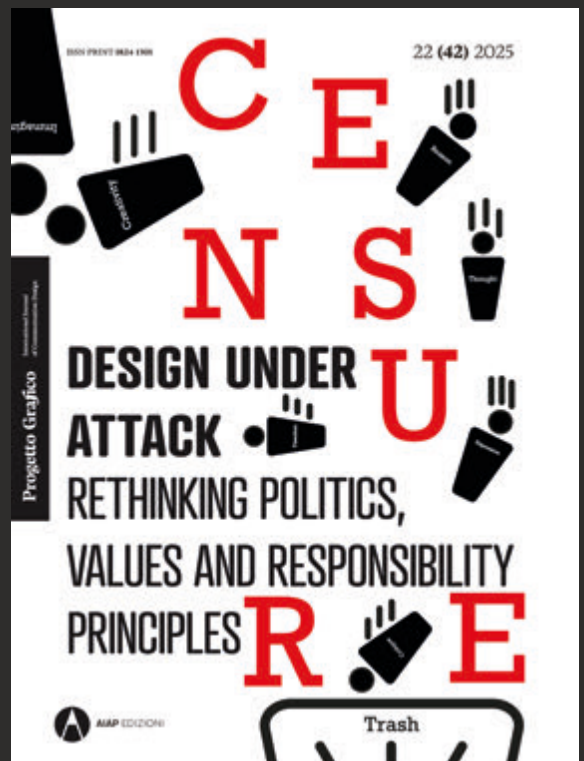
①



③



②



④

①

Giacomo Bocchini & Margherita Criseo

②

Sabrina D'Amicis & Domenico Piro - Studio Nosce

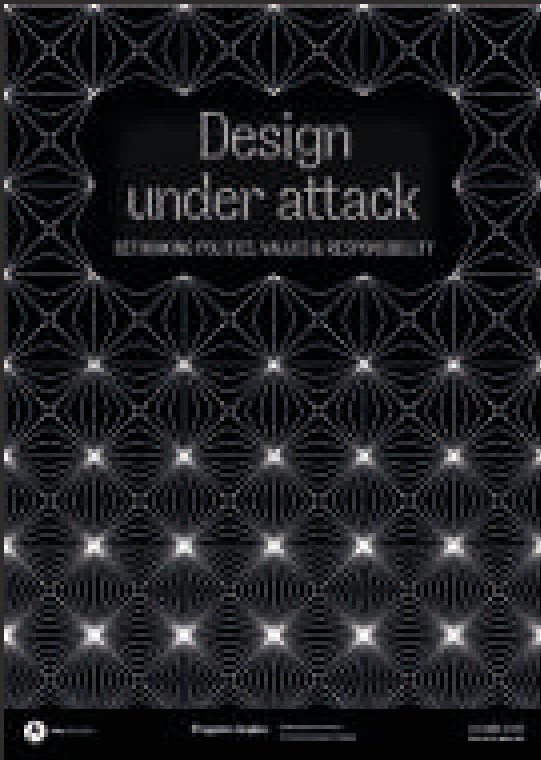
③

Mattia Alfio Garozzo

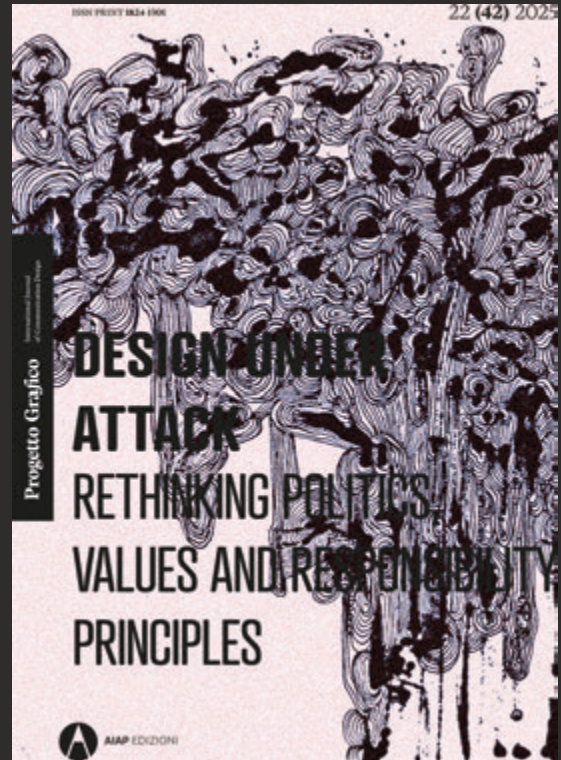
④

Roberto Ingargiola

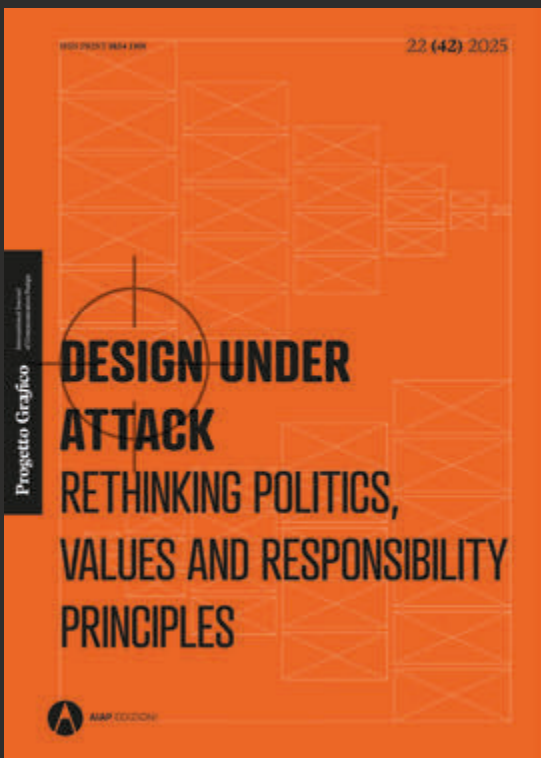
COVER PROPOSALS



5



7



6



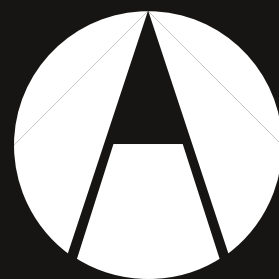
8

5
Daniel Lavrano

6
Isotta Perugini

7
Elena Roccaro

8
Paola Tucillo



**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 C87I23000580008.



**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