dissenso e dissonanza

estetica e strategie visive contro il sistema dominante

TESI DI LAUREA MAGISTRALE
DI ALESSANDRA PALOMBELLI

dissenso e dissonanza

estetica e strategie visive contro il sistema dominante

TESI DI LAUREA MAGISTRALE
DI ALESSANDRA PALOMBELLI

dissenso e dissonanza

estetica e strategie visive contro il sistema dominante

TESI DI LAUREA MAGISTRALE
DI ALESSANDRA PALOMBELLI

dissenso e dissonanza

estetica e strategie visive contro il sistema dominante

POLITECNICO
DI MILANO
Scuola del Design
2024-2025

TESI DI LAUREA
MAGISTRALE
Design
della comunicazione

247800
ALESSANDRA PALOMBELLI

Relatore
SALVATORE ZINGALE

a Siska,
e a chi, come lei, abita
la soglia del mondo

indice

abstract
p. 7

introduzione
p. 9

01
il dissenso progettuale
p. 17

1.1 IL DESIGN
COSTRUISCE MONDI p. 17

1.1.1
L'animale narrante
p. 17

1.1.2
I miti condivisi
p. 23

1.1.3
Il design
come atto politico
p. 27

1.2 SUPERARE
IL REALISMO CAPITALISTA p. 31

1.2.1
Esistono alternative?
p. 32

1.2.2
Il collasso semiotico
delle narrazioni
p. 35

1.2.3
Storying otherwise
p. 39

1.3 IL DESIGN
DISSENZIENTE p. 43

1.3.1
Progettare il possibile
p. 44

1.3.2
Il dissenso dialogico
p. 48

1.3.3
Artefatti dissenzienti
p. 61

02
l'estetica dissonante
p. 65

2.1 IL BELLO COME COSTRUTTO CULTURALE p. 65
2.1.1 Il canone estetico p. 66
2.1.2 Bellezza, consumo e spettacolarizzazione p. 76

2.2 LA SOVVERSIONE DELLE REGOLE ESTETICHE p. 85
2.2.1 L'insufficienza del brutto p. 86
2.2.2 Il dissonante oltre la forma p. 93
2.2.3 La destabilizzazione del perturbante p. 101

03
la dissonanza virale
p. 113

3.1 INTERNET AESTHETICS ED EVASIONE p. 113
3.1.1 Il lo-fi come liberazione p. 114
3.1.2 Visioni perturbanti sulla soglia p. 123
3.1.3 Il brainrot: l'apoteosi del sovraccarico p. 136

3.2 IL POTERE CRITICO DEI MEME p. 145
3.2.1 La memestetica: destrutturare con l'ironia p. 146
3.2.2 Il meme come forma collettiva di resistenza p. 151
3.2.3 Dall'online all'offline p. 159

conclusioni
p. 169

ringraziamenti
p. 175

bibliografia
p. 177

lista delle figure
p. 199

abstract

In un contesto in cui l'immaginario pubblico si restringe e tende alla ripetizione, questa ricerca esplora il dissenso visivo come una possibile leva per incrinare le estetiche dominanti e le logiche di governo autoritarie. Viene interrogata, in particolare, la possibilità che pratiche progettuali critiche agiscano come forme di contro-immaginazione senza venire assorbite dalle infrastrutture neoliberali che le sostengono e le regolano. Il design è descritto come un atto culturale e politico capace di modellare narrazioni condivise; la progressiva rarefazione dell'immaginabile trasforma il raccontare altrimenti in una presa di posizione necessaria.

In questa prospettiva, l'estetica dissonante assume il valore di critica del "bello imposto": l'utilizzo del brutto, dello scarto, del perturbante scuote lo sguardo dello spettatore e lo indirizza verso un'interrogativa che oltrepassa la superficie del visibile. La ricerca estende questa logica ai media digitali – dalle estetiche glitch e lo-fi ai meme di protesta – e mostra come la scelta deliberata di forme grezze o ironiche produca cortocircuiti cognitivi e favorisca la formazione di comunità di resistenza online. Al tempo stesso, riconosce che la stessa viralità produce rischi concreti di neutralizzazione e cooptazione.

La forza del dissenso estetico risiede nella capacità di aprire fratture nell'immaginario dominante, ma la sua efficacia politica richiede un ancoraggio a pratiche organizzative, comunitarie e col-

lettive che ne sostengano la continuità oltre il gesto simbolico. La tesi ipotizza la possibilità di "zone franche" visive – spazi effimeri e condivisi, difficilmente assimilabili al circuito commerciale – e mette in relazione genealogie storiche di controcultura e sabotaggio iconico con forme contemporanee di comunicazione di protesta.

Attraverso un approccio interdisciplinare che incrocia il design critico, la teoria della comunicazione visiva e la filosofia estetica, la ricerca definisce una cornice per valutare in quali condizioni le immagini dissenzienti possano ancora costruire narrazioni alternative e sottrarsi al silenzio uniformante dell'indifferenza.

introduzione

Il design non è mai un linguaggio neutro; si configura piuttosto come una pratica sociale intimamente intrecciata con la costruzione del significato e della realtà collettiva. In quanto "fatto sociale totale" (Mauss, 1923-1924/2002), esso non si riduce all'estetica, ma abbraccia dimensioni simboliche, economiche e politiche, costituendo uno strumento potente per l'affermazione del potere e la modellazione delle esperienze quotidiane, delle interazioni sociali e delle convinzioni culturali. Ogni artefatto progettato veicola implicitamente una visione del mondo: il design, dunque, non produce solo oggetti, ma costruisce narrazioni condivise in grado di orientare percezioni, comportamenti e valori (Penati, 2013b). In questo senso il design è, intrinsecamente, un atto culturale e politico.

Storicamente, il design ha spesso contribuito a consolidare l'autorità e le gerarchie esistenti. Bellezza, simmetria e armonia sono state utilizzate per legittimare il potere, dai monumenti antichi all'architettura urbana, fino alle interfacce digitali contemporanee. Le forme levigate e perfette non sono mai innocue: esse funzionano come dispositivi di regolazione sociale, capaci di generare consenso, normalizzare comportamenti e neutralizzare il dissenso.

Proprio perché immerso nella società, il design conserva un enorme potenziale critico. Può diventare uno strumento di resistenza alle dinamiche di controllo e all'ordine estetico dominante. Victor

Papanek ricordava come il design responsabile non si esaurisca nella produzione di forme piacevoli, ma richieda un atto consapevole – e spesso di rottura – nei confronti di un sistema che privilegia la perfezione formale e la mercificazione. "In un'età che sembra conoscere a fondo gli aspetti della forma, si attende da tempo un ritorno al contenuto" affermava provocatoriamente Papanek (1971/1973, pp. 145-164). In questa prospettiva, la creatività diventa un gesto politico capace di mettere in discussione lo status quo e aprire nuove possibilità di senso.

Oggi, tuttavia, praticare un design alternativo è più difficile che mai. Nel campo della comunicazione visiva, il panorama commerciale esercita un'influenza pervasiva: grandi piattaforme digitali, multinazionali e agenzie pubblicitarie modellano le modalità progettuali. Gli algoritmi governano la visibilità dei contenuti e le logiche di mercato privilegiano linguaggi rassicuranti e riconoscibili, appiattendo la diversità espressiva. Le interfacce utente, progettate per esperienze fluide e prive di attriti, minimizzano ogni forma di contrasto estetico, trasformando i linguaggi di rottura in semplici varianti stilistiche di nicchia destinate al consumo. Inoltre, le iniziative di design critico faticano a trovare sostegno finanziario in un'industria culturale che premia i ritorni economici rapidi, lasciando poco spazio a pratiche realmente indipendenti o dissenzienti. Il risultato complessivo è un preoccupante appiattimento dell'immaginario estetico collettivo.

Parallelamente, il sistema neoliberale ha dimostrato una straordinaria capacità di assorbire e neutralizzare anche i segnali di dissenso. La "società dello spettacolo" descritta da Guy Debord (1967/1995) e il "realismo capitalista" teorizzato da Mark Fisher (2009/2018) hanno evidenziato come

la provocazione venga trasformata in merce e l'opposizione ridotta a intrattenimento innocuo, rafforzando l'idea che "non ci sia alternativa" al paradigma dominante. In un ecosistema mediatico saturo e governato dalla ricerca costante di engagement, persino i messaggi più radicali rischiano di perdere la propria carica critica, confondendosi nel flusso indistinto di stimoli visivi. Questo processo conduce a quello che alcuni autori definiscono un vero e proprio "collasso semiotico" (Matos, 2022, p. 90): l'eccesso di immagini e di codici, unito alla loro circolazione rapidissima, svuota di significato persino i segni nati come dissidenti, riducendoli a pura forma priva di contenuto.

Nonostante queste difficoltà, il design resta un atto di dissenso possibile. La sfida consiste nel concepire estetiche capaci di disturbare la superficie del "bello imposto" senza essere immediatamente ricondotte a un consumo inoffensivo. Non si tratta solo di generare rottura visiva fine a se stessa, ma di interrogare le strutture di potere che ne governano la produzione e la diffusione. In questo lavoro, i termini "potere" e "sistema dominante" non rimandano a un'entità unica o astratta, ma complesso intreccio di istituzioni, logiche di mercato e processi culturali che caratterizzano il capitalismo contemporaneo, in particolare nelle sue forme neoliberali e digitali, dove l'estetica è utilizzata come strumento di legittimazione, consumo e controllo sociale. Nell'orizzonte di un immaginario collettivo sempre più rarefatto – sintomo di quella "cancellazione del futuro" di cui parla Fisher (2009/2018) – il semplice atto di "raccontare altrimenti" diventa una presa di posizione necessaria.

L'estetica dissonante, che rifiuta l'armonia e la perfezione, destabilizza lo sguardo dello spettatore e lo spinge a interrogarsi criticamente su

ciò che osserva. Per “dissonante” non si intende semplicemente ciò che è brutto o disturbante, ma una tensione consapevole contro l’ordine visivo dominante, in linea con le riflessioni di Theodor W. Adorno (1970/2009, pp. 62-66). Se il potere ha storicamente utilizzato la bellezza per legittimarsi, il linguaggio dissonante può diventare uno strumento di opposizione alla mercificazione dell’arte e all’intrattenimento superficiale.

La tensione dissonante non nasce oggi: le avanguardie storiche del Novecento, dal Dadaismo al Surrealismo fino al Situazionismo, hanno impiegato elementi di rottura, ironia e provocazione per sfidare i canoni visivi del loro tempo. In epoche più recenti, un esempio emblematico di resistenza estetica è offerto dal movimento punk, che negli anni Settanta ha sconvolto le convenzioni del design e della comunicazione visiva. La grafica grezza delle fanzine, i collage disordinati, le tipografie spezzate e l’estetica DIY (“do it yourself”) non erano scelte stilistiche casuali, bensì atti deliberati di opposizione all’industria culturale e alle sue logiche di conformismo e produzione di massa. L’anti-design punk, con il suo rifiuto radicale della pulizia formale e il linguaggio visivo ruvido e provocatorio, si opponeva ai canoni dominanti, dando vita a un’estetica di rottura che continua a ispirare pratiche dissidenti anche nel contesto digitale attuale.

Nel panorama contemporaneo, l’estetica dissonante emerge in molteplici territori visivi: nella grafica indipendente, nelle pratiche cinematografiche sperimentali, nei media interattivi e nella comunicazione digitale. Ciò è evidente, per esempio, nella diffusione di immagini glitchate, surreali o volutamente grezze sui social media e nelle produzioni indipendenti. Persino i meme – spesso liquidati come forme effimere di cultura visiva – possono incarnare questa tendenza: attraverso l’ironia, l’iperbole e l’imperfezione stilistica riescono talvolta a sfuggire ai vincoli imposti dagli algoritmi e a sabotare le narrazioni prevalenti.

In un’epoca in cui l’estetica è sempre più strumentalizzata dal sistema dominante, la dissonanza emerge come una delle ultime forme residuali di resistenza culturale. Ciononostante, le pratiche dissonanti non sono prive di rischi: il sistema è abile nell’assorbire anche i segni più radicali, trasformandoli in tendenze stilistiche passeggere prive di qualunque contenuto politico.

Nonostante l’esistenza di numerosi studi dedicati al design critico, alle estetiche controculturali e alle dinamiche di cattura del dissenso nel capitalismo avanzato, manca tuttavia un quadro teorico integrato che analizzi in modo sistematico il ruolo dell’estetica dissonante nel contesto delle piattaforme digitali contemporanee. La letteratura esistente affronta separatamente le genealogie storiche del “brutto”, le strategie di opposizione visuale o le teorie del realismo capitalista, ma non offre un modello capace di spiegare in quali condizioni il dissenso estetico riesca a mantenere la propria forza critica senza essere immediatamente neutralizzato.

È proprio nel tentativo di comprendere le condizioni di questa resistenza che emerge un'esigenza di sistematizzazione teorica. Il contributo originale di questa tesi risiede, dunque, nella proposizione di una cornice teorica integrata che chiarisce le condizioni di resilienza (o di neutralizzazione) delle estetiche dissonanti nel contesto del capitalismo neoliberale e algoritmico. Attraverso un approccio interdisciplinare che intreccia design critico, teoria

estetica e studi culturali digitali, la ricerca propone criteri utili per comprendere la resilienza o la neutralizzazione delle immagini dissenzienti, individuando possibili spazi visivi in cui il dissenso può sopravvivere senza essere assimilato.

Da queste premesse scaturiscono le domande di ricerca centrali: in che modo il design critico può sovvertire le convenzioni estetiche senza venire immediatamente riassorbito dal sistema dominante? Come può contrastare le logiche egemoniche senza diventare esso stesso parte di ciò che intende criticare? E quali spazi rimangono oggi per comunicare contenuti visivi dissonanti senza vederne compromessa la forza critica?

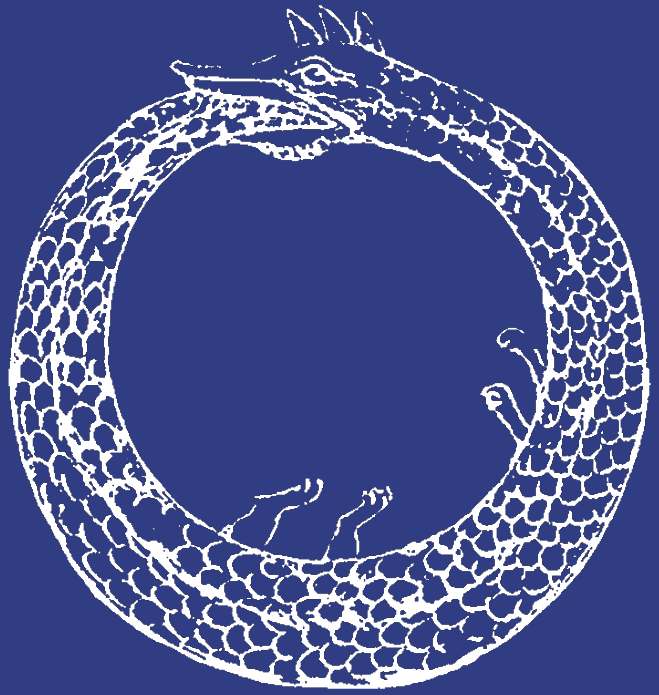
L'obiettivo di questa tesi è esplorare come l'estetica dissonante possa essere impiegata nella comunicazione visiva per destabilizzare le narrazioni del potere e stimolare un pensiero critico. La ricerca non si limiterà a ricostruire il suo uso storico nel design e nell'arte, ma rifletterà anche sulle possibilità di applicarle nel presente, in un contesto sempre più dominato da logiche di mercato e da pressioni verso la conformità. Dal punto di vista metodologico, la tesi adotta un approccio interdisciplinare che incrocia i contributi del design critico, della teoria della comunicazione visiva e della filosofia estetica, al fine di costruire un quadro teorico entro cui valutare in quali condizioni le immagini dissenzienti possano ancora dare forma a narrazioni alternative.

Per raggiungere questi obiettivi, la trattazione è articolata in tre capitoli. Il primo capitolo delinea il quadro teorico, inquadrando il design come pratica narrativa e politica capace di "costruire mondi" e introducendo il concetto di dissenso progettuale anche attraverso la lente del realismo capitalista. Il

secondo capitolo è dedicato alla dimensione estetica: dopo aver esaminato la bellezza come costrutto culturale e le genealogie storiche del "brutto" come strumento critico, viene definita la nozione di estetica dissonante e ne vengono discussi alcuni antecedenti emblematici. Il terzo capitolo si concentra infine sul presente digitale, esplorando quella che viene definita "dissonanza virale": dalle estetiche glitch e lo-fi ai meme di protesta, si analizza come tali strategie visive possano favorire la costruzione di nuovi immaginari collettivi e comunità resistenti online, senza tacere i concreti rischi di neutralizzazione e cooptazione. Nelle conclusioni, infine, si riflette sulle condizioni in cui le immagini dissenzienti possono ancora aprire varchi nell'immaginario dominante, ipotizzando l'esistenza di "zone franche" visive – spazi effimeri e condivisi, difficilmente assimilabili al circuito commerciale – dove il dissenso estetico possa proliferare al riparo dalle logiche dell'assimilazione.

01

il dissenso progettuale



1.1 il design costruisce mondi

Una recente rilettura epistemologica ha elevato il design da mera disciplina tecnico-strumentale a mediatore culturale. Secondo questa prospettiva, l'attività progettuale trascende le sue funzioni estetiche e funzionali, trasformandosi in una formidabile forma di storytelling, in grado di plasmare gli immaginari collettivi e di orientare percezioni, comportamenti e valori all'interno di specifici contesti sociali e culturali (Penati, 2013b).

La progettazione, dunque, non è mai neutra: ogni artefatto realizzato – sia esso una sedia, un abito, un logo o un'interfaccia – emerge da una serie di scelte consapevoli (ad esempio, su cosa mostrare, enfatizzare o oscurare) che veicolano implicitamente uno sguardo specifico sulla realtà. In questo senso, il design può sia consolidare le strutture di potere esistenti, sia metterle in discussione. Pertanto, il design non produce solo oggetti: costruisce mondi (Penati, 2013b).

1.1.1 l'animale narrante

Per comprendere il potenziale comunicativo del design, occorre considerare un'importante idea antropologica: la narrazione costituisce il fondamento stesso della cognizione umana.

"Noi siamo l'*animale narrante*"[1] (Gottschall, 2012, p. 177). Questa visione amplia la celebre definizione aristotelica di *animale politico*,[2] suggerendo che la nostra socialità e la necessità di confronto non nascano solo da istinti di aggregazione, ma siano intrinsecamente legate alla capacità unica di creare e condividere narrazioni.

L'essere umano ha un profondo bisogno di raccontare. La facoltà più distintiva dell'uomo, il linguaggio, gli ha permesso di assimilare, immagazzinare e trasmettere una vasta quantità di informazioni a partire dalla Rivoluzione Cognitiva (70.000-30.000 anni fa). Tuttavia, ciò che rende davvero speciale e unico il linguaggio umano è la possibilità di comunicare cose che non esistono affatto: la capacità di concepire la finzione (Harari, 2011/2014).

L'*Homo sapiens* può inventare entità e mondi mai sperimentati direttamente, intessendo narrazioni condivise su di essi. Prima ancora di essere un *Homo rationalis*, è un primate *Homo fictus*[3] (Forster, 1927, p. 87), creatore e creazione per sua stessa natura (Bortoluzzi, 2023). Viviamo immersi in una fitta rete di finzioni – dai romanzi ai media digitali, fino ai processi giudiziari – che strutturano la nostra percezione del mondo. In questo senso, la narrazione può essere intesa come uno spazio

1. La definizione riprende un passo di *Waterland* di Graham Swift: "Man [...] is the storytelling animal. Wherever he goes he wants to leave behind not a chaotic wake, not an empty space, but the comforting marker buoys and trail signs of stories. He has to keep on making them up. As long as there's a story, it's all right. Even in his last moments, it's said, in the split second of a fatal fall—or when he's about to drown—he sees, passing rapidly before him, the story of his whole life."

2. *Ὁ ἄνθρωπος φύσει πολιτικὸν ζῷον* ("l'uomo per sua natura è un animale politico") afferma Aristotele (IV sec. a.C.) nella sua *Politica* per spiegare la "politicità" dell'essere umano, ovvero il bisogno di confronto e rapporto, essenziale per la socialità e il processo di conoscenza.

3. E. M. Forster utilizza questa definizione in Aspects of the Novel (1927) per descrivere il personaggio letterario, la cui vita e destino sono più chiari e definiti di quelli di un individuo reale.

↑ Fig. 1 *Cueva de las Manos* (ca. 9300 – 700 a.C.). Arte rupestre con impronte di mani negative, esempio di ritualità e memoria collettiva. Nota. Da World Heritage Centre, UNESCO.

in cui l'individuo entra ed esce dal suo mondo, risignificando se stesso e la società a cui appartiene.[4]

Nel corso del tempo, la narrazione è stata utilizzata innumerevoli volte per trasmettere conoscenze e interpretare eventi naturali o sociali. Già nel Paleolitico superiore, le pitture rupestri suggeriscono l'esistenza di forme narrative con una duplice funzione: educativa, per insegnare tecniche di caccia, e simbolica, per connettere la comunità con divinità e spiriti. Nell'Età del Bronzo, reperti come le tavolette sumere e i geroglifici egizi mostrano come miti ed epopee fossero parte integrante della cultura. Anche nella Grecia antica, l'aedo, poeta e cantastorie, narrava le gesta di dèi ed eroi non solo per

4. Nel pensiero dell'antropologo scozzese Victor Turner (2001), la performance liminale è una fase di transizione e sospensione delle norme sociali che avviene all'interno di un dramma sociale (un conflitto); permette alla comunità di mettere in scena i propri dissidi e ridefinire la propria identità.

intrattenere, ma per educare e trasmettere i valori fondativi dell'identità greca (Fig. 1).

Oggi le applicazioni della narrazione sono molteplici: le aziende la usano nel marketing per costruire l'immagine di marca (Fig. 2), i politici per influenzare l'opinione pubblica, i giornalisti per coinvolgere i lettori e gli psicoterapeuti per aiutare i pazienti a elaborare traumi.

> Anche il mondo fattuale delle nostre quotidiane esperienze è fatto di narrazioni e orientato secondo un senso narrativo: ogni biografia è una storia, così come la più abitudinaria delle azioni quotidiane. (Bonfantini et al., 2007, p. 71)

Anche i social media ci permettono di raccontare la nostra vita in formati sempre nuovi. Questo ***istinto narrativo***, questa attitudine naturale a produrre e consumare racconti, si manifesta persino nel sonno, sotto forma di sogni. Ci sentiamo continuamente "spinti a raccontare e ad ascoltare storie" (Boyd, 2009, p. 3).

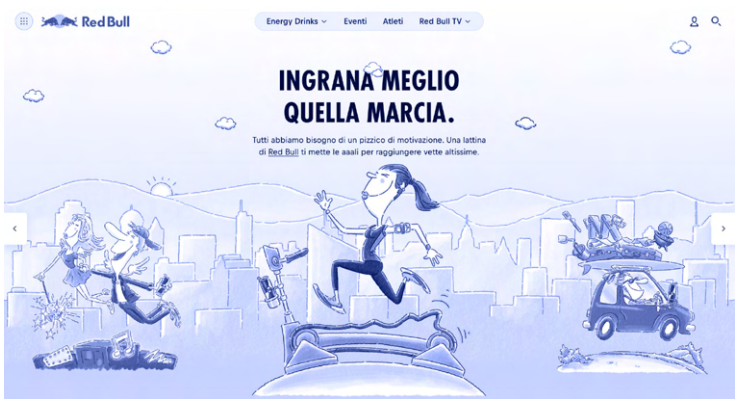
Ma da dove nasce questa tendenza? La sua origine risiede nel nostro cervello, in particolare nell'emisfero sinistro. Il neuroscienziato David Eagleman (2011/2012) ha spiegato che la mente umana, esposta a una miriade di informazioni caotiche, fabbrica una storia per individuare un ordine e dare senso agli input. Questo processo non è casuale: è un adattamento evolutivo fondamentale che ci permette di percepire la nostra vita come coerente e significativa.

Se diamo a una persona una serie di informazioni casuali, la sua mente le tesserà in una narrazione, più o meno complessa. Il cosiddetto ***effetto Kulešov*** lo conferma, dimostrando che non solo percepiamo il significato narrativo di un'immagine singola, ma lo imponiamo

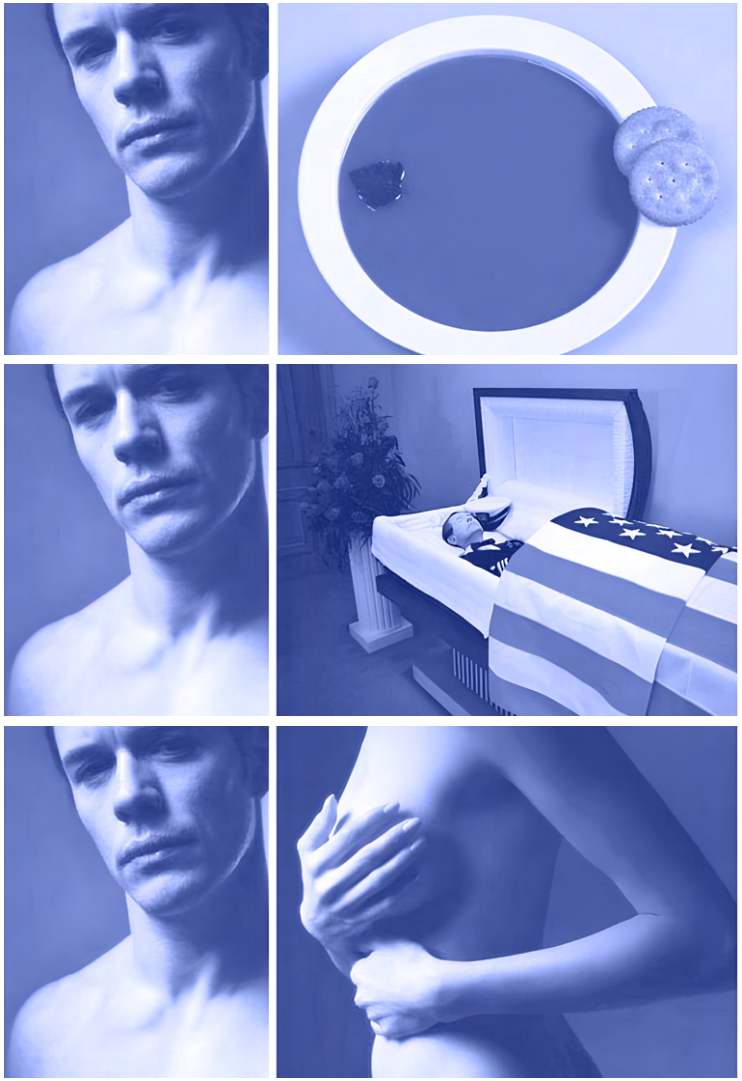
attivamente alla relazione tra immagini diverse (Fig. 3). Lo stesso accade nel design: ogni artefatto non ha un significato intrinseco e isolato. La sua ***storia*** emerge solo quando lo collochiamo in relazione con il suo contesto d'uso, con gli oggetti circostanti e con i bisogni della persona che lo utilizza. Il designer, quindi, non progetta solo una forma, ma costruisce un frammento di una narrazione più ampia.

La narrazione ha anche un forte legame con la memoria. Siamo più predisposti a elaborare e ricordare i racconti rispetto ad altre forme di informazione. Essi catturano la nostra attenzione, ci permettono di creare immagini mentali e suscitano empatia. Come spiega Kendall Walton (1990/2015), la fruizione di una storia è una forma di partecipazione in prima persona, un'esperienza profonda e memorabile.[5]

↓ Fig. 2 Red Bull Italia, *Campagna pubblicitaria.* Esempio di storytelling visivo seriale volto a rafforzare l'identità aziendale e coinvolgere il pubblico. Nota. Da Red Bull Italia.



5.. Il filosofo Kendall Walton (1990/2015) ha dimostrato che l'immaginazione prescritta dai "giochi del far finta" (giochi infantili, storie, opere d'arte) è necessariamente un'immaginazione de se: immaginando un evento, un soggetto è inevitabilmente portato a immaginare se stesso mentre lo vive. La fruizione è sempre una forma di partecipazione.



↑ Fig. 3 *Ricostruzione dell'effetto Kulesov* (anni Venti). Esperimento che mostra come il significato di un volto neutro cambi in base alle immagini accostate. Nota. Da Gottschall (2012).

1.1.2 i miti condivisi

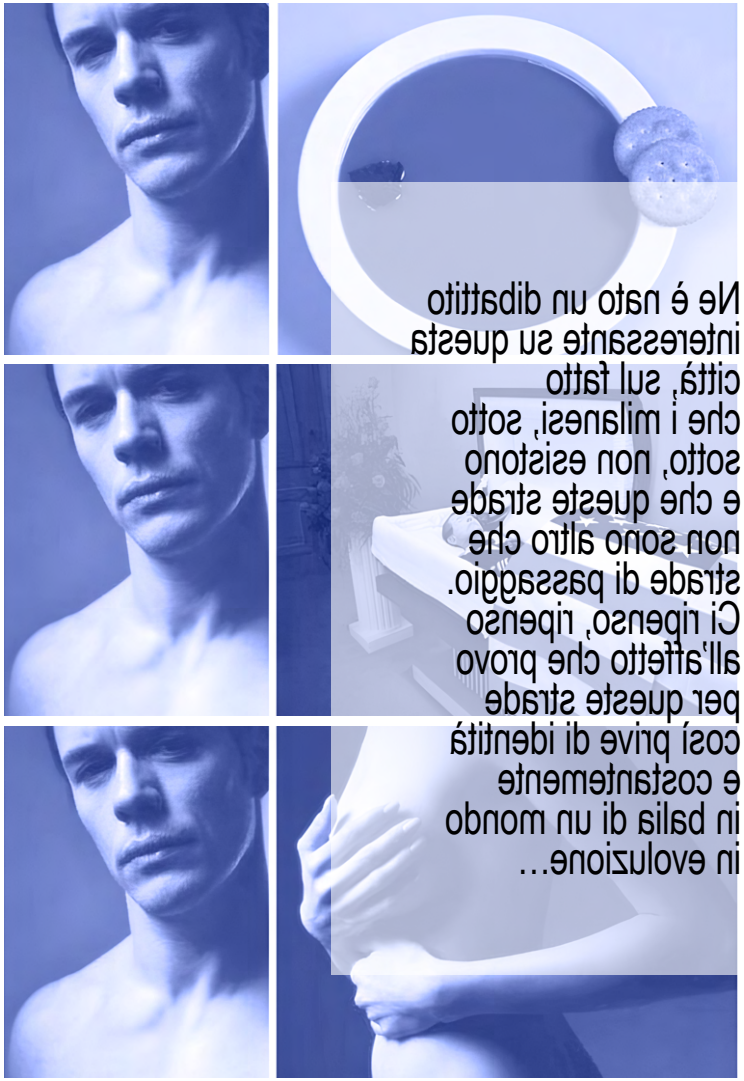
Nel paragrafo precedente è emerso come la narrazione rappresenti da sempre una potente forma di interpretazione del mondo. Essa è profondamente radicata in noi e scaturisce da impulsi involontari, connessi a funzioni cerebrali. Ciò comporta conseguenze significative sul piano non solo individuale, ma anche collettivo. A livello macrosociale, le storie si configurano come il [illegible] della realtà. La straordinaria capacità di cooperazione umana su larga scala, come analizzato da Yuval Noah Harari (2011/2014, p. 158), si fonda proprio su "miti condivisi".[6] Analogamente, Benedict Anderson (1983/1998) ha definito le nazioni come "comunità immaginate", la cui coesione deriva dalla diffusione di narrazioni che trascendono la materialità. La realtà sociale è, in altri termini, strutturalmente narrativa, e questa capacità di plasmarla implica che una narrazione errata possa avere conseguenze negative sulla percezione e sulla soluzione di problemi di attualità, come il riscaldamento globale.

Sebbene la quantità e la varietà dei racconti sembrino infinite, il pattern narrativo che si ripete è sempre lo stesso. Un contributo importante nella sua definizione è stato dato dal filologo sovietico Vladimir Propp (1928/2000), che ha riassunto l'ossatura principale della fiaba in uno schema che sintetizza le funzioni narrative fondamentali, i ruoli e le azioni dei personaggi. Quasi tutte le narrazioni sono incentrate sugli sforzi di uno o

Ne è nato un dibattito interessante su questa città, sul fatto che i milanesi, sotto sotto, non esistono e che queste strade non sono altro che strade di passaggio. Ci ripenso, ripenso all'affetto che provo per queste strade così prive di identità e costantemente in balia di un mondo in evoluzione...

(Webster, 2025)

6. Secondo Harari (2011/2014), la cooperazione su vasta scala è stata resa possibile da un'invenzione unica dell'Homo Sapiens: l'"ordine immaginato". Le grandi società e gli imperi non si basavano su legami naturali, ma su credenze condivise (miti) che conferivano realtà a concetti astratti come leggi, denaro o divinità. È stato questo sistema di narrazioni a permettere a milioni di individui di agire in sintonia verso obiettivi comuni.



(Wenders, 2002)

↑ Fig. 3 *Ricostruzione dell'effetto Kulesov* (anni Venti). Esperimento che mostra come il significato di un volto neutro cambi in base alle immagini accostate. Nota. Da Gottschall (2012).

1.1.2 i miti condivisi

Nel paragrafo precedente è emerso come la narrazione rappresenti da sempre una potente forma di interpretazione del mondo. Essa è profondamente radicata in noi e scaturisce da impulsi involontari, connessi a funzioni cerebrali. Ciò comporta conseguenze significative sul piano non solo individuale, ma anche collettivo. A livello macrosociale, le storie si configurano come il tessuto stesso della realtà. La straordinaria capacità di cooperazione umana su larga scala, come analizzato da Yuval Noah Harari (2011/2014, p. 158), si fonda proprio su "miti condivisi".[6] Analogamente, Benedict Anderson (1983/1996) ha definito le nazioni come "comunità immaginate", la cui coesione deriva dalla diffusione di narrazioni che trascendono la materialità. La realtà sociale è, in altri termini, strutturalmente narrativa, e questa capacità di plasmarla implica che una narrazione errata possa avere conseguenze negative sulla percezione e sulla comprensione di problemi di attualità, come il riscaldamento globale.

Sebbene la quantità e la varietà dei racconti sembrino infinite, il pattern narrativo che si ripete è sempre lo stesso. Un contributo importante nella sua definizione è stato fornito dal filologo sovietico Vladimir Propp (1928/2000), che ha riassunto l'ossatura principale della fiaba in uno schema che sintetizza le funzioni narrative fondamentali, i ruoli e le azioni dei personaggi. Quasi tutte le narrazioni sono incentrate sugli sforzi di uno o

6. Secondo Harari (2011/2014), la cooperazione su vasta scala è stata resa possibile da un'invenzione unica dell'Homo Sapiens: l'"ordine immaginato". Le grandi società e gli imperi non si basavano su legami naturali, ma su credenze condivise (miti) che conferivano realtà a concetti astratti come leggi, denaro o divinità. È stato questo sistema di narrazioni a permettere a milioni di individui di agire in sintonia verso obiettivi comuni.

più protagonisti per ottenere a qualunque costo ciò che più desiderano.

Tale scopo viene definito "oggetto di valore"[7] nella teoria attanziale sviluppata da Algirdas Julien Greimas (1966/1969). È la narrazione a definire il sistema di valori che rende quell'elemento significativo per il soggetto. Disporre gli avvenimenti narrati in funzione di questo obiettivo, secondo un determinato piano, avvalora l'intera esperienza, che altrimenti risulterebbe solo una sequenza di eventi priva di senso.

Un elemento cruciale di questo meccanismo è il conflitto: senza situazioni intricate non c'è storia, e il piacere derivante dalla fruizione di un racconto è il meccanismo che l'evoluzione ha sviluppato per spingerci a cercare e affrontare storie, ovvero simulazioni di problemi quotidiani ed esistenziali.

Questa dinamica si manifesta non solo nei prodotti culturali, ma anche nel modo in cui le persone utilizzano la narrazione per interpretare la propria esperienza di vita, definendo i propri valori di riferimento. In questo senso, la semplificazione attuata dalle funzioni cerebrali diviene un'interpretazione che filtra la realtà circostante e fa emergere i valori importanti per il soggetto, riassunti nell'oggetto del desiderio. Poiché le storie sono mezzi di condivisione di valori, la finzione narrativa è capace di plasmare convinzioni e comportamenti, fino a modificare la cultura di un popolo.

7. "Per Greimas lo schema degli attanti prevede sei termini: il destinatore che affida un compito a un destinatario; il quale, accettando l'incarico, si fa soggetto alla ricerca di un oggetto (o scopo dell'azione); e che nel percorso della sua impresa incontra sia un aiutante che ne facilita la riuscita sia un opponente che invece la contrasta. Senza un soggetto e uno scopo da raggiungere (un 'oggetto di valore') non ci sarebbe storia. Quando destinatario e soggetto di fatto coincidono, lo schema originario diventa a cinque termini; e quando il soggetto si autodestina ('Voglio superare l'esame') i termini diventano quattro" (Bonfantini et al., 2007, p. 71).

Le narrazioni condivise offrono una visione del mondo parziale, indirizzata alla promozione di obiettivi a cui hanno dato valore: la storia non è neutra, e a seconda di come è narrata può influenzare gli uditori che la prendono a riferimento.

Le metafore generano modelli tecnici,
che permeano i processi di progettazione
che a loro volta plasmano le conoscenze
e la politica per non parlare delle città materiali.
(Mattern, 2017)

... è come se vedessi
un vecchio parente
subire pian piano
le conseguenze
di una vita passiva,
la costante proiezione
addosso di standard
che non gli appartengono
davvero... che oggi
sono i locali
di franchising e i baretti
gentrificanti... domani
saranno non so cosa.
(Webster, 2025)

Pertanto, se noi e altri desideriamo ricchezza, felicità, libertà, salvezza spirituale o il più recente modello di [illegible] ciò si deve con ogni probabilità al fatto che [illegible] organizzate intorno a narrazioni che fanno di questi oggetti beni desiderabili. Si tratta del meccanismo fondamentale della pubblicità: la generazione di una mancanza o di un bisogno che induce un desiderio.

[illegible] narrazioni più potenti e diffuse su scala [illegible]ale c'è il culto capitalista. I dogmi di questo sistema [illegible] messi in discussione e sono considerati dai suoi fedeli la rappresentazione stessa del mondo. La forza di questa narrazione sta nel costruire una [illegible]naro regola ogni attività umana e può trasformare ogni cosa. L'obiettivo, l'oggetto di valore, è la ricchezza o la gratificazione attraverso il consumo. Il capitalismo giustifica la ricchezza di un'élite sostenendo che i capitalisti reinvestono i profitti per favorire la prosperità collettiva.

Tuttavia, pur presentandosi come promotore di efficienza e benessere, questo racconto può distorcere la realtà, nascondendo disuguaglianze e crisi ecologiche derivanti dall'eccessiva centralità del profitto. L'intensificarsi della crisi climatica e dell'aumento delle disu-

più protagonisti per ottenere a qualunque costo ciò che più desiderano.

Tale scopo viene definito "oggetto di valore"[7] nella teoria attanziale sviluppata da Algirdas Julien Greimas (1966/1969). È la narrazione a definire il sistema di valori che rende quell'elemento significativo per il soggetto. Disporre gli avvenimenti narrati in funzione di questo obiettivo, secondo un determinato piano, avvalora l'intera esperienza, che altrimenti risulterebbe solo una sequenza di eventi priva di senso.

Un elemento cruciale [illegible] è il conflitto: senza situazioni in[illegible] il piacere derivante dalla fruizione di un racconto è il meccanismo che l'evoluzione ha sviluppato per spingerci a cercare e affrontare storie, ovvero simulazioni di problemi quotidiani ed esistenziali.

Questa dinamica si [illegible] dotti culturali, ma anche nel modo in cui le persone utilizzano la narrazione per interpretare la propria esperienza di vita, definendo i propri valori e riferimenti. In questo senso, la semplificazione [illegible] ni cerebrali diviene un'interpretazione [illegible] altà circostante e fa emergere i valori imprescindibili per il soggetto, riassunti nell'oggetto del desiderio. Poiché le storie sono mezzi di condivisione di valori, la funzione narrativa è capace di plasmare [illegible] menti, fino a modificare la cultura di un popolo.

...è come se vedessi
un vecchio parente
subire pian piano
le conseguenze
di una vita passiva,
la costante proiezione
addosso di standard
che non gli appartengono
davvero... che oggi
sono i locali
di franchising e i baretti
gentrificanti... domani
saranno non so cosa.

(Wedeles, 2022)

7. "Per Greimas lo schema degli attanti prevede sei termini: il destinatore che affida un compito a un destinatario; il quale, accettando l'incarico, si fa soggetto alla ricerca di un oggetto (o scopo dell'azione); e che nel percorso della sua impresa incontra sia un aiutante che ne facilita la riuscita sia un opponente che invece la contrasta. Senza un soggetto e uno scopo da raggiungere (un 'oggetto di valore') non ci sarebbe storia. Quando destinatario e soggetto di fatto coincidono, lo schema originario diventa a cinque termini; e quando il soggetto si autodestina ('Voglio superare l'esame') i termini diventano quattro" (Bonfantini et al., 2007, p. 71).

Le narrazioni condivise offrono una visione del mondo parziale, indirizzata alla promozione di obiettivi a cui hanno dato valore: la storia non è neutra, e a seconda di come è narrata può influenzare gli uditori che la prendono a riferimento.

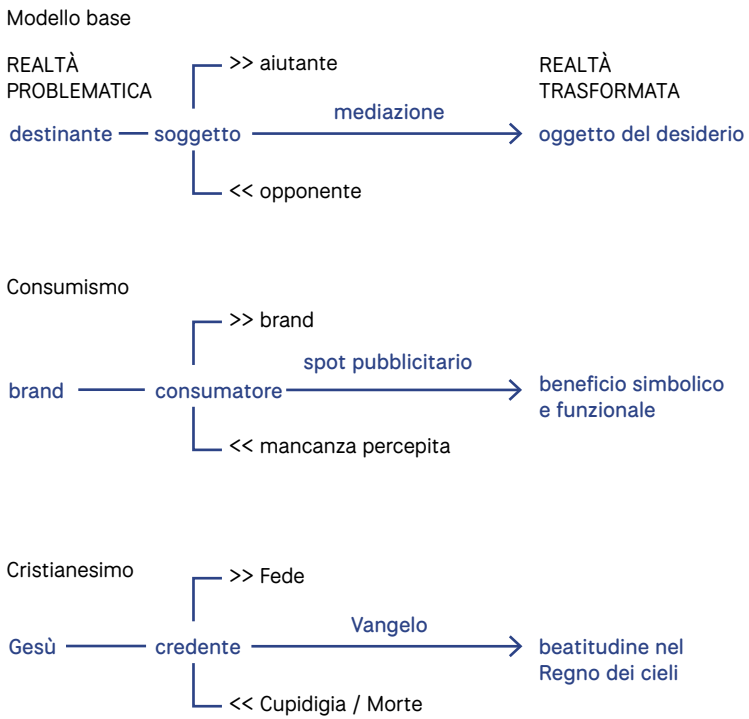
> Le metafore generano modelli tecnici,
> che permeano i processi di progettazione
> che a loro volta plasmano le conoscenze
> e la politica per non parlare delle città materiali.
> (Mattern, 2017)

Pertanto, se noi e altri desideriamo ricchezza, felicità, libertà, salvezza spirituale o il più recente modello di smartphone, ciò si deve con ogni probabilità al fatto che le nostre vite sono organizzate intorno a narrazioni che fanno di questi oggetti beni desiderabili. Si tratta del meccanismo fondamentale della pubblicità: la generazione di una mancanza o di un bisogno che induce un desiderio.

Tra le narrazioni più potenti e diffuse su scala globale c'è il culto capitalista. I dogmi di questo sistema vengono raramente messi in discussione e sono considerati dai suoi fedeli la rappresentazione stessa del mondo. La forza di questa narrazione sta nel costruire una realtà in cui il denaro regola ogni attività umana e può trasformare ogni cosa. L'obiettivo, l'oggetto di valore, è la ricchezza o la gratificazione attraverso il consumo. Il capitalismo giustifica la ricchezza di un'élite sostenendo che i capitalisti reinvestono i profitti per favorire la prosperità collettiva.

Tuttavia, pur presentandosi come promotore di efficienza e benessere, questo racconto può distorcere la realtà, nascondendo disuguaglianze e crisi ecologiche derivanti dall'eccessiva centralità del profitto. L'intensificarsi della crisi climatica e dell'aumento delle disu-

guaglianze richiede oggi una presa di posizione critica. Comprendere il legame tra le narrazioni capitalistiche e le crisi globali è fondamentale per immaginare un futuro diverso. La logica capitalistica ha compromesso il progetto stesso del sistema, e il design, strettamente legato alle logiche di produzione e consumo, non può restare indifferente. Il designer ha il compito di riconoscere il proprio ruolo in questo processo per poter agire in maniera consapevole e responsabile.



↑ Fig. 4 *Schema attanziale di Greimas*. Applicazione del modello narrativo a testi culturali differenti. Nota. Rielaborazione da Greimas, A. J. (1966/1969).

1.1.3 il design come atto politico

Le narrazioni condivise plasmano la realtà sociale, orientando comportamenti, valori e immaginari collettivi. Allo stesso modo, il design traduce tali valori in forma materiale, rendendo visibile e tangibile una visione del mondo. In questo senso, il design non è mai neutro: ogni artefatto – anche il più quotidiano, come una sedia, un'interfaccia o un abito – incorpora scelte progettuali di natura formale, funzionale ed estetica, capaci di influenzare pratiche sociali e modalità di pensiero.

Gli oggetti progettati si configurano quindi come oggetti culturali o, per riprendere la definizione di Marcel Mauss (1923-1924/2002), come "fatti sociali totali". Attraverso la loro dimensione simbolica e trasformativa, essi introducono innovazione e cambiamento rispetto all'esistente, contribuendo a costruire "nuovi mondi intesi non solo come nuovi universi materiali ma anche come nuovi universi di senso" (Penati, 2013b, p. 10).

Per decenni, il design è stato presentato come un'attività oggettiva e tecnica, incarnata dal motto modernista "la forma segue la funzione". Tuttavia, dagli anni Sessanta, le tensioni sociali e la crisi ambientale hanno messo in discussione questa visione. Figure come Victor Papanek (1971/1973, p. 15) hanno denunciato un design asservito al mercato, sostenendo che ogni progetto è uno "sforzo cosciente per imporre un ordine significativo".

L'esempio della sedia Monobloc[8], pur apparendo banale, mostra come il design possa incarnare valori di

8. La sedia Monobloc, economica, leggera e facilmente replicabile, è diventata un simbolo globale della democratizzazione del design, ma la sua produzione di massa in plastica non riciclabile riflette le logiche del consumismo e del disinteresse ambientale (Domusweb, 2025).

democratizzazione, ma anche disinteresse ambientale e consumismo globale (Fig. 5). Scegliere un prodotto non è una decisione tecnica, ma un'adesione a una visione del mondo e a un sistema di valori. Ogni elemento, dai materiali ai colori, è una dichiarazione ideologica che plasma i comportamenti, normalizzando certi usi e rendendone impensabili altri.

Questa consapevolezza si estende anche a campi apparentemente neutri, come la visualizzazione dei dati. L'idea che i dati siano "grezzi" e le visualizzazioni siano rappresentazioni oggettive è errata. Il mondo, infatti, non si quantifica, non si cura e non si analizza spontaneamente; ogni rappresentazione è frutto di scelte politiche, estetiche e culturali (Correll, 2018).[9]

> La forza retorica, persuasiva e seducente della visualizzazione compie una così potente reificazione dell'informazione che grafici come Google Maps vengono percepiti come una semplice presentazione di "ciò che è", come se ogni pensiero critico fosse stato precipitosamente e completamente abbandonato. (Drucker, 2012, p. 86)

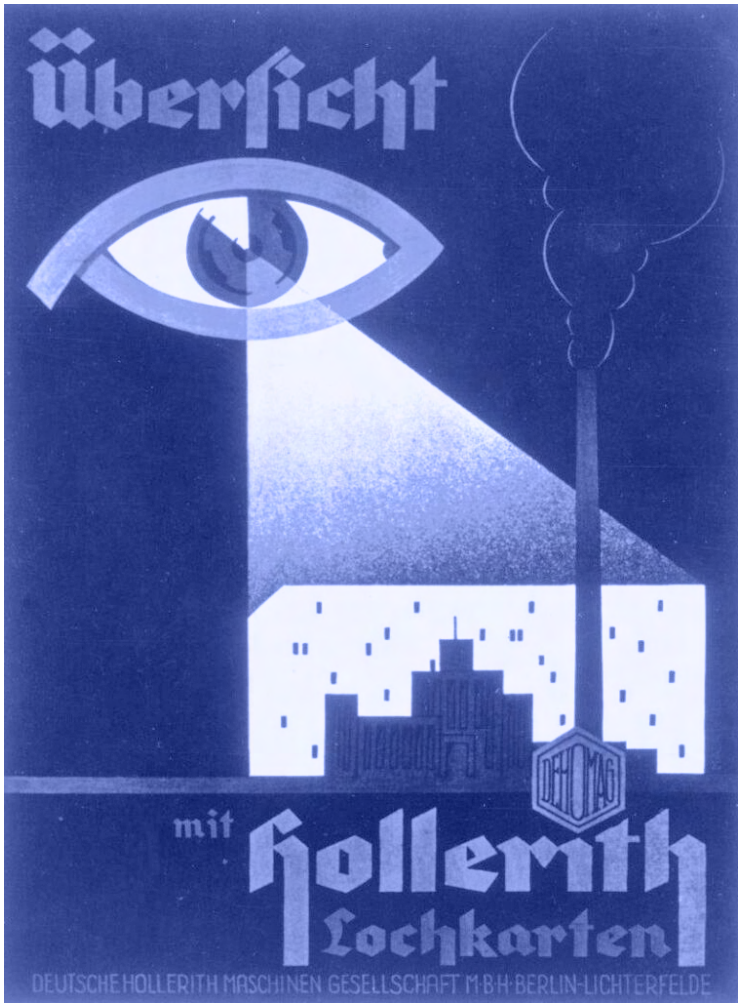
Movimenti come il *critical information visualization* e il *data feminism* mirano a rendere esplicite queste strutture di potere nascoste. Da qui la formula chiave: *non esiste design apolitico, ma solo design inconsapevole*.

9. La critica di Correll (2018) trova conferma in esempi storici estremi, come l'impiego, da parte del regime nazista, delle macchine IBM sviluppate dalla filiale Dehomag per elaborare dati demografici a supporto della Soluzione Finale (Fig. 6). La distanza burocratica tra la gestione dei dati e le conseguenze reali sulle persone contribuì a ciò che Hannah Arendt definì la "banalità del male".

Riconoscere il design come strumento politico non è una denuncia, ma una presa di coscienza: il designer diventa un agente culturale e politico, un facilitatore di cambiamento che deve abbracciare cura, responsabilità e memoria. Come osserva Francesco Schianchi (2020, p.11), citando Eleonora Fiorani, il progetto è una "bussola" per orientare le trasformazioni sociali. L'invito è quello di "ri-pensare come condizione essenziale per ri-progettare", confrontandosi con la domanda urgente e trasversale sul nostro rapporto con presente e futuro.

In definitiva, il progetto non è solo forma o funzione: è azione sul mondo, capace di rafforzare o trasformare miti e narrazioni che strutturano la società.

↑ Fig. 5 Bad Bunny, *DeBí TiRAR MàS FOToS* (2025). Copertina dell'album con la sedia Monobloc come simbolo di design globale. Nota. Da Bad Bunny / etichetta discografica.



↑ Fig. 6 Dehomag, poster pubblicitario (ca. 1934). "Vedi tutto con le schede perforate Hollerith." Nota. Da Black (2001).

1.2 superare il realismo capitalista

I miti condivisi sono strumenti narrativi di straordinaria potenza, capaci di orientare le percezioni e i comportamenti collettivi. Proprio per questa ragione, una narrazione distorta può rivelarsi estremamente pericolosa, poiché indirizza per secoli le azioni di intere comunità e produce conseguenze dannose non soltanto per le generazioni contemporanee, ma anche, e soprattutto, per quelle future. Da qui nasce l'esigenza di elaborare narrazioni alternative, o *storying otherwise*, che si pongano in contrasto con i modelli egemoni che perpetuano oppressione ed erosione delle condizioni di vita, tanto dell'essere umano quanto dell'intero pianeta.

Eppure, scardinare valori sedimentati nel tempo non è un compito semplice. Se nella modernità il dissenso assumeva la forma di una rottura netta e radicale, oggi la sua capacità di incidere appare indebolita. La "società dello spettacolo" (Debord, 1967/1995) e il "realismo capitalista" (Fisher, 2009/2018) hanno progressivamente neutralizzato il potenziale critico, trasformando la provocazione in merce e l'opposizione in intrattenimento. In un ambiente mediatico saturo e regolato da logiche di *engagement*, persino i linguaggi dissenzienti rischiano di ridursi a una superficie estetica, pronti a essere assimilati e riutilizzati dal medesimo sistema che intendono contestare.

1.2.1 esistono alternative?

Uno degli aspetti più rilevanti della condizione culturale contemporanea è la diffusa percezione che non esistano alternative al capitalismo. Il celebre slogan di Margaret Thatcher, ***There Is No Alternative***, si è trasformato in una "spietata profezia che si autoavvera" (Fisher, 2009/2018, p. 36). Da qui deriva l'aforisma seguente, attribuito a Jameson e Žižek e ripreso da Fisher.

È più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo. (Fisher, 2009/2018, p. 26)

Per comprenderne la portata è utile tracciare una linea evolutiva che dal modernismo conduce al postmodernismo[10] e, infine, al realismo capitalista. Il modernismo, affermatosi nella prima metà del XX secolo, si fondava sull'idea di progresso lineare e universale. L'artista era concepito come genio capace di inventare forme nuove e di orientare la cultura verso una trasformazione sociale e spirituale. Si trattava di una visione idealista ed elitista, sostenuta da grandi narrazioni collettive. Questa compattezza entrò in crisi con il postmodernismo, che mise in discussione le certezze moderniste. Jean-François Lyotard (1979/2014) definì la condizione postmoderna come "incredulità nei confronti delle metanarrazioni" (p. 6): al posto di un senso unitario emersero frammenti, prospettive parziali e pluralità di linguaggi.

→ Fig. 7 *Illustrazione di un Uroboro*. Metafora dei limiti del design critico, intrappolato nei vincoli del realismo capitalista. Nota. Da Matos (2022).

10. Si distinge tra postmoderno (condizione culturale e sociale di incredulità verso le grandi narrazioni, frammentazione e pluralismo) e postmodernismo (insieme di movimenti artistici e filosofici che emergono da tale condizione).

Fredric Jameson (1989/2015) interpretò questa condizione come "la logica culturale del tardo capitalismo", mostrando come la cultura postmoderna rispecchiasse le trasformazioni del capitalismo postfordista e di consumo. L'innovazione si riduceva così al riuso di forme passate – dal *pastiche* al *revival* – segnando la perdita della tensione critica modernista.

Per Fisher (2009/2018), tuttavia, tale diagnosi non è più sufficiente a descrivere il presente. I processi individuati da Jameson si sono aggravati e cronicizzati, dando origine a una condizione qualitativamente nuova: il realismo capitalista. Con tale espressione, Fisher indica un orizzonte totalizzante in cui non solo l'economia ma anche linguaggi, desideri e immaginari sono colonizzati dal capitalismo. Questo appare come l'unica realtà possibile, capace di assorbire e neutralizzare ogni forma di dissenso. Anche la critica diviene merce culturale (Fig. 7).

Il realismo capitalista si distingue dal postmoderno per tre elementi. In primo luogo, la sconfitta delle alternative politiche negli anni Ottanta: la chiusura delle miniere nella Bretagna, giustificata come "non economicamente realistica", segnò un profondo senso di sterilità politica e culturale, facendo dello slogan ***There Is No Alternative*** il motto del nuovo regime (Fisher, 2009/2018, p. 35). In secondo luogo, esso segna il superamento della dialettica con il modernismo: se il postmoderno manteneva ancora un rapporto conflittuale con la fede nel progresso, il realismo capitalista presuppone la sconfitta definitiva di quella visione, che riaffiora solo come estetica congelata e priva di forza utopica (p. 36). Infine, con il crollo del Muro di Berlino, il capitalismo ha smesso di avere un ***fuori*** ideologico da colonizzare:

Non sono esperta di design e grafiche come lo sono di parole, ma credo che entrambi questi strumenti davvero servirebbero meglio a squarciare la falsità del mondo se usati fuori dagli schemi degli stessi.

(Webster, 2025)

1.2.1 esistono alternative?

Uno degli aspetti più rilevanti della condizione culturale contemporanea è la diffusa percezione che non esistano alternative al capitalismo. Il celebre slogan di Margaret Thatcher, *There Is No Alternative*, si è trasformato in una "spietata profezia che si autoavvera" (Fisher, 2009/2018, p. 36). Da qui deriva l'aforisma seguente, attribuito a Jameson e Žižek e ripreso da Fisher.

> È più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo (Fisher, 2009/2018, p. 26)

Per comprenderne la portata, Fisher ripercorre una linea evolutiva che dal modernismo passa al postmodernismo[10] e, infine, al realismo capitalista. Il modernismo, affermatosi nella prima metà del XX secolo, si fondava sull'idea di progresso, oggettivo e universale. L'artista era concepito come genio capace di immaginare nuove e di orientare la cultura verso un futuro migliore, sociale e spirituale. Si trattava di una visione idealista ed elitista, sostenuta da grandi narrazioni collettive. Questa compattezza entrò in crisi con il postmodernismo, che mise in discussione le certezze moderniste. Jean-François Lyotard (1979/2014) definì la condizione postmoderna come "incredulità nei confronti delle metanarrazioni" (p. 6): al posto di un senso unitario emersero frammenti, prospettive parziali e pluralità di linguaggi.

Non sono esperta di design e grafiche come lo sono di parole, ma credo che entrambi questi strumenti davvero servirebbero meglio a squarciare la falsità del mondo se usati fuori dagli schemi degli stessi.

(Matos, 2022)

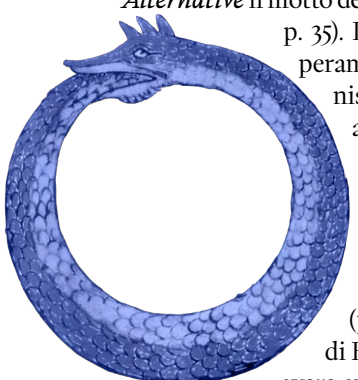
→ Fig. 7 *Illustrazione di un Uroboro*. Metafora dei limiti del design critico, intrappolato nei vincoli del realismo capitalista. Nota. Da Matos (2022).

10. Si distingue tra postmoderno (condizione culturale e sociale di incredulità verso le grandi narrazioni, frammentazione e pluralismo) e postmodernismo (insieme di movimenti artistici e filosofici che emergono da tale condizione).

Fredric Jameson (1989/2015) interpretò questa condizione come "la logica culturale del tardo capitalismo", mostrando come la cultura postmoderna rispecchiasse le trasformazioni del capitalismo postfordista e di consumo. L'innovazione si riduceva così al riuso di forme passate – dal ***pastiche*** al ***revival*** – segnando la perdita della tensione critica modernista.

Per Fisher (2009/2018), tuttavia, tale diagnosi non è più sufficiente a descrivere il presente. I processi individuati da Jameson si sono aggravati e cronicizzati, dando origine a una condizione qualitativamente nuova: il realismo capitalista. Con tale espressione, Fisher indica un orizzonte totalizzante in cui non solo l'economia ma anche linguaggi, desideri e immaginari sono colonizzati dal capitalismo. Questo appare come l'unica realtà possibile, capace di assorbire e neutralizzare ogni forma di dissenso. Persino la critica diviene merce culturale (Fig. 7).

Il realismo capitalista si distingue dal postmoderno per tre elementi. In primo luogo, la sconfitta delle alternative politiche negli anni Ottanta: la chiusura delle miniere in Gran Bretagna, giustificata come "non economicamente realistica", segnò un profondo senso di sterilità politica e culturale, facendo dello slogan ***There Is No Alternative*** il motto del nuovo regime (Fisher, 2009/2018, p. 35). In secondo luogo, esso segna il superamento della dialettica con il modernismo: se il postmoderno manteneva ancora un rapporto conflittuale con la fede nel progresso, il realismo capitalista presuppone la sconfitta definitiva di quella visione, che riaffiora solo come estetica congelata e priva di forza utopica (p. 36). Infine, con il crollo del Muro di Berlino, il capitalismo ha smesso di avere un ***fuori*** ideologico da colonizzare:



per le generazioni più giovani l'assenza di alternative non è un problema politico, ma un dato naturale (p. 36).

Il cuore di questo fenomeno è un nichilismo passivo: si riconoscono le ingiustizie del sistema, ma si interiorizza l'idea che non esistano strumenti per modificarlo. La critica viene sistematicamente neutralizzata e trasformata in prodotto culturale. Film e serie televisive – da *1984* a *Il mondo nuovo*, fino a *Squid Game* – mettono in scena la disumanizzazione capitalista, ma il loro potenziale critico si esaurisce in consumo estetizzato. Emblematico è il caso di Kurt Cobain: la sua rabbia senza via d'uscita fu immediatamente assorbita dall'industria culturale e trasformata in merce di massa. Il vicolo cieco che lo paralizzò corrisponde a quello descritto da Jameson: una cultura in cui "le innovazioni stilistiche non sono più possibili. Quello che resta è l'imitazione di stili morti" (Fisher, 2009/2018, p. 38). In questo senso Fisher (2014), riprendendo il concetto derridiano di ***hauntology***[11], descrive il presente come un eterno congelamento, in cui la cultura è perseguitata da fantasmi di futuri mai realizzati.

Il realismo capitalista ha conseguenze anche sulla psiche. Ansia e depressione non sono più patologie individuali, ma sintomi politici. L'"individualizzazione del malessere" sposta sul singolo la responsabilità di una sofferenza collettiva, riducendola a problema privato da medicalizzare o monetizzare a vantaggio dell'industria farmaceutica. Fisher (2009/2018, p. 85) invita quindi a ripoliticizzare la malattia mentale, smascherando il costo umano del sistema.

11. Il concetto di *hauntology*, coniato da Jacques Derrida in *Spettri di Marx* (1994), descrive la persistenza di "spettri" del passato che influenzano il presente, come il comunismo. Il termine gioca con "ontology" (ontologia), la disciplina filosofica che si occupa dell'essere e di ciò che è presente, per indicare ciò che è assente ma continua a farsi sentire, un fantasma di ciò che non è più o non è ancora. Mark Fisher (2014) ha riletto questo concetto in chiave culturale, usandolo per descrivere la condizione di una cultura bloccata, perseguitata da futuri utopici mai realizzati e incapace di immaginarne di nuovi.

1.2.2 il collasso semiotico delle narrazioni

L'aspetto più inquietante del realismo capitalista non risiede soltanto nell'assenza di alternative politiche, ma soprattutto nell'impossibilità stessa di formularle e comunicarle. I linguaggi che un tempo veicolavano significati critici appaiono oggi indeboliti, facilmente neutralizzati o riassorbiti dalle logiche del consumo.

Per comprenderne la portata è utile partire da Debord (1967/1995). Nella ***Società dello spettacolo***, egli sostiene che le relazioni sociali non si svolgono più direttamente, ma attraverso immagini: "non è un insieme di immagini, ma un rapporto sociale fra persone mediato da immagini" (p. 6). Non si tratta quindi di una semplice sovrabbondanza di rappresentazioni, ma di un'intera economia simbolica in cui merci e segni sostituiscono l'esperienza vissuta, trasformando lo spettatore in consumatore passivo.

Baudrillard radicalizza questa diagnosi. In ***Simulacri e simulazione*** (1981) afferma che il segno contemporaneo non si limita a nascondere la realtà, come nello spettacolo debordiano, ma la sostituisce. Viviamo in un'epoca di iperrealtà in cui i simulacri non rimandano più a un referente esterno, ma producono essi stessi la realtà.

> Il simulacro non è mai ciò che nasconde la verità – è la verità che nasconde che non ce n'è alcuna. Il simulacro è vero. (Baudrillard, 1981, p. 6)[12]

12. La citazione, posta in esergo a *Simulacri e simulazione*, è attribuita da Baudrillard all'Ecclesiaste, ma si tratta di un passo apocrifo: non compare realmente nella Bibbia. È un espediente concettuale che anticipa il tema centrale del libro, ossia l'assenza di un referente originario cui il simulacro possa rimandare.

In tale contesto, la distinzione tra reale e rappresentazione collassa, rendendo indistinguibili linguaggi critici e celebrativi: entrambi circolano nello stesso sistema di segni, ormai separati dal contenuto originario. Questa dinamica, che qui si riflette come crisi del linguaggio critico, sarà approfondita nel capitolo successivo (§ 2.1.2), dove spettacolo e simulacro divengono dispositivi centrali della trasformazione del bello.

Dal punto di vista semiotico, questo fenomeno corrisponde a un indebolimento radicale del rapporto tra significante e significato. Come ricorda Eco (1975), riprendendo Charles Peirce, il segno non è una semplice associazione binaria tra parola e realtà, ma una relazione triadica composta da tre elementi inseparabili: il ***representamen***, ossia la forma sensibile del segno (parola, immagine, suono); l'oggetto, cioè il referente esterno; e l'interpretante, ovvero il significato prodotto nella mente di chi interpreta. Un esempio semplice è la parola

↓ Fig. 8 Coca-Cola, *Hilltop* (1971). Spot pubblicitario con un gruppo eterogeneo che canta "I'd Like to Buy the World a Coke". Presentato come inno inclusivo, è stato poi criticato per l'appropriazione superficiale dei valori controculturali. Nota. Da YouTube.

"albero": il termine scritto o pronunciato è il ***representamen***, l'albero fisico è l'oggetto, mentre l'idea di albero che elaboriamo è l'interpretante.

Nell'iperrealtà descritta da Baudrillard, questo equilibrio si spezza: i segni perdono il loro referente stabile e si moltiplicano in catene autoreferenziali, prive di ancoraggio alla realtà. In tale condizione, anche i linguaggi critici vengono ridotti a estetiche superficiali, facilmente assimilabili dal sistema.

Alfonso Matos, in ***Who can afford to be critical?***, definisce questo processo come "collasso semiotico", cioè

> [...] l'idea che le estetiche siano facilmente appropriabili dal capitalismo, tanto che non puoi dire con certezza se x, y o z tipo di carattere, colore o layout sia intrinsecamente radicale (o queer, o decoloniale, o anticapitalista) o no. (Matos, 2022, p. 90)

Matos collega questa riflessione alla pratica del design grafico, sottolineando come il gusto estetico non sia mai neutrale ma socialmente e culturalmente prodotto. In questo quadro, il ritorno a estetiche espressive e pluraliste può essere letto come reazione all'eredità modernista bianca, maschile ed eurocentrica, che ha storicamente escluso molte voci. Tuttavia, un'eccessiva enfasi sull'estetica rischia di ridursi a mera rappresentazione, facilmente riassorbita dal capitalismo come trend o, peggio, scivolare nel ***tokenismo***[13] (Fig. 8).

Una riflessione affine viene da Ferdinando Scian-

13. Il *tokenismo* è la pratica di inserire segni superficiali di inclusione o diversità (immagini, slogan, scelte stilistiche) senza modificare le strutture materiali e i rapporti di potere sottostanti. In questo senso, una rappresentazione estetica di pluralità o emancipazione può ridursi a facciata funzionale a legittimare pratiche immutate.

na, che nel volume *BASTA. Divagazioni sul dissenso* (2011) commenta alcune immagini realizzate per il manifesto con una critica pungente:

> Basta con l'estetismo fine a se stesso! Basta con la grafica che si occupa del proprio ombelico. (Scianna, 2011, p. 27)

Molta grafica, infatti, rischia di ridursi a puro stilismo, dove il segno visivo non esprime più un significato necessario. Egli distingue così stilismo da stile: "Lo stilismo si nutre di trovate, lo stile di idee" (p. 27). Non a caso osserva che molte composizioni avrebbero avuto lo stesso impatto se al posto della parola "basta" fosse comparsa la parola "evviva": esempio concreto di come, privati di un riferimento autentico, i segni possano comunicare messaggi opposti senza alcuna differenza formale (Fig. 9). Per Scianna, la forma è tanto più bella quanto più costituisce la risposta necessaria a un contenuto. A questo proposito richiama la celebre analisi di Bruno Munari sull'arancia, vista come paradigma di perfezione progettuale: ogni caratteristica – forma, colore, grana della buccia, tattilità – risponde esattamente alla funzione di proteggere e conservare la freschezza del frutto. L'arancia è "bella" non perché decorativa, ma perfetta per la sua funzione. Applicata al design della comunicazione, questa lezione diventa monito contro lo svuotamento semiotico: "sono tutte belle le immagini proposte", dice Scianna (p.28), ma aggiunge che "poche cose sono più inutili di una bella immagine".

↑ Fig. 9 Confronto tra *Basta una pillola* (Giancarlo Iliprandi, 1967) e un manifesto studentesco di NABA Milano. Nota. Da Iliprandi (2011).

(Webster, 2025)

> Chi fa il cinico indossa la maschera dell'alternativo, dell'oppositore, del diverso, ma non ne è veramente emancipato... è tipo il PD o l'anticapitalismo per come lo definisce Fisher, ossia qualcosa che nella società esiste solo in funzione del capitalismo stesso e che non propone una vera alternativa (parafraso).

Il problema non è quindi solo estetico, ma il sintomo di una crisi più ampia del linguaggio critico. Slogan, immagini, stili e performance dissenzienti vengono ragionevolmente privati del loro contenuto politico e reimmessi in circolo come produttivo come merce o intrattenimento. In questo modo il realismo capitalista trova la sua forza: non solo impedisce la nascita di nuove alternative, ma ostacola anche la possibilità stessa di formularle.

1.2.2 Storying otherwise

Se il realismo capitalista congela l'immaginazione, rendendo difficile persino pensare ad alternative, e se il collasso semiotico svuota i linguaggi critici trasformandoli in stili facilmente riassorbibili, diventa inevitabile chiedersi: come aprire uno spazio narrativo capace di generare visioni differenti del mondo?

Nel finale del testo *Realismo capitalista* Fisher (2009/2018, pp. 136-152) non propone un programma organico, ma abbozza alcuni punti di partenza. In primo

na, che nel volume *BASTA. Divagazioni sul dissenso* (2011) commenta alcune immagini realizzate per il manifesto con una critica pungente:

> Basta con l'estetismo fine a se stesso! Basta con la grafica che si occupa del proprio ombelico. (Scianna, 2011, p. 27)

Molta grafica, infatti, [illegible] lismo, dove il segno visivo non esprime più un significato necessario. Egli distingue così stilismo da stile. Lo stilismo si nutre di trovate, lo stile di [illegible] caso osserva che molte composizioni avrebbero [illegible] stesso impatto se al posto [illegible] parsa la parola "evviva" [illegible] vati di un riferimento autentico. I segni possono comunicare messaggi opposti senza alcuna differenza formale (Fig. 9). Per Scianna, la forma è tanto più bella quanto più costituisce la risposta necessaria a un contenuto. A questo proposito richiama la celebre analisi di Bruno Munari sull'arancia, vista come paradigma di perfezione progettuale: ogni caratteristica – forma, colore, grana della buccia, tattilità – risponde esattamente alla funzione di proteggere e conservare la freschezza del frutto. L'arancia è "bella" non perché decorativa, ma perché necessaria. Applicata al design della comunicazione, questa lezione diventa monito contro lo svuotamento semiotico: "sono tutte belle le immagini proposte", dice Scianna (p.28), ma aggiunge che "poche cose sono più inutili di una bella immagine".

Chi fa il cinico indossa la maschera dell'alternativo, dell'oppositore, del diverso, ma non ne è veramente emancipato... è tipo il PD.

(Wepster, 2020)

↑ Fig. 9 Confronto tra *Basta una pillola* (Giancarlo Iliprandi, 1967) e un manifesto studentesco di NABA Milano. Nota. Da Iliprandi (2011).

Fisher, ossia qualcosa che nella società esiste solo in funzione del capitalismo stesso e che non propone una vera alternativa (parafraso).

Se il realismo capitalista congela l'immaginazione, rendendo difficile persino pensare ad alternative, e se il collasso semiotico svuota i linguaggi critici trasformandoli in stili facilmente riassorbibili, diventa inevitabile chiedersi: come aprire uno spazio narrativo capace di generare visioni differenti del mondo?

Nel finale del testo *Realismo capitalista* Fisher (2009/2018, pp. 136-152) non propone un programma organico, ma abbozza alcuni punti di partenza. In primo

1.2.3 storying otherwise

luogo, critica l'"individualismo metodologico"[14] su cui si fonda il realismo capitalista e sottolinea la necessità di ricostruire una volontà generale, ossia uno spazio pubblico non riducibile alla somma di interessi individuali (pp. 146-147). In secondo luogo, invita a ripoliticizzare la salute mentale, leggendo ansia e depressione non come patologie private da medicalizzare, ma come sintomi collettivi del capitalismo (p. 151). Infine, accenna a una forma di nuova ascesi: un contenimento condiviso dei desideri e dei consumi, motivato tanto da ragioni psichiche quanto dall'urgenza ecologica (p. 151). Persino un "minuscolo evento", aggiunge Fisher, può "ritagliare un buco nella grigia cortina della reazione" (p. 152), aprendo varchi inattesi nell'orizzonte apparentemente monolitico del realismo capitalista.

Questi spunti trovano una risonanza profonda nel dibattito ecologico contemporaneo, anch'esso impegnato a superare narrazioni totalizzanti per aprire nuove prospettive di azione collettiva. Il termine "Antropocene" (Crutzen & Stoermer, 2000) attribuisce all'umanità nel suo complesso la responsabilità della crisi planetaria, ma universalizza la colpa e oscura le disuguaglianze storiche e geopolitiche (Malm & Hornborg, 2014). Per questo Moore (2017) propone il concetto di "Capitalocene", che individua nel capitalismo – e non nell'umanità astratta – la causa dei processi di devastazione ecologica. Contrastare il Capitalocene richiede esattamente quel ritorno a uno spazio pubblico e collettivo che Fisher (2018) descrive come ricostruzione di una volontà generale. Anche questa cornice, tuttavia, rischia di configurarsi come una nuova metanarrazione universalizzante.

14. L'*individualismo metodologico* è l'assunto secondo cui i fenomeni sociali si spiegano esclusivamente attraverso le azioni e gli interessi dei singoli individui. Fisher (2018, p. 146) lo interpreta come un dispositivo del capitalismo che svuota la nozione di "pubblico", riducendola a un'astrazione priva di realtà, mentre sono riconosciuti come reali solo gli individui e le loro famiglie.

È qui che interviene Donna Haraway, che con il concetto di "Chthulucene" non intende designare una nuova epoca geologica, ma offrire una cornice speculativa per "restare con i problemi" di una Terra danneggiata, costruire legami di parentela (***making kin***) con le altre specie e immaginare mondi plurali al riparo da narrazioni totalizzanti (Haraway, 2016a).

In *Story Telling for Earthly Survival* osserva, invece, come etichette come Antropocene e Capitalocene "diventino troppo grandi" e rischiano di "prendere il controllo di tutto". Il compito della critica non è fermarsi alla diagnosi, ma praticare un'insurrezione narrativa: imparare "a raccontare un'altra storia e ad aggiungersi al lavoro di chi già stava ***storying otherwise***" (Haraway, 2016).[15]

La ripoliticizzazione del malessere psichico proposta da Fisher si intreccia con questa prospettiva. Ansia e depressione non sono soltanto sintomi del capitalismo, ma anche i fantasmi di futuri che non si sono mai realizzati: forme di ***hauntology*** che, se interpretate politicamente, possono trasformarsi in segnali di possibilità collettive sopite. In questo senso, il "minuscolo evento"

↑ Fig. 10 *Adbusters*, spoof ad "Escape Capitalism". Nota. Da *Adbusters Media Foundation.*

15. Haraway (2016a, p. 35) sottolinea la capacità generativa delle narrazioni: "It matters what thoughts think thoughts. It matters what knowledges know knowledges. It matters what relations relate relations. It matters what worlds world worlds. It matters what stories tell stories". Questa affermazione mostra che le storie non sono mai neutre: esse producono altre storie e condizionano ciò che diventa pensabile e praticabile.

fisheriano coincide con lo "storying otherwise": ogni storia alternativa non è mera rappresentazione, ma già un atto di resistenza che lacera la cortina dell'inevitabilità e apre un varco verso mondi differenti.

In sintesi, se il realismo capitalista è l'ontologia del presente e la hauntology ne è la teoria degli spettri, lo *storying otherwise* rappresenta la pratica di *dissenso narrativo*: moltiplicare storie, includere differenze, riaprire lo spazio del possibile. Raccontare *altrimenti* non è fantasia, ma un gesto profondamente politico che riconnette l'immaginazione collettiva al potere di costruire mondi giusti e sostenibili.

1.3 il design dissenziente

Come anticipato in § 1.2.3, la possibilità di "raccontare altrimenti" non è un vezzo retorico, ma una necessità cognitiva e politica. Nelle condizioni del realismo capitalista, in cui sembra impossibile immaginare alternative al sistema vigente (Fisher, 2009/2018), la capacità stessa di figurare scenari differenti tende a contrarsi.

In questo orizzonte, il progetto non può limitarsi a ottimizzare l'esistente: deve riaprire il campo del possibile, incrinando il dispositivo culturale del There Is No Alternative. È in questa fessura che si collocano, in continuità, il design del possibile (Zingale, 2012) e il design dissenziente (Cosentino & Lupo, 2017): il primo come grammatica semiotica dell'inventiva e della prefigurazione, il secondo come messa in scena agonistica di alternative sociali, culturali e d'uso.

Il dissenso, in questa prospettiva, non è mera negazione sterile, ma un atto critico e propositivo: un conflitto che si trasforma in dialogo e occasione di innovazione. Analizzare queste pratiche significa dunque interrogare il rapporto tra progetto, ideologia e potere, e comprendere come il design possa agire come strumento politico e culturale, capace di attivare forme di resistenza e partecipazione nell'orizzonte contemporaneo.

1.3.1 progettare il possibile

Per Salvatore Zingale (2012), il design non è riducibile né a un mestiere tecnico né a un'estetica autonoma: è, piuttosto, un atto interpretativo che si muove tra ciò che è e ciò che potrebbe essere. In ***Interpretazione e progetto. Semiotica dell'inventiva***, egli lo definisce come un sapere pratico e inventivo, radicato nella capacità di leggere un mondo problematico e trasformarlo in possibilità.

L'immagine con cui apre la sua riflessione è eloquente: la contrapposizione tra rovina e progetto. La rovina, ricorda con Diderot, affascina perché è "presenza di un'assenza", memoria di ciò che "dev'essere stato e non sarà più" (Zingale, 2012, p. 21). Il progetto, invece, prende avvio da una mancanza ma la rovescia in tensione proiettiva, trasformandola in ipotesi.

Il design non ha davanti a sé un paesaggio di irreversibili rovine ma un paesaggio di possibilità. (Zingale, 2012, p. 22)

Questa tensione non si risolve in un arbitrario esercizio immaginativo, né in una fuga utopica: il design prende sempre le mosse dal presente, riconoscendone i segni e trasformandoli in scenari possibili. Per descrivere questo passaggio, Zingale (2012, p. 22; pp. 28-29) recupera due concetti della tradizione filosofica tedesca:

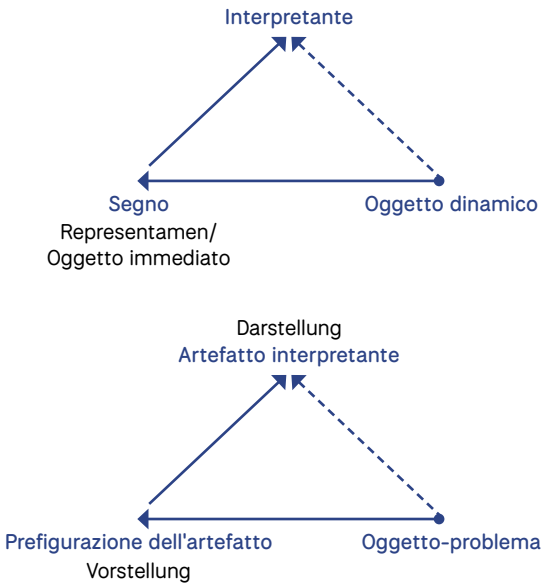
a) la *Vorstellung*

è la rappresentazione interiore che anticipa ciò che non è ancora dato;

b) la *Darstellung*

è la messa in scena esteriore e tangibile di quell'immagine.

In questa prospettiva, il progetto non è mai pura immaginazione né mera tecnica, ma movimento che traduce la prefigurazione mentale in forma pubblica. Questo trova ulteriore sistematizzazione nella rielaborazione che Zingale propone del modello triadico di Charles S. Peirce (Zingale, 2012, p. 33). Ogni progetto prende le mosse da un oggetto-problema (cioè l'oggetto dinamico): un'insoddisfazione, un'inadeguatezza, un "sentimento di un'assenza" (p. 22). Questo oggetto viene rielaborato nella prefigurazione dell'artefatto (***Vorstellung***), che coincide con il segno: il disegno – in quanto ***representamen*** (con il suo oggetto immediato) – prefigura una possibile soluzione (Fig. 11).



↑ Fig. 11 Confronto tra il triangolo semiotico di Charles Pierce (in alto) e il triangolo della semiosi come processo progettuale di Salvatore Zingale (in basso). Nota. Da Zingale, S. (2012). *Interpretazione e progetto.*

Infine, il percorso si compie nell'artefatto interpretante (*Darstellung*), ossia nell'interpretante[16]: l'esito materiale che non solo risponde al problema, ma produce nuovi sensi, tramite l'attivazione di pratiche e immaginari. L'artefatto non chiude il ciclo: al contrario, riapre la catena semiosica, poiché ogni soluzione diventa presto un nuovo "oggetto-problema" (Goethe, come citato in Zingale, 2012, p. 18). In modo analogo, Flusser osserva che ogni design è un ostacolo che si aggiunge agli ostacoli precedenti, moltiplicando i problemi anziché eliminarli definitivamente.[17]

Il motore di questa dinamica è l'***abduzione***: di fronte a un fatto sorprendente, il progettista formula un'ipotesi plausibile (Peirce, 1931-1958). Non si tratta di applicare una regola nota (deduzione) né di generalizzare dall'esperienza (induzione), ma di rischiare un salto laterale, una scommessa sul possibile. Zingale (2012, p. 13) mostra come ogni artefatto, prima di esistere, sia pensato per via abduttiva: inventare significa immaginare un "assente possibile" (Bonfantini, 1990), qualcosa che non c'è ancora ma che potrebbe esserci.[18]

16. Qui "interpretante" è usato, con Zingale, per indicare l'artefatto che mette in atto l'ipotesi progettuale; nella semiosi peirciana, invece, l'interpretante è l'effetto di senso prodotto dal segno.

17. Flusser (1993/2003) parlava di design come dispositivo che "aggiunge ostacoli agli ostacoli", innescando un processo senza fine. Questa osservazione si integra con l'idea di Zingale di una semiosi illimitata, in cui ogni soluzione diventa un nuovo problema.

18. Zingale (2012, pp. 100-133) distingue un'abduzione obbligata, che scatta automaticamente in situazioni di routine; un'abduzione selettiva, che sceglie tra possibilità già note; e un'abduzione inventiva, la forma più alta del pensiero progettuale. Quest'ultima introduce connessioni nuove, che possono manifestarsi come spostamento di un modello da un dominio all'altro (Keplero con l'ellisse), connessione di ambiti prima separati (Snow con la mappa del colera) o trasformazione radicale che introduce concetti inediti (Bohr con il modello atomico). A queste si aggiunge l'abduzione proiettiva, che non risale al passato ma guarda al futuro, immaginando ciò che può essere: un atto di prefigurazione che cerca la possibilità, non la probabilità.

Tale prospettiva chiarisce il legame tra abduzione e abito progettuale. Per Peirce (1931-1958), ogni credenza si sedimenta in un abito (***habit***), inteso come disposizione stabile all'azione; egli lo definisce come "la tendenza a comportarsi effettivamente in un modo simile in circostanze simili nel futuro" (vol. 5, p. 487). Gli abiti – percettivi, comportamentali e culturali – funzionano come schemi di risposta agli stimoli e ai problemi del mondo dell'esperienza.

In ambito progettuale, l'abito è ciò che traduce la visione in pratica, orientando il modo in cui un soggetto affronta le situazioni future. In un intervento recente, Zingale ne individua quattro:

a) l'abito *conservativo*

conferma lo stato delle cose, riecheggiando lo slogan thatcheriano ***There Is No Alternative***;

b) l'abito *conformativo*

aderisce alle mode e allo ***Zeitgeist***[19] del presente ("così fan tutti");

c) l'abito *adeguativo*

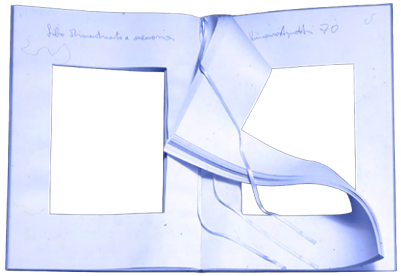
si piega alla committenza in un atteggiamento servile più che di servizio ("come tu mi vuoi");

d) l'abito *inventivo*

coltiva la capacità di scovare l'"assente possibile", elaborando soluzioni inattese.

Quest'ultimo non si improvvisa: l'inventiva è una tecnica "dimenticata a memoria", sostiene Zingale,

19. *Zeitgeist*, termine tedesco composto di *Zeit* ("tempo") e *Geist* ("spirito"), significa letteralmente "spirito del tempo"; indica l'atmosfera culturale, intellettuale e morale che caratterizza una determinata epoca.



↑ Fig. 12 Vincenzo Agnetti, *Libro dimenticato a memoria* (1969). Nota. Da Museo del Novecento, Milano.

rievocando il ***Libro dimenticato a memoria*** di Vincenzo Agnetti (1969, Fig. 12), ossia una disposizione che si costruisce lentamente, fino a diventare naturale (Center for Advanced Studies in Tourism [CAST], 2024). L'abito inventivo costituisce così la convergenza fra apertura abduttiva e stabilizzazione operativa: un modo di abitare il dubbio che non si chiude nella credenza ma si traduce in azione.

Il ***design del possibile***, in questa prospettiva, non si limita a immaginare alternative: le rende praticabili. Ogni atto inventivo incrina l'apparente necessità del presente e apre lo spazio in cui il ***design dissenziente*** potrà rendere visibili, negoziabili e conflittuali tali possibilità.

1.3.2 il dissenso dialogico[20]

Se il ***design del possibile*** offre la cornice per immaginare alternative, il ***dissenso dialogico*** ne è l'applicazione concreta: non si limita a proporre ipotesi diverse, ma le espone al confronto, le rende negoziabili e, quando serve, conflittuali, attivando processi riflessivi capaci di incrinare lo status quo (Cosentino & Lupo, 2017, pp. 104-105).

→ Fig. 13 *Is This Your Future?* Elettrolizzatore a idrogeno (2004). Visualizzazione speculativa di scenari energetici futuri basati sull'impiego domestico dell'idrogeno. Nota. Da Science Museum Group, *Is this your future?*.

20. Questo paragrafo (e il successivo) riprende ampiamente, con adattamenti e rielaborazioni critiche, la cornice teorica e gli esempi discussi in Cosentino e Lupo (2017).

Come chiarito in § 1.1.3, il design è un atto culturale e politico. Sul piano istituzionale, il suo ruolo è stato riconosciuto in Europa come leva per competitività, benessere e innovazione.[21] Qui, però, interessa la politica non istituzionale del design: un orientamento critico che espone i paradossi della contemporaneità e li rende contendibili attraverso processi e artefatti capaci di sensibilizzare, provocare e attivare cambiamento (Cosentino & Lupo, 2017, p. 97).

Il dissenso dialogico si muove lungo quattro registri operativi.

a) Provocazione e straniamento

Tra gli esempi contemporanei più evidenti di approccio critico-riflessivo c'è il ***critical design***, teorizzato da Anthony Dunne e Fiona Raby dalla fine degli anni Novanta. I due autori oppongono all'***affirmative design*** – che asseconda aspettative culturali, sociali e tecniche – un design critico che offre prospettive alternative e attiva discussione pubblica: non "risolve problemi", ma fa pensare, usando la provocazione – "a form of 'conceptual design' [...] intended to challenge preconceptions" (Dunne & Raby, 2001, p. 65).

Nel progetto ***Is This Your Future?*** (Dunne & Raby, 2004), oggetti ipotetici derivati da futuri energetici alternativi invitano lo spettatore a confrontarsi conseguenze

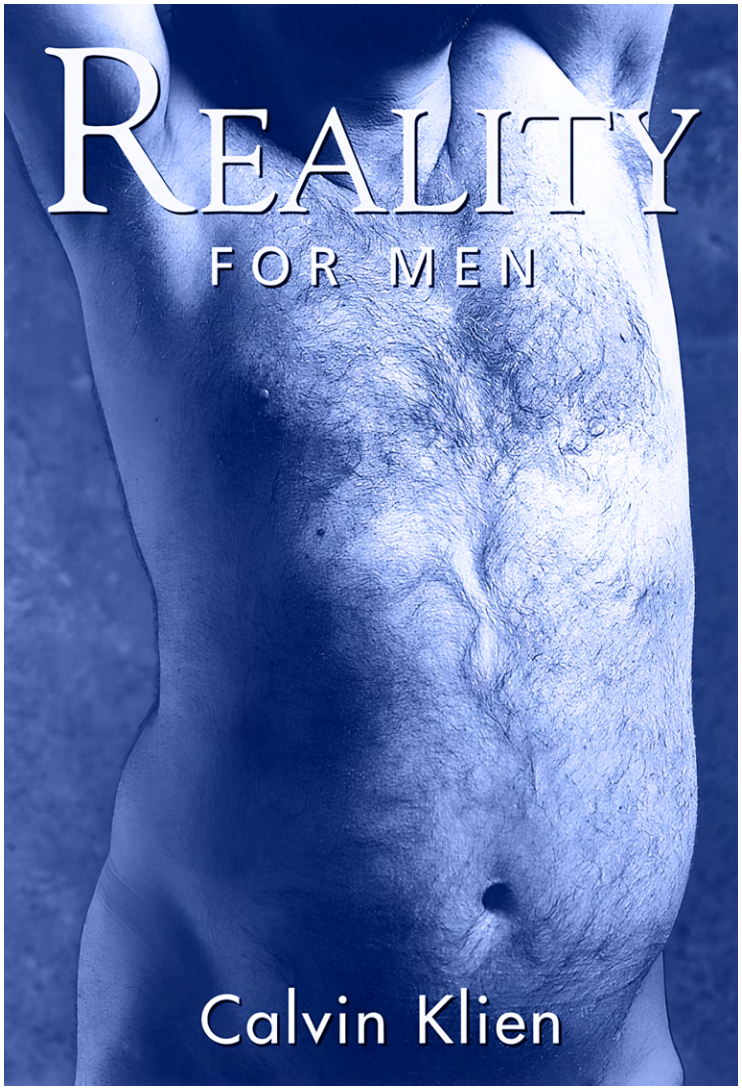
21. "In Europe's enterprises and organisations, the systematic and strategic use of design, anchored in principles of sustainable growth, contributes to social and environmental well-being, whilst offering them new perspectives and new market opportunities both locally and globally." (Thomson & Koskinen, 2012, p. 29). Supporta inoltre Pubblica Amministrazione, servizi, educazione e imprese; le *design policies* ne favoriscono diffusione e impatto innovativo (Junginger, 2017).

inquietanti (Fig. 13). Qui la provocazione supera la dimensione estetica e rende esplicita la natura politica delle decisioni tecnologiche. Poiché il mercato tende a neutralizzare il dissenso, Dunne e Raby puntano sulla verosimiglianza e le emozioni (humour, sorpresa, meraviglia), generando quel "complicated pleasure" che combina novità e riconoscibilità. Tale principio guida diverse pratiche extrainstituzionali, dal ***détournement***[22] situazionista degli anni Cinquanta al ***culture jamming***[23] degli anni Ottanta e Novanta. Quest'ultimo, reso popolare dal collettivo ***Adbusters*** di Kalle Lasn, utilizza la parodia per sabotare i codici pubblicitari e svelarne i dispositivi occulti (Figg. 14-17).

↑ Fig. 14 Adbusters, *McDonald's* (spoof ad). Hamburger ipertrofico come allegoria della bulimia consumistica. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

22. *Détournement* (dal francese "dirottamento") è una pratica critica teorizzata da Guy Debord (1950) e dal movimento situazionista negli anni Cinquanta. Consiste nel riappropriarsi e riutilizzare in modo sovversivo e ironico immagini, testi e simboli della cultura di massa, strappandoli dal loro contesto originale per inserirli in nuovi scenari che ne ribaltano o rendono visibili le implicazioni ideologiche nascoste.

23. Con *culture jamming* (lett. "interferenza culturale") si indicano le azioni di sabotaggio comunicativo sviluppatesi dagli anni Ottanta ad opera di artisti e attivisti anti-consumisti. Queste operazioni – dalla manipolazione parodica di loghi e pubblicità (*subvertising*) agli interventi ironici nello spazio mediatico – mirano a "inceppare" e rivelare i meccanismi occulti del sistema mass-mediatico utilizzandone i codici in chiave critica.



↑ Fig. 15 Adbusters, *Calvin Klein* (spoof ad). Ironico refuso e corpo ordinario come critica all'estetica moda. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

↑ Fig. 16 Adbusters, *Absolut Impotence* (spoof ad). Bottiglia deformata che sovverte l'estetica della campagna Absolut. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

↑ Fig. 17 Adbusters, *Nike Swoosh* (spoof ad). Denuncia dello sfruttamento del lavoro minorile tramite la trasformazione del logo in ferita. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

b) Riflessione e finzione

Il secondo registro prevede riflessione e finzione. Il *reflective design* (Sengers et al., 2005) rivela le assunzioni culturali e sociali che le tecnologie incorporano tacitamente: non punta solo a usabilità o prestazioni, ma combina analisi e progetto per accrescere la consapevolezza di utenti e designer su preconcetti e implicazioni d'uso.
In questa scia, Dunne e Raby accentuano la dimensione speculativa del design critico (2013) e introducono le *value fictions*: scenari in cui le tecnologie restano plausibili, mentre i valori sociali sono intenzionalmente spinti o resi ambigui per riflettere sul presente. È un rovesciamento rispetto alla science fiction classica (tecnologie fantastiche, valori conservatori): qui si interroga ciò che riteniamo desiderabile, oltre che possibile.
La *design fiction* traduce questo approccio in pratica: tramite prototipi e *storytelling* costruisce mondi verosimili in cui esplorare conseguenze e alternative (Sterling, 2005; Bleecker, 2009). In questo contesto, i *diegetic prototypes* (Kirby, 2010) sono rappresentazioni che, all'interno della finzione, funzionano come oggetti reali: proprio perché "usati" nella storia, rendono più persuasivi usi, implicazioni e *trade-off*.
Emblematico è il *TBD Catalog* (Near Future Laboratory, 2012), finto catalogo di "oggetti ordinari del futuro": la plausibilità degli artefatti costringe a prendere posizione prima che diventino quotidiani – cosa mantenere, cosa scartare, cosa trasformare. La finzione, qui, non è evasione ma metodo critico: apre dissenso e deliberazione senza imporre soluzioni chiuse.

c) Previsioni e narrazioni

Il terzo registro è quello delle previsioni e delle narrazioni. La dimensione temporale è cruciale: il progetto non dovrebbe limitarsi a leggere i trend, ma agire come *future maker*, allargando lo sguardo a giustizia sociale, salute, educazione e politica (Yelavich & Adams, 2014). In questa prospettiva, gli scenari operano come narrazioni del possibile: non predicono, ma illuminano futuri plausibili e aiutano a condividere visioni tra attori differenti, fungendo da dispositivo pre-progettuale (Celi, 2013).
Un rischio costante è il *defuturing* (Fry, 2009): la perdita del futuro come risorsa collettiva quando il design privilegia l'immediato e lo strumentale. Per esempio, un prodotto molto innovativo ma ambientalmente insostenibile genera vantaggi a breve che compromettono il lungo periodo. Contrastare tale pericolo significa "prototipare il sociale" (Hunt, 2011): creare situazioni o artefatti che rendano tangibili valori e controversie, invitando a un'interpretazione attiva. In questo senso, sia le previsioni sia gli artefatti finzionali producono vere e proprie narrazioni, spostando il ruolo del designer da inventore di soluzioni a curatore di conversazioni pubbliche; molte

↓ Fig. 18 Superflux, *Mitigation of shock* (2019). Installazione immersiva sulla vita in scenari di crisi climatica. Nota. Da Superflux.

produzioni non nascono per il mercato, ma come critica sociale materializzata (Dunne & Raby, 2013).
Seguendo Celi (2013), è utile distinguere tre funzioni narrative degli scenari: auto-narrazione (monologo interiore del progettista che organizza dati e intuizioni), narrazione agli altri (canovaccio dialogico che orienta decisioni nel breve-medio periodo) e anticipazione (il "mito-futuro" che cristallizza valori e orientamenti condivisi). Esemplare in questo senso è il lavoro di *Superflux*, che nei progetti *Mitigation of Shock* (2019; Fig. 18) e *Uninvited Guests* (2015) mette in scena scenari futuri con oggetti, ambienti e materiali comunicativi, traducendo l'astrazione delle crisi climatiche o tecnologiche in narrazioni quotidiane capaci di rendere visibile l'urgenza del cambiamento.

d) Attivismo e trasformazione

Infine, l'attivismo e la trasformazione. Il *design activism* (Fuad-Luke, 2009) e l'*engaged / transformative design* (Burns et al., 2006; Ericson & Mazé, 2011) spostano l'attenzione dal prodotto al processo: puntano su partecipazione, co-progettazione e alleanze situate, con l'obiettivo di generare impatti sociali e ambientali misurabili entro una logica di *co-futuring*, ovvero strategie di cambiamento co-costruite con le comunità nel tempo.
Accanto a programmi istituzionali emergono pratiche dal basso che attribuiscono agency anche ai non-designer: occupazioni temporanee, micro-interventi urbani o azioni effimere come *Park(ing) Day*, *Reclaim the Streets* e *Green Guerrilla*. Gesti performativi non orientati al mercato ma capaci di produrre effetti durevoli nella sperimentazione e nella costruzione di identità collettive.
Nel campo della comunicazione, il design attivista amplifica i movimenti sociali, promuovendo trasparenza e difesa democratica: progetti come *Visualizing Palestine* o *Ongoing Matter* (Fig. 19) dimostrano come la visualizzazione dei dati renda accessibili complessità politiche, trasformando l'informazione in resistenza. In ambito ambientale si passa dalla denuncia alla progettazione generativa: la campagna *Climate Club Adapt* ricrea l'estetica di un quotidiano per veicolare messaggi parodici sul *Green New Deal,* rendendo l'azione climatica comprensibile anche a pubblici disimpegnati.
La frontiera digitale ridefinisce oggi il campo dell'attivismo. L'ibridazione tra azione fisica e digitale – come nel caso della *Global Sumud Flotilla* – accresce mobilitazioni circoscritte, trasformandole in battaglie informative

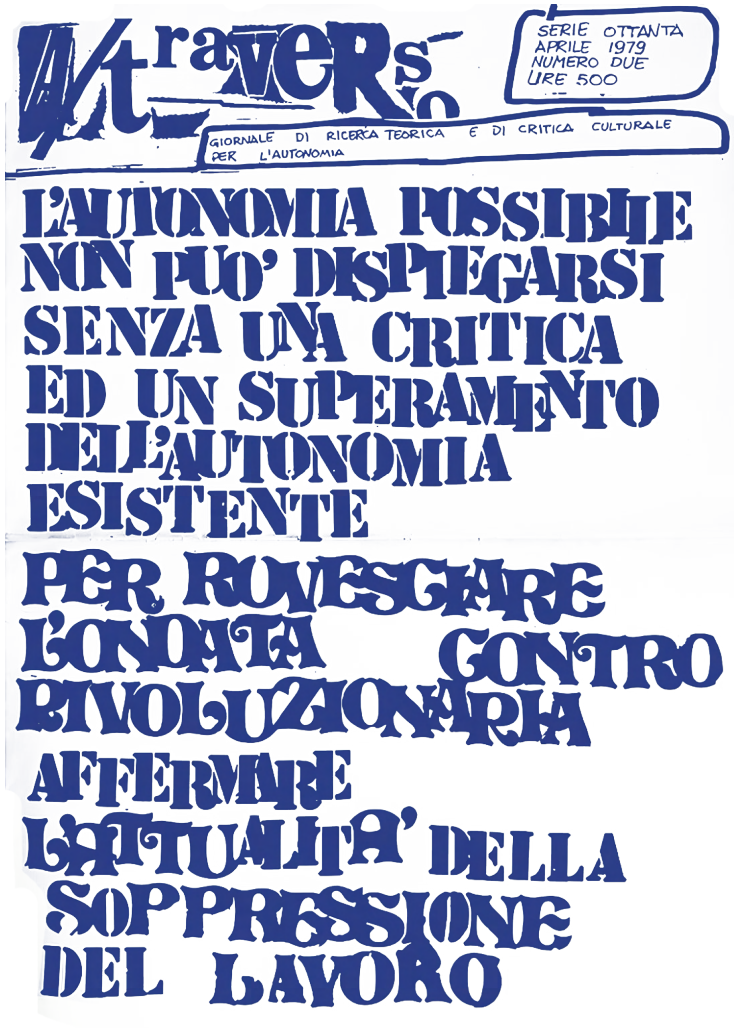
↑ Fig. 19 Sarah Edmands Martin, *String to Pull* (2019). Illustrazione satirica sulle interferenze russe nelle elezioni americane del 2016. Nota. Da Ongoing Matter Project.

globali. Tecnologie immersive come la realtà aumentata (AR) radicano i messaggi nello spazio fisico, aprendo nuove forme di attivazione partecipata. Parallelamente, l'*Influencer Activism* sfrutta la capacità di amplificazione delle figure pubbliche, ma solleva questioni etiche di opportunismo e coerenza tra comunicazione e pratiche. In questo quadro, la *platform ownership* diventa un nodo politico cruciale per garantire la libertà di espressione.
Il progetto *Design Act* ha censito molte pratiche di dissenso produttivo: negoziazione, riconoscimento delle differenze, abilitazione dell'azione, liberazione dell'espressione, dibattito sul futuro e "hacking" delle strutture. Da qui emerge un design inteso come attività curatoriale, partecipativa e aperta (Ericson & Mazé, 2011): non solo contesta, ma propone alternative di uso e governance di spazi e servizi, trasformando conflitti in immaginari condivisi e alimentando innovazione sociale. In questo contesto il designer agisce come *change agent*, mobilitando linguaggi visivi, strumenti collaborativi e infrastrutture digitali per unire estetica, etica e azione politica, contribuendo al cambiamento delle policy.

Le etichette abbondano – *critical*, *speculative*, *reflective*, *design fiction*, *DesignArt*, *engaged/activist* – ma ciò che conta è l'atteggiamento. Con l'espressione design dissenziente Cosentino e Lupo intendono un progetto che pianifica il dissenso come risorsa creativa e dialogica. L'affinità con il *dissonant design* (Fuad-Luke, 2009) e l'*adversarial design* (DiSalvo, 2012) è evidente.

"Dialogico" significa confronto propositivo ancorato al reale: oggetti, pratiche, valori correnti. In termini di teoria del discorso, il progetto produce racconti alternativi (Fairclough, 2003) che collegano micro-interventi e scala collettiva. Gli artefatti dissenzienti, fisici o concettuali, attivano interpretazione, confronto e cambiamento, preparando il terreno agli scenari possibili (§ 1.3.3).

↑ Fig. 20 *Copertina di "A/traverso"* (settembre 1977). Rivista militante prodotta nell'ambito del movimento di autonomia politica e sociale degli anni '70. Nota. Fonte: Archivio Storico del Comune di Bologna.



↑ Fig. 21 *Copertina di "A/traverso"* (aprile 1979). Rivista militante prodotta nell'ambito del movimento di autonomia politica e sociale degli anni '70. Nota. Fonte: Archivio Storico del Comune di Bologna.

1.3.3 artefatti dissenzienti

Frutto delle strategie discusse, gli artefatti dissenzienti sono manifestazioni materiali o immateriali del design critico, concepite per incorporare il conflitto e generare dialogo. Cosentino e Lupo (2017, p. 106) li descrivono come artefatti progettati per "creare dissenso attraverso diverse strategie e comportamenti, con il fine comune di proporre alternative a quelle esistenti".

Non sono semplici oggetti "strani" o provocatori: stimolano riflessione e/o azione, trasformando il dissenso in un dispositivo dialogico che apre scenari culturali, sociali e politici alternativi (DiSalvo, 2012). Il tratto distintivo è il comportamento intenzionale: mai neutri, mirano a innescare tensione e interrogativi, coinvolgendo l'utente sul piano emotivo e cognitivo. Non cercano di persuadere, come la propaganda, ma di lasciare spazio a una riflessione autonoma (Fuad-Luke, 2009). A distinguerli dagli oggetti innovativi non è la novità in sé, bensì il modo in cui si manifesta: non come risposta lineare a un problema, ma come messa in scena di un conflitto che obbliga a interpretare, prendere posizione e rinegoziare usi e significati. Conta più attivare la discussione che offrire soluzioni finite.

Molti di questi oggetti sono incompleti o disfunzionali: non per guasto, ma per incrinare aspettative e regole d'uso. La letteratura li definisce ***in-process objects*** o ***misbehavioral objects***, capaci di "comportarsi male" per far emergere il loro valore sociale (Bianchini et al., 2015). La disobbedienza diventa così atto progettuale consapevole, in grado di violare norme consolidate e rendere visibili assunzioni latenti. In questo quadro si collocano gli ibridi arte-design della ***DesignArt*** (Coles, 2005): oggetti concettuali che disturbano la riconoscibilità d'uso per attivare letture inattese e mettere in discussione

valori consolidati. Alcuni casi rientrano nel cosiddetto ***super-design***: piccole serie concettuali, con funzionalità ridotta, destinate alle gallerie, dove vengono riconosciute come espressioni autoriali capaci di rendere visibili nuove tensioni culturali (Petroni, 2009).

Il conflitto emerge in due modalità principali.

a) Configurazione formale/funzionale dell'oggetto

Deformazioni o disfunzioni intenzionali incrinano le aspettative d'uso, pur preservando la riconoscibilità tipologica (*The Uncomfortable*[24], Fig. 22; *Oggetti disobbedienti*[25]).

↑ Fig. 22 Katerina Kamprani, *The Uncomfortable* (2011–). Forchetta inutilizzabile, critica al design funzionalista.

b) Relazione d'uso oggetto-utente

Qui l'elemento del perturbante (***Unheimlich***; § 2.2.3; Freud, 1919/1993) è centrale, poiché l'artefatto combina elementi familiari con deviazioni calibrate che generano dissonanza (***Afterlife***[26], Fig. 23).

Il potenziale degli artefatti critici sta nell'operare "sulla soglia", dove familiarità e straniamento producono dissonanza (Gentès & Mollon, 2015). Nessun artefatto è neutro: valori, forme e soprattutto gli script progettuali – codici socio-tecnici che orientano uso e comportamenti

24. *The Uncomfortable* (Kamprani, 2011-): serie che deforma oggetti ordinari – pentole, bicchieri, posate – fino a renderli inutilizzabili, senza perderne la riconoscibilità tipologica.

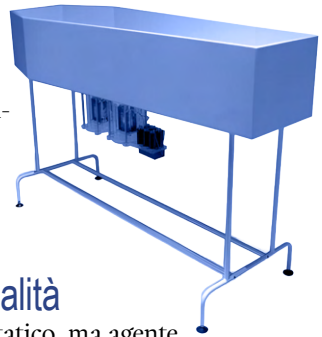
25. *Oggetti disobbedienti* (Iacchetti, 2008): progetti che spostano l'attenzione dall'efficienza alla forza enunciativa della forma, "disobbedendo" alle regole d'uso per attivare letture critiche

26. Afterlife (Auger & Loizeau, 2008): oggetto dalla forma rassicurante di una bara che ipotizza la conversione dell'energia della decomposizione in elettricità per alimentare un dispositivo memoriale, suscitando reazioni ambivalenti più che accettazione lineare.

(Jelsma & Knot, 2002) – plasmano l'esperienza. Lo script tradizionale prescrive l'uso, quello dissenziente apre spazi di rinegoziazione. Così l'oggetto, insieme familiare ed estraneo, diventa un mediatore di significati e un'occasione per esplorare l'ignoto.

Risultano tre qualità ricorrenti.

↓ Fig. 23 Auger & Loizeau, *Afterlife* (2008). Bara come dispositivo energetico.



a) Performatività e processualità

L'artefatto non è oggetto statico, ma agente che innesca performance, posture o gesti che obbligano a riflettere (Niedderer, 2007).

b) Visione e immaginazione

Evoca mondi alternativi – talvolta distopici, talvolta auspicabili, ma sempre plausibili – stimolando domande del tipo "come sarebbe se...?" (Coles, 2005; Dunne & Raby, 2013).

c) Anticipazione e trasformazione

Il dissenso orienta il cambiamento, anche solo a livello di mentalità o di pratiche quotidiane (Fuad-Luke, 2009).

Gli scenari evocati, come ha notato Trocchianesi (2013), non riguardano soltanto futuri lontani: delineano soprattutto un presente alternativo. Reinventano la quotidianità, facendo emergere possibilità latenti e mostrando come il conflitto, se progettato, possa diventare risorsa culturale e politica. L'artefatto dissenziente si configura così come catalizzatore di trasformazione, ricordando che ogni oggetto può diventare nodo di cambiamento nelle storie collettive che costruiamo e abitiamo.

Qualcuno ha detto "Fondiamo
un movimento del BASTA".
Dobbiamo solo dire a voce alta BASTA.
Senza gridare. Dobbiamo scrivere
BASTA. Senza sporcare i muri.
Ognuno lo scriva con il carattere che vuole.
Lo firmi come vuole.
Lo spedisca a chicchessia.
Trasformiamolo in un cin cin
con della buona Bonarda.
Sussurriamolo sulle labbra
dell'ultimo amore.
Lasciamolo uscire
come una minzione liberatoria.
Ridiamoci sopra dandoci la mano.
Non facciamoci strumentalizzare.
Liberiamo la nostra creatività.
Comunichiamo con un BASTA
la nostra voglia di cambiare.
Sorridiamo a chi ha la faccia pulita.
Vogliamoci bene.
Ne vale la pena.

(Iliprandi, 2011)

02

L' ESTETICA DISSONANTE

2.1 IL BELLO COME COSTRUTTO CULTURALE

Nel capitolo primo il dissenso è stato analizzato come atto progettuale; ora l'attenzione si sposta sulla sua dimensione estetica. Al centro vi è il concetto di "bello", inteso non come una categoria universale e neutrale, ma come una costruzione storico-culturale che ha disciplinato il gusto, fissato canoni e spesso legittimato rapporti di potere. Se nell'età classica e moderna il bello coincideva con l'ordine, l'armonia e la verità, alla fine del Settecento tale coincidenza è stata messa in dubbio, mentre il Novecento ne ha segnato definitivamente la crisi: le avanguardie hanno infranto l'equivalenza *arte* = *bellezza*, il design modernista ha rifondato i criteri sul nesso forma-funzione, la postmodernità ha introdotto un pluralismo radicale e l'incredulità verso ogni canone.

Tale destituzione, però, non basta. Nella società contemporanea del consumo e dello spettacolo, come argomenteremo nel capitolo, il bello sopravvive come superficie pacificante, ridotto a stile o formula retorica. Diventa un linguaggio anestetizzante, che conferma senza conflitti e neutralizza le deviazioni. In questa cornice, il design è un osservatorio privilegiato per cogliere la trasformazione del bello: non solo perché *progetta la forma dell'esperienza* quotidiana, ma anche perché si è assunto, nel bene e nel male, il *progetto della bellezza* diffusa e di massa, senza confonderla con l'autonomia dell'arte (Vitta, 2011).

2.1.1 il canone estetico

L'estetica moderna coincide in gran parte con la storia stessa del termine ***bello***, divenuto l'asse di riferimento attorno a cui si sono articolate categorie come grazia, sublime e persino brutto (Franzini & Mazzocut-Mis, 2000, p. 154).

Ciò che chiamiamo bellezza non è un dato naturale né un universale atemporale: è una costruzione storica e culturale che decide, di volta in volta, cosa merita di essere visto, esibito, valorizzato.

> Dire che bello e brutto sono relativi ai tempi e alle culture (o addirittura ai pianeti) non significa peraltro che non si sia sempre cercato di vederli come definiti rispetto a un modello stabile. (Eco, 2007, p. 15)

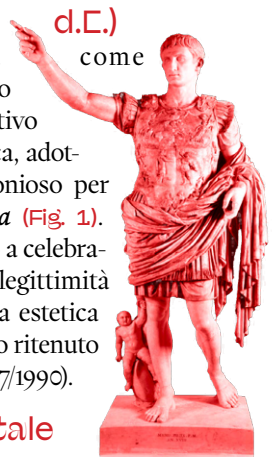
Si forma infatti, ad ogni epoca storica, un canone estetico che stabilizza criteri (proporzione, armonia, misura), plasma il gusto e regola la produzione artistica, l'esposizione delle opere e perfino l'insegnamento nelle accademie, restringendo in maniera significativa il campo del ***possibile estetico***. In questa prospettiva, il canone opera come un vero e proprio ***dispositivo di potere***, capace di costruire gerarchie tra alto e basso, colto e popolare, legittimo e illegittimo, presentandole successivamente come naturali.

Il filosofo Jacques Rancière ha offerto una chiave fondamentale per comprendere la connessione fra l'ambito dell'estetica e quello della politica. Egli scrive che alla base di ogni politica vi è un'estetica originaria, intesa non nel senso benjaminiano di una "estetizzazione della politica"[1], ma come un "sistema di forme a priori che determinano ciò che è dato alla percezione [...], una suddivisione dei tempi e degli spazi, del visibile e dell'invisibile, della parola e del semplice rumore"; la politica consisterebbe precisamente nel contestare e ridisegnare questa "partizione del sensibile" (Rancière, 2000/2016, pp. 13-14). In tale quadro, il canone estetico è uno degli strumenti attraverso cui tale distribuzione gerarchica del percepibile si produce e si stabilizza.

Numerosi episodi storici mostrano come il canone abbia operato quale regolatore estetico e politico. Ne citiamo di seguito alcuni.

a) Età augustea (31 a.C.-14 d.C.)

L'arte classicista venne usata come propaganda politica. Augusto orchestrò un programma figurativo totale, dalle statue all'urbanistica, adottando uno stile sereno e armonioso per "naturalizzare" la ***Pax Romana*** (Fig. 1). Questo linguaggio non si limitò a celebrare il potere, ma gliene fornì la legittimità visiva, trasformando la bellezza estetica nel simbolo di un ordine politico ritenuto giusto e necessario (Zanker, 1987/1990).



↑ Fig. 1 *Augusto di Prima Porta* (I sec. d.C.). Nota. Da Musei Vaticani, Roma.

b) Il mecenatismo rinascimentale e barocco

Esso offre un ulteriore esempio emblematico. Costituiva, infatti,

1. Walter Benjamin (1936/2014) ha denunciato la perversa estetizzazione della politica dell'epoca delle masse: nelle dittature del Novecento, regimi come quello nazista e fascista hanno trasformato la politica in spettacolo (parate, coreografie di massa, architetture monumentali, celebrazioni collettive). L'arte, qui, messa al servizio del potere, non esprime più libertà creativa, ma diventa un mezzo per condurre e sottomettere le masse.

una forma di governo simbolico: i finanziamenti non avvenivano per filantropia, ma per la volontà di indirizzare la produzione artistica, regolare la visibilità delle opere e consolidare l'autorità culturale (Haskell, 1980). Attraverso la scelta di autori, soggetti e stili, i mecenati istituivano un canone che non era solo estetico, ma profondamente politico, perché decideva chi e cosa fosse degno di apparire nello spazio pubblico (Goldthwaite, 1993).

b) Il Terzo Reich

Un caso limite è rappresentato dal trionfo del canone imposto dal Reich, fondato – così come il suo "gemello" italiano, il fascismo – su monumentalismo classicista e spettacolarizzazione politica (Adam, 1992), e dalla conseguente chiusura del Bauhaus (Figg. 2-3). Fondata da Walter Gropius nel 1919 a Weimar e trasferito a Dessau (1925) e poi a Berlino (1932), la scuola mirava a rifondare il rapporto tra arte, tecnica e società. La sua estetica – funzionalità, essenzialità formale, apertura al sociale – fu presto bollata dal nazismo come *Kulturbolschewismus* (bolscevismo culturale) e poi ricondotta alla categoria di "arte degenerata", fino alla chiusura forzata nel 1933.

Per comprendere la dimensione politica dell'estetico e quella normativa del canone, occorre un breve excursus in cui ripercorrere le tappe salienti dello sviluppo storico del bello.

L'antica Grecia istituiva una fusione tra i valori estetici e quelli morali: la *kalokagathía* (καλοκαγαθία) univa infatti il *kalós* (bello) all'*agathós* (buono), fondendo

← Fig. 2 Walter Gropius, *Edificio Bauhaus a Dessau* (1926). Architettura emblematica del razionalismo e del nuovo design funzionale europeo.

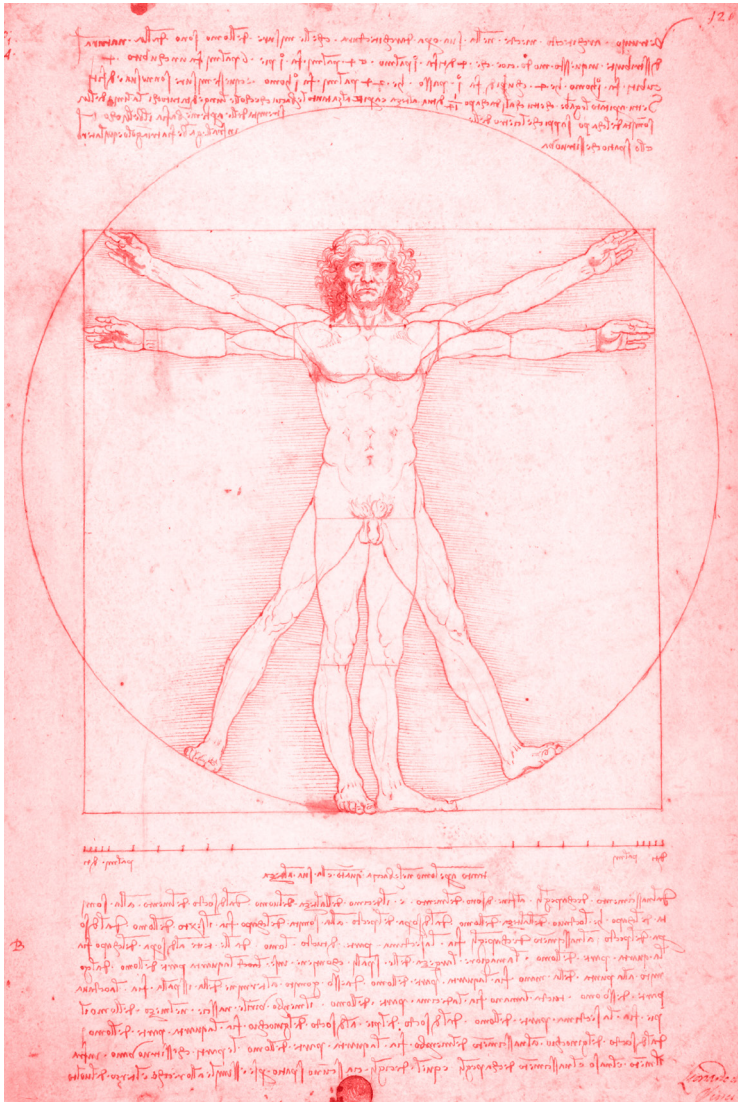
↑ Fig. 3 Albert Speer, *Große Halle* (1939). Ricostruzione digitale della Sala Grande con il piazzale antistante progettato nel *Welthauptstadt Germania*, il piano urbanistico nazista per la città di Berlino (1937-1943).

misura, simmetria ed euritmia con virtù etiche e civiche. Questo orizzonte di valore si definiva anche per esclusione: non solo l'antieroe – si pensi a Tersite nell'*Iliade* – era portatore dei caratteri opposti, ma nella tragedia attica, ad esempio, la violenza non poteva essere rappresentata direttamente sul palco, solo riferita tramite un messaggero. Era una convenzione che fissava i limiti del rappresentabile, collocando l'evento cruento fuori dalla scena (ἐκτὸς σκηνῆς)[2]. La medesima marginalizzazione di ciò che eccede il canone viene operata retroattivamente dalla modernità neoclassica, che distilla dall'antico un paradigma armonico, come se il mostruoso – pure presente nella tradizione greco-romana (Sirene, Scilla, Polifemo, Cerbero) – non vi appartenesse.

Ma se gli antichi avevano idealizzato la bellezza, il neoclassicismo ha idealizzato gli antichi, dimenticando che essi [...] hanno consegnato alla tradizione occidentale anche le immagini di una serie di esseri che erano l'incarnazione stessa della sproporzione, la negazione di ogni canone. (Eco, 2007, p. 23)

L'ideale di ordine e armonia nacque nella scultura classica (dal *Canone* di Policleto all'orizzonte fidiano) come consonanza delle parti del corpo. Con Vitruvio, quel paradigma si estese e si formalizzò in architettura: la ***venustas*** derivava da ***symmetria*** ed ***eurythmia***, e il

2. Il termine osceno deriva dal latino *obscēnus* ("infausto, ripugnante"), probabilmente connesso alla radice greca *skēnḗ* ("scena"), nel senso di "ciò che non deve stare sulla scena". Nell'*Agamennone* di Eschilo l'uccisione del re non è mostrata, ma solo evocata attraverso le grida dall'interno del palazzo e il successivo racconto del messaggero; analogamente, nell'Elettra di Sofocle la morte di Clitennestra ed Egisto avviene dietro le quinte ed è narrata da un servitore.



↑ Fig. 4 Leonardo da Vinci, *Uomo vitruviano* (ca. 1490). Nota. Da Gallerie dell'Accademia.

↑ Fig. 5 Andrea Mantegna, *Cristo morto nel sepolcro e tre dolenti* (ca. 1483). Tempera su tela. Nota. Da Pinacoteca di Brera, Milano.

corpo umano fungeva da modulo di misura dell'edificio. Il Rinascimento, con Leon Battista Alberti, rielaborò tale eredità nella ***concinnitas*** e ricompose esplicitamente corpo e costruzione sotto l'ideale protagoreo dell'uomo "misura di tutte le cose", di cui l'***Uomo vitruviano*** di Leonardo offre l'emblema più noto (Fig. 4). Tali moduli e griglie, tuttavia, non erano neutrali, in quanto traducevano una specifica idea di ordine in una regola estetica presentata come oggettiva.

Il cristianesimo assorbì la tradizione classica in chiave teologica, ribadendo l'armonia e l'ordine del creato come manifestazioni della bontà divina. Il bello non sussiste come categoria autonoma, ma come manifestazione del Bene: la bellezza del creato testimonia e invera

la bontà del Creatore. Eppure, la Crocifissione introdusse una frattura (Fig. 5): come rappresentare il ***Christus patiens***, sfigurato sulla croce?

Non si può raffigurare nelle forme della bellezza greca Cristo flagellato, coronato di spine, trascinante la croce fino al luogo del supplizio, crocifisso, agonizzante nei tormenti di una lunga e martoriata agonia. (Hegel, 1835/1978, p. 709)

La soluzione teologica del male come ***privatio boni*** – da cui discende parallelamente la concezione del brutto come "privazione del bello" – permise ad Agostino di rileggere la ***deformitas*** del Cristo crocifisso come segno di una superiore bellezza interiore: la bruttezza del corpo non nega, anzi magnifica, la sublimità dell'anima. Questo passaggio apre la via a una regolazione simbolica della negatività nell'arte cristiana, tema che verrà ripreso più avanti (§ 2.2.1).

Con il Settecento, il canone estetico entrò in una fase di tensione che ne avrebbe preparato la crisi. Da un lato, continuava a dominare l'idea che la bellezza – identificata con perfezione, ordine e proporzione – fosse ancorata a criteri universali e oggettivi: così, ad esempio, Jean-Pierre de Crousaz (1715) la interpretava come espressione di un ordine razionale e morale, riflesso di un'armonia cosmica. Dall'altro lato, prendeva corpo una sensibilità nuova, che spostava l'accento sulla soggettività del gusto e sull'esperienza individuale del piacere. È in questa linea che Francis Hutcheson (1725/1738), riprendendo la formula leibniziana del ***consensus in varietate***, definì la bellezza come "unità nella varietà", radicandola in una facoltà interna capace di generare piacere.

Dopo che, con l'*Aesthetica* di A.G. Baumgarten (1750-1758/1992), l'esperienza estetica aveva ottenuto dignità filosofica come una vera e propria ***gnoseologia inferiore*** rivolta alle percezioni oscure dell'animo, a dirimere il dibattito settecentesco intervenne Immanuel Kant con la ***Critica del giudizio*** (1790). Egli definì il bello come piacere disinteressato e "finalità senza scopo" (Kant, 1790/1949, p. 63), un giudizio indipendente da regole o concetti, ma che esige un assenso universale e rimanda in ultimo alla dimensione morale e sovrasensibile appartenente ad ogni uomo in quanto uomo.

Con il Romanticismo, la riflessione si spinse oltre. In virtù di una rielaborazione della discussione settecentesca, il bello non fu più il protagonista della pratica artistica, progressivamente sostituito da categorie come il sublime, il brutto, l'interessante; più adatte del bello formale ad esprimere l'irriducibile anelito al vero che caratterizza il processo creativo. Il filosofo G.W.F. Hegel (1835/1978) concepì la bellezza come "apparenza sensibile dell'Idea", ammettendo però che anche il brutto potesse avere diritto di cittadinanza nell'arte come momento di verità, sia pure destinato a riassorbirsi nel bello. Su questa linea, la teoria critica del Novecento, in particolare con Adorno (1970/2009), rifiutò l'uso normalizzante del bello: la bellezza, scrive, non è semplice gradevolezza, ma ***Schein*** (apparenza) che trattiene un contenuto di verità. Quando però si irrigidisce in canone, degenera in "mera convenzionalità senza conflitto" (Franzini & Mazzocut-Mis, 2000, p. 287). Torneremo in modo più approfondito su questi concetti al § 2.2, dedicato per l'appunto alle categorie estetiche "negative".

Pare, infine, esistere una contraddizione. Da una parte, il giudizio intorno al bello ha alla radice, come nota Kant, una certa pretesa di universalità, che parrebbe "disinteressata" ed esente da condizionamenti storico-culturali; una specie di "giudizio puro", appartenente al "soggetto trascendentale", cioè a chiunque faccia uso delle proprie facoltà razionali, in grado di dischiudere - di fronte all'arte o alla natura - l'essenza dell'umanità. D'altra parte, il canone del bello agisce storicamente come dispositivo di norma e dominio, e ciò che ne risulta è un giudizio non universale, bensì storicamente situato e, per certi versi, predeterminato (dal gusto del tempo, dalla moda, dai paradigmi dominanti di bellezza, e così via). Il piano universale e disinteressato - trascendentale - designato da Kant pare contraddetto nei fatti da un giudizio ogni volta condizionato, situato, normato. Non è difficile vedere come, per dirimere questa tensione, occorra distinguere tra la fenomenologia individuale del piacere estetico e le strutture istituzionali che lo amministrano. Come ha mostrato Pierre Bourdieu (1979/1983), il gusto non è un fatto naturale, ma una pratica sociale di distinzione: esprimere preferenze estetiche significa collocarsi entro uno spazio gerarchico che riflette disuguaglianze di capitale culturale ed economico, rafforzando meccanismi di appartenenza ed esclusione tra i diversi gruppi sociali.

Da questa sommaria ricostruzione storica si evince come la categoria del bello sia segnata da una natura fortemente normativa. Anche quando i criteri si rinnovano, il bello continua a delimitare ciò che può apparire e contare nello spazio comune. Nel Novecento questa funzione non scompare, ma migra verso l'universo mercificato dei consumi e dei media, oggetto del prossimo paragrafo (§ 2.1.2).

2.1.2 bellezza, consumo e spettacolarizzazione

Per numerosi secoli la categoria del ***bello*** ha funzionato da canone privilegiato delle arti: pittura, poesia e musica venivano giudicate in base alla loro conformità a un ideale estetico universalmente riconosciuto, che conferiva valore e legittimità. Questo paradigma si incrina tra fine Settecento e inizio Ottocento, quando la ricerca teorica e la pratica artistica avviano un'emancipazione progressiva dal vincolo della bellezza formale. L'attenzione si sposta verso categorie alternative – come il tragico, il grottesco, l'assurdo, il mostruoso – privilegiando l'espressione del contenuto sulla perfezione della forma. L'arte scardina così il ***bello*** dal ruolo di criterio esclusivo e rivendica la libertà di sperimentare linguaggi plurali, spesso conflittuali.

Nel Novecento la bellezza, esautorata come principio normativo interno all'arte, si ridefinisce in altri ambiti: dall'espressione spirituale del genio creativo si converte in una patina estetica funzionale alle logiche del mercato. Ne risulta un'"estetica del consumo" che sostituisce l'esperienza estetica autentica: l'opera non viene più contemplata nella sua profondità simbolica e spirituale, ma consumata rapidamente, espulsa dal ciclo duraturo del gusto e ridotta a uno stimolo momentaneo, intercambiabile e standardizzabile.

La Scuola di Francoforte coglie con lucidità questo processo. Inserita nei circuiti dell'industria culturale, l'arte perde la propria autonomia e, priva di una finalità intrinseca, si assoggetta ai dettami del mercato e alla sua logica di produzione seriale. Dalla mercificazione dell'opera d'arte deriva una regressione nel gusto del fruitore, dunque un depotenziamento della sua capacità di giudicare esteticamente. Questo vale tanto per le arti visive quanto per la musica. A questo proposito, infatti, Adorno (1938/1990) riferisce di un certo "regresso nell'ascolto": una fruizione anestetizzata che, lungi dal generare esperienza critica, riduce gli ascoltatori a consumatori passivi, "convinti sulla linea della minima opposizione" (p. 13) e "inchiodati a uno stadio di sviluppo infantile" (p. 32).

La musica, oramai ridotta a feticcio – tanto nella forma leggera quanto nei capolavori della tradizione, come le opere di Beethoven – si trasforma in mero [illegible] "se nessuno più è in grado di parlare realmente, nessuno è nemmeno più in grado di [illegible]". Il brano musicale non si ascolta più per attivare un processo spirituale profondo, in cui il creatore e il fruitore siano dialetticamente coinvolti e le [illegible] messe in dubbio e in movimento, ma si [illegible] "riproduce" quasi si trattasse di una merce: il [illegible] distratto di una canzonetta è, per Adorno, un caso abbastanza emblematico di questo processo di [illegible] degenerazione.

[illegible] Benjamin, altro illustre esponente fran[illegible], mantenne una lettura meno pessimistica, ri[illegible] Adorno, del processo di massificazione dell'o[illegible] d'arte. Egli fu molto abile nel cogliere le premesse storico-antropologiche dello stato ***postmoderno***. In ***Espe***[illegible] (1933/2004), descrive la società del Primo [illegible] ma il discorso può valere anche per quella del Secondo Dopoguerra – come radicalmente impoverita e traumatizzata, divenuta incapace di sostenere un legame vitale con la tradizione.

L'umanità è, infatti, incapace di ***Erfahrung*** – ovvero l'esperienza profonda, sedimentata e comunicabile – e l'ha sostituita con una serie di esperienze frammentarie e fugaci (***Erlebnis***). Come scrive Benjamin: "Non si poteva già allora constatare che la gente se ne tornava muta dai campi di battaglia? Non più ricca, ma più povera di

E poi ci sono altre cose, tipo aver fatto esperienza delle realtà del mercato dell'arte ed essere arrivata a non sentire più che un libro fosse più legittimo solo perché in possesso di un codice a barre, o una canzone più legittima perché su spotify o un film più legittimo perché adorato dalla critica...

(Webster, 2025)

2.1.2 bellezza, consumo e spettacolarizzazione

Per numerosi secoli la categoria del ***bello*** ha funzionato da canone privilegiato delle arti: pittura, poesia e musica venivano giudicate in base alla loro conformità a un ideale estetico universalmente riconosciuto, che conferiva valore e legittimità. Questo paradigma si incrina tra fine Settecento e inizio Ottocento, quando la riflessione teorica e la pratica artistica [illegible] progressiva dal vincolo della bellezza formale. [illegible] zione si sposta verso categorie [illegible] gico, il grottesco, l'assurdo, il mostruoso, privilegiando l'espressione del contenuto sulla perfezione della forma. L'arte scardina così il *bello* dal ruolo [illegible] e rivendica la libertà di sperimentazione [illegible] spesso conflittuali.

Nel Novecento la bellezza, esautorata come principio normativo interno all'arte, si [illegible] ambiti: dall'espressione spiritualeggiante [illegible] converte in una patina estetica funzionale [illegible] del mercato. Ne risulta un'"estetica del [illegible] sostituisce l'esperienza estetica autentica: l'opera non viene più contemplata nella sua profondità simbolica e spirituale, ma consumata rapidamente [illegible] duraturo del gusto e ridotta a [illegible] intercambiabile e standardizzabile.

La Scuola di Francoforte coglie con lucidità questo processo. Inserita nei circuiti dell'industria culturale, l'arte perde la propria autonomia e, priva di una finalità intrinseca, si assoggetta ai dettami del mercato e alla sua logica di produzione seriale. Dalla mercificazione dell'opera d'arte deriva una regressione nel gusto del fruitore, dunque un depotenziamento della sua capacità di giudicare esteticamente. Questo vale tanto per le arti visive quanto per la musica. A questo proposito, infatti, Adorno (1938/1990) riferisce di un certo "regresso nell'ascolto": una fruizione anestetizzata che, lungi dal generare esperienza critica, riduce gli ascoltatori a consumatori passivi, "convinti sulla linea della minima opposizione" (p. 13) e "inchiodati a uno stadio di sviluppo infantile" (p. 32).

La musica, oramai ridotta a feticcio – tanto nella forma leggera quanto nei capolavori della tradizione, come le opere di Beethoven – si trasforma in mero "sfondo sonoro", poiché "se nessuno più è in grado di parlare realmente, nessuno è nemmeno più in grado di ascoltare" (p. 10). Il brano musicale non si ascolta più per attivare un processo spirituale profondo, in cui il creatore e il fruitore siano dialetticamente coinvolti e le loro soggettività messe in dubbio e in movimento, ma si "sente" e si "riproduce" quasi si trattasse di una merce: il fischiettare distratto di una canzonetta è, per Adorno, un caso abbastanza emblematico di questo processo di irreversibile degenerazione.

Walter Benjamin, altro illustre esponente francofortese, mantenne una lettura meno pessimistica, rispetto ad Adorno, del processo di massificazione dell'opera d'arte. Egli fu molto abile nel cogliere le premesse storico-antropologiche dello stato ***postmoderno***. In ***Esperienza e povertà*** (1933/2004), descrive la società del Primo Dopoguerra – ma il discorso può valere anche per quella del Secondo Dopoguerra – come radicalmente impoverita e traumatizzata, divenuta incapace di sostenere un legame vitale con la tradizione.

L'umanità è, infatti, incapace di ***Erfahrung*** – ovvero l'esperienza profonda, sedimentata e comunicabile – e l'ha sostituita con una serie di esperienze frammentarie e fugaci (***Erlebnis***). Come scrive Benjamin: "Non si poteva già allora constatare che la gente se ne tornava muta dai campi di battaglia? Non più ricca, ma più povera di

(Weaver, 2022)

È poi ci sono altre cose,
tipo aver fatto esperienza
delle realtà
del mercato dell'arte
ed essere arrivata
a non sentire più
che un libro fosse
più legittimo solo
perché in possesso
di un codice a barre,
o una canzone
più legittima perché
su spotify o un film
più legittimo perché
adorato dalla critica...

esperienza comunicabile" (Benjamin, 1933/2004).[3]

La *Glasarchitektur* ("Architettura di vetro", Fig. 6) modernista diviene la metafora paradigmatica di questa condizione: una superficie trasparente e spoglia che mette in scena un vuoto radicale, in netto contrasto con l'intimità e la densità simbolica dell'ambiente borghese tradizionale (Benjamin, 1933/2018).

Tra la seconda metà del XX secolo e l'inizio del XXI, l'esperienza estetica si intreccia sempre più con il consumo e i media, accentuando inevitabilmente i propri caratteri di merce e sostituendo in generale l'apparenza all'essenza. Guy Debord ne sintetizza la svolta, con un'analisi lucida.

↑ Fig. 6 Paul Scheerbart, *Architekturvisionen* (1914). Visioni che ispirarono il *Glashaus* di Bruno Taut. Nota. Da Baumeister.

Tutta la vita delle società nelle quali predominano le condizioni moderne di produzione si presenta come un'immensa accumulazione di spettacoli. Tutto ciò che era direttamente vissuto si è allontanato in una rappresentazione. (Debord, 1967/1995, p. 5)

Lo spettacolo non è solo un insieme di immagini, ma una ***relazione sociale mediata dalle immagini***, capace

3. "Nicht reicher, ärmer an mitteilbarer Erfahrung" (Benjamin, 1933). In Dilthey la distinzione originaria tra *Erlebnis* ed *Erfahrung* non coincide con l'uso benjaminiano: *Erlebnis* indica la "vita vissuta" immediata, il fluire interiore dell'esperienza vitale, mentre *Erfahrung* rimanda alla dimensione pratica e oggettiva dell'esperienza. Benjamin, negli anni Trenta, rovescia questa semantica: *Erlebnis* diventa il vissuto puntiforme e frammentario della modernità, ed *Erfahrung* l'esperienza sedimentata, condivisibile, trasmissibile.

di sostituirsi progressivamente alla realtà e di produrre un diffuso senso di "irrealismo" (pp. 6-7). Il bombardamento visivo dei mass media aliena lo spettatore, ridotto a consumatore di illusioni e confinato in un "autismo generalizzato" (p. 134). Jean Baudrillard (1981) radicalizza questa diagnosi: la simulazione non si limita a rappresentare una realtà preesistente, ma, attraverso i modelli, genera "un reale senza origine né realtà, un iperreale" (Baudrillard, 1981, p. 10). A questo stadio, i ***simulacri***[4] cessano di essere copie di qualcosa: diventano entità autonome che sostituiscono la realtà stessa. La fruizione [illegible] verticale, ma ***orizzontale***: non consente un rapporto profondo con l'oggetto, ma favorisce una ricezione superficiale e frammentata.[5]

Oggi, l'estetizzazione diffusa e la proliferazione di immagini [illegible]te, confezionate per il consumo immediato, producono un'anestetizzazione generale. Più nulla si coglie in profondità, e l'arte si riduce a stimolo per un'eccitazione momentanea; per contro, l'esperienza originaria del bello si configurava come ***shock*** trasformato [illegible] prolungarsi nella vita etica e politica. È su questa [illegible]sa che Byung-Chul Han (2015/2019) rovescia la celebre formula dostoevskiana: non è la bellezza che salverà il mondo; è il ***bello*** stesso che oggi necessita di essere salvato, sottraendolo alla sua riduzione a mera [illegible]te.

[illegible] un quadro, la forza normativa del bello non [illegible] muta forma. Come osserva Garelli (2016), la

(Webster, 2025)

Sai cosa odio
della critica – dico a C,
davanti a un caffè –
quando questa si limita
a definire categorie.
Qualcuno una volta
mi disse "le tue poesie
non sono poesie"
e io non ho mai capito
come questa potesse
costituire una critica.
È solo dirmi che hai
in testa una definizione
categorica e che ciò
che faccio non rispetta
la sovrastruttura
che ti porti dietro…

4. Baudrillard (1981) distingue tre ordini di simulacro: nel premoderno l'immagine è copia riconoscibile di un originale; nel moderno la riproduzione seriale ne offusca l'unicità, pur rimandando a un referente; nel postmoderno il simulacro non rinvia più a nulla, ma genera esso stesso la realtà.

5. La fruizione musicale odierna ne offre un esempio emblematico: dall'aedo che custodiva memoria e canto si è passati alla playlist di Spotify, dove l'ascolto si riduce a consumo rapido e intercambiabile, mero sottofondo di momenti qualsiasi.

esperienza comunicabile" (Benjamin, 1933/2004).[3]

La *Glasarchitektur* ("Architettura di vetro", Fig. 6) modernista diviene la metafora paradigmatica di questa condizione: una superficie trasparente e spoglia che mette in scena un vuoto radicale, in netto contrasto con l'intimità e la densità simbolica dell'ambiente borghese tradizionale (Benjamin, 1933/2018).

Tra la seconda metà del XX secolo e l'inizio del XXI, l'esperienza estetica si intreccia sempre più con il consumo e i media, accentuando inevitabilmente i propri caratteri di merce e sostituendo in generale l'apparenza all'essenza. Guy Debord ne sintetizza la svolta, con un'analisi lucida.

↑ Fig. 6 Bruno Scheerbart, *Architekturvisionen* (1914). Vetri che ispirarono il film *shock* di Fritz Lang, Nota Bene, Milano

(Wedekind, 2002)

Sai cosa odio
della critica – dico a C
davanti a un caffè –
quando questa si limita
a definire categorie.
Qualcuno una volta
mi disse "le tue poesie
non sono poesie"
e io non ho mai capito
come questa potesse
costituire una critica.
È solo dirmi che hai
in testa una definizione
categorica e che ciò
che faccio non rispetta
la sovrastruttura
che ti porti dietro...

> Tutta la vita delle società nelle quali prevalgono le condizioni moderne di produzione si presenta come un'immensa accumulazione di spettacoli. Tutto ciò che era direttamente vissuto si è allontanato in una rappresentazione. (Debord, 1967/1995, p. 5)

Lo spettacolo non è solo un insieme di immagini, ma una ***relazione sociale mediata dalle immagini***, capace

3. "Nicht reicher, ärmer an mitteilbarer Erfahrung" (Benjamin, 1933). In Dilthey la distinzione originaria tra *Erlebnis* ed *Erfahrung* non coincide con l'uso benjaminiano: *Erlebnis* indica la "vita vissuta" immediata, il fluire interiore dell'esperienza vitale, mentre *Erfahrung* rimanda alla dimensione pratica e oggettiva dell'esperienza. Benjamin, negli anni Trenta, rovescia questa semantica: *Erlebnis* diventa il vissuto puntiforme e frammentario della modernità, ed *Erfahrung* l'esperienza sedimentata, condivisibile, trasmissibile.

di sostituirsi progressivamente alla realtà e di produrre un diffuso senso di "irrealismo" (pp. 6-7). Il bombardamento visivo dei mass media aliena lo spettatore, ridotto a consumatore di illusioni e confinato in un "autismo generalizzato" (p. 134). Jean Baudrillard (1981) radicalizza questa diagnosi: la simulazione non si limita a rappresentare una realtà preesistente, ma, attraverso i modelli, genera "un reale senza origine né realtà, un iperreale" (Baudrillard, 1981, p. 10). A questo stadio, i ***simulacri***[4] cessano di essere copie di qualcosa: diventano entità autonome che sostituiscono la realtà stessa. La fruizione estetica non è più verticale, ma ***orizzontale***: non consente un rapporto profondo con l'oggetto, ma favorisce una ricezione superficiale e frammentata.[5]

Oggi, l'estetizzazione diffusa e la proliferazione di immagini levigate, confezionate per il consumo immediato, producono un'anestetizzazione generale. Più nulla ci colpisce in profondità, e l'arte si riduce a stimolo per un'eccitazione momentanea; per contro, l'esperienza originaria del bello si configurava come ***shock*** trasformativo, capace di prolungarsi nella vita etica e politica. È su questa premessa che Byung-Chul Han (2015/2019) rovescia la celebre formula dostoevskiana: non è la bellezza che salverà il mondo; è il ***bello*** stesso che oggi necessita di essere salvato, sottraendolo alla sua riduzione a mera superficie estetizzante.

In un quadro, la forza normativa del bello non svanisce: muta forma. Come osserva Garelli (2016), la

4. Baudrillard (1981) distingue tre ordini di simulacro: nel premoderno l'immagine è copia riconoscibile di un originale; nel moderno la riproduzione seriale ne offusca l'unicità, pur rimandando a un referente; nel postmoderno il simulacro non rinvia più a nulla, ma genera esso stesso la realtà.

5. La fruizione musicale odierna ne offre un esempio emblematico: dall'aedo che custodiva memoria e canto si è passati alla playlist di Spotify, dove l'ascolto si riduce a consumo rapido e intercambiabile, mero sottofondo di momenti qualsiasi.

bellezza si configura oggi come una mera illusione levigata che, pur lasciando spazio alla libertà individuale, la incanala verso una conformazione autonoma a norme dominanti. La nostra civiltà, infatti, "sembra servirsi del bello e amministrarne i dispositivi... potenziando in maniera spesso illusoria il nesso fra bellezza e libertà, e così favorendo la produzione di un certo tipo di relazioni sociali, di forme di vita, di soggettività" (Garelli, 2016, p. 174). Simulazioni iper-pulite promettono naturalezza ma offrono solo superficie; i corpi, manipolati digitalmente, tendono verso modelli standardizzati. Viviamo in un universo di immagini perfette ma confinate agli schermi, che orientano desideri e pratiche di consumo: dietro la patina, un cortocircuito tra vero e falso genera estraneità e smarrimento.

Un mondo silenzioso, inaridito, senza creatività, senza espressività. Il mondo del disincanto è un mondo che non canta: nessuno intona gli antichi incantesimi, e la pelle del mondo non vibra – non muta. Il mondo del disincanto squalifica la molteplicità, e ci forza ad un unico orizzonte di possibilità: il razionalismo, e il suo determinismo claustrofobico e angosciante. Non c'è spazio per animali parlanti, foreste pensanti o divinità propiziatorie: la carne, il legno, la religione sono solo oggetto di consumo.
(Federici & K-assandra, 2024)

Un'immagine potente di questo processo è offerta dal cinema. ***La grande bellezza*** (Sorrentino, 2013) mette in scena una Roma iperreale, cartolina splendida e insieme

(Webster, 2025)

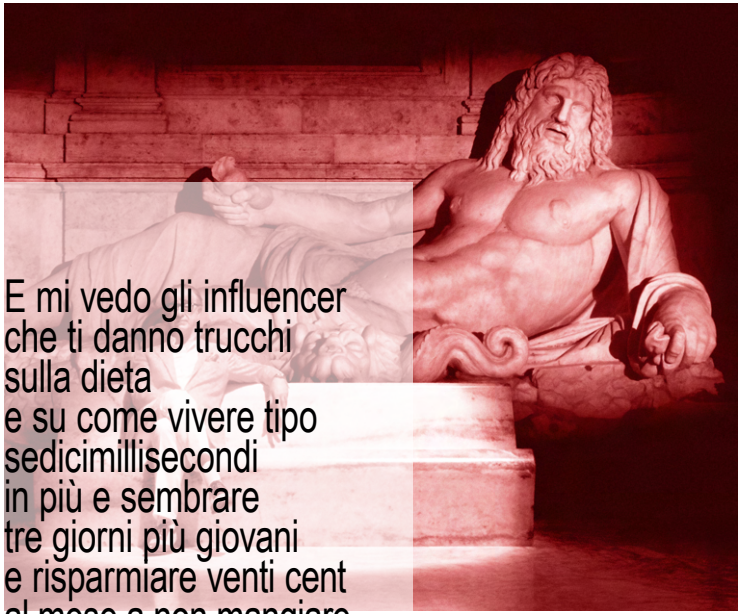


Fig. 7 *La grande bellezza* (Sorrentino, 2013). Locandina ufficiale. Nota. Da Indigo film.

[illegible] la bellezza sopravvive come spettacolo [illegible] superficie estetica. La vita di Jep Gambardella sospesa tra feste esclusive e vuote contemplazioni, è l'emblema di un'estetizzazione che, anziché scuotere, [illegible] consuma come un evento frivolo, [illegible] passeggero e intercambiabile (Fig. 7).

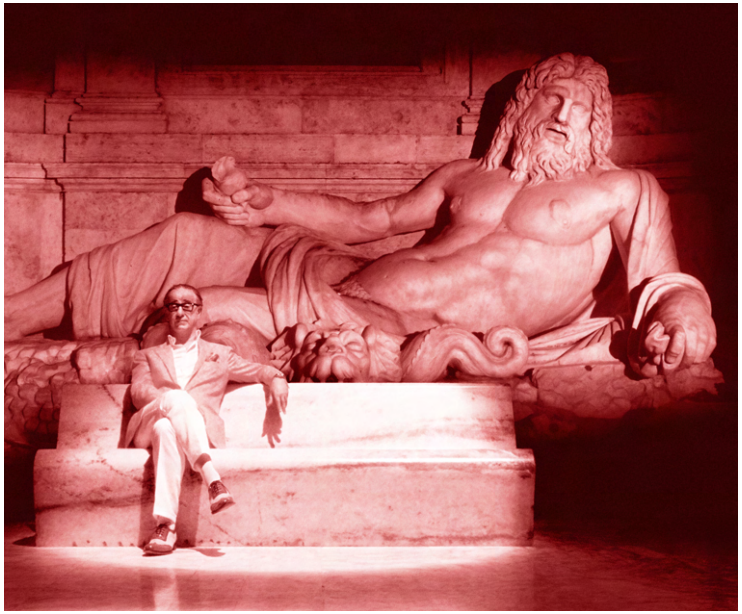
Su questo sfondo si innesta il paradigma neoliberale dell'"impresa di sé": l'individuo, ridotto a risorsa economica (*homo oeconomicus*), gestisce il corpo come capitale e costruisce un sé competitivo tramite ***personal branding*** (Han, 2015/2019). La soggettività obbedisce a un paradosso: differenziarsi per emergere, conformarsi per essere riconosciuti. La cura estetica diventa ***aesthetic labour***, un lavoro costante sul proprio aspetto che, pur disciplinante, si presenta come scelta libera (Elias

bellezza si configura oggi come una mera illusione levigata che, pur lasciando spazio alla libertà individuale, la incanala verso una conformazione autonoma a norme dominanti. La nostra civiltà, infatti, "sembra servirsi del bello e amministrarne i dispositivi… potenziando in maniera spesso illusoria il nesso fra bellezza e libertà, e così favorendo la produzione di un certo tipo di relazioni sociali, di forme di vita, di soggettività" (Garelli, 2016, p. 174). Simulazioni iper-pulite promettono naturalezza, ma offrono solo superficie; i corpi, mappati digitalmente, tendono verso modelli standardizzati, vivendo in un universo di immagini perfette ma [illegible] schermi, che orientano desiderio e [illegible] dietro la patina, un cortocircuito tra vero e falso genera estraneità e smarrimento.

E mi vedo gli influencer
che ti danno trucchi
sulla dieta
e su come vivere tipo
sedicimillisecondi
in più e sembrare
tre giorni più giovani
e risparmiare venti cent
al mese a non mangiare
pane e bere acqua
e mi chiedo davvero
se questa mania
dell'immortalità
non sia peggio di eroina
e gelato e cocazero.
(Wepatel, 2022)

Un mondo silenzioso, inaridito [illegible] creatività, senza espressività [illegible] del disincanto è un mondo che non [illegible] nessuno intona gli antichi [illegible] e la pelle del mondo non vibra [illegible] muta. Il mondo del disincanto squalifica la molteplicità, e ci forza ad un unico orizzonte di possibilità: il razionalismo e il suo determinismo claustrofobico e angosciante. Non c'è spazio per animali parlanti, foreste pensanti o divinità propiziatorie: la carne, il legno, la religione sono solo oggetto di consumo.
(Federici & K-assandra, 2024)

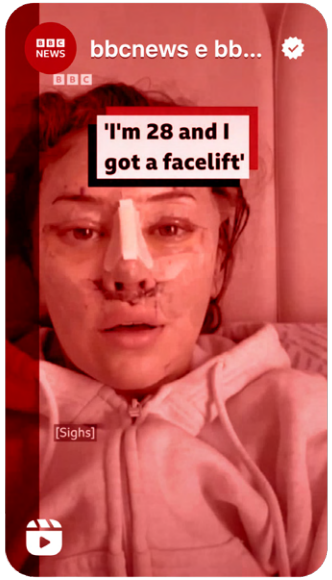
Un'immagine potente di questo processo è offerta dal cinema. *La grande bellezza* (Sorrentino, 2013) mette in scena una Roma iperreale, cartolina splendida e insieme



↑ Fig. 7 *La grande bellezza* (Sorrentino, 2013). Locandina ufficiale. Nota. Da Indigo film.

decadente, dove la bellezza sopravvive come spettacolo mondano e superficie estetica. La vita di Jep Gambardella, sospesa tra feste esclusive e vuote contemplazioni, è l'emblema di un'estetizzazione che, anziché scuotere, anestetizza: l'arte si consuma come un evento frivolo, come un simulacro passeggero e intercambiabile (Fig. 7).

Su questo sfondo si innesta il paradigma neoliberale dell'"impresa di sé": l'individuo, ridotto a risorsa economica (*homo oeconomicus*), gestisce il corpo come capitale e costruisce un sé competitivo tramite *personal branding* (Han, 2015/2019). La soggettività obbedisce a un paradosso: differenziarsi per emergere, conformarsi per essere riconosciuti. La cura estetica diventa *aesthetic labour*, un lavoro costante sul proprio aspetto che, pur disciplinante, si presenta come scelta libera (Elias



↑ Fig. 8 bbcnews (BBC News), post su Instagram (ottobre 2023). Servizio sulla chirurgia estetica tra giovani.

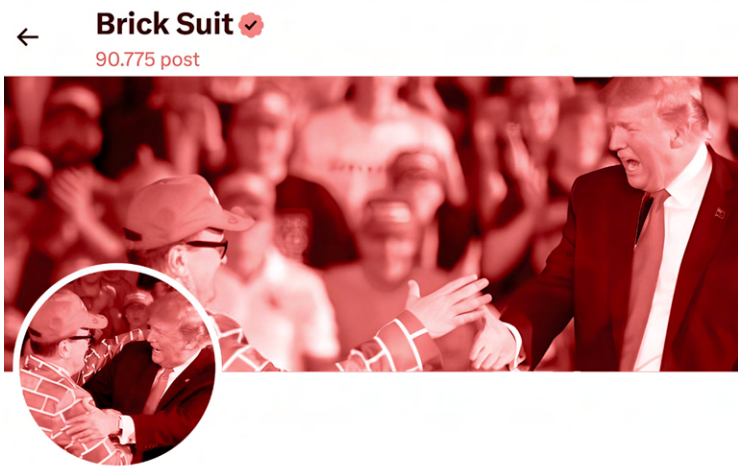
et al., 2017). Le piattaforme digitali amplificano il fenomeno: non sono altro che teatri neoliberali dove il "gusto spontaneo" è in realtà spesso un canone algoritmico e la cultura degli *influencer* normalizza l'imperativo di curare se stessi come marchi. Qui, le pratiche critiche come la *body positivity* o la *slow beauty* tendono a essere riassorbite: l'inclusività diventa un *format* pubblicitario, la diversità una variazione nello stesso catalogo, la resistenza un semplice *storytelling* di marca.

L'insicurezza e la rapida rotazione dei giusti indotte dai brand hanno effetti tangibili sul mercato: l'*aesthetic economy* è sempre più in crescita. È preoccupante, in questo senso, il coinvolgimento delle coorti più giovani – con una crescita della domanda anche della clientela maschile – nella cosmetica e nella chirugia estetica (International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2025; Fig. 8). Sul piano soggettivo, la pressione estetica si associa a bassa autostima, insoddisfazione corporea, dismorfia e nei casi più gravi, a disturbi del comportamento alimentare; non di rado cresce il ricorso a interventi "correttivi", laddove sarebbe indicato piuttosto un supporto psicologico (Holland & Tiggemann, 2016; Gupta, Jassi & Krebs, 2023, Parlamento europeo, 2023).

In un mondo in cui l'esistente appare insostenibile ma mancano alternative credibili, persino la politica si estetizza, fino a ridursi a *cosplay*: maschere, citazioni iconiche e performance identitarie funzionano ormai più come strumenti simbolici che come veicoli di contenuto

(Salvia, 2025). Si pensi a Xi Jinping nei panni di Mao Zedong, a Liz Truss che ricalca l'iconografia di Margaret Thatcher o alle campagne social dei partiti basate su immagini generate dall'IA: un gioco di segni orientato alla visibilità e al consenso, in cui non conta offrire soluzioni ma apparire "cool" o "trendy" sui social.

Il fenomeno si diffonde anche "dal basso": emblematico un elettore di Donald Trump che si presenta ai comizi travestito da muro, incarnazione dello slogan *build the wall* (Fig. 9). Allo stesso modo, figure come Luigi Mangione, divenute virali più per la forza estetica che per il contenuto politico, mostrano lo slittamento dell'impegno verso il *fandom*: indossare maschere non è più azione collettiva, ma autorappresentazione (Salvia, 2025)[6].



↑ Fig. 9 brick_suit (Brick Suit), immagine del profilo utente su X.

6. La transizione dalla maschera di *V for Vendetta*, simbolo di un conflitto ideologico, a quella di Dalì, resa iconica dalla serie *La Casa di Carta*, riflette lo slittamento della contestazione da una dimensione profondamente politica e rivendicativa a una spettacolarizzazione mediatica.

La svolta estetica diventa così la cifra inquietante del presente: una politica sospesa in un limbo, consapevole della propria impotenza ma capace di idolatrare figure prive di reale incidenza. La politica "morta" sopravvive solo nella sua versione spettacolare: un *fandom* che trasforma i leader in *icone*, i cittadini in *fanbase* e la democrazia in un gioco di *cosplay*. Dietro le maschere si cela quello stesso vuoto radicale che Benjamin aveva svelato: la paralisi storica di un'epoca incapace di chiamare per nome il proprio futuro.

"Ogni epoca", ha scritto il poeta tedesco Heinrich Heine, "è una sfinge che si precipita nell'abisso non appena il suo enigma è stato risolto".
Oggi il mondo in cui viviamo attraversa una fase di convulsioni, il vecchio è morto, il nuovo non arriva.
C'è qualcosa nell'aria, tutti lo avvertono, si sa che sta arrivando...
Ma nessuno ha idea di cosa sia e da quale direzione arriverà. Governi, movimenti politici, complottisti, persone qualunque in tutto il mondo navigano a vista, consapevoli della loro impotenza, e indossano maschere come metafore per esprimere ciò che non riescono a pronunciare. Se capiamo cosa c'è sotto queste maschere, risolviamo l'enigma della nostra epoca.
(Salvia, 2025, p. 17)

2.2 LA SOVVERSIONE DELLE REGOLE ESTETICHE

Bloccati, incerti e mascherati nel bel mezzo di quella che potrebbe apparire come la "fine della storia" (Fukuyama, 1992), la sfida più urgente oggi, sul piano estetico, è scavare oltre la superficie delle forme per restituire profondità al contenuto; in altre parole, sottrarsi alla neutralizzazione spettacolare che riduce tutto a immagine.

Nei paragrafi successivi si tenterà di delineare un possibile punto di partenza per "reincantare" il mondo: introdurre scarto, imperfezione e ambivalenza come risorse cognitive; liberare la forma dal suo uso disciplinare – quello che, attraverso superfici lisce e patinate, neutralizza ogni attrito sotto il segno di un ideale di bellezza asfissiante – e restituire centralità all'esperienza vissuta.

Dopo aver considerato il "brutto" come negazione del bello canonico e averne ripercorso la rivalutazione storica, ci interrogheremo sui limiti di questa categoria, che rischia di restare sterile e acritica. Infine introdurremo la nozione di "dissonante" in Adorno, nata in ambito musicale ma ricca di risonanze teoriche, come chiave per un'estetica socialmente e politicamente impegnata (Farina, 2016).

2.2.1 l'insufficienza del brutto

Il concetto di "brutto" non è mai stato stabile né universale, ma ha conosciuto nel tempo e nello spazio una variabilità pari a quella del "bello". Le sue definizioni dipendono sia dai diversi criteri estetici delle civiltà, sia dalla prospettiva antropocentrica con cui ogni cultura stabilisce la propria norma. A causa della scarsità di trattazioni teoriche dedicate, le sue forme e i suoi significati si ricostruiscono spesso più dalle rappresentazioni artistiche che da testi sistematici. Una cosa certa è che, fin dall'antichità, la categoria del brutto è stata definita in relazione al bello, concepita per secoli come la sua mera negazione. Priva di una dignità estetica autonoma, essa ha svolto la funzione di limite negativo per delimitare ciò che era armonico e conforme ai canoni riconosciuti (Eco, 2007, pp. 8-20).

L'idea del brutto come "mancanza" o "imperfezione" affonda le radici nella ***kalokagathía*** greca, in cui bellezza e bontà coincidevano e la deformità era interpretata come difetto ontologico (***amorphia***)[7] e morale. Si pensi a Tersite, l'anti-eroe omerico per eccellenza, descritto come "il più brutto ceffo" giunto a Troia: "guercio e zoppo, e di contratta gran gobba al petto; aguzzo il capo, e sparso di raro pelo" (*Iliade*, II, vv. 282 ss.; Fig. 10). La concezione del brutto come carenza di forma rimase dominante nella tradizione occidentale. Ad esempio, Tommaso d'Aquino, nella ***Summa Theologiae*** (I, q. 39, a. 8), definiva il bello in base a ***integritas sive perfectio*** (integrità o perfezione), ***debita proportio sive consonantia*** (debita proporzione o consonanza), ***claritas*** (chiarezza, splendore); di conseguenza, ciò che risultava sproporzionato, incompleto o anomalo per eccesso – gli "scherzi di natura", gli ibridi animali, e così via – era giudicato brutto, perché deviante rispetto al modello ideale.

↑ Fig. 10 Henry Courtney Selous, *Thersites alloquitur Achillem* (ca. 1886). Nota. Da *Cassell's Illustrated Shakespeare*, vol. III: *Tragedies* (p. 190).

Nonostante alcuni usi funzionali della bruttezza – come l'impiego esorcistico dell'immagine grottesca e oscena del dio minore Priapo, capace di trasformare in riso collettivo la paura e l'imbarazzo legati agli istinti primari –[8] questa categoria restò a lungo un concetto subordinato, esclusa dal campo estetico per via di un canone normativo che regolava la visibilità delle immagini e consolidava gerarchie culturali e morali (§ 2.1.1).

7. La concezione del Brutto come negazione ontologica o privazione della forma (assenza di *morphē*) trova il suo fondamento etimologico nel termine greco *αμορφία* (*amorphía*). Radicata nel canone della *kalokagathia*, tale visione esclude ciò che viola la proporzione e l'ordine.

8. Priapo era simbolo dell'istinto sessuale, della forza generativa e della fertilità della natura. Descritto come *amorphos* (deforme) e l'*aischron* (laido) a causa della sua sproporzione anatomica – un fallo enorme – incarnava la caricatura del desiderio (Eco, 2007, p. 132).

Solo alla fine del Settecento, quando una nuova sensibilità costrinse l'estetica ad articolarsi in categorie plurali (il sublime, il tragico, il grottesco, ecc.), il brutto cominciò a emanciparsi dal ruolo puramente oppositivo: da confine dell'armonia diventò progressivamente una categoria autonoma (Franzini & Mazzocut-Mis, 2000, p. 271). La riflessione estetica europea ne inaugurò una vera tematizzazione. Autori come Du Bos, Diderot, Burke e Lessing analizzarono il potere espressivo del brutto, riconoscendo che ciò che provoca dispiacere può generare un'emozione estetica intensa. Questo permise, tra l'altro, di rivelare la sua duplicità nell'arte, distinguendo tra il brutto della cosa (l'oggetto in sé) e il brutto della sua esecuzione (la resa), i cui due aspetti non dovevano necessariamente coincidere. Il dibattito si spostò così dal giudizio ***universale*** fondato su criteri oggettivi alla dimensione ***soggettiva*** e ***contestuale*** del gusto: la bellezza non esiste al di fuori di chi la esperisce, e il brutto entra per la prima volta nello spazio estetico come valore relativo e culturalmente situato.

Il Romanticismo segnò un passaggio cruciale. Victor Hugo, nella ***Prefazione a Cromwell*** (1827), elevò il grottesco a categoria estetica autonoma, ponendolo in pari dignità con il sublime. Il ***grottesco***, sintesi di tutti i contrasti del reale (mostruoso, deforme, ridicolo), era ritenuto lo strumento prediletto per rappresentare una poetica della totalità. La sua dinamicità si opponeva radicalmente alla statica purezza classica e trovava giustificazione storica nell'avvento del Cristianesimo, che aveva svelato la duplicità essenziale dell'uomo (il suo essere insieme intelligenza e animale). Hugo identificò nel dramma shakespeariano, irregolare e ricco di contrasti di genere e di registro, il simbolo della modernità (Mazzocut-Mis, 2000, pp. 281-283).

Parallelamente, Georg Wilhelm Friedrich Hegel riconobbe al brutto una funzione dialettica nella storia dell'arte, considerandolo un momento necessario, sia pur parziale, del fare artistico. Nelle rappresentazioni del dolore e della deformità – specialmente nell'ambito dell'arte cristiana – l'elemento negativo non è visto come un mero difetto, ma un veicolo di contenuti spirituali superiori. Hegel (1835/1978) interpretò il corpo martoriato del Cristo come una trasvalutazione del materiale orrido: pur essendo brutto rispetto all'ideale greco, esso diviene sublime poiché veicola l'Idea della redenzione. In tale quadro, l'elemento negativo era tollerato purché rimanesse circoscritto e finalizzato a un esito conciliativo, ovvero che si risolvesse e si trasformasse in un ordine o una verità superiore.[9]

La riflessione sul brutto trovò la sua prima sistemazione teorica autonoma con l'***Estetica del Brutto*** (1853) del filosofo hegeliano Karl Rosenkranz. Egli riconobbe nella bruttezza non una semplice negazione del bello, ma un principio espressivo dotato di coerenza e funzione dialettica. Il brutto diventa un momento necessario della bellezza quando è organizzato nell'arte: l'arte elabora il disordine, lo redime e ne svela la forza conoscitiva. Rosenkranz identificò nella ***caricatura*** la forma artistica in cui il brutto raggiunge la massima espressione: attraverso un rovesciamento comico che genera il riso, lo ***humour*** conferisce un ordine alla totale disarmonia (Mazzocut-Mis, 2021, p. 353). L'analisi si estese anche alle categorie di deforme, informe, volgare e ripugnante, dimostrando che la loro elaborazione artistica allarga i confini dell'estetica senza distruggerla. Il brutto assume così un ruolo attivo come correlato dinamico del bello.

9. Cristo, unico nel suo sacrificio, poteva apparire sfigurato nella passione; i martiri, in quanto modelli edificanti, erano trasfigurati in serena bellezza. L'imbruttimento era riservato agli eremiti e ai penitenti, segnati da digiuni e privazioni, mentre la bruttezza veniva proiettata sui persecutori come incarnazione del male (Eco, 2007, p. 49). Anche i bestiari medievali e il *Physiologus* allegorizzavano il mostruoso, incanalandone l'orrore entro funzioni morali.

Tuttavia, Rosenkranz ne rifiuta la piena autonomia: esso deve sempre riflettersi nel bello, che rimane l'Assoluto e stabilisce la condizione della sua legittimità; se accolto come principio assoluto, come nel grottesco romantico di Hugo, rischia invece di frammentare l'opera e di dissolverne l'unità (Mazzocut-Mis, 2000, pp. 284-285).

Il "trionfo del brutto" fu pienamente realizzato dalle Avanguardie storiche del Novecento, quali Dadaismo, Surrealismo ed Espressionismo (Eco, 2007, p. 365). Questi movimenti rifiutarono radicalmente l'armonia dell'arte tradizionale, i codici formali e gli schemi percettivi consolidati, con l'intento di liberare il brutto dalla sua funzione meramente conciliativa. Le opere erano concepite come pure provocazioni per scuotere il pubblico borghese, spingendo l'indagine artistica nei recessi dell'inconscio e della materia più selvaggia. Lo scopo delle Avanguardie era, infatti, quello di denunciare l'alienazione e la disumanizzazione proprie della società contemporanea; per questo, si servirono del brutto, inteso come non convenzionale o sgradevole, come uno strumento espressivo e critico, e ne amplificarono la carica sovversiva tramite la deformazione stilistica.

La progressiva istituzionalizzazione di tale esperienza estetica ebbe, tuttavia, un risvolto negativo: portò a una neutralizzazione spettacolare, per cui ciò che in origine scandalizzava fu rapidamente assimilato come stile e merce estetica. Il risultato di questo processo consiste nel fatto che nella cultura contemporanea il brutto si è moltiplicato in forme estetiche riconoscibili e ampiamente diffuse, ma in questo modo ha perso gran parte della sua carica eversiva e si è trasformato in un linguaggio codificato e facilmente consumabile. In altri termini, una volta legittimato come oggetto estetico, il brutto si è frammentato in una costellazione di modalità espressive, spesso sovrapposte e intercambiabili.

Mischiato al tema della riproducibilità dell'opera d'arte e delle avanguardie, il brutto ha via via perduto la capacità di catalizzatore di istanze univoche. Dopo essere entrato nell'ambito dell'Estetica, ed essersi imposto in tutte le forme di rappresentazione, si è trasformato e moltiplicato, perdendo la sua specificità di padre generatore, confondendosi spesso con i suoi figli: [illegible] co, il caricaturale, [illegible] toso, il kitsch, ecc. [illegible] 2021, p. 354)

(Webster, 2025)

Ascolto l'ultimo album
dei Do Nascimiento
e mi immagino brilla
con B e con C
a qualche opening:
tremate tremate
le ragazze son tornate,
gridiamo dal cavalcavia
in Bovisa
in piena estate.

Tra le categorie "figlie" del brutto, se ne possono individuare tre principali.

a) Kitsch

Rappresenta l'arte dell'effetto immediato, legata alla cultura di massa e al *midcult*. Esso imita l'arte per suscitare emozioni rapide e superficiali, senza offrire una vera profondità, soddisfacendo un bisogno estetico semplificato e facilmente commerciabile (Eco, 2007, p. 394; Fig. 11).

↑ Fig. 11 Jeff Koons, *Michael Jackson and Bubbles* (1988), Nota. Da The Broad, Los Angeles.

b) Il camp

È una sensibilità più sofisticata, che valorizza l'artificio, l'eccesso e l'innaturale con ironia. Tipico di un'élite intellettuale discendente dal dandismo, il camp trasforma il cattivo gusto in esperienza estetica: "è bello perché è orribile..." (Sontag, 1964/1998, p. 393; Fig. 12).

Tuttavia, Rosenkranz ne rifiuta la piena autonomia: esso deve sempre riflettersi nel bello, che rimane l'Assoluto e stabilisce la condizione della sua legittimità; se accolto come principio assoluto, come nel grottesco romantico di Hugo, rischia invece di frammentare l'opera e di dissolverne l'unità (Mazzocut-Mis, 2000, pp. 284-285).

Il "trionfo del brutto" fu pienamente realizzato dalle Avanguardie storiche del Novecento, quali Dadaismo, Surrealismo ed Espressionismo (Eco, 2007, p. 365). Questi movimenti rifiutarono radicalmente l'armonia dell'arte tradizionale, i codici formali e gli schemi percettivi consolidati, con l'intento di liberare il brutto dalla sua funzione meramente comunicativa. Le opere erano concepite come pure provocazioni per [illegible] pubblico borghese, spingendo l'[illegible] si dell'inconscio e della materia più s[illegible] delle Avanguardie era, infatti, quello di denunciare l'alienazione e la disumanizzazione proprie della società contemporanea; per questo, si servirono [illegible] come non convenzionale, [illegible] mento espressivo e critico [illegible] sovversiva tramite la deformazione stilistica.

La progressiva istituzionalizzazione di tale esperienza estetica ebbe, tuttavia, un risvolto [illegible] a una neutralizzazione spettacolare, per cui ciò che in origine scandalizzava fu rapidamente assimilato come stile e merce estetica. Il risultato di questo processo consiste nel fatto che nella cultura contemporanea il brutto si è moltiplicato in forme estetiche riconoscibili e ampiamente diffuse, ma in questo modo ha perso gran parte della sua carica eversiva e si è trasformato in un linguaggio codificato e facilmente consumabile. In altri termini, una volta legittimato come oggetto estetico, il brutto si è frammentato in una costellazione di modalità espressive, spesso sovrapposte e intercambiabili.

Ascolto l'ultimo album
dei Do Nascimento
e mi immagino brillo
con B e con C
a qualche opening:
tremate tremate
le ragazze son tornate,
pridiamo dal cavalcavia
in Bovisa
in piena estate.
(Wepster, 2022)

Mischiato al tema della riproducibilità dell'opera d'arte e delle avanguardie, il brutto ha via via perduto la capacità di catalizzatore di istanze univoche. Dopo essere entrato nell'ambito dell'Estetica, ed essersi imposto in tutte le forme di rappresentazione, si è trasformato e moltiplicato, perdendo la sua specificità di padre generatore, confondendosi spesso con i suoi figli: il grottesco, il comico, il caricaturale, l'orrore, il disgustoso, il kitsch, ecc. (Mazzocut-Mis, 2021, p. 354)

Tra le categorie "figlie" del brutto, se ne possono individuare tre principali.

a) Il kitsch

Rappresenta l'arte dell'effetto immediato, legata alla cultura di massa e al *midcult*. Esso imita l'arte per suscitare emozioni rapide e superficiali, senza offrire una vera profondità, soddisfacendo un bisogno estetico semplificato e facilmente commerciabile (Eco, 2007, p. 394; Fig. 11).

↑ Fig. 11 Jeff Koons, *Michael Jackson and Bubbles* (1988), Nota. Da The Broad, Los Angeles.

b) Il camp

È una sensibilità più sofisticata, che valorizza l'artificio, l'eccesso e l'innaturale con ironia. Tipico di un'élite intellettuale discendente dal dandismo, il camp trasforma il cattivo gusto in esperienza estetica: "è bello perché è orribile..." (Sontag, 1964/1998, p. 393; Fig. 12).

c) Il trash

Celebra lo scarto quotidiano, banale e commerciale, recuperando ciò che normalmente viene considerato spazzatura. In modo simile alla Pop Art, l'ostentazione del banale e del disgusto diventa intrattenimento e adesione gregaria.

Oggi convivono modelli estetici opposti, ma "né giovani né anziani sembrano vivere queste contraddizioni in modo drammatico": la bellezza classica continua a esercitare fascino, mentre il brutto è ormai parte integrante dell'immaginario visivo quotidiano (Eco, 2007, p. 430). Fenomeni un tempo considerati marginali o devianti, come piercing e tatuaggi, sono oggi pratiche diffuse; allo stesso modo, il trash televisivo e la cultura cyborg non suscitano più scandalo ma adesione collettiva. Anche la musica heavy metal reimpiega intervalli "diabolici" come espediente stilistico, perdendo la sua funzione perturbante (Eco, 2007, pp. 421-431).

Questa normalizzazione estetica riflette la dissoluzione della storica opposizione tra bello e brutto: entrambi vengono consumati come opzioni equivalenti in un mercato estetico pluralistico e spettacolarizzato.

↑ Fig. 12 *The Rocky Horror Picture Show* (Sharman, 1975). Nota. Da 20th Century Fox.

La semplice ostentazione della deformità o del disgusto non produce più conoscenza critica, ma puro intrattenimento. Proprio questo limite rende necessaria l'introduzione della categoria di ***dissonanza, che non mira a redimere la negatività, ma a mantenerla attiva e formalmente organizzata come principio critico*** (§ 2.2.2).

La gente
su rateyourmusic
non capisce niente:
anche le cose stupide
e le melodie semplici
hanno in sé
una bellezza
trascendentale,
non deve essere tutta
sofferenza e dolore
adolescenziale.
Non è solo nel dolore
che c'è catarsi,
è ovunque ci sia fuoco.
È anche bello gridare
di gioia.

(Webster, 2025)

2.2.2 il dissonante oltre la forma

Come si è visto, la categoria estetica del brutto [illegible] insufficiente a stimolare una riflessione [illegible]. Per questo motivo, acquista centralità un concetto nuovo: la dissonanza[10]. Il termine nasce in ambito musicale, dove designa la combinazione di suoni che genera tensione e urto percettivo senza risolversi in un accordo armonico. Nel Novecento, soprattutto grazie [illegible] Francoforte, la dissonanza si trasforma in [illegible] filosofica di rilievo. In particolare, Theodor W. Adorno attribuisce a tale nozione tecnico-musicale una valenza estetica e storico-sociale: diviene così [illegible] di una realtà segnata da alienazione, frammentazione e conflitto.

Per comprendere la portata critica della nozione di dissonanza in Adorno è necessario chiarire il contesto storico e filosofico in cui essa si colloca. Adorno fu uno dei principali esponenti della cosiddetta Scuola di Francoforte, sviluppatasi a partire dall'*Istituto per la ricerca*

10. Il termine "dissonanza" deriva dal latino *dissonare* (prefisso *dis-* indicante mancanza di coesione o armonia + *sonare* "produrre suono"), letteralmente "emettere suoni discordanti" e, per estensione, "non conformarsi, differire" (Pianigiani, 1907, p. 430). Di particolare interesse è la vicinanza semantica con *dissenso*, con cui condivide il sinonimo di *disaccordo* nei dizionari (cfr. Quartu, 1988, p. 117: *dissenso sm* || S contestazione, contrasto, disaccordo, disapprovazione, discordia; *dissonanza sf* • AF|| S disarmonia, discordanza, stonatura || contrasto, disaccordo).

c) Il trash

Celebra lo scarto quotidiano, banale e commerciale, recuperando ciò che normalmente viene considerato spazzatura. In modo simile alla Pop Art, l'ostentazione del banale e del disgusto diventa intrattenimento e adesione gregaria.

Oggi convivono modelli estetici opposti, ma "né giovani né anziani sembrano vivere queste contraddizioni in modo drammatico": la bellezza classica continua a esercitare fascino, mentre il brutto è ormai [illegible] grante dell'immaginario visivo [illegible] p. 430). Fenomeni un tempo considerati marginali o devianti, come piercing e tatuaggi, sono oggi pratiche diffuse; allo stesso modo, [illegible] la cultura cyborg non suscitano più s[illegible] tiva. Anche la musica heavy metal reim[illegible] "diabolici" come espediente stilistico, perdendo la sua funzione perturbante (Eco, 2007, pp. 424-431).

Questa normalizzazione est[illegible] soluzione della storica op[illegible] entrambi vengono consumati [illegible] in un mercato estetico pluralistico e spettacolarizzato.

La gente su rateyourmusic non capisce niente: anche le cose stupide e le melodie semplici hanno in sé una bellezza trascendentale. non deve essere tutta sofferenza e dolore adolescenziale. Non è solo nel dolore che c'è catarsi, è ovunque ci sia fuoco. E anche bello gridare di gioia.

(Wepster, 2020)

↑ Fig. 12 *The Rocky Horror Picture Show* (Sharman, 1975). Nota. Da 20th Century Fox.

La semplice ostentazione della deformità o del disgusto non produce più conoscenza critica, ma puro intrattenimento. Proprio questo limite rende necessaria l'introduzione della categoria di ***dissonanza, che non mira a redimere la negatività, ma a mantenerla attiva e formalmente organizzata come principio critico*** (§ 2.2.2).

2.2.2 il dissonante oltre la forma

Come si è visto, la categoria estetica del brutto si rivela spesso insufficiente a stimolare una riflessione critica autentica. Per questo motivo, acquista centralità un concetto nuovo: la dissonanza[10]. Il termine nasce in ambito musicale, dove designa la combinazione di suoni che genera tensione e urto percettivo senza risolversi in un accordo armonico. Nel Novecento, soprattutto grazie alla Scuola di Francoforte, la dissonanza si trasforma in una categoria filosofica di rilievo. In particolare, Theodor W. Adorno attribuisce a tale nozione tecnico-musicale una valenza estetica e storico-sociale: diviene così espressione di una realtà segnata da alienazione, frammentazione e conflitto.

Per comprendere la portata critica della nozione di dissonanza in Adorno è necessario chiarire il contesto storico e filosofico in cui essa si colloca. Adorno fu uno dei principali esponenti della cosiddetta Scuola di Francoforte, sviluppatasi a partire dall'*Istituto per la ricerca*

10. Il termine "dissonanza" deriva dal latino *dissonare* (prefisso *dis-* indicante mancanza di coesione o armonia + *sonare* "produrre suono"), letteralmente "emettere suoni discordanti" e, per estensione, "non conformarsi, differire" (Pianigiani, 1907, p. 430). Di particolare interesse è la vicinanza semantica con *dissenso*, con cui condivide il sinonimo di *disaccordo* nei dizionari (cfr. Quartu, 1988, p. 117: *dissenso sm* || S contestazione, contrasto, disaccordo, disapprovazione, discordia; *dissonanza sf* • AF|| S disarmonia, discordanza, stonatura || contrasto, disaccordo).

sociale, fondato nel 1923 presso l'Università di Francoforte. Sotto la direzione prima di Max Horkheimer e poi dello stesso Adorno, l'Istituto si configurò come un laboratorio di pensiero interdisciplinare, volto a integrare filosofia, sociologia, psicoanalisi ed economia. L'obiettivo era elaborare una forma rinnovata di critica marxista, capace di prendere le distanze sia dal riformismo socialdemocratico sia dall'ortodossia sovietica (Farina, 2016, pp. 22-26).

I riferimenti teorici di questa prima generazione di francofortesi erano molteplici: Kant e Hegel, ma anche Marx, Nietzsche e Freud, che fornivano strumenti differenti per comprendere le dinamiche della società contemporanea (Farina, 2016, p. 24). Tale progetto intellettuale si sviluppò in un periodo segnato dalla crisi della Repubblica di Weimar, dal crollo economico del 1929 e dall'ascesa del nazionalsocialismo, che costrinse gran parte dei membri dell'Istituto, tra cui lo stesso Adorno, all'esilio prima a New York e poi in California. In quegli anni presero forma opere decisive come la *Dialettica dell'illuminismo* (1947), scritta con Horkheimer, che metteva in luce la trasformazione della ragione in strumento di dominio (Farina, 2016, pp. 56-68).

In questo contesto di crisi e di critica radicale della società, Adorno sviluppa anche una riflessione estetica che si sposta dal piano morfologico a quello politico. Egli prosegue la linea Kant–Hegel, ma la radicalizza. Kant aveva introdotto il concetto di universalità soggettiva del bello, un giudizio personale che, tuttavia, avanza la pretesa di valere per tutti (§ 2.1.1). Hegel aveva compiuto un passo ulteriore, rendendo l'estetica una filosofia dell'arte: suo oggetto di studio non era più il "bello naturale" kantiano, ma il "bello artistico". L'opera, dunque, non è vista più come un mero oggetto di gusto, ma come espressione storica delle contraddizioni culturali della sua epoca. Adorno aderisce a questa prospettiva, ma la porta oltre, insistendo sull'assoluta autonomia dell'opera: essa è "riuscita" quando riesce a conservare la propria indipendenza formale, persino al di là delle intenzioni dell'autore (Farina, 2016, p. 105). In questa autonomia risiede già un significato politico: "l'arte è libertà in mezzo all'illibertà" (Adorno, 1969-1974/2012, p. 229).

Tale libertà non implica un isolamento elitario: l'opera non è un rifugio, ma proprio la sua inutilità pratica, la sua distanza dal mondo amministrato, la rende socialmente utile. Difende la possibilità di pensare altrimenti e di immaginare alternative. Il paradosso adorniano è chiaro: ***l'arte che rifiuta di servire scopi immediati è quella che meglio serve la società, perché custodisce la sua capacità critica.***

Di qui la diffidenza nei confronti dell'arte impegnata, come quella teorizzata e praticata da Brecht o Sartre, che Adorno giudicava subordinata a fini esterni. L'arte che si propone apertamente come denuncia sociale rischia, infatti, di porsi in una logica semplificata di "buoni contro cattivi", come se autore e pubblico potessero situarsi fuori dal mondo che criticano. Secondo Adorno questa è una menzogna: né l'autore né il fruitore possono considerarsi moralmente al di sopra delle dinamiche sociali che li attraversano (Farina, 2016, p. 106). Inoltre, riducendo l'opera a veicolo di un'idea o di una teoria, l'arte impegnata scivola nel didascalico e diventa facilmente un "prodotto" destinato a un pubblico già orientato, finendo per rientrare nei meccanismi dell'industria culturale e trasformandosi in merce culturale (Farina, 2016, p. 106). L'arte autenticamente critica, al contrario, deve esprimere la propria libertà formale e mostrare attraverso di essa il carattere contraddittorio e alienante della società.

Per questo Adorno elogia autori come Beckett e Kafka: il primo mette in scena l'assenza di senso e la disperazione come unica verità possibile, il secondo co-

struisce parabole enigmatiche che rendono percepibile l'alienazione senza mai ridurla a semplice allegoria. In entrambi i casi, la radicale autonomia formale consente alle loro opere di esprimere la negatività del mondo moderno senza neutralizzarla (Farina, 2016, pp. 107-108).

È in tale quadro storico e teorico che la dissonanza assume, per Adorno, un valore critico decisivo, destinato a ridefinire il rapporto tra estetica e società. Nella ***Filosofia della musica moderna*** (1949/1959) egli individua nella crisi del linguaggio tonale tradizionale il momento che rende necessaria l'emancipazione della dissonanza. Perfino elementi un tempo energici, come la settima diminuita in Beethoven, hanno perso forza. La consonanza, fondata sulla risoluzione armonica delle tensioni, diventa ingannevole perché promette una conciliazione impossibile nel mondo capitalistico avanzato. La verità di un accordo, infatti, non è assoluta ma varia a seconda dello "stadio generale della tecnica" (Adorno, 1949/1959, p. 42). L'armonia tonale appare quindi come un sistema identitario che dissolve le differenze nella sintesi conciliativa.

> La musica moderna [...] prende una posizione precisa in quanto rinuncia all'inganno dell'armonia, divenuto insostenibile a petto di una realtà che sta portando alla catastrofe. (Adorno, 1949/1959, p. 132)

La dissonanza, al contrario, rifiuta soluzioni pacificanti e mantiene viva la tensione: più precisamente, essa incarna i "caratteri della protesta oggettiva", la cui negatività "tien fede all'utopia e racchiude in sé la consonanza sottaciuta" (Adorno, 1949/1959, p. 89). Si tratta di una negatività organizzata, non caotica, che raccoglie e mantiene in una polifonia le particolarità dei singoli elementi. Per questo motivo, secondo Adorno, "il dissonante è ancora più razionale della consonanza" (p. 64). Nato come esperienza soggettiva di dolore e contraddizione, si stabilizza nella forma fino a diventare principio tecnico dell'opera critica.

Un rischio, tuttavia, si annida nella dodecafonia: la ripetizione seriale può neutralizzare la qualità critica della dissonanza, ridurla a quantità e ingabbiarla in una nuova razionalità sistematica (Adorno, 1949/1959, p. 90).

Su questo sfondo, Adorno contrappone due figure esemplari. Arnold Schönberg rappresenta per lui l'emancipazione radicale della dissonanza e il coraggio di affrontare "tutta la tenebra e la colpa del mondo" (Ador-

↑ Fig. 13 Franz von Stuck, *Dissonanz* (1910). Olio su tavola. Nota. Da Museum Villa Stuck, Monaco di Baviera.

no, 1949/1959, p. 134). In opere come il *Pierrot Lunaire* (1912) e nella successiva elaborazione della tecnica dodecafonica, la dissonanza non è più un'eccezione destinata a risolversi nell'armonia, ma diventa principio costitutivo dell'opera. Con Schönberg – e con i suoi allievi Alban Berg e Anton Webern – la musica abbandona la falsa conciliazione tonale per organizzare il negativo come forma, trasformando la tensione in struttura. All'opposto, Igor Stravinskij incarna un uso differente della dissonanza. In *Filosofia della nuova musica*, Adorno gli riconosce una rottura significativa con la tradizione, ma giudica la sua poetica regressiva: la dissonanza, anziché emanciparsi, viene manipolata come effetto del primitivismo o disciplinata in un ordine neoclassico. Opere come *La sagra della primavera* (1913) mostrano un "furor antipsicologico" (Adorno, 1949/1959, p. 163), in cui la tensione sonora assume una funzione più repressiva che liberatoria. Pur divergenti, entrambe le poetiche testimoniano in modi opposti le contraddizioni della modernità: l'una rendendo udibile la non-conciliazione, l'altra celando il trauma storico sotto forme rituali o restaurative.

Da categoria musicale, la dissonanza diventa una categoria filosofica che investe tutte le arti. In *Teoria estetica*, Adorno la definisce come "il termine tecnico per l'assimilazione nell'arte di ciò che viene chiamato brutto" (Adorno, 1970/2009, p. 62). Non coincide dunque con il "brutto" in senso ingenuo, né al rozzo, ma è la strategia mediante cui l'arte moderna integra l'elemento negativo senza sopprimerlo in un fittizio equilibrio. A differenza di Rosenkranz, che cercava di reintegrare il brutto nel bello, Adorno sostiene infatti che la vera arte deve mantenere la contraddizione, non risolverla.

La funzione critica della dissonanza si esplica così nel suo porsi in netta antitesi alla bellezza armonica e al formalismo estetico. L'armonia tradizionale, infatti, è vista da Adorno come una falsa conciliazione, ovvero

come un ordine che nega la tensione intrinseca alla realtà storica e sociale. La bellezza classica, incentrata su rapporti matematici come la sezione aurea, maschera in realtà un principio di dominio (§ 2.1.1).

La dissonanza, invece, mantiene il conflitto aperto, trasformandolo in principio strutturale. Essa non mira a placare l'attrito percettivo, ma a svelare le contraddizioni, i traumi e le tensioni irrisolte dell'esperienza sociale.

La dissonanza è la verità sull'armonia. (Adorno, 1970/2009, p. 148)

Mi sento viva perché ho riconosciuto tutte le mie sovrastrutture – penso tra me e me – e mi sento soddisfatta della sintesi a cui i miei pensieri sono giunti.

(Webster, 2025)

Lungi dal coincidere con il caos, l'estetica dissonante [illegible] seconda solo se integrata nella forma. La metafora più [illegible]datta è quella della "costellazione": un insieme di elementi eterogenei che mantengono le loro tensioni senza fondersi in una sintesi pacificante. L'opera riuscita non è dunque informe, ma sfrutta il dissonante per generare [illegible]one tra forma e contenuto che obbliga lo spettatore a confrontarsi con la realtà. Così, in musica la dodecafonia di Schönberg, pur senza tonalità, possiede una struttura rigorosa; in letteratura, Kafka crea mondi assurdi, ma li inserisce in narrazioni coerenti.

Nelle arti visive, la metafora della costellazione si incarna nel Cubismo sintetico di Pablo Picasso, dove l'opera si costituisce come una totalità strutturale che non risolve né sopprime le singolarità dei frammenti. Adorno stesso, nella *Teoria estetica*, indica il dipinto di *Guernica* (1937) come paradigma di espressione autenticamente critica (Fig. 14). La tela, con la sua "costruzione inumana" volutamente incompatibile con il "realismo prescritto" (la rappresentazione figurativa tradizionale), si configura come una vera e propria protesta eloquente che rompe il silenzio della pura contemplazione (Adorno, 1970/2009, p. 318). In essa si manifesta una "ferita sociale" che porta alla luce il dolore, il conflitto, la "non-ve-

no, 1949/1959, p. 134). In opere come il *Pierrot Lunaire* (1912) e nella successiva elaborazione della tecnica dodecafonica, la dissonanza non è più un'eccezione destinata a risolversi nell'armonia, ma diventa principio costitutivo dell'opera. Con Schönberg – e con i suoi allievi Alban Berg e Anton Webern – la musica abbandona la falsa conciliazione tonale per organizzare il negativo come forma, trasformando la tensione in struttura. All'opposto, Igor Stravinskij incarna un uso differente della dissonanza. In *Filosofia della nuova musica*, Adorno gli riconosce una rottura significativa con la tradizione, ma giudica la sua poetica regressiva: la dissonanza, anziché emanciparsi, viene manipolata come effetto del primitivismo o disciplinata in un ordine neoclassico. [illegible] *della primavera* (1913) mostra [illegible] co" (Adorno, 1949/1959, p. 162), in cui la tensione sonora assume una funzione più repressiva che liberatoria. Pur divergenti, entrambe le poetiche evidenziano in modi opposti le contraddizioni [illegible] do udibile la non-conciliazione, l'altra celebrandone [illegible] storico sotto forme rituali o restaurative.

Da categoria musicale, la dissonanza diventa una categoria filosofica che investe tutte le arti. In *Teoria estetica*, Adorno la definisce come "il termine tecnico per l'assimilazione nell'arte di ciò che viene chiamato brutto" (Adorno, 1970/2009, p. 62). Non coincide dunque con il "brutto" in senso ingenuo, né al rozzo, ma è la strategia mediante cui l'arte moderna integra l'elemento negativo senza sopprimerlo in un fittizio equilibrio. A differenza di Rosenkranz, che cercava di reintegrare il brutto nel bello, Adorno sostiene infatti che la vera arte deve mantenere la contraddizione, non risolverla.

La funzione critica della dissonanza si esplica così nel suo porsi in netta antitesi alla bellezza armonica e al formalismo estetico. L'armonia tradizionale, infatti, è vista da Adorno come una falsa conciliazione, ovvero

Mi sento viva perché
ho riconosciuto tutte
le mie sovrastrutture
– penso tra me e me –
e mi sento soddisfatta
della sintesi
a cui i miei pensieri
sono giunti.

(Weber, 2022)

come un ordine che nega la tensione intrinseca alla realtà storica e sociale. La bellezza classica, incentrata su rapporti matematici come la sezione aurea, maschera in realtà un principio di dominio (§ 2.1.1).

La dissonanza, invece, mantiene il conflitto aperto, trasformandolo in principio strutturale. Essa non mira a placare l'attrito percettivo, ma a svelare le contraddizioni, i traumi e le tensioni irrisolte dell'esperienza sociale.

La dissonanza è la verità sull'armonia. (Adorno, 1970/2009, p. 148)

Lungi dal coincidere con il caos, l'estetica dissonante diviene feconda solo se integrata nella forma. La metafora più adatta è quella della "costellazione": un insieme di elementi eterogenei che mantengono le loro tensioni senza fondersi in una sintesi pacificante. L'opera riuscita non è dunque informe, ma sfrutta il dissonante per generare una frizione tra forma e contenuto che obbliga lo spettatore a confrontarsi con la realtà. Così, in musica la dodecafonia di Schönberg, pur senza tonalità, possiede una struttura rigorosa; in letteratura, Kafka crea mondi assurdi, ma li inserisce in narrazioni coerenti.

Nelle arti visive, la metafora della costellazione si incarna nel Cubismo sintetico di Pablo Picasso, dove l'opera si costituisce come una totalità strutturale che non risolve né sopprime le singolarità dei frammenti. Adorno stesso, nella *Teoria estetica*, indica il dipinto di *Guernica* (1937) come paradigma di espressione autenticamente critica (Fig. 14). La tela, con la sua "costruzione inumana" volutamente incompatibile con il "realismo prescritto" (la rappresentazione figurativa tradizionale), si configura come una vera e propria protesta eloquente che rompe il silenzio della pura contemplazione (Adorno, 1970/2009, p. 318). In essa si manifesta una "ferita sociale" che porta alla luce il dolore, il conflitto, la "non-ve-

↑ Fig. 14 Pablo Picasso, *Guernica* (1937). Nota. Da Museo Reina Sofía, Madrid.

rità" della sua epoca storica e che suscita nel fruitore una reazione di rabbia o di smarrimento (p. 318).

È evidente come l'estetica dissonante possieda una chiara funzione politica e morale: ***mantenendo viva la coscienza della non conciliazione***[11]***, essa afferma che la realtà non è risolta***. La sua negatività critica mantiene un'istanza utopica: mostrare la possibilità di un ordine diverso e di una libertà non ancora raggiunta.

In sintesi, Adorno mostra come la dissonanza possa diventare portatrice di verità. La musica dissonante spezza l'illusione dell'armonia tonale; le arti visive destabilizzano lo sguardo; la letteratura sperimentale frammenta la narrazione. In ogni caso, l'opera lascia il fruitore in uno stato di tensione irrisolta, condizione necessaria per il pensiero critico.

La dissonanza è la chiave di volta che permette all'opera di trascendere la condizione "aporetica" dell'arte, intrappolata in due alternative fallimentari: se rinuncia alla propria autonomia, "cede al funzionamento della società vigente"; se la preserva, "si fa integrare non meno bene come innocua branca tra altre" (Adorno, 1970/2009, p. 318). Questa ***impasse*** rivela il carattere totalizzante della società moderna, capace di assorbire e neutralizzare qualsiasi forma artistica.

11. L'idea di non conciliazione è fondamentale nella costruzione adorniana della *Dialettica negativa* (1966/2004). In opposizione alla tradizione idealistica e, in particolare, all'*Aufhebung* hegeliana, egli sostiene un approccio che rifiuta la pretesa di ricondurre ogni contraddizione a un ordine armonico. Il concetto di "Non-Identico" (*Das Nichtidentische*) indica ciò che sfugge alla riduzione concettuale, ossia l'eccedenza del reale rispetto al concetto stesso.

Nell'aporia si manifesta la totalità della società che inghiotte tutto ciò che comunque accade. (Adorno, 1970/2009, p. 318)

Tale circolo vizioso richiama l'immagine dell'Uroboro che abbiamo visto a proposito del realismo capitalista contemporaneo (§ 1.2.1). Il compito di questa tesi sarà dunque indagare se, come e in quale misura il concetto di dissonanza elaborato da Adorno – formulato in un contesto storico segnato da forte partecipazione e dall'esperienza delle Avanguardie – possa conservare oggi una funzione critica, politica e sociale. In particolare, si cercherà di capire se tale categoria possa ancora operare come principio di consapevolezza e di resistenza in un'epoca profondamente mutata, dominata dalla saturazione visiva, dalla mercificazione generalizzata e da nuove forme di alienazione.

2.2.3 la destabilizzazione del perturbante

Se la dissonanza adorniana descrive una forma capace di mantenere aperta la tensione del reale senza ricomporla in armonia, il perturbante (***Unheimlich***) ne rappresenta una declinazione esperienziale. Non si manifesta nella struttura dell'opera, ma nell'esperienza

del soggetto: il ritorno in superficie di ciò che era stato rimosso compromette la percezione ordinaria e genera spaesamento e inquietudine.

Umberto Eco, nella *Storia della bruttezza* (2007), colloca il perturbante all'interno del "brutto di situazione". Esso si manifesta quando oggetti o ambienti perfettamente normali appaiono in modalità anomale, generando una tensione percettiva profonda:

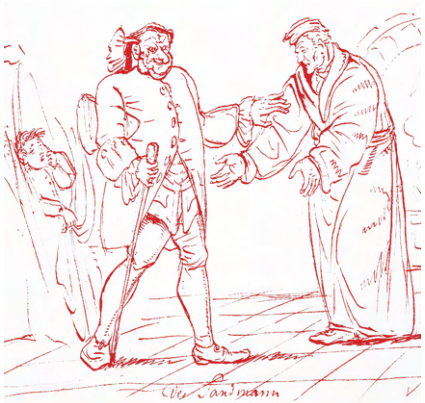
> Immaginiamo di trovarci in una stanza familiare, con una bella lampada posta sul tavolo: di colpo la lampada si solleva a mezz'aria. La lampada, il tavolo, la stanza sono sempre gli stessi, nessuno di essi è diventato brutto, ma è diventata inquietante la situazione e, non riuscendo a spiegarla, la troviamo angosciosa o, a seconda della nostra tenuta di nervi, terrorizzante. (Eco, 2007, p. 311)

Per evitare ambiguità, è tuttavia utile distinguere il perturbante dal "brutto" in senso comune. Quest'ultimo si riduce oggi a un giudizio estetico negativo (§ 2.2.1), mentre il perturbante non riguarda la forma, bensì la destabilizzazione della percezione e la riattivazione di contenuti psichici rimossi. La sua forza critica risiede nella tensione tra noto e ignoto, intimo e straniero, che dischiude una frattura nella familiarità e costringe lo spettatore a confrontarsi con ciò che la coscienza tende a escludere.

Il sentimento del perturbante fu introdotto in psicologia da Ernst Jentsch nel saggio *Sulla psicologia del perturbante* (1906). Jentsch parte dall'etimologia del termine tedesco *unheimlich*, contrapposto a *heimlich* ("familiare", "domestico"), interpretandolo come ciò che

è "non a casa", "estraneo", "non confortevole". Il perturbante nasce da una mancanza improvvisa di orientamento di fronte a qualcosa di inconsueto: è l'esperienza di incertezza intellettuale, una forma di "dissonanza cognitiva" in cui la mente non riesce a collocare ciò che percepisce entro schemi noti (Minaldi, 2017, p. 2).[12]

Elemento centrale è la difficoltà di decifrazione: il perturbante emerge quando la mente resta sospesa tra categorie opposte (vita/morte, animato/inanimato). Jentsch sottolinea come la forma più tipica riguardi proprio l'ambiguità tra animato e inanimato: bambole, manichini, automi o statue di cera generano inquietudine perché sembrano vive pur restando artificiali.



↑ Fig. 15 E.T.A. Hoffmann, *Illustrazione per "Der Sandmann"* (1815). Riproduzione da un'originale non conservato. Nota. Da Staatsbibliothek Bamberg.

L'incertezza percettiva, se prolungata, può degenerare in terrore, poiché la mente, incapace di spiegare lo stimolo, attiva un meccanismo di allerta. Tale sentimento, però, è nell'arte tollerato e persino ricercato, poiché consente una forma di catarsi: l'opera d'arte permette di esperire il perturbante in un contesto pro tetto, trasformando la tensione cognitiva in piacere estetico. L'esempio più emblematico è *L'uomo della sabbia*

12. Festinger (1957, come citato in Amerio, 2003, p. 507) definisce la dissonanza cognitiva come uno stato di disagio mentale dovuto al conflitto tra conoscenze, opinioni o credenze presenti simultaneamente nella mente. Tale discordanza genera tensione che spinge a modificare il proprio sistema cognitivo per ristabilire l'equilibrio. La teoria, pur oggetto di alcune critiche, ha avuto un forte impatto nella psicologia sociale, evidenziando il ruolo delle motivazioni interne e dei contesti esterni nel guidare il comportamento umano (Amerio, 2003, p. 507).

(1815) di E.T.A. Hoffmann, dove l'automa Olympia genera turbamento proprio perché la sua natura resta indecifrabile, sospesa tra meccanico e umano (Fig. 15).

Sigmund Freud ampliò il contributo di Jentsch nel saggio *Il perturbante* (1919), spostando l'attenzione dalle dinamiche percettive a quelle inconsce.

Il perturbante è quella sorta di spaventoso che risale a ciò che ci era noto per lungo tempo, a ciò che ci è familiare. (Freud, 1919/1993, p. 14)

La potenza di questa angoscia risiede nel fatto che non è generata dall'ignoto assoluto, come nel mostruoso o nell'alieno, ma dall'estraniazione del familiare, da qualcosa che un tempo apparteneva alla sfera intima e che riemerge minaccioso come *Altro*.

Si tratta di contenuti inconsci spesso legati a paure infantili o simboliche: il perturbante "muove da complessi infantili rimossi, dal complesso di evirazione, da fantasie sul grembo materno e così via" (Freud, 1919/1993, p. 74). Il perturbante, aggiunge Freud, non si limita alla sfera reale quotidiana: nell'arte "per ottenere effetti perturbanti, esistono una quantità di mezzi di cui la vita non può disporre" (p. 77). Queste immagini – la perdita di parti del corpo, il ritorno dei morti, l'animazione dell'inanimato – riattivano fantasie primitive che mettono in crisi i confini tra vita e morte, umano e non-umano, reale e immaginario.

Freud (1919/1993, pp. 51-55) collega l'esperienza perturbante a due meccanismi psichici fondamentali: "la coazione a ripetere" (la reiterazione di contenuti traumatici non elaborati) e "l'onnipotenza del pensiero" (la superstizione di poter influenzare il mondo per via mentale). In queste condizioni, coincidenze e déjà vu assumono un valore inquietante: la mente regredisce a

modalità di pensiero magico-animistiche che dissolvono il confine tra realtà e fantasia.

Il culmine del perturbante si raggiunge nelle visioni di perdita dell'integrità corporea, ovvero quando parti del corpo sembrano agire in maniera del tutto autonoma. L'idea di una mano amputata che si muove o di una testa recisa che apre gli occhi incarna la violazione estrema del limite tra vita e morte, unità e frammentazione dell'Io. Il perturbante, così, si avvicina all'orrido, ma conserva una qualità più sottile e psichica: quella del familiare che diventa estraneo.

Il perturbante non è un'esperienza esclusivamente individuale: esso emerge quando, all'interno di una cultura, un ordine apparentemente naturale si incrina. La letteratura gotica e fantastica ne ha rappresentato il terreno privilegiato, elaborando figure e motivi che mettono in crisi la distinzione tra reale e soprannaturale (Eco, 2007, pp. 311-331). Tra le sue principali manifestazioni archetipiche si possono riconoscere alcune costanti.

Il doppio

L'incontro con un sosia o con un riflesso animato di se stessi costituisce la forma più pura della crisi d'identità. Nel racconto *William Wilson* di Edgar Allan Poe, il conflitto con il doppio culmina nell'omicidio del sosia da parte del protagonista. Esso si rivela una metafora della distruzione dell'Io: "In me tu vivevi... e, nella mia morte, in questa immagine, che è la tua, vedi come totalmente tu hai assassinato te stesso" (Poe, come citato in Eco, 2007, p. 324).[13]

13. Nell'antichità il doppio era simbolo dell'immortalità; superato il narcisismo primario, proprio del bambino e del primitivo, si capovolge in un sinistro avviso di morte. Il motivo del sosia è ampiamente presente in autori come Gogol', Gautier e Poe; l'effetto di angoscia è massimizzato in Dostoevskij, dove la sua comparsa viene accettata come normale dagli altri personaggi (Eco, 2007, p. 322).

Il sospetto

Il perturbante spesso si manifesta non attraverso la rivelazione, ma tramite il sospetto. In *Dracula* l'inquietudine cresce finché il vampiro rimane avvolto nel mistero; ne *Il giro di vite* (James, 1898, come citato in Eco, 2007, p. 320) il lettore è immerso in una costante "incertezza intellettuale tra reale e immaginato", poiché non è mai chiaro se i fantasmi siano presenze oggettive o proiezioni della mente. Roger Caillois (come citato in Eco, 2007, p. 313), distinguendo tra ***meraviglioso*** e ***fantastico***, sottolinea che quest'ultimo nasce in una cultura razionale, dove il soprannaturale non è più accettato: l'inspiegabile irrompe allora violando le leggi di natura, lasciando il soggetto in uno stato di angoscia. Ad esempio, Il dubbio è perturbante nelle narrazioni di Algernon Blackwood, in cui una casa ordinaria si trasforma in luogo ***haunted***. Maestro del sospetto è Franz Kafka del ***Processo***, ma ne ***La metamorfosi*** (1915), l'orrore non deriva tanto dalla trasformazione in insetto, quanto dall'accettazione indifferente da parte della famiglia (Eco, 2007, p. 323; Fig. 16).

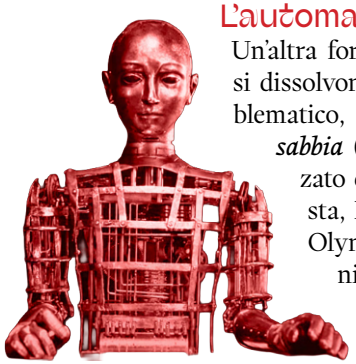
↑ Fig. 16 Sergio Vanello, *La metamorfosi di Kafka a fumetti* (2021). Nota. Da Edizioni NPE.

Il ritorno dei morti

Rosenkranz, nell'***Estetica del brutto*** (1853), osserva che la paura del fantasma non risiede nel cadavere in sé ("Possiamo vegliare imperturbabili accanto a un cadavere"), ma nella contraddizione per cui il morto sembra ancora vivente. È questa "vita nella morte" a costituire una "spaventosa anomalia" (Eco, 2007, p. 323): il fantasma inquieta non perché minaccioso, ma perché infrange il confine stesso tra essere e non essere.

L'automa

Un'altra forma del perturbante nasce quando si dissolvono i limiti tra vita e non-vita. Emblematico, ancora una volta, è ***L'uomo della sabbia*** (1815) di E.T.A. Hoffmann, analizzato da Freud: l'angoscia del protagonista, Nataniele, si concentra sull'automa Olympia, dagli occhi vitrei e privi d'anima. Tuttavia, Freud individua la vera fonte del perturbante non nell'automa, ma nella figura del Mago Sabbiolino, simbolo delle paure infantili e del complesso di castrazione, che nell'intrico del-



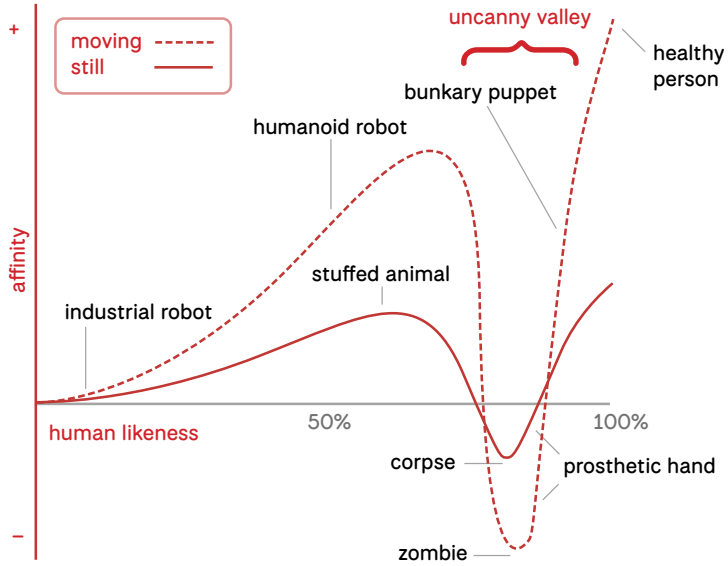
↑ Fig. 17 *Hugo* (2011). Regia di Martin Scorzese. Automa. Nota. Da Paramount Pictures.

la trama si ripete prima nella figura dell'avvocato Coppelius, poi in quella dell'ottico Coppola, "padre" inventore di Olympia (Freud, 1919/1993, pp. 27-28).[14] L'incubo infantile ritorna nella vita adulta e viene percepito come reale: il rimosso fa irruzione nel mondo psichico, generando un effetto perturbante anche per il lettore, sospeso tra delirio soggettivo e realtà oggettiva.

L'evoluzione più recente e visibile del concetto si colloca nel campo della tecnologia e del design con la teoria della "Uncanny Valley" elaborata dal roboticista giapponese Masahiro Mori (1970). Egli osserva che la familiarità verso figure antropomorfe cresce proporzionalmente alla loro somiglianza con l'essere umano, ma solo fino a una soglia critica: superata quella, l'empatia crolla bruscamente e subentra la repulsione. È il momento in cui il simulacro diventa troppo simile al reale senza esserlo pienamente – l'automa "quasi umano", la protesi iperrealistica, l'avatar digitale – e dunque perturbante.

Il punto più profondo di questa "valle" concettuale coincide con l'incontro con il cadavere o, ancor peggio, con lo zombie. Si tratta di corpi familiari ma anche privi di vita, che perché concentrano in sé il riconoscimento e la repulsione (Fig. 18). Per evitare tale effetto, il design contemporaneo tende a semplificare i tratti antropomorfici, privilegiando stili stilizzati o cartoonizzati nei robot sociali e negli avatar digitali. Tuttavia, proprio questa ambiguità percettiva tra umano e artificiale ha reso il perturbante un linguaggio espressivo consapevole nelle arti visive e nel design.

14. Il Mago Sabbiolino getta sabbia negli occhi dei bambini insonni, generando in Nataniele, protagonista del racconto, un trauma infantile. La paura della cecità riemerge nell'adulto Nataniele attraverso l'inquietante Coppola/Coppelius e l'automa Olympia, dai vitrei occhi inespressivi. Freud interpreta questa angoscia come il ritorno di una paura infantile rimossa, simboleggiante il complesso di castrazione.



↑ Fig. 18 Versione semplificata dello schema dell'*uncanny valley* proposto da Mori (1970).

Negli studi contemporanei, il concetto freudiano è stato reinterpretato in chiave antropologica. Alla luce della teoria mimetica di René Girard[15], Emanuele Antonelli ha proposto di leggere il perturbante come un sintomo della modernità, segnata dalla "progressiva crisi dei sistemi differenziali" (p. 170). Esso, infatti, emerge quando le categorie fondamentali che strutturano l'esperienza – vita/morte, sé/altro, originale/copia – collassano le une nelle altre, dissolvendo i confini percepiti. L'incontro con il doppio è perturbante perché annulla l'unicità del

15. Per Girard (1972, come citato in Antonelli, 2010) gli individui non desiderano oggetti in modo autonomo, ma imitano il desiderio altrui (desiderio mimetico). Tale dinamica genera rivalità e, nei casi estremi, una crisi di indifferenziazione ("di tutti contro tutti"). Nelle società arcaiche, a risolvere la crisi interviene il sacrificio del capro espiatorio, che ristabilisce la distinzione e la pace sociale.

↑ Fig. 19 Maurizio Cattelan, *Untitled* (2004). Installazione con tre manichini a grandezza naturale, vista in piazza XXIV Maggio, Milano. Nota. Foto di Attilio Maranzano.

→ Fig. 20 Ed Atkins, *Untitled* (2023). Nota. Da *Ed Atkins at Cabinet* (2 giugno-22 luglio 2023).

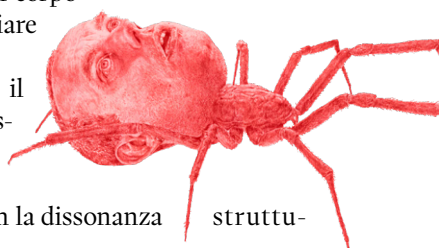
soggetto, rendendolo intercambiabile; l'automa inquieta perché replica l'umano senza esserlo pienamente. In entrambi i casi, la crisi di differenziazione genera spaesamento, una perdita di coordinate fisiche e identitarie.

Il perturbante nell'arte è divenuto una strategia critica per generare spaesamento o riflessione. L'iperrealismo scultoreo ne offre un esempio emblematico: opere come *Untitled* (2004) di Maurizio Cattelan, che raffigura bambini impiccati (Fig. 19), o le sculture deformate di Evan Penny, in cui i volti appaiono insieme familiari e alieni, producono nello spettatore una tensione tra attrazione e repulsione.

Nel campo digitale, artisti come Ed Atkins e Jesse Kanda elaborano figure umanoidi disturbanti, animate da movimenti iperreali o rallentati, collocate in ambienti liminali tra organico e sintetico (Figg. 20-21). Queste estetiche esplorano l'instabilità dell'identità postumana, dove la linea tra corpo e simulacro si fa sempre più labile.

Nel graphic e product design, il perturbante assume la forma di "estetiche disturbanti": glitch, deformazioni, materiali ambigui, oggetti quotidiani alterati da piccoli scarti. Tali pratiche, spesso vicine al design speculativo, non mirano al piacere estetico ma alla dissonanza cognitiva, spingendo l'osservatore a interrogarsi sul proprio rapporto con tecnologia, corpo e realtà visiva.

Nella moda, il perturbante si manifesta attraverso protesi e accessori che deformano la silhouette, o make-up che alterano il volto fino a renderlo irriconoscibile, evocando persino nel corpo l'ambiguità tra familiare e alieno.



In definitiva, il perturbante può essere considerato la forma esperienziale del dissonante: non la dissonanza struttu-

↑ Fig. 21 Ed Atkins, *Untitled* (2018). Video HD con audio stereo, 5'30". Nota. Da *Ed Atkins at Cabinet* (25 maggio 2018).

rale della forma, ma quella che si insinua nella percezione quotidiana. È lo scarto che incrina la familiarità del mondo, il momento in cui la casa, il corpo o l'oggetto si rivelano estranei. La sua forza critica risiede nel rendere visibile l'invisibile, nel riattivare la coscienza attraverso l'inquietudine e nel restituire all'esperienza estetica la possibilità di un risveglio dello sguardo. In un'epoca di simulacri, iperrealismo e intelligenze artificiali antropomorfe, il perturbante diviene un linguaggio privilegiato per mettere in crisi la fiducia percettiva e rivelare, dietro l'apparente trasparenza del visibile, le tensioni profonde che legano psiche, corpo e immagine.

03

la dissonanza virale

3.1 internet aesthetics ed evasione

Dopo aver esplorato il design dissenziente come pratica progettuale alternativa (cap. 1) e il dissonante come categoria estetica che mette in crisi i canoni tradizionali (cap. 2), questo capitolo indaga una possibile intersezione tra queste due dimensioni: lo spazio fluido delle estetiche digitali.

Come mostrato, il dissenso estetico non rappresenta una possibilità puramente ipotetica: numerose azioni collettive hanno già rivelato la capacità del linguaggio visivo di sovvertire l'ordine dominante (§ 1.3.2). Qui l'attenzione si sposta però su un ambito differente, caratterizzato da una diffusione più capillare e da un impatto generazionale più significativo. Queste estetiche, nate e diffuse su una rete satura e accessibile a tutti, si distinguono per un linguaggio visivo spontaneo e non istituzionalizzato Rappresentano una forma di design critico dal basso (*grassroot*), collettivo e amatoriale che, tramite disagio, ironia o distacco, esprime un disaccordo estetico e culturale. La dissonanza diviene così un tentativo di critica e al contempo un riflesso di alienazione e precarietà.

Il capitolo interroga quindi il potenziale critico delle estetiche digitali: sono in grado di incrinare le narrazioni dominanti, come auspicherebbe Adorno, o rischiano di dissolversi nel rumore e nella logica del consumo digitale?

3.1.1 il lo-fi come scelta di liberazione

L'emergere delle "estetiche di Internet" nell'era ***post-modem*** segnala una profonda mutazione culturale. Esse nascono da una elaborazione collettiva che coinvolge milioni di utenti e si sviluppa nella cosiddetta ***coda lunga del web***[1]. Come osserva Valentina Tanni (2023, p. 11), sono il vero centro dell'arte contemporanea, capaci di offrire uno spaccato della realtà, di cui rappresentano i "sintomi più affidabili", e di influenzare "il nostro sguardo sul presente e gli strumenti concettuali di cui ci serviamo per immaginare il futuro".

La genesi di tali fenomeni risponde a una pluralità di fattori: dal desiderio di ***evasione*** dalle logiche capitaliste[2], a reazioni, spesso passive, al sovraccarico informativo. Dietro l'apparente spontaneità, si cela una componente di dissenso all'omologazione visiva. In questo senso, si tratta di pratiche sperimentali che consapevolmente mantengono una tensione dissonante nei confronti della perfezione prescritta dal mainstream digitale. Le espressioni spaziano dalla nostalgia retrofuturista della ***vaporwave***, la prima estetica generata ***da*** e ***per*** Internet, fino alle visioni perturbanti delle ***backrooms*** e a fenomeni estremi come il ***brainrot***, apoteosi dell'iperstimolazione.

La vaporwave, "l'estetica madre" (Tanni, 2023, p. 23), rappresenta uno dei fenomeni digitali recenti più significativi. Come spiega il catalogo digitale ***Aesthetics Wiki***[3] (s.d.), essa nasce nel 2011 come primo genere musicale online e si evolve rapidamente in un linguaggio ibrido, che coniuga suoni, immagini e critica sociale. Analizzarla implica esaminarne le origini, le caratteristiche espressive e la valenza politica, nonché il ruolo che svolge come forma di memoria collettiva e di riflessione sul capitalismo avanzato.

Sul piano musicale, la vaporwave si fonda sul campionamento e la manipolazione di brani pop anni '80-'90 (smooth jazz, R&B, lounge), sottoposti a rallentamenti, loop ipnotici, riverberi e distorsioni che ne stravolgono la resa. Attraverso tecniche mutuate dallo stile ***chopped & screwed***, i suoni vengono dilatati e saturati fino a creare un'atmosfera ovattata, malinconica, nostalgica e straniata (Aesthetics Wiki, s.d.; Fig. 1). La progressione tradizionale viene eliminata in favore di strutture circolari, prive di climax: ne risulta un paesaggio sonoro sospeso, capace di evocare la sensazione di vagare in un centro commerciale deserto o di ascoltare, nel cuore della notte, un brano di ascensore ormai dimenticato.

↑ Fig. 1 Macintosh Plus, *Floral Shoppe* (2011). Copertina dell'album.

1. Ne *La coda lunga* (2006/2010), Chris Anderson descrive il sistema culturale attuale come frammentato e parallelo, dove una miriade di microculture coesistono e interagiscono. La cultura amatoriale digitale (*citizen artist*) è vista da alcuni in positivo, come una rivoluzione partecipativa dal basso, ma da altri è criticata per i suoi effetti negativi sull'economia e sulla qualità culturale (Tanni, 2020, p.10).

2. In *Exit Reality* (2023) Valentina Tanni esamina l'impulso evasivo di tali produzioni: un desiderio di oltrepassare la soglia del reale per esplorare spazi mentali alternativi. Il cyberspazio diviene così il luogo privilegiato per sperimentare linguaggi estetici eterodossi. Fenomeni come la *vaporwave*, i *liminal spaces* o l'*ASMR* non sono semplici vie di fuga ludiche, ma riflettono un mutamento di prospettiva sul concetto stesso di realtà. Mescolando in modo caotico scienza e magia, narrazione e tecnologia, mettono in discussione i confini del "reale".

3. I linguaggi visivi digitali erano talmente numerosi che, nel 2018, si decise di catalogarli a livello collettivo in un'apposita pagina online in continua espansione – "Aesthetics Wiki" – la quale conobbe una particolare fioritura negli anni di lockdown da Covid-19 (Tanni, 2023, p.11).

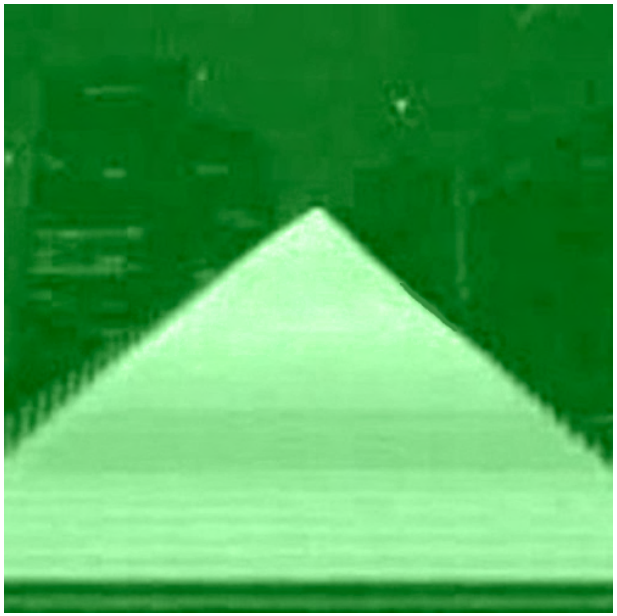
Sul piano visivo, la vaporwave ha codificato un immaginario immediatamente riconoscibile, che predilige l'imperfezione tecnologica: ***glitch***, ***aliasing,*** disturbi da VHS e pixel sgranati divengono strumenti espressivi a pieno titolo, trasformando il fallimento tecnico in cifra stilistica. Come aveva anticipato Brian Eno (come citato in Tanni, 2023, p. 32), "qualsiasi cosa troviate strana, brutta o sgradevole in un nuovo medium diventerà sicuramente il suo marchio distintivo": la vaporwave fa propria questa intuizione, elevando l'errore a marchio di fabbrica. I codici iconografici tipici combinano riferimenti eterogenei: frammenti di statuaria classica greco-romana, interfacce anni '90, testi in caratteri giapponesi, loghi obsoleti, ambienti urbani deserti (***spazi liminali***, § 3.1.2), il tutto declinato in tonalità pastello punteggiate da accenti neon (Aesthetics Wiki, s.d.). Questo repertorio non è un mero vezzo nostalgico, ma un linguaggio critico che smaschera la costruzione artificiale delle immagini digitali.

Un elemento cruciale per interpretare la vaporwave in chiave antagonista è la sua estetica ***lo-fi*** (low fidelity). Nell'attuale contesto digitale, in cui la creatività amatoriale si è diffusa a scapito del "professionalismo", l'immagine "povera" (Steyerl, 2009) è divenuta una delle occorrenze più significative. Erede della tradizione ***do-it-yourself*** (DIY), che rivendicava l'autonomia creativa e il rifiuto delle convenzioni industriali, essa costituisce oggi non più un limite tecnico ma una scelta consapevole. Fin dagli anni Cinquanta, pratiche eterogenee – dallo ***skiffle britannico*** alla ***mail art***, alla poesia sperimentale della ***Black Mountain School*** – avevano valorizzato l'irregolarità come segno di autenticità ed emancipazione dalle logiche di mercato (Spencer, 2005). Negli anni Ottanta e Novanta questa sensibilità si rinnovò nella cultura delle cassette e dei registratori a quattro tracce, quando band come ***Guided by Voices***, ***Sebadoh*** e ***Pavement*** trasformarono fruscii e distorsioni in veri e propri tratti identitari. La vaporwave raccoglie questa eredità e la traduce in chiave digitale, con lo scopo di riaffermare la possibilità di un linguaggio visivo e sonoro autonomo.

Il *lo-fi* è una scelta di liberazione che nasce dalla volontà di ignorare e contestare sia i canoni estetici della grande industria sia le barriere legali del copyright: si predilige l'immagine formalmente imperfetta, un'immagine in cui la forza del contenuto riesce a rendere irrilevante qualsiasi ragionamento estetico – un'immagine accessibile, sia in senso pragmatico che filosofico. (Tanni, 2020, p. 38)

Sulla stessa scia, Nick Douglas (2014) ha teorizzato l'esistenza di una specifica estetica online, l'***Internet Ugly*** per designare una serie di contenuti digitali che ostentano un aspetto sgradevole. Al contrario, l'alta definizione può risultare artificiosa e instillare il sospetto di manipolazione. Ne deriva un terreno estetico ambiguo, in cui l'autenticità si incrina e i confini tra naturale e artificiale si fanno incerti: così, ad esempio, la fotografia tende a confondersi con il rendering 3D (Tanni, 2020, p. 38). In questo quadro, è interessante il recupero nella vaporwave della statuaria classica, che spesso appare corrosa dal tempo, a simboleggiare un passato lontano; altre volte, invece, risulta eccessivamente perfetta, come per svelarne la falsità e per giocare con la porosità delle distinzioni tra cultura alta e cultura popolare (Tanni, 2023, pp. 35-36).

Nel rifiuto della levigatezza tecnica e nell'accettazione programmatica dell'errore riecheggiano le riflessioni adorniane sul valore del dissonante. Si de-



↑ Fig. 2 Daniel Lopatin, *Nobody Here* (2009). Frame dal video, agli arbori della vaporwave. Nota. Da YouTube.

linea un'***estetica del sabotaggio*** che ridisegna i confini della bellezza: rinuncia alla cura ossessiva della forma a favore del difetto, del rumore e dell'imprevisto. In altri termini, la bassa risoluzione supera la superficie visiva per valorizzare la profondità del contenuto. Potremmo considerarla un ***brutto riuscito***: non una bruttezza fine a sé stessa, o un bello mancato, ma un'estetica che trova senso proprio nella capacità di disturbare il canone.

Eppure, la postura critica della vaporwave resta ambigua. Da un lato sembra celebrare i feticci del tardo capitalismo tecnologico (motivetti pubblicitari, loghi vintage, atmosfere corporate anni '80-'90); dall'altro li svuota di significato tramite deformazione e parodia. Ne deriva un'estetica sospesa tra fascinazione e distacco satirico. Ci si può dunque chiedere se la vaporwave rappresenti una critica al capitalismo o, al contrario, una sua inconsapevole complicità. In realtà sfugge a contrapposizioni nette: è al tempo stesso derisione anticapitalista e adesione entusiasta alle logiche consumistiche. Adam Harper (come citato in Tanni, 2023, p. 22) l'ha accostata all'idea di ***accelerazionismo***, secondo cui la dissoluzione della società imposta dal capitalismo non va contrastata ma semmai spinta ancora più velocemente verso il collasso finale. La vaporwave non propone alternative utopiche, bensì esaspera la patina edonistica del consumismo fino a farla implodere, rivelandone le contraddizioni e il carattere fallimentare.

Un'altra chiave interpretativa è offerta dalla ***hauntology*** fisheriana, una "nostalgia per i futuri passati, perduti, irrealizzati" (Tanni, 2023, p. 27). La vaporwave, letteralmente "nuvola di vapore", si configura come un fenomeno spettrale: una "musica fantasma" sospesa tra un passato recente e un futuro mai realizzato. Essa evoca promesse tecnologiche irrealizzate e utopie consumistiche dissolte degli anni '80 e '90. La sua iconografia esprime un rapporto problematico con il tempo: bloccati nel presente, siamo privi di slanci verso il nuovo, incapaci di "immaginare un futuro che sia percettibilmente diverso tanto dal presente quanto dal passato" (p. 27). La vaporwave sublima il disagio storico di una generazione in un'esperienza estetica condivisa fatta di simulacri di un futuro mai avverato. In questo senso, essa è ***perturbante***: il passato riemerge come memoria collettiva, al contempo confortante e destabilizzante, suscitando quello straniamento freudiano dell'***unheimlich***, ovvero il familiare che diventa estraneo (§ 2.3).

Come molte subculture nate sul Web, anche la vaporwave ha vissuto una rapida viralizzazione e la diffusione capillare dei propri stilemi sotto forma di ***meme***. Nel giro di pochi anni, elementi come i pavimenti a

scacchi, le statue classiche o le palme al tramonto sono diventati cliché visivi onnipresenti, diluendo la carica sovversiva originaria. Intorno al 2015 questo processo ha raggiunto l'apice: piattaforme mainstream come MTV e Tumblr hanno adottato l'estetica in operazioni di marketing, portandola fuori dall'underground e consacrandola come stile commerciale di tendenza (Beauchamp, 2016). Agli occhi di molti, ciò ha segnato la "morte" della vaporwave in quanto controcultura autonoma.

Resta dubbio se questa "estetica del fallimento" (Cascone, 2000) possa davvero esprimere dissenso attraverso il dissonante. Di certo l'assimilazione da parte del sistema dominante, che essa stessa voleva criticare, induce una risposta negativa. Eppure, nonostante le ripetute dichiarazioni di morte, la vaporwave continua a vivere in nicchie online, rinnovando la propria fanbase. La fine di un genere può essere intesa in due sensi: come esaurimento della sua funzione di mercato, ovvero come un semplice cambio di stile, oppure come perdita di rilevanza culturale. Scott Beauchamp (2016) ha respinto entrambe le ipotesi: la vaporwave non è mai stata un successo commerciale in senso stretto e, soprattutto, resta significativa perché dà forma alle utopie fantasma di un consumismo fallito. In questa prospettiva, la sua ironia non è decorativa ma diagnostica: una cornice sarcastica per leggere il nostro presente di stagnazione e disincanto.

Per questo, anche dopo l'appropriazione mainstream e la diffusione a cliché, la vaporwave sopravvive come linguaggio critico residuo, capace di riattivare, seppur in modo intermittente, quella tensione tra fascinazione e distacco che ne ha segnato l'origine. Non mancano, inoltre, stili di design che raccolgono esplicitamente la sua eredità. Emblematico è il *Frutiger Aero*, esploso su Reddit e TikTok nel 2022, che riprende le interfacce dei primi anni Duemila, fatte di superfici lucide, aloni colorati e palette dominate da blu e verdi naturali

(Tanni, 2023, p. 44). In tal senso, restiamo intrappolati nello stesso loop storico-culturale che la vaporwave mette in scena: immersi in un "centro commerciale" virtuale di intrattenimento infinito, disillusione politica e nostalgia paralizzante, dove la sua visione conserva pertinenza e continua a generare derivazioni e sottogeneri. Nonostante il pessimismo e l'apparente passività, questa estetica può essere letta come un tentativo di evadere dal "There is no alternative" thatcheriano (§ 1.2) e di immaginare alternative alla realtà capitalista, seppur in spazi digitali e immateriali. Come ricorda Svetlana Boym (come citato in Tanni, 2023, p. 29), la nostalgia si proietta anche nel futuro, trovando nel regno dell'immaginazione il proprio spazio ideale.

Da ultimo, il lascito forse più significativo della vaporwave è l'aver ridefinito il concetto stesso di *aesthetics* nella cultura pop digitale. Il termine recupera

(Webster, 2025)

E mi sento quasi in colpa a provare una certa nostalgia, perché è un sentimento così inutile che si prova verso qualcosa che obiettivamente non è nulla…

Figura 3. Immagine che fa riferimento al Frutiger Aero. Nota. Immagine reperita online.

scacchi, le statue classiche o le palme al tramonto sono diventati cliché visivi onnipresenti, diluendo la carica sovversiva originaria. Intorno al 2015 questo processo ha raggiunto l'apice: piattaforme mainstream come MTV e Tumblr hanno adottato l'estetica in operazioni di marketing, portandola fuori dall'underground e consacrandola come stile commerciale di tendenza (Beauchamp, 2016). Agli occhi di molti, ciò ha segnato la "morte" della vaporwave in quanto controcultura autonoma.

Resta dubbio se questa "estetica del fallimento" (Cascone, 2000) possa davvero esprimere dissenso attraverso il dissonante. Di certo l'assimilazione da parte del sistema dominante, che essa stessa voleva criticare, induce una risposta negativa. Eppure, nonostante le ripetute dichiarazioni di morte, la vaporwave continua a vivere in nicchie online, rinnovando la propria fanbase. La fine di un genere può essere intesa in due sensi, come esaurimento della sua funzione di mercato, ovvero come un semplice cambio di stagione, oppure come perdita di rilevanza culturale. Scott Beauchamp (2016) ha respinto entrambe le ipotesi: la vaporwave non è mai stata un successo commerciale in senso stretto e, soprattutto, resta significativa perché dà forma alle utopie [illegible] del consumismo fallito. In questa prospettiva, la sua ironia non è decorativa ma diagnostica: una cornice sarcastica per leggere il nostro presente di stagnazione e disincanto.

Per questo, anche dopo l'appropriazione mainstream e la diffusione a cliché, la vaporwave sopravvive come linguaggio critico residuo, capace di riattivare, seppur in modo intermittente, quella tensione tra fascinazione e distacco che ne ha segnato l'origine. Non mancano, inoltre, stili di design che raccolgono esplicitamente la sua eredità. Emblematico è il *Frutiger Aero*, esploso su Reddit e TikTok nel 2022, che riprende le interfacce dei primi anni Duemila, fatte di superfici lucide, aloni colorati e palette dominate da blu e verdi naturali

> E mi sento quasi in colpa a provare una certa nostalgia perché è un sentimento così inutile che si prova verso qualcosa che obiettivamente non è nulla.
>
> (Weaver, 2022)

(Tanni, 2023, p. 44). In tal senso, restiamo intrappolati nello stesso loop storico-culturale che la vaporwave mette in scena: immersi in un "centro commerciale" virtuale di intrattenimento infinito, disillusione politica e nostalgia paralizzante, dove la sua visione conserva pertinenza e continua a generare derivazioni e sottogeneri. Nonostante il pessimismo e l'apparente passività, questa estetica può essere letta come un tentativo di evadere dal "There is no alternative" thatcheriano (§ 1.2) e di immaginare alternative alla realtà capitalista, seppur in spazi digitali e immateriali. Come ricorda Svetlana Boym (come citato in Tanni, 2023, p. 29), la nostalgia si proietta anche nel futuro, trovando nel regno dell'immaginazione il proprio spazio ideale.

Da ultimo, il lascito forse più significativo della vaporwave è l'aver ridefinito il concetto stesso di *aesthetics* nella cultura pop digitale. Il termine recupera

↓ Fig. 3 Elaborazione grafica in stile Frutiger Aero. Nota. Immagine reperita online.

la sua radice originaria, αἴσθησις (*aisthesis*, "sensazione, percezione"), e si trasforma in sinonimo di *vibe*: non più soltanto un codice stilistico, ma un'atmosfera condivisa, una sensibilità percettiva ed emotiva capace di unire i fruitori in un'esperienza comune (Tanni, 2023, p. 43).

Un'estetica non è soltanto qualcosa che *puoi vedere*, è soprattutto ciò che *devi sentire*. (Tanni, 2023, p. 43)

La produzione di immagini e suoni *aesthetic* diventa così una pratica consapevole di modulazione dei sensi e, di conseguenza, di influenza sulla percezione e sulla mente dello spettatore. È implicita in ciò la rivendicazione che sia possibile vivere esperienze estetiche significative anche in un ambiente interamente mediato come Internet: queste estetiche digitali, quando non si riducono a effimere mode passeggere, rappresentano il tentativo di trasmettere stimoli vitali attraverso la rete, usando l'arte come *modem* per connettere gli utenti alle proprie emozioni (Tanni, 2023).

In definitiva, la vaporwave – estetica "totale" della contemporaneità digitale – non è mera nostalgia né semplice moda virale, piuttosto riflette, con sottile pervasività, sulle condizioni del presente tecno-capitalistico. Attraverso il lo-fi, il glitch e la nostalgia spettrale, essa incarna una forma attuale di dissonanza: non la rottura radicale delle avanguardie storiche, ma un disturbo sommesso che incrina la superficie levigata del mainstream. Nell'iper-piattezza dello schermo, in un mondo che reclama percezioni più intense, la vaporwave si propone come tentativo di costruire realtà alternative, più ricche di stimoli e capaci di restituire profondità là dove domina la superficie. Proprio la sua natura effimera diviene forza critica: come un fantasma estetico, continua a infestare il presente, ricordandoci i futuri che abbiamo perduto.

3.1.2 visioni perturbanti sulla soglia

Proseguendo il discorso sul dissenziente e il dissonante, si esaminano ora linguaggi visivi e sonori perturbanti che esplorano lo spazio liminale – luoghi e momenti "di soglia". Nei recenti paesaggi di Internet, infatti, emergono estetiche che oscillano tra sogno e incubo, capaci di suscitare al tempo stesso fascino e inquietudine. Come osserva Tanni (2023), oltre lo schermo si dischiude una regione infestata da presenze insolite, a tratti minacciose, a tratti surreali, talvolta affascinanti e altre volte insensate. Qui la rete si rivela una soglia tanto fisica quanto mentale: un territorio sospeso, indefinito, situato "da qualche parte nel mezzo" (p. 193).

Il termine *liminale* deriva dal latino *limen*, "soglia". L'antropologo Victor Turner (1969/2001) lo ha impiegato per descrivere lo stadio intermedio nei rituali di passaggio: una condizione sospesa, in cui i partecipanti "non sono né da una parte né dall'altra; stanno in uno spazio intermedio (*betwixt and between*) tra le posizioni assegnate e distribuite dalla legge, dal costume, dalle convenzioni e dal cerimoniale" (p.112). Le regole sono sospese, le identità temporaneamente disgregate e il caos prelude a una possibile rinascita. Turner associa tale fase a immagini di morte, oscurità e desolazione e mostra come lo smarrimento sia necessario prima dell'assunzione di una nuova identità (p.112).

Se in antropologia la liminalità si riferiva ai riti di passaggio e ai momenti di transizione – dall'adolescenza all'età adulta, dal profano al sacro –, in senso esteso il concetto è stato adottato per descrivere spazi e condizioni "intermedie" anche nella modernità. In questo senso, il *realismo capitalista* di Mark Fisher (2009/2018) può essere inteso come una "condizione liminare perma-

Mi chiedevo
se questi fossero
i miei spazi.
Mi chiedevo
i miei spazi
dove si trovassero.
(Webster, 2025)

la sua radice originaria, αἴσθησις (*aisthesis*, "sensazione, percezione"), e si trasforma in sinonimo di *vibe*: non più soltanto un codice stilistico, ma un'atmosfera condivisa, una sensibilità percettiva ed emotiva capace di unire i fruitori in un'esperienza comune (Tanni, 2023, p. 43).

> Un'estetica non è soltanto qualcosa che ***puoi vedere***, è soprattutto ciò che ***devi sentire***. (Tanni, 2023, p. 43)

La produzione di immagini e suoni *aesthetic* diventa così una pratica consapevole di modulazione dei sensi e, di conseguenza, di influenza sulla percezione e sulla mente dello spettatore. È implicita in ciò la rivendicazione che sia possibile vivere esperienze significative anche in un ambiente interamente mediato come Internet: queste estetiche digitali, quando non si riducono a effimere mode passeggere, rappresentano il tentativo di trasmettere stimoli vitali attraverso il web, usando l'arte come *modem* per connettersi alle proprie emozioni (Tanni, 2023).

In definitiva, la vaporwave – estetica "totale" della contemporaneità digitale – non è mera nostalgia né semplice moda virale, piuttosto riflette, con sottile pervasività, sulle condizioni del presente tecno-capitalistico. Attraverso il lo-fi, il glitch e la nostalgia spettrale, essa incarna una forma attuale di dissonanza: non la rottura radicale delle avanguardie storiche, ma un disturbo sommesso che incrina la superficie levigata del mainstream. Nell'iper-piattezza dello schermo, in un mondo che reclama percezioni più intense, la vaporwave si propone come tentativo di costruire realtà alternative, più ricche di stimoli e capaci di restituire profondità là dove domina la superficie. Proprio la sua natura effimera diviene forza critica: come un fantasma estetico, continua a infestare il presente, ricordandoci i futuri che abbiamo perduto.

> Mi chiedevo se questi fossero i miei spazi
> Mi chiedevo i miei spazi dove si trovassero.
> (Weaver, 2022)

3.1.2 visioni perturbanti sulla soglia

Proseguendo il discorso sul dissenziente e il dissonante, si esaminano ora linguaggi visivi e sonori perturbanti che esplorano lo spazio liminale – luoghi e momenti "di soglia". Nei recenti paesaggi di Internet, infatti, emergono estetiche che oscillano tra sogno e incubo, capaci di suscitare al tempo stesso fascino e inquietudine. Come osserva Tanni (2023), oltre lo schermo si dischiude una regione infestata da presenze insolite, a tratti minacciose, a tratti surreali, talvolta affascinanti e altre volte insensate. Qui la rete si rivela una soglia tanto fisica quanto mentale: un territorio sospeso, indefinito, situato "da qualche parte nel mezzo" (p. 193).

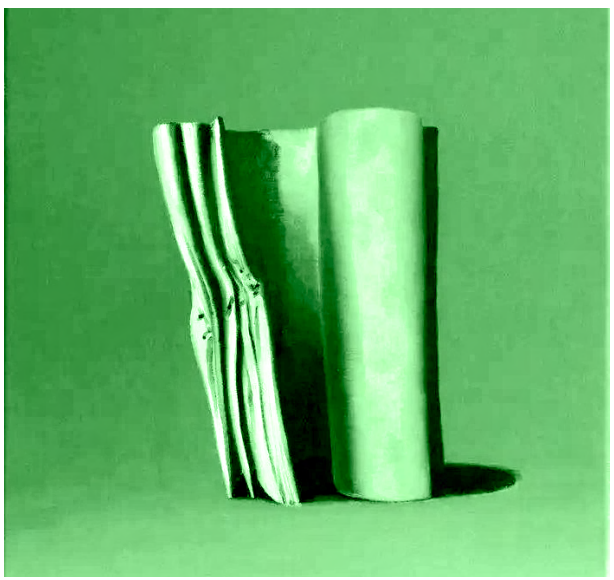
Il termine ***liminale*** deriva dal latino ***limen***, "soglia". L'antropologo Victor Turner (1969/2001) lo ha impiegato per descrivere lo stadio intermedio nei rituali di passaggio: una condizione sospesa, in cui i partecipanti "non sono né da una parte né dall'altra; stanno in uno spazio intermedio (***betwixt and between***) tra le posizioni assegnate e distribuite dalla legge, dal costume, dalle convenzioni e dal cerimoniale" (p.112). Le regole sono sospese, le identità temporaneamente disgregate e il caos prelude a una possibile rinascita. Turner associa tale fase a immagini di morte, oscurità e desolazione e mostra come lo smarrimento sia necessario prima dell'assunzione di una nuova identità (p.112).

Se in antropologia la liminalità si riferiva ai riti di passaggio e ai momenti di transizione – dall'adolescenza all'età adulta, dal profano al sacro –, in senso esteso il concetto è stato adottato per descrivere spazi e condizioni "intermedie" anche nella modernità. In questo senso, il ***realismo capitalista*** di Mark Fisher (2009/2018) può essere inteso come una "condizione liminare perma-

nente", in cui ci troviamo imprigionati in un presente interminabile, privo di passato e incapace di futuro. Come osserva l'artista americano Nick Vyssotsky (come citato in Tanni, 2023, pp. 197-198), in un'epoca segnata dall'assenza di agency nella vita reale molte persone hanno cercato rifugio negli ambienti digitali, dove la simulazione dell'autonomia appare più semplice e accessibile. Dunque, "abitare la dimensione intermedia che si apre oltre lo schermo non è una scelta, ma una strategia di sopravvivenza" (Tanni, 2023, p. 198).

Nelle culture visive digitali, la nozione di liminalità ha trovato nuova vita per interpretare un fenomeno peculiare: quello dei ***liminal spaces***. Si tratta di immagini – fotografie o render digitali – di ambienti vuoti e transitori: corridoi deserti, uffici abbandonati, parcheggi notturni, aree di servizio illuminate da neon, scuole senza studenti (Aesthetics Wiki, s.d.). Luoghi che normalmente funzionano da passaggi, privati della presenza umana, assumono un'aura straniante. La loro forza risiede nell'ambivalenza: sono spazi familiari, talvolta persino nostalgici, e al tempo stesso inquietanti, perché deserti e immobili. Si generano così emozioni contrastanti: conforto e malinconia da un lato, ansia e disorientamento dall'altro (Aesthetics Wiki, s.d.). Non a caso, la popolarità di queste immagini è esplosa durante la pandemia da COVID-19: l'esperienza collettiva dei lockdown, con città e luoghi pubblici improvvisamente svuotati, ha reso gli spazi liminali particolarmente evocativi.

↓ Fig. 4 The Caretaker, *Everywhere at the End of Time* (2016). Primo volume di una serie che esplora la perdita di memoria; copertina con opera di Ivan Seal.



Accanto alle immagini, un ruolo fondamentale è giocato dal suono. La vaporwave ha mostrato molte affinità con i liminal spaces: nostalgia, artificialità, temporalità sospesa. Ma è soprattutto il lavoro di artisti come ***The Caretaker*** ad aver definito una vera estetica sonora del liminale. Nei suoi album, brani di musica da ballo anni '30 vengono rallentati e distorti fino a diventare spettri sonori: melodie familiari ma irriconoscibili, che evocano memorie cancellate dalla demenza. L'esperienza di ascolto diventa una metafora della perdita e dell'estraneazione (Fisher, 2014; Fig. 4). Questi paesaggi sonori spettrali, diffusi online e spesso accompagnati da visual lo-fi, rafforzano la sensazione liminale: un'esperienza immersiva in cui immagine e suono concorrono a produrre straniamento e nostalgia perturbante.

Sul piano psicologico, diversi fattori concorrono a generare l'angoscia tipica degli spazi liminali. Centrale è la presenza del perturbante freudiano (§ 2.2.3): un corridoio scolastico vuoto o una sala giochi spenta evocano ricordi personali, ma allo stesso tempo trasmettono nostalgia e ansia di abbandono. Sono immagini che non abbiamo mai visto davvero, ma che riconosciamo come

"stranamente familiari", perché somigliano a luoghi custoditi nella nostra memoria. Non a caso l'espressione ***strangely familiar*** ricorre nei titoli di compilation su YouTube e nei post di Reddit, a esplicitare quel sentimento perturbante (Tanni, 2023, p. 101).

L'assenza dell'elemento umano è un fattore determinante: non è la presenza del mostro a generare paura, ma il vuoto che rende ambigui spazi altrimenti quotidiani. Qui entra in gioco la ***kenopsia***, definita da John Koenig come "l'atmosfera inquietante e desolata di un luogo che di solito è pieno di gente ma che ora è abbandonato e silenzioso – il corridoio di una scuola di sera, un ufficio non illuminato nel fine settimana, un luna park vuoto – un'immagine emotiva postuma che lo fa sembrare non solo vuoto ma iper-vuoto" (Koenig, come citato in Tanni, 2023, p. 101). Molte immagini di piscine, parco giochi, aule o corridoi mostrano ambienti colorati ma sbiaditi, illuminati da luci soffuse, che trasmettono al contempo nostalgia infantile e inquietudine.

Accanto alla kenopsia emerge spesso l'***apeirofobia***, l'angoscia dell'infinito, stimolata da luoghi che sembrano ripetersi in ***loop*** (Tanni, 2023, p. 94). In termini più ampi, la categoria fischeriana di ***hauntology*** aiuta, ancora una volta, a descrivere questa esperienza: nostalgia per futuri mai realizzati che infestano il presente come spettri (Fisher, 2014). Gli spazi liminali, così, diventano luoghi "infestati" non da presenze concrete, ma da un passato recente che ritorna come fantasma e da un futuro perduto che non si compie mai.

L'esempio più noto dello spazio liminale come sottocultura di Internet è il meme delle ***Backrooms***, le "stanze sul retro". L'origine è attribuita a un post caricato anonimamente su 4chan, nel 2019: una fotografia sgranata di un ufficio abbandonato, illuminato da neon giallastri, descritta in seguito dall'autore stesso – prima ignoto, poi riconosciuto nell'utente Black August – come l'ingresso

↑ Fig. 5 Anonimo, post su 4chan (12 maggio 2019). Fotografia digitale considerata la prima rappresentazione delle Backrooms.

a un labirinto infinito di stanze in cui ci si troverebbe "cadendo fuori dalla realtà"[4] (Aesthetics Wiki, s.d.; Fig. 5). Le Backrooms incarnano una liminalità orrorifica: un ***non-luogo***[5] che amplifica ansie urbane e memorie inconsce, divenendo simbolo popolare della condizione contemporanea. Videogiochi, cortometraggi e narrazioni transmediali ne hanno ampliato l'impatto, confermando la capacità virale di questi paesaggi digitali.

Inoltre, dalla sensibilità liminale derivano numerose estetiche "core". Nate su piattaforme come Tum-

4. Letteralmente "what you see when you no-clip out of reality", ovvero ciò che appare quando si *esce* dai confini della realtà tramite il *no-clip*. Il termine, mutuato dal linguaggio videoludico, indica la disattivazione delle collisioni: un comando o un *bug* che permette al giocatore di attraversare muri e superfici, esplorando aree normalmente inaccessibili (Aesthetics Wiki, s.d.).

5. *Non-luogo* (fr. *non-lieu*) è un neologismo introdotto da Marc Augé (1992) per indicare spazi non identitari, non relazionali e non storici – tipici della *surmodernité* – come aeroporti, autostrade, grandi centri commerciali. Sono ambienti standardizzati e orientati al transito, dove le individualità si incrociano senza costruire relazioni stabili: l'utente è definito soprattutto come *fruitore* o *cliente*. Applicato alle Backrooms, il riferimento è analogico: affinità semantica, non coincidenza teorica.

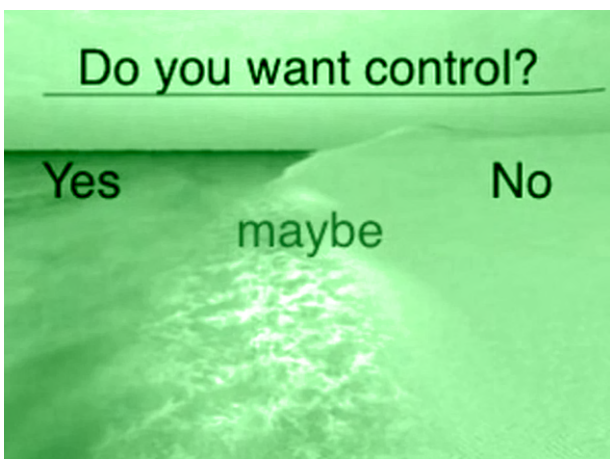
blr, Reddit e TikTok dopo la "morte" della vaporwave (§ 3.1.1), con cui condividono la bassa qualità, il difetto tecnico, la spontaneità e l'amatorialità, sono capaci di articolare emozioni diffuse in un linguaggio visivo collettivo e iconico.

Il *weirdcore.*

Si configura come un'estetica che si fonda su immagini disturbate e distorte, caratterizzate da fotografie sfocate, compressioni digitali, testi enigmatici sovrapposti e ambientazioni familiari trasfigurate in spazi stranianti, spesso privi o con volti umani oscurati. Il suo scopo è suscitare sensazioni di disorientamento, confusione e alienazione, richiamando stati di derealizzazione e depersonalizzazione (Aesthetics Wiki, s.d.; Fig. 6).

↓ Fig. 6 milked-sack, post su Reddit (r/internet_funeral) (12 maggio 2019). Elaborazione grafica in stile weirdcore.

→ Fig. 7 gbrltvrst (Gabrielle Traversat), post su Tumblr (22 agosto 2018). Elaborazione grafica in stile dreamcore.



Il *dreamcore.*

Si distingue invece per il suo richiamo all'onirico e alla nostalgia: paesaggi soffusi e colori pastello presentano ambienti idilliaci, interni domestici e periferie suburbane, evocativi di una "casa perduta" o di un'infanzia idealizzata. L'atmosfera ha toni rassicuranti ma sfuggenti, come il ricordo sbiadito di un sogno dolce (Aesthetics Wiki, s.d.; Fig. 7).

Il *traumacore.*

Indirizza l'estetica verso territori più oscuri e perturbanti. Attraverso immagini di luoghi abbandonati, fotografie danneggiate e scritte inquietanti esprime il dolore, la sofferenza e l'alienazione connessi a traumi personali. A differenza del dreamcore, non c'è consolazione ma una messa in scena di disagio e vissuti emotivi traumatici, spesso con intenti catartici e terapeutici (Aesthetics Wiki, s.d.; Figg. 8–9).

↑ Fig. 8 imgonnakillmy, post su Reddit (r/redscarepod) (2019). Collage digitale che combina estetica kawaii e messaggi di angoscia, tipico del traumacore.

Alla luce dei capitoli precedenti, occorre interrogarsi sul potenziale critico di tali estetiche. ***Possono davvero incrinare le narrazioni dominanti, o rischiano di dissolversi nel rumore digitale?*** La risposta è di nuovo duplice. Da un lato, esse rappresentano una forma di dissenso estetico: contestano la perfezione patinata del mainstream con immagini e suoni disturbanti, riportando al centro il difetto, il vuoto, l'inquietudine. Dall'altro, proprio la loro viralità rischia di neutralizzarle: i liminal spaces e i meme dei Backrooms, nati come critica implicita, sono già stati assorbiti da videogiochi commerciali, marketing e prodotti di intrattenimento. Addirittura, emergono tentativi di "canonizzazione": su Reddit, per esempio, i moderatori del canale r/weirdcore (2021) hanno limitato i contenuti e definito criteri per distinguere immagini "buone" da "cattive" in base alla coerenza con

l'estetica. Questo intervento evidenzia come estetiche nate come pratiche amatoriali e spontanee tendano rapidamente a istituzionalizzarsi all'interno delle stesse piattaforme che le hanno generate, trasformandosi da linguaggi fluidi e critici in codici condivisi e regolamentati.

A differenza dei Surrealisti, tuttavia, gli artisti del weirdcore e del dreamcore non sembrano interpretare il mondo dei sogni come un luogo liberatorio, né come uno strumento per rompere le catene della consuetudine e venire a contatto con verità più profonde. Il sogno non è la strada che porta alla rivoluzione: piuttosto è un rifugio, una fonte di comfort e tenera nostalgia. (Tanni, 2023, p. 134)

Il rischio è quello già discusso con Adorno e Debord: la *critica* si trasforma in *spettacolo*, l'*opposizione* in *stile*. Tuttavia, un margine di ambiguità rimane: anche quando diventano cliché, queste estetiche continuano a evocare esperienze intime di smarrimento, nostalgia e paura. Funzionano come specchi collettivi di un malessere generazionale, in cui precarietà e alienazione trovano una forma visibile.

Nel loro oscillare tra critica e complicità, tra emancipazione e consumo, tali estetiche incarnano perfettamente la condizione contemporanea: siamo sospesi in uno spazio liminale globale, in cui la soglia non conduce a un oltre, ma si prolunga indefinitamente. È proprio in questa sospensione, inquietante e affascinante, che si annida la necessità di articolare una declinazione micro-fenomenologica della soglia. Qui, essa non è più intesa come semplice fase di transizione tra stati o come una categoria iconografica, ma come regime percettivo

specifico. In questo senso, la riflessione di Camila Braci (2024) offre una ridefinizione del liminale.

> ***Infra-***, come costituente all'interno della parola, di una frase o del discorso, esplora una materia sfuggente, che può stare sia al di sotto delle cose, come radice della parola, sia nel mezzo, nell'intermedio, come preposizione. Una particella osservabile per cui però bisogna acuire le intenzioni. Questa particella può diventare il suggerimento per penetrare il mondo. Il discorso diventa in questo modo non solo il mezzo di osservazione, ma l'oggetto stesso dell'osservazione. (Braci, 2024, p. 9)

Su tale sfondo, Braci (2024, pp. 51-54) chiama *infra-mondi* gli spazi marginali, di transito, sospesi o residuali in cui il senso rimbalza, devia, riaffiora. Il liminale diviene un'operazione dell'attenzione che si innesta su fenomeni familiari, producendo uno scarto minimo e quasi impercettibile. Esso implica "un doppio sguardo, propriamente guardare due volte, se non con gli occhi, attraverso la materia grigia, sotto la superficie delle cose" (Braci, 2024, p. 18). Ciò che si produce non è un'immagine diversa, ma una percezione *rientrante:* lo spettatore osserva lo spazio e insieme il fatto che lo sta osservando. È questo cortocircuito percettivo, minimo ma decisivo, ad aprire la soglia liminale come regime dello sguardo e non come luogo.

(Webster, 2025)

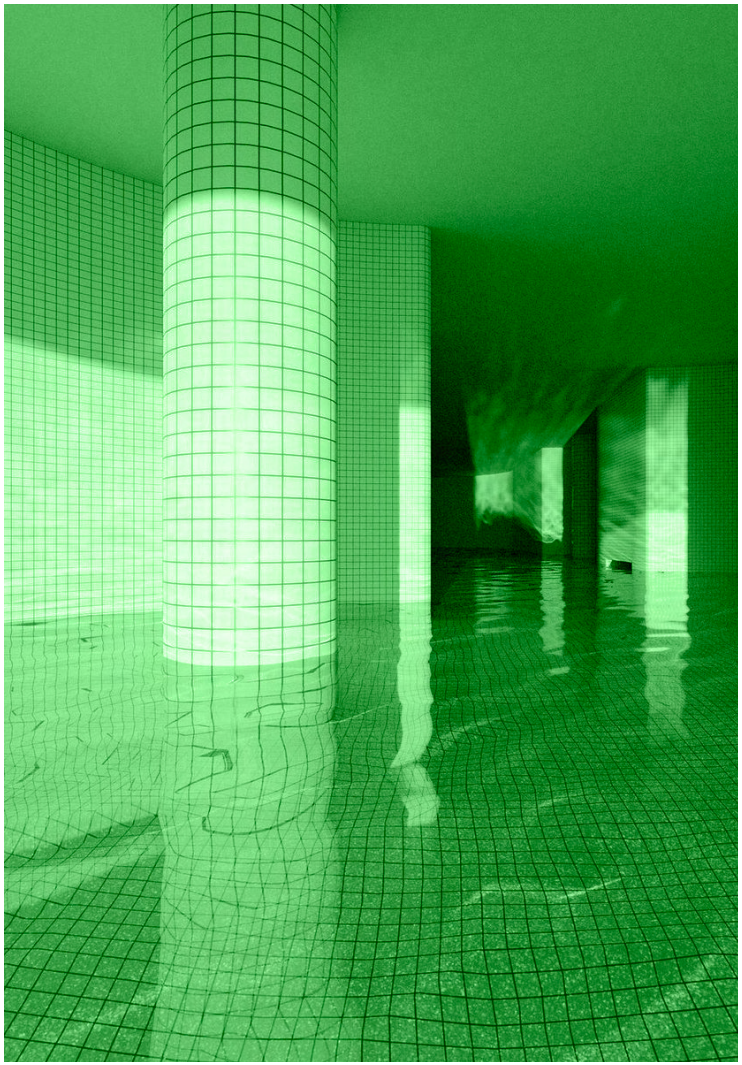
↑ Fig. 9 Jared Pike, *Dream Pools* (dal 2020). Serie realizzata con Blender 3D e LuxCore. Le ambientazioni di piscine infinite si configurano come spazi liminali che evocano un senso di nostalgia inquietante e un'esperienza immersiva al confine tra sogno e realtà cosciente.

specifico. In questo senso, la riflessione di Camila Braci (2024) offre una ridefinizione del liminale.

> ***Infra-***, come costituente all'interno della parola, di una frase o del discorso, esplora una materia sfuggente, che può stare sia al di sotto delle cose, come radice della parola, sia nel mezzo, nell'intermedio, come preposizione. Una particella osservabile per cui però bisogna acuire le intenzioni. Questa particella può diventare il suggerimento per penetrare il mondo. Il discorso diventa in questo modo non solo il mezzo di osservazione, ma l'oggetto stesso dell'osservazione. (Braci, 2024, p. 9)

Su tale sfondo, Braci individua [illegible] che *infra-mondi* gli spazi marginali, di transito, sospesi, residuali in cui il senso rimbalza, devia, riallora. Il liminale diviene un'operazione dell'attenzione che si innesta su fenomeni familiari, producendo uno scarto minimo e quasi impercettibile. Esso implica "un doppio sguardo, propriamente guardare due volte, se non con gli occhi, attraverso la materia grigia, sotto la superficie delle cose" (Braci, 2024, p. 18). Ciò che si produce non è un'immagine diversa, ma una percezione *rientrante:* lo spettatore osserva lo spazio e insieme il fatto che lo sta osservando. È questo cortocircuito percettivo, minimo ma decisivo, ad aprire la soglia liminale come regime dello sguardo e non come luogo.

> Nulla a cui appartengo.
> Nulla che mi appartiene.
> E non c'è nulla di mio.
> (Weaver, 2025)



↑ Fig. 9 Jared Pike, *Dream Pools* (dal 2020). Serie realizzata con Blender 3D e LuxCore. Le ambientazioni di piscine infinite si configurano come spazi liminali che evocano un senso di nostalgia inquietante e un'esperienza immersiva al confine tra sogno e realtà cosciente.

↑ Fig. 10 Jake Baron, *Don't You Wander What's Inside?* (2021) Copertina dell'album che recupera l'immaginario dreamcore.

← Fig. 11 Composizione digitale in stile weirdcore/dreamcore: funghi rossi con occhi umani appaiono su un viale pavimentato a scacchi, immersi in uno spazio nero irreale. Frasi inquietanti si sovrappongono, rafforzando la sensazione di allucinazione e dissociazione.

↑ Fig. 12 comfortablyscema, post su Instagram (1 giugno 2024). Ibrido tra immagini kawaii e contenuti legati al disagio psicologico, tipico delle produzioni memetiche Gen Z.

3.1.3 il brainrot: l'apoteosi del sovraccarico

Il termine ***brainrot*** – letteralmente "marciume cerebrale" – è stato eletto parola dell'anno 2024 dall'Oxford English Dictionary. Viene definito come un "presunto deterioramento dello stato mentale o intellettuale di una persona, in particolare come conseguenza del consumo eccessivo di materiale (oggi soprattutto contenuti online) considerato banale o poco stimolante" (Oxford University Press, 2025).

Nato come iperbole gergale per indicare l'ossessione per contenuti virali, come un meme o un trend, al punto da "far marcire il cervello", negli ultimi anni il termine si è caricato di un significato critico più denso: non solo uno scherzo linguistico, ma un'etichetta culturale per una condizione psico-sociale in cui molti giovani si riconoscono. Brainrot descrive lo stato di torpore cognitivo prodotto dall'esposizione prolungata a brevi video, meme virali e remix frenetici, che lasciano l'utente in una condizione di apatia o disorientamento. Articoli recenti associano al fenomeno sintomi percepiti diffusamente – deficit di attenzione, apatia emotiva, confusione mentale, dipendenza da impulsi rapidi e superficiali – riflesso dell'iperstimolazione che segna l'esperienza mediale della Generazione Z (Felix, 2025).

Questa saturazione cognitiva non nasce nel vuoto. La Gen Z è stata formata da un'ecologia di media sempre attivi: feed senza fine, notifiche, binge-watching, videogiochi e videolezioni, uno sfondo informativo continuo che ha normalizzato il multitasking. All'interno di tale ecosistema, il cervello viene addestrato ad attendersi un ritmo accelerato di gratificazioni: se lo stimolo rallenta, subentra immediatamente la noia, spesso seguita da ansia; se accelera, l'organismo risponde con un'attenzione vigile ma superficiale, una specie di ***trance*** da concentrazione in cui si è ricettivi senza elaborare in profondità. Non sorprende che diverse indagini abbiano rilevato un forte aumento di ansia, depressione e sentimenti di precarietà tra i giovani: la Generazione Z sta affrontando una crisi di salute mentale acuita dalla pandemia da COVID-19, con livelli di disagio emotivo significativamente superiori rispetto alle generazioni precedenti (Walton Family Foundation, 2022).

Dentro questo quadro si colloca lo ***sludge content***, o ***overstimulation video***, che tra 2022 e 2023 è esploso soprattutto su TikTok (Fig. 13). Si tratta di video brevi che dividono lo schermo in più riquadri mostrando simultaneamente clip differenti e spesso scollegate: la combinazione più popolare giustappone uno spezzone di ***Family Guy*** con un gameplay ripetitivo (***Subway Surfers***) o con un video "soddisfacente" di sabbia cinetica (Mattson, 2024). L'audio proviene generalmente dal contenuto principale; i riquadri accessori, muti, forniscono uno stimolo

↓ Fig. 13 Esempio di sludge content da TikTok: collage di clip eterogenee (cartoni animati, gameplay, DIY e commentary). Nota. Da CBC News (2023).

visivo di fondo che "tiene occupato" lo sguardo quando l'attenzione tende a calare. La resa è un hacking deliberato dei circuiti attentivi: invece di chiedere allo spettatore di seguire una trama, lo si intrattiene con un buffet di micro-stimoli che saturano ogni fessura della coscienza. È la grammatica perfetta per un'economia dell'attenzione misurata su ***watch time*** ed ***engagement***: quanto più un contenuto impedisce di distaccare lo sguardo, tanto più l'algoritmo lo premia (Mattson, 2024).

Il risultato è una dissociazione "normativa": il soggetto rimane incollato allo schermo in modo quasi automatico, traendo sollievo da questo lieve torpore che anestetizza pensieri e preoccupazioni. Ecco perché lo sludge content è stato interpretato come una nuova forma di escapismo digitale: prodotti apparentemente "spazzatura" che però offrono un conforto psicologico, non perché ricchi di senso, ma perché spengono temporaneamente il bisogno di senso (Mattson, 2024). La viralità di questi format ha fatto parlare di ***Family Guy pipeline***, cioè di un percorso algoritmico che conduce a contenuti via via più iperstimolanti, ricchi di colori saturi, montaggi serrati, multitasking visivo e musicale (Know Your Meme, 2022). Se la prova clinica di un reale "accorciamento" dell'attenzione è ancora oggetto di dibattito (Mattson, 2024), è difficile negare che il comportamento culturale indotto da questi media stia rimodellando tanto il consumo quanto la progettazione dei contenuti: ***hook*** nei primi tre secondi, montaggi aggressivi, messaggi compressi in micro-pillole, priorità assoluta alla ritenzione. Perciò, l'obiettivo si sposta dalla creazione di messaggi o narrazioni (***designer di idee***) alla massimizzazione della ritenzione e dell'ingaggio attraverso il bombardamento sensoriale (Mattson, 2024).

Questa logica di sovraccarico era stata intravista, in nuce, da Marshall McLuhan. Già negli anni Sessanta egli descrisse così l'accelerazione dei ritmi mediali.

È psichedelico. Quando si aumenta la velocità dell'ambiente, si crea un brivido psichedelico. Il mondo intero diventa caleidoscopico e, tra l'altro, ci si immerge in un viaggio interiore. È un viaggio interiore, non esteriore. (McLuhan, 1968)

Allo stesso modo, dinanzi ai contenuti brainrot l'utente si trova immerso in una corrente di micro-eventi che impediscono il pensiero lento e l'attenzione sostenuta. Ne deriva che è simultaneamente iper-focalizzato sul flusso mediale e dissociato dall'ambiente reale.

Sul piano estetico, una serie di formati anticipano questa tendenza. Un ruolo importante è ricoperto dai ***deep fried memes*** del 2015-2016: immagini veloci e istintive, spesso a bassa risoluzione, che vengono "bruciate" e alterate tramite compressioni forzate, filtri, glitch e pixelature. Ancora un volta, la bruttezza è un gesto intenzionale: riproducono ironicamente il deterioramento che un'immagine subisce quando circola online, ovvero quando viene condivisa, salvata e ricaricata infinite volte. Molti utenti li collocano nella fase ***post-ironica***, dove l'ironia si accumula a tal punto da sfumare in una nuova, paradossale sincerità (The Plant, 2024).

Su questo terreno, tra il 2021 e il 2022 esplode su TikTok il ***corecore*** (o ***chaos edit***), che rappresenta "il punto finale dove tutte le estetiche convergono, trionfano e collassano" (Tanni, 2023, p. 152). I video, spesso brevissimi, assemblano frammenti eterogenei – film, notiziari, meme, micro-virali, vlog di star e sconosciuti – in sequenze veloci e spaesanti, accompagnate da colonne sonore malinconiche. L'effetto non risiede nella narrazione, spesso assente, ma nel ***mood*** complessivo: una sensazione nichilistica e affettiva che alterna degrado sociale, tecnologia oppressiva, precarietà sentimentale e lampi di nostalgia infantile, restituendo una sorta di

condensazione del sovraccarico informatico. È come se un frammento del nostro scrolling quotidiano venisse estratto dal flusso e riproposto "così com'è".

Forse è una reazione contro la tirannia della perfezione di Instagram; forse è semplicemente la logica conseguenza della disponibilità di massa dei software di editing video. Forse perché solo il caos può racchiudere l'aspetto e le sensazioni di un cervello cronicamente online. (Jennings, 2021)

Paradossalmente, è proprio questo flusso a far emergere un barlume di consapevolezza: ridendo dell'assurdità del mondo, lo spettatore riconosce la fatica e la mancanza di senso. Un nichilismo "gioioso" e alienato che trasforma il disagio e la dissociazione di un cervello cronicamente online in linguaggio condiviso, una forma di esorcismo estetico del malessere (The Plant, 2024).

Su questa scia, tra 2024 e 2025, con la diffusione popolare dell'Intelligenza Artificiale generativa, è esploso il fenomeno dell'*Italian Brainrot*. Meme e video surreali, spesso creati o potenziati dall'IA,

hanno dato vita a un universo narrativo grottesco e partecipato: personaggi come "Trallallero Trallalà" (uno squalo con sneaker blu), "Bombardiro Crocodilo" (ibrido tra jet militare e coccodrillo) e "Ballerina Cappuccina" (tazzina di caffè antropomorfa) sono accompagnati da filastrocche con audio sintetici e registrazioni volutamente artefatte (Mediatrends, 2025; Fig. 14). Il nonsense caotico non è semplice casualità: è un dispositivo comunitario che invita al remix continuo, a fanart, gadget, carte collezionabili, *lore* condivise; un immaginario "vernacolare" che rimbalza, si traduce e si reinventa fino a travalicare i confini italiani. La partecipazione internazionale rafforza il carattere *glocal* del format: una caricatura dell'italianità che diventa materiale aperto per comunità transnazionali, pronte a riadattarlo alle proprie grammatiche memetiche.

Il mio corpo vessillo
di stimoli ha smesso
di portarne
e riceverne...
a una certa mi sono
anche sentita vuota,
mi sono spaventata...

(Webster, 2025)

I brand non sono rimasti a guardare. Il successo dell'Italian Brainrot ha attirato in poco tempo marchi internazionali di settori diversi, dalla moda alle compagnie aeree, fino alle squadre di calcio. Loewe, Ryanair [illegible] Pepsi sono tra i primi ad aver integrato queste [illegible] anche nelle proprie strategie social (Outpump, 2024). È la dinamica ormai tipica dell'industria culturale: penetrare all'interno delle culture vernacolari di Internet e "tradurre" linguaggi spontanei in strumenti di *engagement*. Il brainrot – nato dal basso come estetica del nonsense e dell'iperstimolazione – mostra così la propria malleabilità, ricordandoci quanto sia permeabile il confine tra il dissenso espressivo e lo sfruttamento commerciale, tra la creatività e la cooptazione (Mediatrends, 2025).

Questa porosità tra cultura memetica e mercato si lega alla diagnosi politica di Fisher sul realismo capitali-

← Fig. 14 outpump, post su Instagram (14 aprile 2025). Collage dei personaggi caratteristici dell'Italian Brainrot, divenuti virali.

condensazione del sovraccarico informatico. È come se un frammento del nostro scrolling quotidiano venisse estratto dal flusso e riproposto "così com'è".

Forse è una reazione contro la tirannia della perfezione di Instagram; forse è semplicemente la logica conseguenza della disponibilità di massa dei software di editing video. Forse perché solo il caos può racchiudere l'aspetto e le sensazioni di un cervello cronicamente online. (Jennings, 2021)

Paradossalmente, è proprio questo flusso a far emergere un barlume di consapevolezza. Fissando dall'assurdità del mondo, lo spettatore [illegible] mancanza di senso. Un nichilismo "gioioso" [illegible] che trasforma il disagio e la dissociazione di un cervello cronicamente online in linguaggio condiviso, una forma di esorcismo estetico del malessere (The Italian, 2024).

Su questa scia, tra 2024 e 2025, [illegible] popolare dell'Intelligenza Artificiale [illegible] so il fenomeno dell'*Italian Brainrot*. Meme e video surreali, spesso creati o potenziati dall'IA,

il mio corpo vessillo
di stimoli ha smesso
di portarne
e riceverne...
a una certa mi sono
anche sentita vuota
mi sono spaventata...

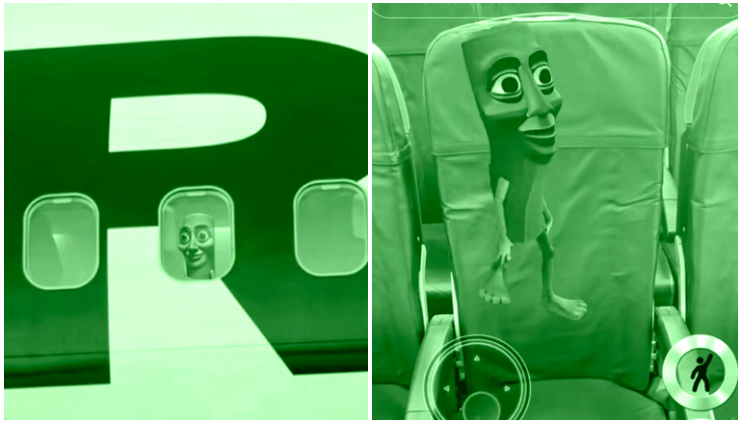
(Meatar, 2025)

hanno dato vita a un universo narrativo grottesco e partecipato: personaggi come "Trallallero Trallalà" (uno squalo con sneaker blu), "Bombardiro Crocodilo" (ibrido tra jet militare e coccodrillo) e "Ballerina Cappuccina" (tazzina di caffè antropomorfa) sono accompagnati da filastrocche con audio sintetici e registrazioni volutamente artefatte (Mediatrends, 2025; Fig. 14). Il nonsense caotico non è semplice casualità: è un dispositivo comunitario che invita al remix continuo, a fanart, gadget, carte collezionabili, *lore* condivise; un immaginario "vernacolare" che rimbalza, si traduce e si reinventa fino a travalicare i confini italiani. La partecipazione internazionale rafforza il carattere *glocal* del format: una caricatura dell'italianità che diventa materiale aperto per comunità transnazionali, pronte a riadattarlo alle proprie grammatiche memetiche.

I brand non sono rimasti a guardare. Il successo dell'Italian Brainrot ha attirato in poco tempo marchi internazionali di settori diversi, dalla moda alle compagnie aeree, fino alle squadre di calcio. Loewe, Ryanair (Fig. 15) e Juventus sono tra i primi ad aver integrato queste figure iconiche nelle proprie strategie social (Outpump, 2024). È la dinamica ormai tipica dell'industria culturale: penetrare all'interno delle culture vernacolari di Internet e "tradurre" linguaggi spontanei in strumenti di *engagement*. Il brainrot – nato dal basso come estetica del nonsense e dell'iperstimolazione – mostra così la propria malleabilità, ricordandoci quanto sia permeabile il confine tra il dissenso espressivo e lo sfruttamento commerciale, tra la creatività e la cooptazione (Mediatrends, 2025).

Questa porosità tra cultura memetica e mercato si lega alla diagnosi politica di Fisher sul realismo capitali-

← Fig. 14 outpump, post su Instagram (14 aprile 2025). Collage dei personaggi caratteristici dell'Italian Brainrot, divenuti virali.



↑ Fig. 15 Ryanair FR, post su TikTok (aprile 2025). Contenuto autoironico sulla flying experience low-cost, esempio di riappropriazione dell'Italian Brainrot da parte di un brand.

sta (2009/2018). In un contesto in cui sembra più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo, la sofferenza psichica tende a essere depoliticizzata, ridotta a questione individuale da trattare clinicamente, anziché letta come sintomo sociale (§ 1.2.1). La Generazione Z, schiacciata tra crisi ecologiche, precarietà economica e overload informativo, sperimenta ansia e depressione senza riuscire a riconnettere stabilmente questi vissuti a cause sistemiche. In tale scenario, il brainrot appare come una strategia psichica di sopravvivenza: automedicazione per mezzo di un'overdose controllata di stimoli che, anestetizzando, permette di rimanere a galla.

Il versante estetico di questo sovraccarico incontra la riflessione adorniana sulla dissonanza. Per Adorno (1970/2009), la grande arte moderna incorpora l'elemento negativo senza scioglierlo in un'armonia conciliatoria: mantiene vivo il conflitto, svelando contraddizioni non risolte. I contenuti brainrot operano in modo analogo: strutturano deliberatamente il caos, senza offrire sintesi. La loro efficacia sta nel costringere il fruitore a sostare nel

cortocircuito tra il bisogno di senso e il bombardamento di nonsense, trasformando la frattura in esperienza estetica. In questa chiave, l'***anti-significato diventa messaggio***: gli affetti negativi, come ansia, irritazione, rumore, sono convertiti in occasione di riflessione ironica.

C'è tuttavia un rovescio della medaglia: l'assuefazione. La ripetizione di scariche percettive in un contesto di ricompense variabili (nuovi contenuti, like, notifiche) attiva i circuiti dopaminergici con meccanismi simili al gioco d'azzardo, come mostrato da Schüll (2016). Più che la soddisfazione per un contenuto "buono", a contare diventa la scarica stessa: il puro bombardamento di stimoli. Quando questi vengono a mancare, emergono noia, irrequietezza, difficoltà a godere di attività lente come leggere o scrivere. Nasce così un burnout cognitivo: la mente è esausta per il sovraccarico di informazioni usa e getta e, insieme, dipendente dagli stessi stimoli che la logorano. Fisher (2009/2018, p. 59) aveva colto la dinamica con la formula dell'"edonia depressa", ovvero la ricerca di gratificazioni istantanee e superficiali come fuga da uno stato di latente depressione.

> [...] uno stato che definirei di "edonia depressa". Di solito la depressione è caratterizzata da uno stato di anedonia, ma la condizione alla quale mi riferisco descrive non tanto l'incapacità di provare piacere, quanto l'incapacità di non inseguire altro che il piacere. La sensazione è che "manchi qualcosa". (Fisher, 2009/2018, p. 59)

Eppure, proprio nell'ambivalenza del fenomeno si intravede uno spazio critico. Il brainrot può funzionare da specchio: mostrare senza veli la contraddizione tra

desiderio di significato e flusso di assurdità che occupa ogni interstizio. Non è un caso che abbondino online video autoironici del tipo "I think I have brainrot": la confessione diventa meme, la consapevolezza resta intrappolata nella forma virale ma lascia, talvolta, una traccia di riflessione. In alcuni casi la sovrastimolazione si rovescia in un linguaggio affettivo che cerca di fare comunità proprio dentro il rumore. È poco? Forse. Ma segnala che nei territori liminari della rete resistono pulsioni creative e critiche, aperture a "mondi altri" che meritano di essere interrogate non come semplici evasioni, bensì come sintomi di esigenze politiche ed emotive irrisolte.

In conclusione, il brainrot appare come la precipitazione estrema della sensibilità digitale contemporanea: un'estetica del sovraccarico che, da un lato, offre un rifugio tossico – una scarica di stimoli che blocca il pensiero critico – e, dall'altro, mette a nudo l'esasperazione di una cultura sovrastimolata e al tempo stesso estremamente stanca. Se la vaporwave ricapitolava il fallimento delle utopie del passato e i liminal spaces o il weirdcore restituivano l'inquietudine del presente, il brainrot mostra il collasso del futuro nell'iperstimolazione: è da qui che prende avvio la riflessione successiva sulle possibilità di resistenza e risignificazione critica attraverso i meme.

3.2 il potere critico dei meme

I meme occupano oggi una posizione centrale nella cultura visiva contemporanea: apparentemente leggeri e immediati, si configurano come veri e propri "virus culturali" capaci di circolare rapidamente, adattarsi ai contesti, sovvertire i codici comunicativi e catalizzare delle forme inedite di soggettivazione collettiva.

Lungi dall'essere effimeri scherzi online, essi costituiscono una grammatica visiva e testuale condivisa, la cui sintassi ironica e dissacrante permette di veicolare critiche al sistema dominante e di canalizzare il disagio generazionale, trasformando il meme in una forma collettiva di resistenza politica e culturale nell'era del capitalismo informazionale. Questa stessa fluidità, che ne sostiene la portata critica, ne definisce però anche la vulnerabilità: il mercato può assorbirne rapidamente l'ironia riducendola a intrattenimento, neutralizzandone il potenziale antagonista.

È in questa tensione – fra sovversione e cattura, fra attivismo online e attivismo offline – che risiede la rilevanza dei meme per il design della comunicazione. Il loro studio e utilizzo consapevole permette di comprendere non solo i meccanismi della cultura popolare digitale, ma anche le dinamiche di potere, resistenza e partecipazione che attraversano il nostro presente.

3.2.1 la memestetica: destrutturare con ironia

L'estetica del meme – o ***memestetica***, per usare il termine coniato da Valentina Tanni (2020) – è caratterizzata da forme espressive ironiche e spesso rudimentali, che nascono dalla cultura partecipativa di internet. Questa estetica sovverte i canoni visivi e comunicativi ufficiali attraverso il gioco, la parodia e il ***remix*** incessante di immagini e testi.

Nell'era digitale l'immagine stessa diventa un oggetto "instabile, mutevole, mai definitivo" (Tanni, 2020, p. 8). La circolazione continua e virale delle immagini online ne destabilizza i significati consolidati: ogni figura o messaggio può essere decontestualizzato, modificato e reimmesso nel flusso comunicativo in una nuova forma ironica. In tal senso, i meme operano una ***destrutturazione*** dei codici visivi ufficiali: appropriandosi di simboli del potere o della cultura pop e rimescolandoli in contesti umoristici assurdi, minano l'autorità e la seriosità delle comunicazioni istituzionali.

Un riferimento storico utile per comprendere questa dinamica è il concetto situazionista di ***détournement***. Esso indica il "dirottamento" di materiali culturali esistenti: si tratta di appropriarsi di un contenuto e modificarlo per deviarne il senso, spesso mescolando piani espressivi eterogenei (Tanni, 2020, p. 100). I meme digitali attuano precisamente questo: riprendono immagini note – foto di politici, fotogrammi di film, opere d'arte celebri – e vi sovrappongono testi o alterazioni grafiche minime ma decisive, generando cortocircuiti semantici dal forte impatto satirico. Talvolta il ***dirottamento di senso*** nei meme può essere sottile e appoggiarsi "all'auctoritas del personaggio raffigurato" per poi introdurre variazioni paradossali (Tanni, 2020, p. 100).

Ad esempio, sono circolate online fotografie di Marcel Duchamp – autore già iconoclasta di per sé – con didascalie improbabili, così come noti dipinti classici, invasi da personaggi contemporanei o elementi ***kitsch*** (Fig. 16). Queste operazioni stravolgono il messaggio originario: l'immagine, prima veicolo di un significato "ufficiale", viene ***liberata*** e trasformata in veicolo di un messaggio critico, spesso ironico o dissacrante.

La memestetica affonda dunque le radici in pratiche artistiche del Novecento orientate alla sovversione dei linguaggi visivi. Valentina Tanni (2020, p. 16) sottolinea che "[...] il mondo dei meme e dei contenuti virali [...] costituisce il fulcro della cultura visiva contemporanea" e presenta "punti di contatto con la sperimentazione artistica novecentesca, dal Dadaismo al Situazionismo [...] all'arte relazionale". Il parallelismo con il Dadaismo è particolarmente significante: i dadaisti usavano il ***nonsense***, il collage e l'ironia per contestare la razionalità e l'autorità nell'arte e nella società. Allo stesso modo, i meme impiegano spesso un umorismo assurdo e anti-estetico (errori grammaticali, editing grezzo, accostamenti apparentemente incoerenti) come strumento di critica sociale e politica. Anche il Situazionismo di Debord e soci mirava a sabotare la "società dello spettacolo" con interventi creativi (come graffiti, slogan e fumetti satirici) che rompessero la continuità del

(Webster, 2025)

... passare una mattina ad aggiungere testo randomico su foto randomiche di gatti su twitter è stato l'apice del mio percorso artistico finora... quello e i disegni del diario importati sul PC. Forse la foto del cane.

↑ Fig. 16 *Calvin usa l'orinatoio di Duchamp.* Nota. Da Valentina Tanni (2020).

3.2.1 la memestetica: destrutturare con ironia

L'estetica del meme – o ***memestetica***, per usare il termine coniato da Valentina Tanni (2020) – è caratterizzata da forme espressive ironiche e spesso rudimentali, che nascono dalla cultura partecipativa di internet. Questa estetica sovverte i canoni visivi e comunicativi ufficiali attraverso il gioco, la parodia e il *remix* incessante di immagini e testi.

Nell'era digitale l'immagine si presenta come oggetto "instabile, mutevole, mai definitiva" (Tanni, 2020, p. 8). La circolazione continua e virale delle immagini online ne destabilizza i significati consolidati: ogni figura o messaggio può essere decontestualizzato, modificato e reimmesso nel flusso comunicativo in una nuova forma ironica. In tal senso, i meme operano una *destrutturazione* dei codici visivi ufficiali: appropriandosi di simboli del potere o della cultura popolare, li mescolano in contesti umoristici assurdi, mettendo in crisi la riosità delle comunicazioni istituzionali.

Un riferimento teorico utile per comprendere questa dinamica è il concetto situazionista di *détournement*. Esso indica il "dirottamento" di materiali culturali esistenti: si tratta di appropriarsi di un contenuto e modificarlo per deviarne il senso, spesso mescolando piani espressivi eterogenei (Tanni, 2020, p. 100). I meme digitali attuano precisamente questo: riprendono immagini note – foto di politici, fotogrammi di film, opere d'arte celebri – e vi sovrappongono testi o alterazioni grafiche minime ma decisive, generando cortocircuiti semantici dal forte impatto satirico. Talvolta il ***dirottamento di senso*** nei meme può essere sottile e appoggiarsi "all'auctoritas del personaggio raffigurato" per poi introdurre variazioni paradossali (Tanni, 2020, p. 100).

(meme, 2025)

Ad esempio, sono circolate online fotografie di Marcel Duchamp – autore già iconoclasta di per sé – con didascalie improbabili, così come noti dipinti classici, invasi da personaggi contemporanei o elementi ***kitsch*** (Fig. 16). Queste operazioni stravolgono il messaggio originario: l'immagine, prima veicolo di un significato "ufficiale", viene ***liberata*** e trasformata in veicolo di un messaggio critico, spesso ironico o dissacrante.

La memestetica affonda dunque le radici in pratiche artistiche del Novecento orientate alla sovversione dei linguaggi visivi. Valentina Tanni (2020, p. 16) sottolinea che "il mondo dei meme e dei contenuti virali [...] costituisce il fulcro della cultura visiva contemporanea" e presenta "punti di contatto con la sperimentazione artistica novecentesca, dal Dadaismo al Situazionismo e all'arte relazionale". Il parallelismo con il Dadaismo è particolarmente calzante: i dadaisti usavano il ***nonsense***, il collage e l'ironia per contestare la razionalità e l'autorità nell'arte e nella società. Allo stesso modo, i meme impiegano spesso un umorismo assurdo e anti-estetico (testi sgrammaticati, editing grezzo, accostamenti incoerenti) come strumento di critica implicita. Anche il Situazionismo di Debord e soci mirava a sabotare la "società dello spettacolo" con interventi creativi (come graffiti, slogan e fumetti satirici) che rompessero la continuità del

↑ Fig. 16 *Calvin usa l'orinatoio di Duchamp.* Nota. Da Valentina Tanni (2020).

discorso dominante. I meme odierni possono essere visti come eredi digitali di quei gesti: piccoli sabotaggi quotidiani del flusso mediale, che evidenziano le contraddizioni del potere in forma caricaturale.

Internet si configura, ogni giorno di più, come il regno delle alternative: un palco su cui va in scena, minuto per minuto, ogni possibile versione della realtà, rendendoci coscienti degli infiniti punti di vista e degli innumerevoli modi di stare al mondo. (Tanni, 2020, p. 71)

Questo carattere effimero e plastico è amplificato dall'uso ludico del linguaggio: molti meme attraversano fasi di ***meta-ironia***, in cui si scherza persino sui meme stessi e sul loro codice, creando un gioco di riferimenti autoreferenziali. In ambito accademico, si è addirittura proposta una periodizzazione storica basata su questo rapporto (meme ***pre-ironici***, ***ironici***, ***post-ironici***, ***meta-ironici***)[6]. Quel che è certo è che tali oggetti virali, nati intorno agli anni '90, hanno subito una rapidissima evoluzione: da ***humour*** semplice e schemi rigidi si è passati a forme sempre più stratificate, autoreferenziali e dense di citazioni. L'ironia, insomma, è sia la cifra stilistica sia l'arma politica del meme: attraverso la risata e il paradosso, i meme riescono a desacralizzare temi serissimi – dalla propaganda di regime alle pompose campagne pubblicitarie – portandoli al livello del quotidiano e del grottesco, dove perdono la loro aura di intoccabilità.

6. Seong-Young Her e Masha Zharova (2015), del collettivo *The Philosopher's Meme*, hanno proposto di allineare le quattro "fasi ironiche" dei meme ai grandi periodi della storia dell'arte: premodernismo, modernismo, postmodernismo, metamodernismo. Si tratta di un parallelismo suggestivo ma metodologicamente debole, che resta però utile per segnalare continuità con le pratiche artistiche: appropriazione, remix, assurdo, sovversione, primato del contenuto (Tanni, 2020, p. 82).

Un elemento distintivo della memestetica è la sua intrinseca cultura partecipativa e amatoriale. La produzione di meme non richiede ***expertise*** tecniche né investimenti: è un'attività aperta virtualmente a chiunque abbia accesso a internet. Questo ha importanti implicazioni sul piano dell'autorialità e dell'originalità. La storica distinzione tra creatori e pubblico si confonde.

La produzione di immagini non è più un compito riservato a una categoria precisa e qualificata di persone: tutti possono partecipare alla costruzione dell'immaginario collettivo. [...] Le opere, tanto quelle del presente quanto quelle del passato, non sono più oggetti intoccabili da contemplare nei musei o sui libri; sono *materiali a disposizione*. (Tanni, 2020, p. 7)

Così, tutta la storia dell'arte diviene "oggetto di una continua azione di appropriazione e reinterpretazione", in un "ciclo inarrestabile e vertiginoso" di riuso (p. 7). Come notano diversi teorici dei nuovi media, siamo entrati nell'era della ***remix culture***, dove il valore creativo risiede nella capacità di rielaborare materiali preesistenti più che nel crearne ex novo. Questo comporta una sorta di "sovversione dell'autorialità": l'autore del meme è spesso collettivo o anonimo, e l'opera-meme è per sua natura in continua evoluzione tramite i contributi successivi di altri utenti. Tale dinamica richiama il concetto benjaminiano di opera d'arte "nell'epoca della sua riproducibilità tecnica": Walter Benjamin (1936/2014) osservò che la riproduzione meccanica erodeva l'"aura" dell'opera unica, democratizzandone la fruizione.

I meme portano questa logica all'estremo: non solo l'opera visiva è riprodotta, ma è trasformata, dissa-

↑ Fig. 17 Lorna Mills, *At Play in the Fields of the Lord* (11 giugno 2015). Mostra personale alla Transfer Gallery, Brooklyn.

crata, resa "banale" e dunque liberata dal feticcio dell'originale. Il risultato è una cultura visiva più democratica e orizzontale, in cui il confine tra artista e spettatore si assottiglia (chiunque può essere creatore di meme) e l'autorità culturale è messa in crisi.

Va notato che la qualità "amatoriale" dei meme – estetica spesso lo-fi, contenuti grezzi o "brutti" – non ne riduce l'impatto culturale, anzi. Il carattere ludico e imperfetto è parte integrante del messaggio: "il carattere ludico dei meme non li rende elementi culturali meno rilevanti; anzi, diventa spesso l'architettura su cui costruire e veicolare messaggi, una sintassi condivisa che facilita [...] la propagazione di un sentire collettivo" (Tanni, 2020). Questa accessibilità favorisce l'identificazione e la diffusione virale: un meme sgradevole ma vero può risultare più immediato e convincente di una comunicazione patinata, perché trasmette spontaneità e genuinità. La stessa Tanni (2020) rileva come parte della scena creativa online celebri volutamente "il brutto" proprio per marcare la distanza dalle estetiche mainstream iper-prodotte.

In sintesi, i meme si configurano come una forma d'arte popolare dissidente, eredi di pratiche storiche di sovversione e al tempo stesso prodotto pieno della cultura digitale. La loro forza critica consiste nel cortocircuito ironico che generano, capace di rendere visibile ciò che nei discorsi ufficiali tende a naturalizzarsi. L'ironia non è un orpello, ma una leva cognitiva: i meme esibiscono, deridono e incrinano il funzionamento del potere.

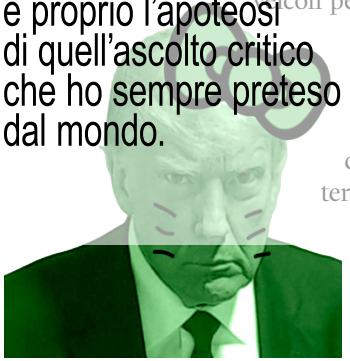
Nei meme, le battute, il prendere poco sul serio le cose serie e vere, come le sitcom o l'arte, ho sempre sentito un certo grado di vergogna. [...] ma ora mi accorgo che il meme, la risata, la parodia della struttura di un episodio di House è proprio l'apoteosi di quell'ascolto critico che ho sempre preteso dal mondo.

(Webster, 2025)

3.2.2 il meme come forma collettiva di resistenza

Al di là dell'aspetto estetico, i meme hanno assunto il ruolo di strumento di resistenza culturale. In un clima socioeconomico spesso caratterizzato da precarietà, disillusione politica e disagio generazionale, i meme offrono un mezzo immediato per trovare comunità, condividere rabbia.

Mark Fisher, nel suo testo *I meme e Mark Fisher* [illegible] come i contenuti virali siano diventati veicoli per canalizzare frustrazioni e istanze sociali, in linea con il pensiero di Fisher e la tradizione della Scuola di Francoforte. Fisher (2009/2018) ha definito il ***realismo capitalista*** come l'orizzonte in cui "non c'è alternativa" al sistema (§ 1.2.1). Qui basta ricordare l'effetto psicologico: problemi di apatia e depressione, soprattutto tra i più giovani. Ebbene, paradossalmente, la memetica online è diventata uno degli spazi dove questo disagio prende voce, talora in forma sarcastica o



↑ Fig. 18 *Donald Trump's Mugshot*. Nota. Da Know Your Meme.

↑ Fig. 17 Lorna Mills, *At Play in the Fields of the Lord* (11 giugno 2015). Mostra personale alla Transfer Gallery, Brooklyn.

crata, resa "banale" e dunque liberata da [illegible] originale. Il risultato è una cultura visiva più democratica e orizzontale, in cui il confine tra artista e spettatore si assottiglia (chiunque può essere creatore di meme) e l'autorità culturale è messa [illegible].

Va notato che la [illegible] – estetica spesso lo-fi, contenuti [illegible] "brutti" – non ne riduce l'impatto culturale, anzi. Il carattere ludico e imperfetto è parte integrante del messaggio. Il carattere ludico dei meme non li re[illegible] levanti; anzi, diventa spesso l'architettura [illegible] ire e veicolare messaggi, una sintassi condivisa che facilita [...] la propagazione di un sentire collettivo" (Tanni, 2020). Questa accessibilità favorisce l'identificazione e la diffusione virale: un meme sgradevole ma vero può risultare più immediato e convincente di una comunicazione patinata, perché trasmette spontaneità e genuinità. La stessa Tanni (2020) rileva come parte della scena creativa online celebri volutamente "il brutto" proprio per marcare la distanza dalle estetiche mainstream iper-prodotte.

Nei meme, le battute, il prendere poco sul serio le cose serie e vere, come le sitcom o l'arte, ho sempre sentito un certo grado di vergogna. [...] ma ora mi accorgo che il meme, la risata, la parodia della struttura di un episodio di House e proprio l'aporeosi di quell'ascolto critico che ho sempre preteso dal mondo.

(Weaver, 2020)

In sintesi, i meme si configurano come una forma d'arte popolare dissidente, eredi di pratiche storiche di sovversione e al tempo stesso prodotto pieno della cultura digitale. La loro forza critica consiste nel cortocircuito ironico che generano, capace di rendere visibile ciò che nei discorsi ufficiali tende a naturalizzarsi. L'ironia non è un orpello, ma una leva cognitiva: i meme esibiscono, deridono e incrinano il funzionamento del potere.

3.2.2 il meme come forma collettiva di resistenza

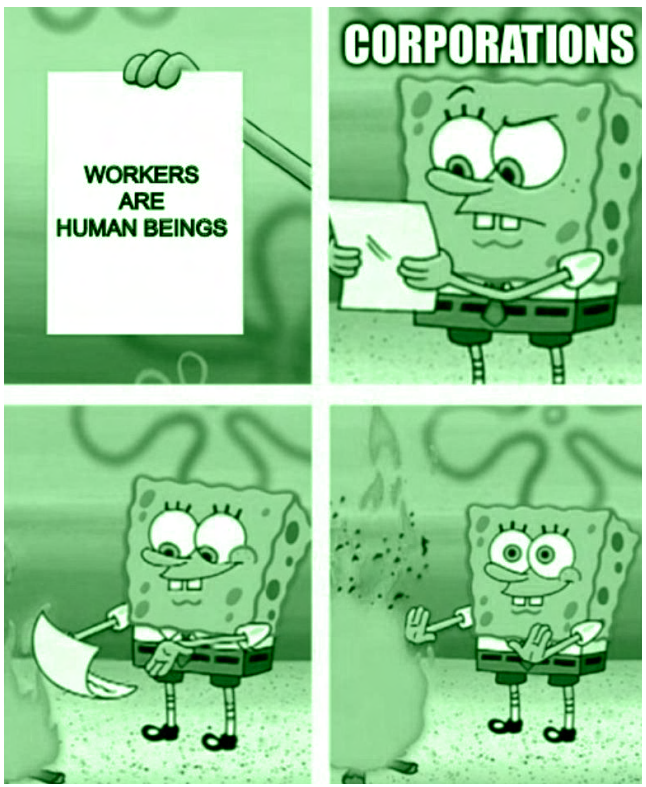
Al di là dell'aspetto estetico, i meme hanno assunto un ruolo di strumento di resistenza culturale. In un clima socioeconomico spesso caratterizzato da precarietà, disillusione politica e disagio generazionale, i meme offrono un mezzo immediato per trovare comunità solidali online.

Mike Watson, nel suo testo *I meme e Mark Fisher* (2024), evidenzia come i contenuti virali siano diventati veicoli per canalizzare frustrazioni e istanze sociali, in linea con il pensiero di Fisher e la tradizione della Scuola di Francoforte. Fisher (2009/2018) ha definito il ***realismo capitalista*** come l'orizzonte in cui "non c'è alternativa" al sistema (§ 1.2.1). Qui basta ricordare l'effetto psicologico: problemi di apatia e depressione, soprattutto tra i più giovani. Ebbene, paradossalmente, la memetica online è diventata uno degli spazi dove questo disagio prende voce, talora in forma sarcastica o

↑ Fig. 18 *Donald Trump's Mugshot*. Nota. Da Know Your Meme.

nichilista, talora come espressione generazionale di *humour* nero (Figg. 18–19).

È dalle profondità dell'ansia e della depressione che nasce una missione così irrealistica. È dalle profondità della psicosi che questa vocazione prende forma estetica. (Watson, 2024, p. 128)



↑ Fig. 19 Anonimo, post su Reddit (r/memes) (2020). Meme di SpongeBob sul capitalismo, in particolare sulle condizioni lavorative dei dipendenti.

Di fronte alla duplice sfida dei nostri tempi, ovvero la banalizzazione della critica culturale e la sofferenza psicologica collettiva, i meme occupano una posizione ambivalente (Watson, 2024). Da un lato, essi nascono e proliferano nelle piattaforme capitalistiche, soggette alle logiche di ingaggio e monetizzazione. Dall'altro, proprio la loro viralità li rende potenziali vettori di contro-narrazioni e aggregatori di comunità dissenzienti. Un fatto significativo e allo stesso tempo ironico è per Watson la popolarità postuma di Fisher, divenuto un'icona virale in determinati ambienti online di sinistra: citazioni dalle sue opere, il suo volto stilizzato, riferimenti al suo concetto di *hauntology*, sono circolati tra giovani militanti.

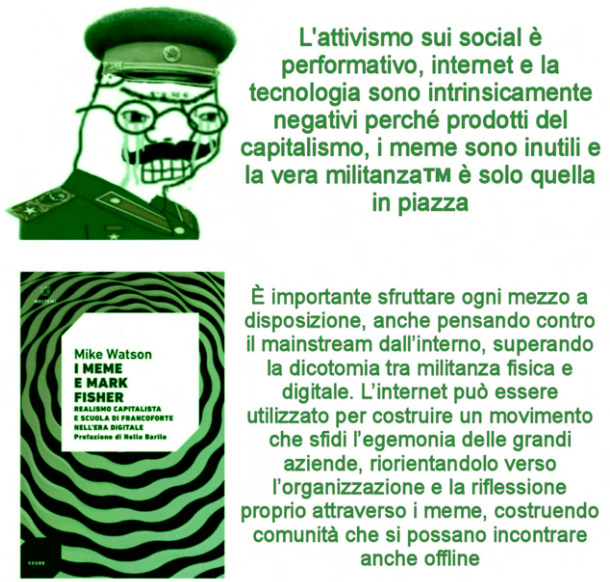
Se da un lato sembra ironico che la teoria di Fisher sia diventata un meme popolare dopo aver sostenuto che il capitalismo banalizza la critica di sinistra, dall'altro è del tutto appropriato. In fondo, la sfera dei meme è perfettamente adatta a far scendere la teoria critica e la filosofia dal loro piedistallo, proprio come Fisher ha cercato di fare attraverso il suo blog "k-punk" e con il suo atteggiamento inclusivo nei confronti dei lettori. (Watson, 2024, pp. 18–19)

La stessa viralità, dunque, comporta pericoli di cooptazione e ambiguità. Ciò rimanda direttamente alle tensioni già individuate dalla Scuola di Francoforte nelle sue diverse valutazioni del potenziale oppositivo della cultura di massa. Theodor Adorno criticava l'industria culturale e la vedeva come uno strumento di conformismo, dubitando fortemente che prodotti "popolari" potessero veicolare una vera resistenza; li considerava

piuttosto merci addomesticanti. Il suo atteggiamento alquanto elitista e conservatore lo portò a opporsi aspramente al movimento studentesco di Francoforte, arrivando persino a denunciarlo. Herbert Marcuse, invece, intravedeva nelle controculture giovanili e nelle energie libidinali represse un potenziale rivoluzionario, tanto da divenire un'icona intellettuale della spinta libertaria e dei movimenti di protesta negli USA (Watson, 2024, pp. 109-129). Questa spaccatura riflette un dilemma attuale: i meme, in quanto fenomeno mediale popolare, sono essi stessi parte del "sistema" (e quindi, direbbe Adorno, facilmente cooptabili), oppure possono servire da scintilla per una nuova controcultura dal basso (come sperava Marcuse riguardo alle energie giovanili)?

Watson (2024, p. 32) tenta di rispondere, riconoscendo nei meme l'ascesa di una nuova forma di "controcultura virale", successiva al fallimento delle controculture classiche. Idee e simboli contestatari si diffondono non più tramite i media tradizionali o le subculture locali, ma attraverso i social su scala globale. L'autore cita la fioritura di "meme di sinistra" dedicati a figure e temi marxisti, comunisti o anarchici: account producono vignette satiriche su tematiche di classe, sull'ansia climatica, sull'alienazione lavorativa, sull'antirazzismo, sul realismo capitalista stesso (p. 23; Fig. 20).[7] Queste comunità online usano l'umorismo come porta d'ingresso a temi sociali, favorendo senso di appartenenza e familiarità ideologica. Il meme diventa così una forma di alfabetizzazione politica informale: traduce e semplifica concetti teorici complessi, permettendo alla critica sociale di circolare oltre i confini accademici. È un po' ciò che, nelle controculture pre-digitali, facevano volantini e fanzine, ma con la rapidità e la plasticità comunicativa proprie dell'ecosistema memetico.

Un'analogia storica utile è quella proposta da Fisher nei suoi ultimi scritti: egli immaginava la possibilità di un *comunismo acido*[8], una sorta di controcultura psichedelica di massa che sfuggisse al realismo capitalista. Ma egli stesso era consapevole di come il capitale tendesse



↑ Fig. 20 automazionecomunismomemetico, post su Instagram (luglio 2025). Confronto tra la critica all'attivismo digitale e la valorizzazione della rete per nuove forme di resistenza fuori dal mainstream.

7. Watson (2024, p. 23) menziona l'Italia: da un lato vi è l'egemonia del populismo di destra, dall'altro la crescita di comunità meme-di-sinistra (es. @automatizzatocomunismomemetico, @madonnafreeda, @realismomemetico, @spinacialleverdure). In un Paese con una tradizione di protesta di piazza, non è implausibile immaginare una sinistra ibrida, online e offline, capace di riaprire una prospettiva redistributiva: un desiderio già rintracciabile in Fisher e, più indietro, nella Scuola di Francoforte.

8. Con l'espressione "acid communism" Fisher indica, nel progetto di libro rimasto incompiuto, la prospettiva di una controcultura contemporanea capace di eguagliare l'impatto dei movimenti hippy, punk e rave fra gli anni Sessanta e Novanta (Fisher & Colquhoun, 2020).

a catturare e neutralizzare le spinte antagoniste, spesso deviandole in esiti opposti. Un esempio attuale evidenziato da Watson è la sorte della liberazione del desiderio auspicata da Marcuse negli anni '60: quella carica emancipativa è stata incanalata e monetizzata dalle piattaforme digitali odierne. Basti pensare a ***OnlyFans*** e alla sessualità su Instagram: ciò che poteva essere una liberazione controculturale, un'espressione libera della sessualità, è divenuto un mercato dell'imprenditoria di sé in cui creatori di contenuti vendono la propria immagine intima per profitto (Watson, 2024, p. 115).

L'ideale controculturale si è trasformato in prodotto. Analogamente, molte sottoculture ribelli del passato sono state in seguito assorbite dall'industria dell'intrattenimento e della moda.[9] I meme non fanno eccezione a questa dinamica. In altri termini, il capitale è abilissimo a prendere le istanze di resistenza, edulcorarle e usarle per innovarsi e rafforzarsi. L'estetica memetica può essere riutilizzata in chiave commerciale o propagandistica: ne sono esempio i meme pubblicitari, ovvero contenuti virali adottati dalle aziende sui social per sembrare "vicine ai giovani" e guadagnare in visibilità. Il rischio è che la cultura partecipativa dei meme diventi anch'essa industria culturale, una valvola di sfogo innocua che dà l'illusione della ribellione.

In sostanza, Watson sostiene una posizione equilibrata: pur riconoscendo i pericoli, egli afferma di non odiare del tutto i meme, anzi intravede in essi un possibile mezzo per resistere alla banalizzazione totale e alle tendenze depressive del capitalismo, a patto di saperli utilizzare criticamente (Watson, 2024, p. 22). Fisher stesso, pur probabilmente critico verso la superficialità di certi meme – "ha visto ciò che Marx e Benjamin avevano visto nel XIX e XX secolo: che il capitalismo avrebbe portato il meglio e il peggio di tutti i mondi", e che "il compito del teorico critico è quello di passare al setaccio il male e portare in primo piano il bene" (p. 19). Applicato ai meme, questo significa che i pensatori di sinistra dovrebbero sporcarsi le mani nel terreno caotico della cultura online, individuando ed enfatizzando gli elementi emancipativi presenti anche nei fenomeni virali più frivoli, senza però farsi illusioni sulla cornice sistemica. In fin dei conti, l'interesse di molti nei confronti dei meme e di Fisher indica già un terreno fertile su cui lavorare per costruire nuove forme di immaginario collettivo antagonista.

9. L'analisi di Richard Barbrook e Andy Cameron (1996) sull'ideologia californiana ha mostrato, ad esempio, come i valori originariamente controculturali degli hacker e degli hippy della Silicon Valley – l'utopia digitale, la condivisione, l'antiautoritarismo – siano stati la base simbolica su cui è cresciuto il moderno capitalismo delle *Big Tech*.

Se decine di migliaia di giovani *millennial* e *zoomer* stavano già apprezzando i meme e i video di Mark Fisher, mi è sembrato che fosse breve il salto a convincerli a leggere delle proprietà redentive dell'arte viste dalla Scuola di Francoforte. I meme e Mark Fisher sarebbero stati la porta d'accesso ad Adorno, Benjamin e Marcuse. (Watson, 2024, p. 18)

Se il realismo capitalista prospera isolando gli individui nel privato delle loro ansie, la condivisione memetica di quelle stesse ansie in chiave satirica può rappresentare un primo passo verso l'opposizione, o meglio, per convertire i problemi di salute mentale "da una condizione di medicalizzazione a un antagonismo reale" (Fisher, 2009/2018, p. 151). La cultura dei meme pullula di riferimenti a depressione, timore e alienazione: ciò che era un tabù individuale diventa discorso collettivo,

spesso declinato con ironia pungente. La risata condivisa su un problema comune, come il ***burnout*** lavorativo, produce riconoscimento reciproco e può gettare le basi emotive per future rivendicazioni politiche.

Il meme come forma di resistenza è un oggetto ambivalente: produce contro-discorsi virali e orizzontali, ma lo fa all'interno di piattaforme commerciali che possono assorbirli e neutralizzarli. La lezione della teoria critica – da Benjamin ad Adorno, fino a Fisher e Watson – invita a non liquidare queste forme come "solo pop", ma neppure a sopravvalutarle.

I meme non fanno la rivoluzione, tuttavia possono erodere l'idea di inevitabilità che sostiene lo ***status quo***, aprendo brecce immaginative. C'è il rischio che la protesta resti confinata allo schermo; eppure la vitalità delle community memetiche di sinistra mostra che pensare contro il mainstream ***dentro*** i media è possibile, e può preparare il terreno ad altre forme di mobilitazione.

↑ Fig. 21 ethicaldesign69, post su Instagram (29 agosto 2020). Meme ironico sulla difficoltà nel convincere i designer a sindacalizzarsi. Rielaborazione da *L'alba del pianeta delle scimmie*.

I meme costituiscono, in definitiva, un terreno di contesa simbolica: uno spazio di negoziazione egemonica nel quale l'ironia diviene dispositivo discorsivo.

3.2.3 dall'online all'offline

Negli ultimi anni, si è consolidata una profonda interdipendenza tra la cultura memetica e la protesta politica. La circolazione virale di immagini e slogan sui social media dimostra come i meme possano fungere da ponte tra attivismo ***online*** e ***offline***, sebbene questo fenomeno presenti esiti e contraddizioni importanti.

I movimenti di protesta contemporanei fanno ampio affidamento sull'attivismo digitale sui social media, che funziona come canale di mobilitazione. Nel paesaggio dei social media, i meme di Internet sono emersi come una pratica diffusa per esprimere protesta politica. (Johann et al., 2023)

Le piattaforme digitali, infatti, consentono una rapida diffusione delle informazioni, la connessione tra individui affini e la creazione di comunità virtuali capaci di amplificare i messaggi delle organizzazioni.

Un esempio chiave è il movimento ***Fridays For Future*** (FFF), nato nel 2018 sull'onda delle proteste climatiche giovanili ispirate da Greta Thunberg. La condivisione di contenuti sul cambiamento climatico ha contribuito a diffondere globalmente il messaggio dello sciopero, trasformandolo in un fenomeno planetario in grado di mobilitare milioni di persone (Johann et al., 2023). Analogamente, il movimento ***#MeToo***, emerso nel 2017 contro le molestie e le violenze di genere, ha trovato

nei social network uno spazio di rielaborazione visiva del discorso femminista. L'uso di immagini e grafiche virali su Instagram ha tradotto un tema complesso in formati immediatamente condivisibili, potenziando la riconoscibilità simbolica della battaglia (Abouemera, 2021). In entrambi i casi, la logica memetica – fondata su semplicità, ripetibilità e impatto emotivo[10] – ha permesso di sintetizzare ideali come la giustizia climatica o la denuncia patriarcale in immagini simboliche, catalizzando una forma di partecipazione diffusa.

Nel 2020, con il movimento *Black Lives Matter* (BLM), la comunicazione visiva ha assunto un ruolo decisivo nella protesta contro la violenza razzista. Dopo l'omicidio di George Floyd, la circolazione di immagini e di slogan come "Defund the Police" ha acquisito un valore *mainstream* (Francis & Wright-Rigueur, 2021). I meme, in questo scenario, hanno agito come strumenti di "amplificazione mediante semplificazione"[11] (McCloud, 1993/1994, p. 30), in quanto hanno condensato *frames* politici complessi in *template* replicabili, *remixabili* e rapidamente circolabili. Le mobilitazioni hanno dimostrato un impatto persistente: analisi linguistiche su larga scala correlano i picchi di protesta a un incremento della visibilità online di parole-chiave legate all'antirazzismo, con effetti duraturi (Dunivin et al., 2022).

10. L'umorismo svolge una funzione di ingaggio emotivo e di riduzione del costo cognitivo di accesso alla discussione pubblica, trasformando i meme in veicoli informativi oltre che espressivi (Gunawat & Kapoor, 2023).

11. "[...] I'm going to examine cartooning as a form of amplification through simplification. When we abstract an image through cartooning, we're not so much eliminating details as we are focusing on specific details. By stripping down an image to its essential 'meaning' an artist can amplify that meaning in a way that realistic art can't." (McCloud, 1993/1994, p. 30). La riduzione grafica è una strategia di astrazione che rende i concetti più semplici, memorizzabili e trasferibili. Gunawat e Kapoor (2023) riprendono tale principio e lo applicano ai meme, mostrando come la struttura a template favorisca la circolazione di frame politici complessi.

Non mancano casi in cui i meme hanno avuto effetti concreti sul piano materiale. Un esempio significativo riguarda la solidarietà verso l'Ucraina dopo l'invasione russa del 2022: vari contenuti digitali hanno contribuito a umanizzare la guerra e a trasformare un gesto simbolico di resistenza in una narrazione condivisa, capace di ispirare campagne di supporto e iniziative di raccolta fondi (Brinsley, 2022; Fig. 22).

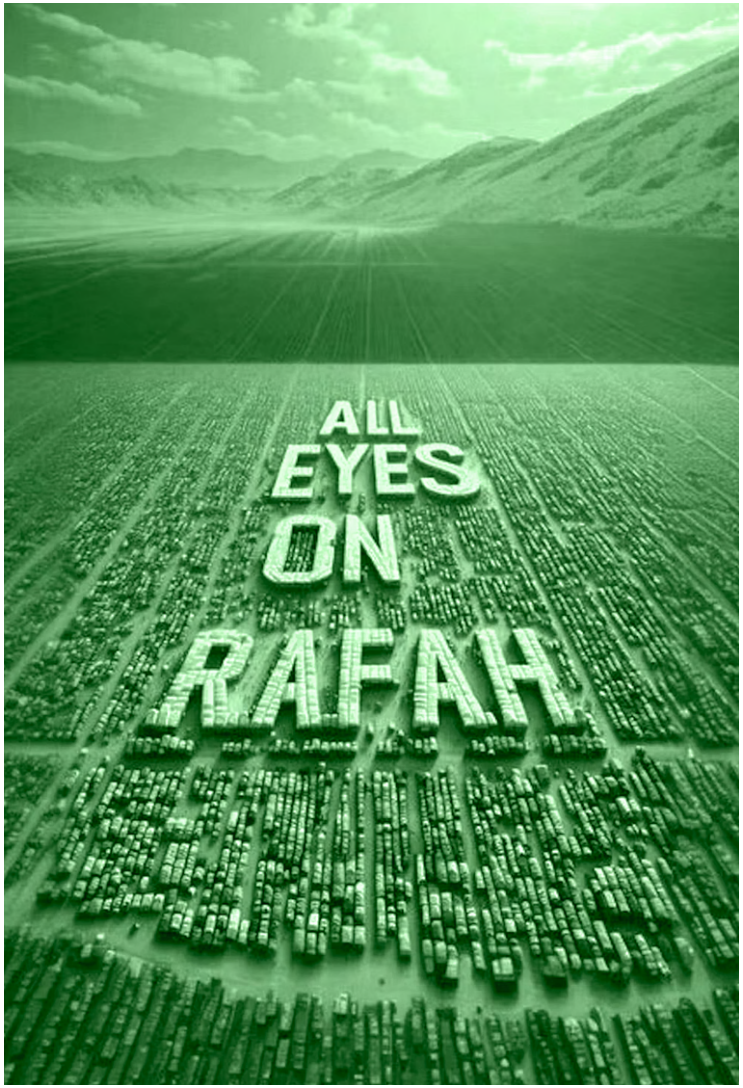
Il dibattito online più recente e significativo riguarda, però, la questione palestinese. Dopo l'attacco di Hamas del 7 ottobre 2023 e la successiva offensiva su Gaza, i social media sono diventati il principale campo di battaglia discorsivo globale. Su TikTok, la diffusione di POV, *lip-sync*, duetti ironici e remix emotivi si manifesta come una forma che Cervi e Divon (2023) definiscono "playful activism": un'attivazione memetica che facilita la partecipazione anche a utenti normalmente distanti dalla geopolitica. Tra i simboli più diffusi emerge l'emoji dell'anguria, i cui colori richiamano la bandiera palestinese, utilizzata dal 2023 come codice sostitutivo per aggirare i filtri della moderazione automatizzata (Haddad et al., 2023). Dire "Palestina" senza nominarla si configura come un esempio di semiotica tattica sviluppata per eludere i meccanismi censori delle piattaforme.

↑ Fig. 22 Paola Zandar, post su TikTok (2022). Clip di un trattore ucraino blu che trascina un carro armato russo, divenuta virale sui social.

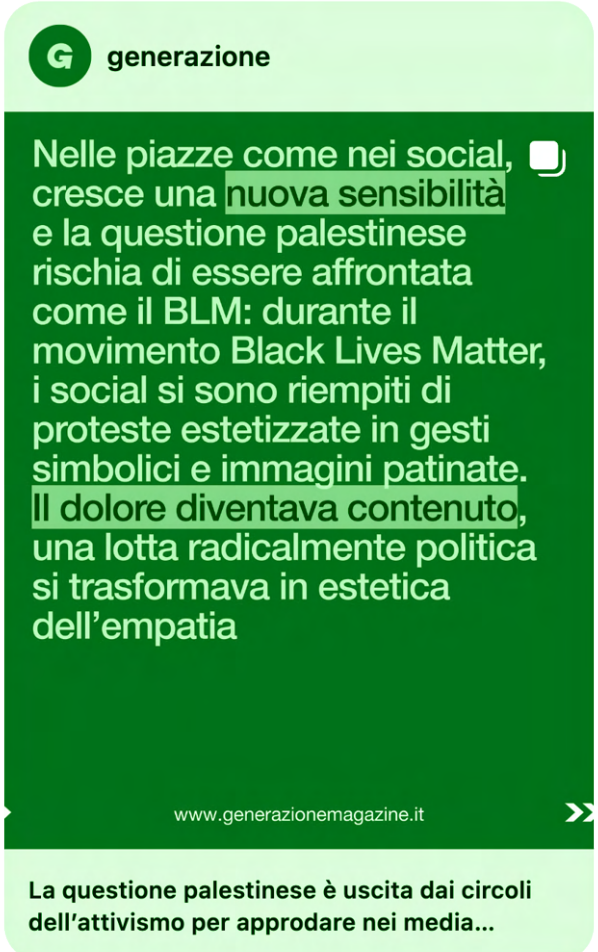
Nel maggio 2024, la diffusione di "All Eyes on Rafah", un'immagine AI-*style* che visualizza la frase come composta dalle tende degli sfollati, ha superato decine di milioni di *repost* su Instagram, diffondendosi anche su TikTok e X e diventando un meme-manifesto della crisi (Robins-Early & Paul, 2024; Fig. 23). In questo caso, la memetica non estetizza la tragedia, bensì struttura l'attenzione pubblica. La viralità ha generato un effetto domino che ha attraversato lo schermo fino all'azione reale. Quando nel 2025 la *Freedom Flotilla Coalition* ha tentato di far salpare imbarcazioni cariche di aiuti umanitari, le immagini delle intercettazioni navali sono rapidamente diventate meme geopolitici diffusi su piattaforme come TikTok, Telegram e X.

Parallelamente, le proteste di piazza hanno conosciuto un'espansione globale. Secondo i dati ACLED, tra il 2023 e il 2025 si registrano migliaia di manifestazioni pro-Palestina in oltre cento Paesi, con un picco nel 2025, specialmente nei *campus* e nelle principali città europee e statunitensi (Chughtai, 2025). Tuttavia, lo stesso ecosistema che rende possibile la viralità può anche reprimerla: Human Rights Watch (2023) documenta rimozioni sistematiche, riduzioni di *reach* e *shadow banning* dei post pro-Palestina su Instagram e Facebook. È all'interno di questa tensione strutturale che si sviluppa la *semiotica cifrata* dell'anguria e dei meme manifesto: non mere estetiche, ma vere e proprie strategie di sopravvivenza comunicativa entro i confini della moderazione algoritmica.

Questa efficienza semantica comporta, tuttavia, anche effetti problematici. La compressione del messaggio favorisce la distorsione e accelera la diffusione di disinformazione. Uno studio pubblicato su *Science* mostra che su Twitter le notizie false hanno circa il 70% di probabilità in più di essere ricondivise rispetto a quelle corrette e che impiegano un sesto del tempo per raggiungere 1500 persone (Vosoughi et al., 2018). Nel caso di BLM,



↑ Fig. 23 *All Eyes on Rafah* (2024). Immagine virale di mobilitazione online relativa alla crisi nella Striscia di Gaza. Nota. Da Instagram.



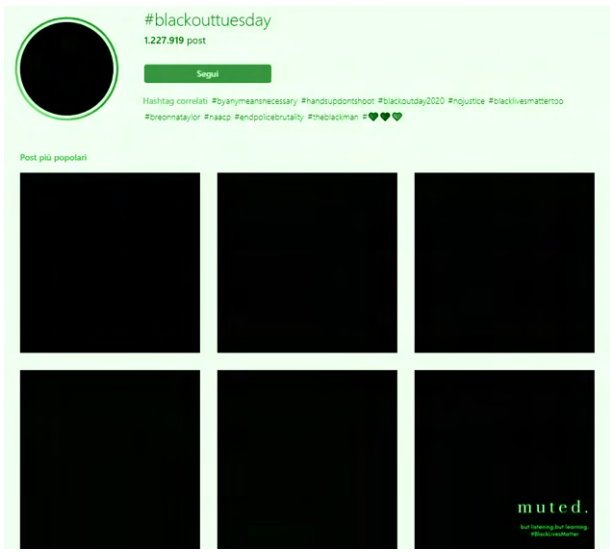
↑ Fig. 24 generazione, post su Instagram (ottobre 2023). Critica alla rappresentazione mediatica della questione palestinese e del movimento BLM.

→ Fig. 25 Schermata Instagram dell'iniziativa #BlackoutTuesday: pubblicazione di post interamente neri in solidarietà al movimento Black Lives Matter (2 giugno 2020). Nota. Da SKY TG24.

iniziative di solidarietà digitale come il *#BlackOutTuesday* nel giugno 2020 hanno sollevato interrogativi su una partecipazione prevalentemente simbolica, in cui la *performatività* del gesto rischia di prevalere sul contenuto politico (Fig. 24–25).

Un caso paradigmatico del dicembre 2024 illustra il lato speculare di questa dinamica. Dopo l'arresto di Luigi Mangione, accusato dell'omicidio del CEO di UnitedHealthcare a New York, è esplosa online un'ondata memetica globale. Su X si è diffuso rapidamente l'hashtag *#FreeLuigi*, accompagnato da petizioni, *merchandising* ironico e immagini "santificate" del suo volto (Watercutter, 2024; Clark, 2024; Fig. 26). Mangione è stato *photoshoppato* come Gesù, Robin Hood o Superman, o stilizzato in *kawaii aesthetics* su TikTok.

La rete si è rapidamente polarizzata: per alcuni utenti, nella *narrazione online*, Mangione è diventato



emblema di rivolta contro le disuguaglianze del sistema sanitario statunitense; per altri, il fenomeno è stato letto come una pericolosa glorificazione della violenza. In questo contesto si sono registrati tentativi istituzionali di contenere la deriva memetica. Analiticamente, il caso può essere interpretato come un esempio di ***mitopoiesi distribuita*** in assenza di un movimento organizzato: un singolo nodo narrativo ("il piccolo contro la Big Insurance") attiva un processo di iconizzazione antagonista.

L'attivista francese Nicolas Framont contesta l'idea che l'episodio memetico sia rimasto privo di continuità. La sua tesi – sistematizzata in ***San Luigi*** (Framont 2025a) e approfondita nell'intervista su ***Iconografie*** (Framont 2025b) – è che il "caso Mangione" mostra come la cultura meme possa essere realmente mobilitante: non derisione fine a sé stessa, ma forma attuale di antagonismo. La forza sta nel fatto che un soggetto apparentemente ordinario diventa vettore di dissenso: è proprio questa ordinarietà a incrinare l'egemonia borghese. La cultura meme, in questa prospettiva, non è un residuo infantile di internet, ma una infrastruttura simbolica che rende pensabili alternative al presente. Da qui la rilevanza del caso: non nella biografia dell'individuo, ma nel suo valore discorsivo, capace di intaccare, anche per un attimo, la convinzione interiorizzata che "non ci siano alternative". L'effetto inquietante nasce dal fatto che questa politicizzazione avviene attraverso forme pop, ironiche, remixabili: ed è precisamente questa estetica a generare mobilitazione affettiva.

Il limite non è dunque l'irrilevanza, ma il rischio di sospensione: senza un'organizzazione preesistente, l'energia che si produce resta icona antagonista senza diventare pratica collettiva stabile. Come ricorda lo stesso Framont (2025a), la politica contemporanea non è fatta soltanto di idee astratte, ma di figure che concentrano affetti e proiezioni.

Tutto l'amore mostrato nei suoi confronti, ovviamente ironico, dice qualcosa della politica così per come è sempre stata, perché è normale che le idee si cristallizzino intorno a delle persone. (Framont, 2025a)

↑ Fig. 26 Collage di immagini tratte dai social media che documentano il caso Luigi Mangione tra meme, fan edits e altri contenuti virali.

La forza politica del meme non risiede nell'estetica in sé, ma nella possibilità di agganciarsi a reti e repertori organizzativi già esistenti. È questo legame a permettere il passaggio dagli schermi allo spazio pubblico: l'iconizzazione antagonista resta pura estetica se manca di un'infrastruttura di movimento; diviene invece catalizzatore d'azione quando può innestarsi su strutture, pratiche e calendari già attivi. In questa direzione, Watson (2024, p. 23) propone un modello di attivismo "ibridato, online e nella vita reale", dove i meme possono generare attenzione e abbassare la soglia di partecipazione, ma la loro efficacia politica dipende dalla traduzione in iniziative concrete (proteste, assemblee, pressione istituzionale).

Il nodo cruciale è, dunque, la mediazione organizzativa: per evitare che il capitalismo digitale mercifichi il dissenso, trasformandolo in spettacolo, è necessario trattare i meme non come un fine estetico, ma come strumenti di connessione tra immaginari condivisi e prassi collettiva. In quest'ottica, il loro potere critico si realizza pienamente solo quando l'ironia diventa coscienza e la coscienza diventa azione. L'emancipazione richiede organizzazione autonoma. I meme possono aprire crepe nel realismo capitalista, sabotando i discorsi del potere; ma affinché tali crepe si trasformino in varchi effettivi, è necessaria una vigilanza costante rispetto alla loro possibile neutralizzazione da parte delle piattaforme.

In sintesi, i meme sono un *vettore di politicizzazione*, ma il cambiamento reale avviene quando trovano un ancoraggio organizzativo e collettivo che ne prolunghi la vita oltre la caducità virale.

Torno a guardare
la tendina che fluttua,
spinta dal vento.
Il rumore degli uccelli
è stato sovrastato
dal vociare dei bambini
per le strade
di Dergano, appena
usciti da scuola.

(Webster, 2025)

La forza politica del meme non risiede nell'estetica in sé, ma nella possibilità di agganciarsi a reti e repertori organizzativi già esistenti. È questo legame a permettere il passaggio dagli schermi allo spazio pubblico: l'iconizzazione antagonista resta pura estetica se manca di un'infrastruttura di movimento; diviene invece catalizzatore d'azione quando può innestarsi su strutture, pratiche e calendari già attivi. In questa direzione, Watson (2024, p. 23) propone un modello di attivismo "ibridato, online e nella vita reale", dove i meme possono generare attenzione e abbassare la soglia di partecipazione, ma la loro efficacia politica dipende dalla traduzione in iniziative concrete (proteste, assemblee, pressione istituzionale).

Il nodo cruciale è, dunque, la mediazione organizzativa: per evitare che il capitalismo digitale metabolizzi il dissenso, trasformandolo in spettacolo, occorre trattare i meme non come un fine, ma come un mezzo per rafforzamenti di connessione tra immaginari condivisi e passaggi collettiva. In quest'ottica, il loro potere critico si realizza pienamente solo quando l'ironia diventa coscienza e la coscienza diventa azione. L'emancipazione richiede organizzazione autonoma. I meme possono aprire crepe nel realismo capitalista, sabotando i discorsi del potere; ma affinché tali crepe si trasformino in varchi effettivi, è necessaria una vigilanza costante rispetto alla loro possibile neutralizzazione da parte delle piattaforme.

In sintesi, i meme sono un *vettore di politicizzazione*, ma il cambiamento reale avviene quando trovano un ancoraggio organizzativo e collettivo che ne prolunghi la vita oltre la caducità virale.

Torno a guardare
la rendina che flutua
spinta dal vento.
Il rumore degli uccelli
è stato sovrastato
dal vociare dei bambini
per le strade
di Derano, appena
usciti da scuola.

(Wepaper, 2025)

conclusioni

Questa tesi ha preso avvio da una domanda centrale: *in che modo il dissenso estetico può sottrarsi all'assimilazione sistemica nel capitalismo digitale contemporaneo?* In altre parole, si è indagato come le pratiche visive e di design critico possano agire come forme di contro-immaginazione, senza essere immediatamente neutralizzate e mercificate dalle logiche del sistema dominante. La sfida emerge dalla constatazione che nelle società tardo-capitaliste la provocazione tende a essere trasformata in merce, mentre l'opposizione viene ricondotta a intrattenimento. Ne risulta una riduzione dell'orizzonte delle alternative pensabili.

Il lavoro ha mostrato come il design e l'estetica visiva costituiscano oggi un territorio eminentemente politico, uno spazio in cui si definisce ciò che può essere percepito e immaginato. In un contesto segnato dalla saturazione visiva, dall'incredibile velocità algoritmica e dalle logiche neoliberiste di mercato, il progetto grafico opera all'interno di un ecosistema in cui le immagini si appiattiscono in stimoli rapidi orientati alla responsività. La presunta neutralità del design si rivela un falso mito: ogni scelta formale contribuisce a consolidare o a mettere in discussione le strutture simboliche che modellano il senso comune.

In tale scenario, le convenzioni estetiche funzionano come dispositivi normativi: la levigatezza, la simmetria, la riconoscibilità stilistica non sono sem-

plici preferenze visive, ma manifestazioni di una visione del mondo fondata sull'ordine, sulla prevedibilità e sul controllo. Questi criteri producono forme di invisibilità selettiva che riducono l'immaginazione collettiva e circoscrivono ciò che appare possibile. L'estetica dissonante interviene qui come interruzione: una strategia che introduce attrito in un panorama visivo dominato dalla fluidità e dalla riduzione dello sforzo percettivo. La dissonanza destabilizza l'aspettativa di armonia e obbliga a un confronto interpretativo, sottraendo la forma al consumo immediato.

Le genealogie ricostruite – dalle avanguardie storiche al punk, dalla sovversione situazionista alle pratiche DIY – mostrano che la rottura formale rappresenta da decenni una strategia per smascherare e scardinare i codici estetici dominanti. Tuttavia, la storia del recupero rivela anche la capacità del sistema culturale di riassorbire rapidamente il dissenso, trasformandolo in stile. Nell'epoca della mediatizzazione continua questa dinamica si intensifica: il dissenso non viene assimilato dopo la sua comparsa, ma durante la sua circolazione.

Si è illustrato come tale processo si manifesti nelle estetiche digitali contemporanee. Immagini glitchate, lo-fi, virali e ironiche emergono come risposte spontanee a un ordine estetico ipersaturo: assumono l'errore, il rumore e la bassa qualità come strumenti espressivi in grado di produrre cortocircuiti percettivi e di mobilitare micro-comunità periferiche. Tuttavia, la stessa viralità che ne favorisce la diffusione accelera la loro neutralizzazione: quando un certo stile diventa riconoscibile, rischia di trasformarsi in trend e merce.

Alla luce di queste analisi, nella ricerca è emerso un quadro concettuale entro cui il dissenso estetico può mantenere efficacia critica.

Quattro elementi risultano decisivi:

a. Collettività. L'efficacia del dissenso estetico risiede nella sua capacità di essere sostenuto da forme di aggregazione e comunità. Microculture digitali, collettivi artistici e spazi indipendenti consentono alla dissonanza di rigenerarsi e la proteggono dalla cooptazione individuale, realizzando appieno il suo potenziale politico come presenza collettiva.

b. Effimerità. La temporaneità delle pratiche dissenzienti rappresenta una tattica di resistenza: interventi urbani provvisori, installazioni non autorizzate, contenuti destinati a mutare o a dissolversi sfuggono più facilmente alla museificazione e alla mercificazione. L'instabilità non è dunque solo un segno di fragilità, ma una condizione che rende il dissenso meno addomesticabile.

c. Attrito cognitivo. Il dissenso estetico non deve limitarsi allo shock visivo: la sua funzione critica emerge quando costringe lo spettatore a fermarsi. La dissonanza interrompe la lettura immediata dell'immagine e genera un rallentamento interpretativo, ovvero un momento in cui il senso non è più dato per scontato. Il dissenso mantiene la sua forza proprio in questa sospensione del giudizio, che impedisce la rapida consumazione della forma.

d. Etica relazionale. Il dissenso efficace non è mai un gesto isolato: richiede una responsabilità verso le relazioni che mette in moto. Solo attraverso processi partecipativi, pratiche di co-creazione e un'attenzione concreta ai pubblici coinvolti la rottura estetica evita di ridursi a una semplice estetizzazione del conflitto. La forza del dissenso si costruisce nel tempo, grazie a legami, alleanze e un impegno costante.

Questo insieme di condizioni – collettività, effimerità, attrito cognitivo, etica relazionale – co-

stituisce il contributo originale della ricerca: una lente attraverso cui comprendere quando e come la dissonanza possa ancora operare criticamente nel capitalismo digitale.

Il lavoro presenta tuttavia dei limiti. La rapidità con cui mutano le estetiche online rende difficile fissare categorie stabili; molte forme analizzate sono in continua trasformazione. Inoltre, l'indagine ha privilegiato un approccio teorico-critico, senza affiancare studi etnografici approfonditi o osservazioni prolungate di comunità specifiche. Infine, la natura eterogenea del design impone di considerare le conclusioni come principi adattabili, non come leggi universali.

Da tali limiti emergono possibili sviluppi futuri: approfondire empiricamente il ruolo delle comunità digitali nella costruzione di immaginari alternativi; indagare la relazione tra dissenso estetico e intelligenza artificiale, sia come strumento sia come nuovo campo di potere; sperimentare pratiche progettuali partecipative che trasformino la dissonanza da gesto autoriale a processo collettivo; integrare, infine, il tema del dissenso nei percorsi formativi della cultura del progetto.

In conclusione, la tesi mostra che, nonostante l'elevata capacità del sistema dominante di neutralizzare la rottura, esistono ancora zone franche – spesso effimere, frammentarie, quotidiane – in cui la dissonanza può operare. Si tratta di spazi interstiziali disseminati nei feed, nelle pratiche di remix e nei gesti minimi che sfuggono alla perfetta riconoscibilità. Non costituiscono un "fuori" stabile, ma un insieme di soglie da cui è ancora possibile pensare e vedere diversamente: una posta in gioco che richiede, più che un eroismo straordinario, una costante vigilanza creativa.

L'estetica dissonante non è un ornamento, né un vezzo stilistico, né una semplice variazione del gusto: è la dimostrazione che l'immaginario non è chiuso, che il sensibile non è interamente normato, che le possibilità non coincidono con ciò che è già stato previsto. Ogni volta che una forma introduce un'interferenza, anche minima, nel flusso estetico dominante, ricorda che un'altra configurazione del reale è ancora pensabile. Ed è in questo spazio, fragile ma reale, che il dissenso continua a trovare la propria possibilità.

ringraziamenti

I miei ringraziamenti vanno innanzitutto ai dissonanti, che mi hanno permesso di trovare un posto nel mondo.
Grazie a mia madre, Caterina, e a mio padre, Lorenzo, per tutto ciò che hanno reso possibile senza chiedere nulla in cambio.
A mio fratello Marco per l'aiuto immenso e per aver letto per primo questa tesi.
A mio fratello Gianluca, supporter dal giorno zero.
A mia nonna Franca, per quegli occhi pieni di commozione che porto sempre con me.
Grazie a zia Laura per tutti gli abbracci.
A mia nonna Bianca, a mio zio Gaetano e ai miei cugini François e Gabriel, che nonostante la distanza chiedono sempre mie notizie.
Grazie a nonno Romolo e a nonno Fernando, che sarebbero felici di questo giorno.
Grazie a Luca, mio rifugio quotidiano.
A Sarah, Selene e Giacomo, per ogni momento condiviso in questi cinque anni.
A Irene F., per aver ricucito con me, con cura, questa serie di libretti.
A Olga, presente da sempre e ancora una volta al mio fianco.
A Irene C., per avermi insegnato ad aprire gli occhi.
A Roland, che mi ha regalato il suo sguardo.
A Libera, la cui dissonanza continua a ispirarmi.
A Sara, per l'affetto che non è mai mancato.
Ai miei compagni di scuola e di vita.

A Giulia, la mia prima amica di università, per il suo sorriso contagioso e l'incoraggiamento.
A Elisa, per la dolce compagnia nei primi anni.
Ad Alice, per la disponibilità e il supporto costante.
A Lara, per la condivisione di gioie e dolori.
Ai compagni del liceo non già menzionati, che hanno continuato a cercarmi: Bazz, Clod, Fab, Lore, Luchino, Matte, Stalt, Tresi, Vitto.
Grazie ad Anotnio, Caimanino, Cappi, Dido, Filoz, Gabri, Giadietro, Il Mostro, Marcoz, Pucciosa, Reb per tutte le uscite e le vacanze insieme.
Alle mie amiche di calcio, a Gloria, Joshi, Noemi.
Grazie al mio relatore, Salvatore Zingale, per il sorriso, la calma e la fiducia con cui mi ha accompagnata in questo viaggio.
A Mario Farina, per quella preziosa conversazione davanti al poke.
Grazie ai professori che, nel tempo, mi hanno insegnato a crescere.
A Guido, che mi ha portato poesia e serenità.
Ringrazio chi non smette mai di lottare.
Grazie ai collettivi e le paginette social per l'ispirazione, e gli autori citati per le ottime letture.
Grazie a tutti coloro che sono presenti,
che ci tenevano così tanto a festeggiare con me,
e a tutti coloro che non ho menzionato,
ma che hanno lasciato comunque un segno.

bibliografia

A

Abouemera, R. (2021, 13 luglio). *Memes and the #MeToo movement: Wrong or right?* The American University in Cairo. https://www.aucegypt.edu/news/memes-and-me-too-movement-wrong-or-right

Adam, P. (1992). *Art of the Third Reich*. New York, NY, Stati Uniti: Harry N. Abrams.

Adbusters Media Foundation. (s.d.). *Spoof Ads*. https://www.adbusters.org/spoof-ads

Adorno, T. W. (1959). *Filosofia della musica moderna* (trad. it. di G. Manzoni). Torino, Italia: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1949)

Adorno, T. W. (1990). Il carattere di feticcio in musica e il regresso dell'ascolto. In G. Manzoni (a cura di), *Dissonanze* (trad. it. di G. Manzoni, pp. 9-51). Milano, Italia: Feltrinelli. (Opera originale pubblicata nel 1938)

Adorno, T. W. (2004). *La dialettica negativa* (S. Petrucciani, a cura di; trad. it. di P. Lauro). Torino, Italia: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1966)

Adorno, T. W. (2009). *Teoria estetica* (trad. it. di G. Matteucci). Torino, Italia: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1970)

Adorno, T. W. (2012). *Note per la letteratura* (trad. it. di A. Frioli, E. De Angelis, G. Manzoni, & E. Filippini). Torino, Italia: Einaudi. (Opere originali pubblicate nel 1969 e 1974)

Aesthetics Wiki. (s.d.). *Aesthetics Wiki*. In Fandom. https://aesthetics.fandom.com/wiki/Aesthetics_Wiki

Agnetti, V. (1969). *Libro dimenticato a memoria* [Opera su carta]. Museo del Novecento, Milano (inv. GAM 008543). https://archivioraam.org/opera/libro-dimenticato-a-memoria

Amerio, P. (2003). Dissonanza. In *L'Enciclopedia* (vol. 6, p. 503). Torino, Italia: UTET.

Anderson, B. (1996). *Comunità immaginate: Origini e diffusione dei nazionalismi* (trad. it. di M. Vignale). Roma, Italia: Manifestolibri. (Opera originale pubblicata nel 1983)

Anderson, C. (2010). *La coda lunga: Da un mercato di massa a una massa di mercati* (trad. it. di S. Bourlot). Torino, Italia: Codice. (Opera originale pubblicata nel 2006)

Antonelli, E. (2010). Considerazioni mimetiche su Il perturbante (Das Unheimliche). *Enthymema*, 2, 154-170. https://doi.org/10.13130/2037-2426/756

Aquino, T. d'. (s.d.). *Summa Theologiae* (I, q. 39, a. 8). https://www.carimo.it/somma-teologica/I_q39.htm#8

Augé, M. (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Parigi, Francia: Éditions du Seuil.

Auger, J., & Loizeau, J. (2008, 10 ottobre). *Afterlife Project* [Progetto di design; scheda archivio]. Goldsmiths Research Online, Goldsmiths, University of London. https://research.gold.ac.uk/id/eprint/5643

B

Barbieri Masini, E., & Medina Vásquez, J. E. (2000). Scenarios as seen from a human and social perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 65(1), 49-66. https://doi.org/10.1016/S0040-1625(99)00127-4

Barbrook, R., & Cameron, A. (1996). The Californian ideology. *Science as Culture*, 6(1), 44-72. https://doi.org/10.1080/09505439609526455

Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulation*. Parigi, Francia: Éditions Galilée.

Baumgarten, A. G. (1992). *Estetica* (F. Piselli, a cura di; trad. it. di F. Piselli). Milano, Italia: Vita e Pensiero. (Opera originale pubblicata nel 1750-1758)

Beauchamp, S. (2016). *How Vaporwave was created then destroyed by the internet*. Esquire. https://www.esquire.com/entertainment/music/a47793/what-happened-to-vaporwave/

Benjamin, W. (2014). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (F. Valagussa, a cura di; trad. it. di E. Filippini). Torino, Italia: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1936)

Benjamin, W. (2004). *Esperienza e povertà*. In R. Tiedemann & H. Schweppenhäuser (a cura di), *Opere complete* (Vol. 5, pp. 539–546). Torino: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1933)

Bianchini, S., Bourganel, R., Quinz, E., Levillain F., & Zibetti, E. (2015). (Mis)behavioral objects: Empowerment of Users Versus Empowerment of Objects. In D. Bihanic (a cura di), *Empowering users through design: Interdi-*

sciplinary studies and combined approaches for technological products and services (pp. 129-152). Londra, Regno Unito: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-13018-7_8

Black, E. (2001). *IBM e l'Olocausto. L'alleanza strategica tra la Germania nazista e la più potente corporation americana* (trad. it. di R. Zuppet & S. Mancini). Milano, Italia: Rizzoli.

Bleecker, J. (2009). *Design fiction: A short essay on design, science, fact and fiction* [Working paper]. Institute for the Future. https://systemsorienteddesign.net/wp-content/uploads/2011/01/DesignFiction_WebEdition.pdf

Bonfantini, M. A. (1990). Semiosis of projectual invention. *Versus*, (55-56), [pp. 133-142].

Bonfantini, M. A., Bramati, J., & Zingale, S. (2007). *Sussidiario di semiotica (in dieci lezioni e duecento immagini)*. Milano, Italia: ATì Editore.

Bortoluzzi, M. (2023). Homo fictus. Gehlen e le "radici antropologiche" della letteratura. *Dialegesthai*, 25. https://purl.org/mdd/manfredi-bortoluzzi-01

Bourdieu, P. (1983). *La distinzione. Critica sociale del gusto* (trad. it. di G. Viale). Bologna, Italia: Il Mulino. (Opera originale pubblicata nel 1979)

Boyd, B. (2009). *On the origin of stories: Evolution, cognition, and fiction*. Cambridge, MA, Stati Uniti: The Belknap Press of Harvard University Press.

Braci, C. (2024). *Infra-Manifesto (Tentativo n. 1)*. Tesi non pubblicata, Accademia di Belle Arti di Brera, Milano.

C

Brinsley, C. (2022, 9 marzo). *Cartoon of Ukrainian tractor towing Russian tank makes fun of invasion.* Newsweek. https://www.newsweek.com/cartoon-ukrainian-tractor-towing-russian-tank-makes-fun-invasion-1693563

Brooker, C. (Executive Producer). (2011-2023). *Black Mirror* [TV series]. House of Tomorrow; Zeppotron.

Burns, C., Cottam, H., Vanstone, C., & Winhall, J. (2006). *Red Paper 02. Transformation design*. Londra, Regno Unito: Design Council. https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/reports-resources/red-paper-02-transformation-design/

Cascone, K. (2000). The aesthetics of failure: "Post-digital" tendencies in contemporary computer music. *Computer Music Journal*, 24(4), 12-18. https://www.jstor.org/stable/3681551

CAST – Center for Advanced Studies in Tourism. (2024, 6 novembre). *Inventarvivere | L'abito inventivo* [Video]. YouTube. http://www.youtube.com/watch?v=atbaqKHMnqk

Celi, M. (2013). Gli scenari come narrazioni del possibile. In A. Penati (a cura di), *Il design costruisce mondi: Design e narrazioni* (pp. 49-61). Milano, Italia: Mimesis.

Celi, M. (a cura di). (2010). *AdvanceDesign. Visioni, percorsi e strumenti per predisporsi all'innovazione continua*. Milano, Italia: McGraw-Hill.

Cervi, L., & Divon, T. (2023). Playful activism: Memetic performances of Palestinian resistance in TikTok #Challenges. *Social Media + Society*, 9(1). https://doi.org/10.1177/20563051231157607

Chughtai, A. (2025, 28 ottobre). *The rise of global boycotts against Israel's genocide in Gaza.* Al Jazeera. https://www.aljazeera.com/news/2025/10/28/the-rise-of-global-boycotts-against-israels-genocide-in-gaza

Clark, S. (2024, 20 dicembre). *Luigi Mangione depicted as Jesus near hometown.* Newsweek. https://www.newsweek.com/luigi-mangione-jesus-viral-picture-hometown-maryland-2004190

Clarke, C., & Clarke, M. C. (a cura di). (ca. 1886). *Cassell's Illustrated Shakespeare* (Vol. III: Tragedies). Londra, Regno Unito: Cassell, Petter & Galpin.

Coles, A. (2005). *DesignArt: On art's romance with design*. Londra, Regno Unito: Tate Publishing.

Correll, M. (2018). *Ethical dimensions of visualization research* [Preprint]. arXiv. https://vis.csail.mit.edu/classes/6.859/readings/pdfs/Corell-EthicalDimensionsOfVisualizationResearch.pdf

Cosentino, S., & Lupo, E. (2017). Dissenting design. *Piano B. Arti e culture visive*, 2(1), 96-123. https://doi.org/10.6092/issn.2531-9876/7697

Crousaz, J.-P. de. (1715). *Traité du beau*. Amsterdam, Paesi Bassi: F. L'Honoré.

Crutzen, P. J., & Stoermer, E. F. (2000). The "Anthropocene." *Global Change Newsletter*, 41, 17-18.

D

Debord, G. (1995). *La società dello spettacolo*. Viterbo, Italia: Stampa Alternativa. (Opera originale pubblicata nel 1967)

Derrida, J. (1994). *Spettri di Marx. Stato del debito, lavoro del lutto e nuova Internazionale* (trad. it. di G. Chiurazzi). Milano, Italia: Raffaello Cortina Editore. (Opera originale pubblicata nel 1993)

DiSalvo, C. (2012). *Adversarial design*. Cambridge, MA, Stati Uniti: The MIT Press.

Domusweb. (2025, 20 febbraio). *La sedia Monobloc: una storia*. Domus. https://www.domusweb.it/it/design/2025/02/20/monobloc-sedia-storia.html

Douglas, N. (2014). It's supposed to look like shit: The internet ugly aesthetic. *Journal of Visual Culture*, 13(3), 314-339. https://doi.org/10.1177/1470412914544516

Drucker, J. (2012). Humanistic theory and digital scholarship. In M. K. Gold (a cura di), *Debates in the digital humanities* (pp. 85-95). Minneapolis, MN, Stati Uniti: University of Minnesota Press.

Dunivin, Z. O., Yan, H. Y., Ince, J., & Rojas, F. (2022). Black Lives Matter protests shift public discourse. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 119(10), e2117320119. https://doi.org/10.1073/pnas.2117320119

Dunne, A., & Raby, F. (2001). *Design noir: The secret life of electronic objects*. Basel, Svizzera: Birkhäuser.

Dunne, A., & Raby, F. (2004). *Is this your future?* [Mostra]. Energy Gallery, Science Museum, Londra, Regno Unito. https://dunneandraby.co.uk/content/projects/68/0

Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything: Design, fiction and social dreaming*. Cambridge, MA, Stati Uniti: The MIT Press.

E

Eagleman, D. (2012). *In incognito: La vita segreta della mente* (trad. it. di L. Serra). Milano, Italia: Mondadori. (Opera originale pubblicata nel 2011)

Eco, U. (1975). *Trattato di semiotica generale*. Milano, Italia: Bompiani.

Eco, U. (a cura di). (2007). *Storia della bruttezza*. Milano, Italia: Bompiani.

Elias, A. S., Gill, R., & Scharff, C. (a cura di). (2017). *Aesthetic labour: Rethinking beauty politics in neoliberalism*. Londra, Regno Unito: Palgrave Macmillan.

Ericson, M., & Mazé, R. (2011). *Design Act. Socially and politically engaged design today – Critical roles and emerging tactics*. Berlino, Germania: Sternberg Press.

Ewens, H. (2023, 30 marzo). *Why am I crying over this?: How corecore TikTok videos caught the mood of Gen Z*. The Guardian. https://www.theguardian.com/culture/2023/mar/30/corecore-tiktok-videos-gen-z

F

Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Londra, Regno Unito / New York, NY, Stati Uniti: Routledge.

Farina, M. (2016). *Adorno: Teoria critica e pensiero negativo* (collana "Scoprire la filosofia", n. 54). Milano, Italia: Hachette Fascicoli.

Federici, S., & K-assandra. (2024). *Reincantare l'oscurità del mondo*. NOT – Nero Editions. https://not.neroeditions.com/reincantare-loscurita-del-mondo/

Felix, A. (2025). *The psychological and neurological effects of digital overstimulation and dopamine addiction among Generation Z* [Working paper]. SSRN. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=5348745

Fisher, M. (2014). *Ghosts of my life: Writings on depression, hauntology and lost futures*. Alresford, Regno Unito: Zero Books.

Fisher, M. (2018). *Realismo capitalista* (trad. it. di V. Mattioli). Roma, Italia: Nero Editions. (Opera originale pubblicata nel 2009)

Fisher, M., & Colquhoun, M. (2020). *Acid Communism*. Burlington, VT, Stati Uniti: Pattern Books.

Flusser, V. (2003). *Filosofia del design*. Milano, Italia: Bruno Mondadori. (Opera originale pubblicata nel 1993)

Forster, E. M. (1927). *Aspects of the novel*. New York, NY, Stati Uniti: Harcourt, Brace and Company.

Framont, N. (2025a, settembre). *San Luigi*. Iconografie. https://www.iconografie.it/tempolinea/san-luigi/

Framont, N. (2025b). *Saint Luigi: Comment répondre à la violence du capitalisme?* Parigi, Francia: Les Liens qui Libèrent.

Francis, M. M., & Wright-Rigueur, L. (2021). Black Lives Matter in historical perspective. *Annual Review of Law and Social Science*, 17, 441-458. https://doi.org/10.1146/annurev-lawsocsci-122120-100052

Franzini, E., & Mazzocut-Mis, M. (2000). *Estetica: I nomi, i concetti, le correnti*. Milano, Italia: Bruno Mondadori.

Freud, S. (1993). *Il perturbante* (C. L. Musatti, a cura di). Roma-Napoli, Italia: Edizioni Theoria. (Opera originale pubblicata nel 1919)

Fry, T. (2009). *Design futuring: Sustainability, ethics and new practices*. New York, NY, Stati Uniti: Berg.

Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: Beautiful strangeness for a sustainable world*. Londra, Regno Unito: Earthscan.

Fukuyama, F. (1992). *The end of history and the last man*. New York, NY, Stati Uniti: Free Press.

G

Garelli, G. (2016). *La questione della bellezza: Dialettica e storia di un'idea filosofica*. Torino, Italia: Einaudi.

Gentès, A., & Mollon, M. (2015). Critical design. In D. Bihanic (a cura di), *Empowering users through design. Interdisciplinary studies and combined approaches for technological products and services* (pp. 79-101). Londra, Regno Unito: Springer.

Goldthwaite, R. A. (1993). *Wealth and the demand for art in Italy, 1300-1600*. Baltimore, MD, Stati Uniti: Johns Hopkins University Press.

Gottschall, J. (2012). *The storytelling animal: How stories make us human*. Boston, MA, Stati Uniti: Houghton Mifflin Harcourt.

Greimas, A. J. (1969). *Semantica strutturale* (trad. it. di I. S. Sordi). Milano, Italia: Rizzoli. (Opera originale pubblicata nel 1966)

Guggenheim, D. (Director). (2006). *An Inconvenient Truth* [Film]. Lawrence Bender Productions; Participant Productions; Paramount Classics.

Gunawat, G., & Kapoor, V. (2023). Emerging meme culture: Usage of memes as a source of political and social awareness. *Pacific Business Review (International)*, 16(5), 80-88. https://www.pbr.co.in/2023/2023_month/November/7.pdf

Gupta, M., Jassi, A., & Krebs, G. (2023). The association between social media use and body dysmorphic symptoms in young people. *Frontiers in Psychology*, 14, 1231801. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1231801

H

Haddad, M., Antonopoulos, K., & Ali, M. (2023, 20 novembre). *What do the keffiyeh, watermelon and other Palestinian symbols mean?* Al Jazeera. https://www.aljazeera.com/news/longform/2023/11/20/palestine-symbols-keffiyeh-olive-branch-watermelon

Han, B.-C. (2019). *La salvezza del bello* (trad. it. di V. Tamaro). Milano, Italia: Nottetempo. (Opera originale pubblicata nel 2015)

Harari, Y. N. (2014). *Sapiens. Da animali a dèi: Breve storia dell'umanità* (trad. it. di G. Bernardi). Milano, Italia: Bompiani. (Opera originale pubblicata nel 2011)

Haraway, D. J. (2016a). *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene*. Durham, NC: Duke University Press.

Haraway, D. J. (Speaker), & Terranova, F. (Director). (2016b). *Donna Haraway: Story Telling for Earthly Survival* [Film]. Atelier Graphoui; Spectre Productions; CBA

Centre de l'Audiovisuel; Fabbula; Rien à Voir; Kunstenfestivaldesarts.

Haskell, F. (1980). *Patrons and painters: A study in the relations between Italian art and society in the age of the Baroque*. New Haven, CT, Stati Uniti: Yale University Press.

Hegel, G. W. F. (1978). *Estetica* (N. Merker, a cura di; trad. it. di N. Merker & N. Vaccaro). Milano, Italia: Feltrinelli. (Opera originale pubblicata nel 1835)

Her, S.-Y., & Zharova, M. (2015). *Memes: A microcosm of art history* [Intervento a conferenza, non peer-review]. Humboldt University of Berlin. https://thephilosophersmeme.com

Hoffmann, E. T. A. (2018). *L'uomo della sabbia* (G. Quadrio Curzio, a cura di). Milano, Italia: La Vita Felice. (Opera originale pubblicata nel 1815)

Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110. https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008

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/metas-broken-promises/systemic-censorship-palestine-content-instagram-and

Hunt, J. (2011). Prototyping the social: Temporality and speculative futures at the intersection of design and cultures. In A. Clarke (a cura di), *Design anthropology: Object culture in the 21st century* (pp. 33-45). Vienna, Austria / New York, NY, Stati Uniti: Springer.

Hutcheson, F. (1738). *An inquiry into the original of our ideas of beauty and virtue*. Londra, Regno Unito: D. Midwinter et al. (Opera originale pubblicata nel 1725)

Huxley, A. (1932). *Brave New World*. Londra, Regno Unito: Chatto & Windus.

I

Iacchetti, G. (2008). *Oggetti disobbedienti* [Mostra]. Triennale di Milano, Milano, Italia. https://www.giulioiacchetti.com/?p=785&lang=it

Iliprandi, G. (a cura di). (2011). *BASTA. Divagazioni sul dissenso*. Milano, Italia: Lupetti – Editori di Comunicazione.

International Society of Aesthetic Plastic Surgery. (2025). *ISAPS international survey on aesthetic/cosmetic procedures performed in 2024.* https://www.isaps.org/media/razfvmsk/isaps-global-survey-2024.pdf

J

Jameson, F. (2015). *Postmodernismo: Ovvero la logica culturale del tardo capitalismo* (trad. it. di M. Manganelli). Roma, Italia: Fazi Editore. (Opera originale pubblicata nel 1989)

Jelsma, J., & Knot, M. (2002). Designing environmentally efficient services: A "script" approach. *The Journal of Sustainable Product Design*, 2, 119-130. https://doi.org/10.1023/B:JSPD.0000031031.20974.1b

Jennings, R. (2021, 18 agosto). *Chaos edits are the only thing that makes sense anymore: How frantic, meaningless videos took over the internet.* Vox. https://www.vox.com/the-goods/22617328/on-a-downward-spiral-instagram-meme-shitpost-chaos-edit

Jentsch, E. (1906). Zur Psychologie des Unheimlichen [On the psychology of the uncanny]. *Psychiatrisch-Neurologische Wochenschrift*, 22, 195-205.

Johann, M., Höhnle, L., & Dombrowski, J. (2023). Fridays for Future and Mondays for memes: How climate crisis memes mobilize social media users. *Media and Communication*, 11(3), 226-237. https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.6658

Junginger, S. (2017). *Transforming public services by design: Re-orienting policies, organisations and services around people*. New York, NY, Stati Uniti: Routledge.

K

Kamprani, K. (2011-). *The uncomfortable* [Serie di progetti]. https://www.theuncomfortable.com/

Kant, I. (1949). *Critica del giudizio* (trad. it. di A. Gargiulo). Bari, Italia: Gius. Laterza & Figli. (Opera originale pubblicata nel 1790)

Kirby, D. (2010). The future is now: Diegetic prototypes and the role of popular films in generating real-world technological development. *Social Studies of Science*, 40(1), 41-70. https://doi.org/10.1177/0306312709338325

Know Your Meme. (2022, 5 dicembre). *Family Guy Pipeline Incident / Family Guy Jumpscares* [Voce enciclopedica online]. KnowYourMeme. https://knowyourmeme.com/memes/family-guy-pipeline-incident-family-guy-jumpscares

Know Your Meme. (s.d.). *Donald Trump's Mugshot* [Voce enciclopedica online]. KnowYourMeme. https://knowyourmeme.com/memes/donald-trumps-mugshot

L

Lopatin, D. (2009). *Nobody Here* [Video]. YouTube.

Lorusso, S. (2023). *What design can't do: Essays on design and disillusion*. Eindhoven, Paesi Bassi: Set Margins'.

Lyotard, J.-F. (2014). *La condizione postmoderna: Rapporto sul sapere* (trad. it. di C. Formenti). Milano, Italia: Feltrinelli. (Opera originale pubblicata nel 1979)

M

Macintosh Plus. (2011). *Floral Shoppe* [Album].

Malm, A., & Hornborg, A. (2014). The geology of mankind? A critique of the Anthropocene narrative. *The Anthropocene Review*, 1(1), 62-69. https://doi.org/10.1177/2053019613516291

Matos, A. (a cura di). (2022). *Who can afford to be critical?* Eindhoven, Paesi Bassi: Set Margins'.

Mattern, S. (2017). *A city is not a computer*. Places Journal. https://placesjournal.org/article/a-city-is-not-a-computer/

Mattson, A. (2024, 15 febbraio). *Sludge videos are taking over TikTok—and people's minds.* Scientific American. https://www.scientificamerican.com/article/sludge-videos-are-taking-over-tiktok-and-peoples-mind1/

Mauss, M. (2002). *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche* (trad. it. di F. Zannino). Torino, Italia: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1923-1924)

Mazzocut-Mis, M. (2021). Intorno al brutto: Una categoria controversa. *Materiali di Estetica – Terza serie*, 8(2),

347-361. https://riviste.unimi.it/index.php/MdE/article/view/16998/14979

McCloud, S. (1994). *Understanding comics: The invisible art.* New York, NY, Stati Uniti: HarperPerennial. (Opera originale pubblicata nel 1993)

McLuhan, M. (1968). *In conversation with Norman Mailer*. The Marshall McLuhan Speaks Special Collection. https://marshall-mcluhan-speaks.com/interviews/in-conversation-with-norman-mailer

Mediatrends. (2025, 22 agosto). *Il trend Brainrot, dalla creatività diffusa ai negozi.* Mediatrends. https://www.mediatrends.it/il-trend-brainrot-dalla-creativita-diffusa-ai-negozi/

Mills, L. (2015). *At Play in the Fields of the Lord* [Mostra]. Transfer Gallery, Brooklyn, NY, Stati Uniti.

Minaldi, V. (2017). *Il perturbante: dall'Uomo di Sabbia all'Uncanny Valley*. *Kabul Magazine*. https://www.kabulmagazine.com/wp-content/uploads/2017/04/KABUL-magazine-Il-perturbante-dallUomo-di-Sabbia-allUncanny-Valley.pdf

Moore, J. W. (2017). The Capitalocene, Part I: On the nature and origins of our ecological crisis. *The Journal of Peasant Studies*, 44(3), 594-630. https://doi.org/10.1080/03066150.2016.1235036

Mori, M. (1970). Bukimi no tani. *Energy*, 7(4), 33-35.

N

Near Future Laboratory. (2012). *TBD Catalog* [Catalogo / progetto di design fiction]. https://tbdcatalog.com/

Niedderer, K. (2007). Designing mindful interaction: The category of performative objects. *Design Issues*, 23(1), 3-17.

O

Omero. (1861). *L'Iliade di Omero* (trad. it. di V. Monti). Firenze, Italia: Felice Le Monnier. (Opera originale pubblicata ca. VIII sec. a.C.)

Ongoing Matter Project. (2019). *String to Pull* [Progetto espositivo]. https://www.ongoing-matter.com/posters

Ortiz, C. (2022). Storytelling otherwise: Decolonising storytelling in planning. *Planning Theory*, 22(2), 177-200. https://doi.org/10.1177/14730952221115875

Orwell, G. (1949). *Nineteen Eighty-Four*. Londra, Regno Unito: Secker & Warburg.

Oxford University Press. (2025). *Oxford Word of the Year.* https://corp.oup.com/word-of-the-year/

P

Papanek, V. (1973). *Progettare per il mondo reale: Il design come è e come potrebbe essere* (trad. it. di G. Morbelli). Milano, Italia: Mondadori. (Opera originale pubblicata nel 1971)

Parlamento europeo. (2023). *Risoluzione del Parlamento europeo del 12 dicembre 2023 sul design che induce dipendenza dei servizi online e la tutela dei consumatori nel mercato unico dell'UE (2023/2043(INI))* (Risoluzione n. P9_TA(2023)0459). https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-9-2023-0459_IT.html

Peirce, C. S. (1931-1958). *Collected papers of Charles Sanders Peirce*. Cambridge, MA, Stati Uniti: Harvard University Press.

Penati, A. (2013a). Il progetto come testo visivo. In A. Penati (a cura di), *Il design costruisce mondi: Design e narrazioni* (pp. 9-21). Milano, Italia: Mimesis.

Penati, A. (a cura di). (2013b). *È il design una narrazione? Design e narrazioni*. Milano, Italia: Mimesis.

Petroni, M. (2009). *Super. Sentieri neobarocchi tra arte e design* [Mostra]. Ex Chiesa S. Francesco della Scarpa, Lecce, Italia.

Pianigiani, O. (1907). *Vocabolario etimologico della lingua italiana*. Roma-Milano, Italia: Società Editrice Dante Alighieri.

Propp, V. J. (2000). *Morfologia della fiaba* (G. L. Bravo, a cura di; trad. it. di G. L. Bravo). Torino, Italia: Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1928)

Q

Quartu, B. M. (1988). *Dizionario dei sinonimi e dei contrari* (C. Marchi, prefaz.). Milano, Italia: Rizzoli.

R

r/Weirdcore. (2021, 17 gennaio). *Important update, please read* [Post su Reddit]. Reddit. https://www.reddit.com/r/weirdcore/comments/kxkzzy/important_update_please_read/

Rancière, J. (2016). *La partizione del sensibile: Estetica e politica* (I. Bussoni, a cura di; trad. it. di F. Caliri). Bologna, Italia: DeriveApprodi. (Opera originale pubblicata nel 2000)

Red Bull Italia. (s.d.). *Campagna pubblicitaria* [Materiale promozionale]. https://www.redbull.com/it-it/cartoons

Robins-Early, N., & Paul, K. (2024, 30 maggio). *All eyes on Rafah: How an AI-generated image swept across social media.* The Guardian. https://www.theguardian.com/world/article/2024/may/30/all-eyes-on-rafah-how-ai-generated-image-spread-across-social-media

Rosenkranz, K. (2020). *Estetica del brutto* (S. Barbera, a cura di). Milano, Italia: Aesthetica. (Opera originale pubblicata nel 1853)

S

Salvia, M. (2025). *Cosplayers*. Roma, Italia: NERO Editions.

Schianchi, F. (2020). *Il design salverà il mondo: Assunti e riflessioni*. Milano, Italia: Biblion Edizioni.

Schultz, W. (2016). Dopamine reward prediction error coding. *Dialogues in Clinical Neuroscience*, 18(1), 23-32. https://doi.org/10.31887/DCNS.2016.18.1/wschultz

Schwartz, P. (1991). *The art of the long view: Pathways to strategic insight for yourself and your company*. New York, NY, Stati Uniti: Currency Doubleday.

Sengers, P., Boehner, K., David, S., & Kaye, J. (2005). Reflective design. In *Proceedings of the 4th Decennial Conference on Critical Computing* (pp. 49-58). Association for Computing Machinery. https://doi.org/10.1145/1094562.1094569

Sky TG24. (2020, 2 giugno). *Blackout Tuesday: milioni di post neri per George Floyd.* https://tg24.sky.it/spettacolo/2020/06/02/george-floyd-blackout-tuesday

Sontag, S. (1998). *Note sul Camp* (trad. it. di E. Capriolo). Milano, Italia: Mondadori. (Opera originale pubblicata nel 1964)

Sorrentino, P. (Director). (2013). *The Great Beauty* [Film]. Indigo Film; Medusa Film.

Spencer, A. (2005). *DIY: The rise of lo-fi culture*. Londra, Regno Unito: Marion Boyars Publishers Ltd.

Sterling, B. (2005). *Shaping things*. Cambridge, MA, Stati Uniti: MIT Press.

Steyerl, H. (2009). *In Defense of the Poor Image*. *e-flux journal*, (10). https://www.e-flux.com/journal/10/61362/in-defense-of-the-poor-image

Superflux. (2019). *Mitigation of Shock* [Installazione]. Superflux Studio. https://superflux.in/index.php/work/mitigation-of-shock/

T

Tanni, V. (2020). *Memestetica: Il settembre eterno dell'arte*. Roma, Italia: Produzioni Nero.

Tanni, V. (2023). *Exit Reality: Vaporwave, backrooms, weirdcore e altri paesaggi oltre la soglia*. Roma, Italia: Produzioni Nero.

Tatarkiewicz, W. (2011). *Storia di sei idee: L'arte, il bello, la forma, la creatività, l'imitazione, l'esperienza estetica* (K. Jaworska, a cura di; trad. it. di O. Burba & K. Jaworska). Palermo, Italia: Aesthetica. (Opera originale pubblicata nel 1976)

The Caretaker. (2016). *Everywhere at the End of Time* [Album]. History Always Favours the Winners.

The Coca-Cola Company. (1971). *Hilltop* [Spot televisivo]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=1VM2eLhvsSM

The Plant. (2024, 21 ottobre). *Gen Z humour: Meta-irony, absurdism and nihilism.* The Plant. https://theplantnews.com/2024/10/21/gen-z-humour-meta-irony-absurdism-and-nihilism/

Thomson, M., & Koskinen, T. (a cura di). (2012). *Design for Growth & Prosperity. Report and Recommendation of the European Design Leadership Board*. Helsinki, Finlandia: DG Enterprise and Industry of the European Commission. https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/a207fc64-d4ef-4923-a8d1-4878d4d04520

Trocchianesi, R. (2013). Oggetti transitivi. Il potenziale narrativo dell'oggetto nel progetto espositivo. In A. Penati (a cura di), *Il design vive di oggetti-discorso* (pp. 115-132). Milano, Italia: Mimesis.

Turner, V. (2001). *Il processo rituale: Struttura e antistruttura* (trad. it. di N. Greppi Collu). Brescia, Italia: Morcelliana. (Opera originale pubblicata nel 1969)

V

Vitta, M. (2011). *Il progetto della bellezza: Il design fra arte e tecnica dal 1851 a oggi*. Torino, Italia: Einaudi.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559

W

Walton Family Foundation. (2022). *Generation Z is waging a battle against depression, addiction and hopelessness.* https://www.waltonfamilyfoundation.org/stories/foundation/generation-z-is-waging-a-battle-against-depression-addiction-and-hopelessness

Walton, K. L. (2015). *Mimesi come far finta. Sui fondamenti delle arti rappresentazionali* (trad. it. di M. Nani).

Milano, Italia: Mimesis Edizioni. (Opera originale pubblicata nel 1990)

Watercutter, A. (2024, December 12). *Luigi Mangione, perché l'ossessione di internet per lui è diversa dalle altre.* Wired Italia. https://www.wired.it/article/luigi-mangione-ossessione-internet-diversita/

Watson, M. (2024). *I meme e Mark Fisher: Realismo capitalista e Scuola di Francoforte nell'era digitale* (trad. it. di M. Giannuzzi). Milano, Italia: Meltemi.

Y

Yelavich, S., & Adams, B. (a cura di). (2014). *Design as future making*. Londra, Regno Unito / New York, NY, Stati Uniti: Bloomsbury Academic.

Z

Zanker, P. (1990). *The power of images in the Age of Augustus* (trad. di A. Shapiro). Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. (Opera originale pubblicata nel 1987)

Zingale, S. (2012). *Interpretazione e progetto: Semiotica dell'inventiva*. Milano, Italia: FrancoAngeli.

Tutte le citazioni presenti negli inserti sono tratte da: Webster, R. (2025). *Libro 1*. https://websteroland.com

indice delle figure

01

Fig. 1 – p. 19
Cueva de las Manos (ca. 9300 – 700 a.C.). Arte rupestre con impronte di mani negative, esempio di ritualità e memoria collettiva. Nota. Da World Heritage Centre, UNESCO.

Fig. 2 – p. 21
Red Bull Italia*, Campagna pubblicitaria*. Esempio di storytelling visivo seriale volto a rafforzare l'identità aziendale e coinvolgere il pubblico. Nota. Da Red Bull Italia.

Fig. 3 – p. 22
Ricostruzione dell'effetto Kulesov (anni Venti). Esperimento che mostra come il significato di un volto neutro cambi in base alle immagini accostate. Nota. Da Gottschall (2012).

Fig. 4 – p. 26
Schema attanziale di Greimas. Applicazione del modello narrativo a testi culturali differenti. Nota. Rielaborazione da Greimas (1969/1966).

Fig. 5 – p. 29
Bad Bunny, *DeBí TiRAR MàS FOToS* (2025). Copertina dell'album con la sedia Monobloc come simbolo di design globale. Nota. Da Bad Bunny / etichetta discografica.

Fig. 6 – p. 30
Dehomag, poster pubblicitario (ca. 1934). "Vedi tutto con le schede perforate Hollerith." Nota. Da Black (2001).

Fig. 7 – p. 32
Illustrazione di un Uroboro. Metafora dei limiti del design critico, intrappolato nei vincoli del realismo capitalista. Nota. Da Matos (2022).

Fig. 8 – p. 36
Coca-Cola, *Hilltop* (1971). Spot pubblicitario con un gruppo eterogeneo che canta "I'd Like to Buy the World a Coke". Presentato come inno inclusivo, è stato poi criticato per l'appropriazione superficiale dei valori controculturali. Nota. Da YouTube.

Fig. 9 – p. 38
Confronto tra *Basta una pillola* (Giancarlo Iliprandi, 1967) e un manifesto studentesco di NABA Milano. Nota. Da Iliprandi (2011).

Fig. 10 – p. 41
Adbusters, *Escape Capitalism* (spoof ad). Nota. Da Adbusters Media Foundation.

Fig. 11 – p. 45
Confronto tra il triangolo semiotico di Charles Peirce e il triangolo della semiosi di Salvatore Zingale. Nota. Da Zingale (2012).

Fig. 12 – p. 48
Vincenzo Agnetti, *Libro dimenticato a memoria* (1969). Nota. Da Museo del Novecento, Milano.

Fig. 13 – p. 49
Dunne & Raby, *Is This Your Future?* Elettrolizzatore a idrogeno (2004). Visualizzazione speculativa di scenari energetici futuri basati sull'impiego domestico dell'idrogeno. Nota. Da Science Museum Group.

Fig. 14 – p. 50
Adbusters, *McDonald's* (spoof ad). Hamburger ipertrofico come allegoria della bulimia consumistica. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

Fig. 15 – p. 51
Adbusters, *Calvin Klein* (spoof ad). Ironico refuso e corpo ordinario come critica all'estetica moda. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

Fig. 16 – p. 52
Adbusters, *Absolut Impotence* (spoof ad). Bottiglia deformata che sovverte l'estetica della campagna Absolut. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

Fig. 17 – p. 53
Adbusters, *Nike Swoosh* (spoof ad). Denuncia dello sfruttamento del lavoro minorile tramite la trasformazione del logo in ferita. Nota. Da Adbusters Media Foundation.

Fig. 18 – p. 55
Superflux, *Mitigation of Shock* (2019). Installazione immersiva sulla vita in scenari di crisi climatica. Nota. Da Superflux.

Fig. 19 – p. 57
Sarah Edmands Martin, *String to Pull* (2019). Illustrazione satirica su interferenze russe nelle elezioni 2016. Nota. Da Ongoing Matter Project.

Fig. 20 – p. 59
Copertina di "A/traverso" (settembre 1977). Rivista militante prodotta nell'ambito del movimento di autonomia politica e sociale degli anni '70. Nota. Fonte: Archivio Storico del Comune di Bologna.

Fig. 21 – p. 60
Copertina di "A/traverso" (aprile 1979). Rivista militante prodotta nell'ambito del movimento di autonomia politica e sociale degli anni '70. Nota. Fonte: Archivio Storico del Comune di Bologna.

Fig. 22 – p. 62
Katerina Kamprani, *The Uncomfortable* (2011–). Forchetta inutilizzabile, critica al funzionalismo. Nota. Da The Uncomfortable.

Fig. 23 – p. 63
Auger & Loizeau, *Afterlife* (2008). Bara come dispositivo energetico speculativo. Nota. Da Auger & Loizeau.

02

Fig. 1 – p. 67
Augusto di Prima Porta (I sec. d.C.). Nota. Da Musei Vaticani, Roma.

Fig. 2 – p. 68
Walter Gropius, *Edificio Bauhaus a Dessau* (1926). Architettura emblematica del razionalismo e del nuovo design funzionale europeo.

Fig. 3 – p. 69
Albert Speer, *Große Halle* (1939). Ricostruzione digitale della Sala Grande con il piazzale antistante progettato nel *Welthauptstadt Germania*, il piano urbanistico nazista per la città di Berlino (1937-1943).

Fig. 4 – p. 71
Leonardo da Vinci, *Uomo vitruviano* (ca. 1490). Nota. Da Gallerie dell'Accademia.

Fig. 5 – p. 72
Andrea Mantegna, *Cristo morto nel sepolcro e tre dolenti* (ca. 1483). Tempera su tela. Nota. Da Pinacoteca di Brera, Milano.

Fig. 6 – p. 78
Paul Scheerbart, *Architekturvisionen* (1914). Visioni che ispirarono il *Glashaus* di Bruno Taut. Nota. Da Baumeister.

Fig. 7 – p. 81
La grande bellezza (Sorrentino, 2013). Locandina ufficiale. Nota. Da Indigo film.

Fig. 8 – p. 82
bbcnews (BBC News), post su Instagram (ottobre 2023). Servizio sulla chirurgia estetica tra giovani.

Fig. 9 – p. 83
brick_suit, immagine del profilo utente su X.

Fig. 10 – p. 87
Henry Courtney Selous, *Thersites alloquitur Achillem* (ca. 1886). Nota. Da *Cassell's Illustrated Shakespeare*, vol. III: *Tragedies* (p. 190).

Fig. 11 – p. 91
Jeff Koons, *Michael Jackson and Bubbles* (1988). Nota. Da The Broad, Los Angeles.

Fig. 12 – p. 92
The Rocky Horror Picture Show (Sharman, 1975). Nota. Da 20th Century Fox.

Fig. 13 – p. 97
Franz von Stuck, *Dissonanz* (1910). Olio su tavola. Nota. Da Museum Villa Stuck, Monaco di Baviera.

Fig. 14 – p. 100
Pablo Picasso, *Guernica* (1937). Nota. Da Museo Reina Sofía, Madrid.

Fig. 15 – p. 103
E.T.A. Hoffmann, *Illustrazione per "Der Sandmann"* (1815). Riproduzione da un originale non conservato. Nota. Da Staatsbibliothek Bamberg, Sign. Bg.o.289.

Fig. 16 – p. 106
Sergio Vanello, *La metamorfosi di Kafka a fumetti* (2021). Nota. Da Edizioni NPE.

Fig. 17 – p. 107
Hugo (2011). Regia di Martin Scorsese. Automa in scena. Nota. Da Paramount Pictures.

Fig. 18 – p. 109
Versione semplificata dello schema dell'*uncanny valley* proposto da Mori (1970). Nota. Da Mori (1970)/rielaborazione dell'autore.

Fig. 19 – p. 110
Maurizio Cattelan, *Untitled* (2004). Installazione con tre manichini a grandezza naturale, vista in piazza XXIV Maggio, Milano. Nota. Foto di Attilio Maranzano.

Fig. 20 – p. 111
Ed Atkins, *Untitled* (2018). Da *Ed Atkins at Cabinet* (2 giugno-22 luglio 2023).

Fig. 21 – p. 112
Ed Atkins, *Untitled* (2018). Video HD con audio stereo, 5'30". Nota. Da *Ed Atkins at Cabinet* (25 maggio 2018).

03

Fig. 1 – p. 115
Macintosh Plus, *Floral Shoppe* (2011). Copertina dell'album.

Fig. 2 – p. 118
Daniel Lopatin, *Nobody Here* (2009). Frame dal video, agli arbori della vaporwave. Nota. Da YouTube.

Fig. 3 – p. 121
Elaborazione grafica in stile Frutiger Aero. Nota. Immagine reperita online.

Fig. 4 – p. 124
The Caretaker, *Everywhere at the End of Time* (2016). Primo volume di una serie che esplora la perdita della memoria; copertina con opera di Ivan Seal.

Fig. 5 – p. 127
Anonimo, post su 4chan (12 maggio 2019). Foto digitale considerata la prima rappresentazione delle Backrooms.

Fig. 6 – p. 128
milked-sack, post su Reddit (r/internet_funeral) (12 maggio 2019). Elaborazione grafica in stile weirdcore.

Fig. 7 – p. 129
gbrltvrst (Gabrielle Traversat), post su Tumblr (22 agosto 2018). Elaborazione grafica in stile dreamcore.

Fig. 8 – p. 130
imgonnakillmy, post su Reddit (r/redscarepod) (2019). Collage digitale che combina estetica kawaii e messaggi di angoscia, tipico del traumacore.

Fig. 9 – p. 133
Jared Pike, *Dream Pools* (dal 2020). Serie realizzata con

Blender 3D e LuxCore. Le ambientazioni di piscine infinite si configurano come spazi liminali che evocano un senso di nostalgia inquietante e un'esperienza immersiva al confine tra sogno e realtà cosciente.

Fig. 10 – p. 134
Jake Baron, *Don't You Wander What's Inside?* (2021) Copertina dell'album che recupera l'immaginario dreamcore.

Fig. 11 – p. 134
Composizione digitale in stile weirdcore/dreamcore: funghi rossi con occhi umani appaiono su un viale pavimentato a scacchi, immersi in uno spazio nero irreale. Frasi inquietanti si sovrappongono, rafforzando la sensazione di allucinazione e dissociazione.

Fig. 12 – p. 135
comfortablyscema, post su Instagram (1 giugno 2024). Ibrido tra immagini kawaii e contenuti legati al disagio psicologico, tipico delle produzioni memetiche Gen Z.

Fig. 13 – p. 137
Esempio di sludge content da TikTok: collage di clip eterogenee (cartoni animati, gameplay, DIY e commentary). Nota. Da CBC News (2023).

Fig. 14 – p. 140
Outpump, post su Instagram (14 aprile 2025). Collage dei personaggi caratteristici dell'Italian Brainrot, divenuti virali a livello mondiale.

Fig. 15 – p. 142
Ryanair FR, post su TikTok (aprile 2025). Contenuto autoironico sulla propria esperienza di volo low-cost offerta, esempio di riappropriazione dell'Italian Brainrot da parte di un brand.

Fig. 16 – p. 147
Calvin usa l'orinatoio di Duchamp. Nota. Da Valentina Tanni (2020).

Fig. 17 – p. 150
Lorna Mills, *At Play in the Fields of the Lord* (11 giugno 2015). Mostra personale alla Transfer Gallery, Brooklyn.

Fig. 18 – p. 151
Donald Trump's Mugshot. Nota. Da Know Your Meme.

Fig. 19 – p. 152
Anonimo, post su Reddit (r/memes) (2020). Meme di SpongeBob sul capitalismo.

Fig. 20 – p. 155
automazionecomunismomemetico, post su Instagram (luglio 2025). Confronto tra la critica all'attivismo digitale e la valorizzazione della rete per nuove forme di resistenza fuori dal mainstream.

Fig. 21 – p. 158
ethicaldesign69, post su Instagram (29 agosto 2020). Meme ironico sulla difficoltà nel convincere i designer a sindacalizzarsi. Rielaborazione dal film *L'alba del pianeta delle scimmie*.

Fig. 22 – p. 161
Paola Zandar, post su TikTok (2022). Clip di un trattore ucraino blu che trascina un carro armato russo, divenuta virale sui social.

Fig. 23 – p. 163
All Eyes on Rafah (2024). Immagine virale di mobilitazione online relativa alla crisi nella Striscia di Gaza. Nota. Da Instagram.

Fig. 24 – p. 164
generazione, post su Instagram (ottobre 2023). Critica alla rappresentazione mediatica della questione palestinese e del movimento BLM.

Fig. 25 – p. 165
Schermata Instagram dell'iniziativa *#BlackoutTuesday* con post interamente neri in solidarietà al movimento Black Lives Matter (2 giugno 2020). Nota. Da SKY TG24.

Fig. 26 – p. 167
Collage di immagini tratte dai social media che documentano il caso Luigi Mangione tra meme, fan edits e altri contenuti virali.