



UNIVERSITÀ DI PISA

Corso di Laurea in Informatica Umanistica

RELAZIONE

**Social Design:  
"Immigrazione ed Accoglienza"  
Valutazione dell'impatto  
dei manifesti politico/sociali**

**Candidato:** *Francesco Tornaboni*

**Relatore:** *prof.ssa Enrica Salvatori*

**Correlatore:** *Theo van Boxel*

Anno Accademico 2009-2010

*"A tutti i compagni di viaggio,  
passati e presenti."*

## Introduzione

Quante volte passeggiando lungo i marciapiedi avete visto lo stesso volto ripetuto all'infinito che con un sorriso v'invitava a votarlo per questa o quella carica? Fermi alla fermata dell'autobus oppure al semaforo vi siete concessi qualche secondo per osservarlo meglio. Il volto sorridente, la faccia pulita, magari abbronzata anche se la temperatura esterna sfiorava lo zero, giacca e cravatta in perfetto ordine e poi eccolo lì: in un angolo il simbolo del partito su cui dovete mettere una croce, simbolo che rappresenta l'unica vera differenza tra le decine di persone che per questa o quella elezione vi sorridono dai muri e dalle gigantografie.

Siamo ormai abituati a questa forma di propaganda, ma se vediamo qualche film della metà del Novecento oppure ambientato negli anni '60-'70 non vediamo tutti questi volti appesi ai muri. Allo stesso modo, se apriamo un vecchio libro di storia, troviamo pubblicate ben altre immagini. Quello che oggi a noi appare un linguaggio grafico immediato e comune si è quindi imposto in tempi relativamente recenti.

Ma è realmente efficace dal punto di vista della comunicazione un manifesto che utilizza come unica arma di persuasione il volto di una persona?

I muri dei nostri palazzi durante le campagne elettorali sembrerebbero rispondere positivamente a questa domanda; tuttavia non sono mai stati fatti test per confermare questa teoria.

L'obiettivo di questa mia tesi di laurea è proprio questo: cercare di capire. Tramite un sondaggio cercheremo di capire, come realmente le persone comuni percepiscono il messaggio contenuto in un manifesto e come giudicano il manifesto che vedono.

Ho realizzato quattro manifesti di cui solo uno corrispondente al modello di manifesto politico che troviamo oggi lungo le nostre strade, a coloro che hanno partecipato al sondaggio è stato chiesto di valutare i quattro manifesti e naturalmente di scegliere quello che secondo loro era il più efficace.

Per meglio comprendere i manifesti realizzati e le tecniche comunicative utilizzate dai partiti moderni è necessario però uno sguardo al passato. Per questo motivo nel primo capitolo illustrerò gli stereotipi ed i modelli che in passato sono stati usati nei manifesti di propaganda politica e, solo dopo quest'analisi, l'esperimento fatto ed i dati raccolti.

Per la corretta comprensione del lavoro svolto è quindi consigliata una lettura integrale dei capitoli successivi, tuttavia chi già possiede delle buone conoscenze degli argomenti trattati può saltare direttamente al secondo capitolo.

## Capitolo 1

### Gli stereotipi ed i simboli utilizzati nei manifesti di propaganda politica italiana nel '900

#### 1.1 Scudo Crociato, Fiamma Tricolore e Falce e Martello

Ognuno di noi dovrebbe associare senza sforzo questi tre simboli ad una determinata appartenenza politica, eppure per strada, qualche giorno fa, consegnando ad un passante un volantino con la falce e martello della "Federazione della Sinistra" mi sono sentito domandare "*ma siete di destra o di sinistra?*", segno che forse anche questi simboli storici stanno lentamente cadendo nell'oblio e hanno perso la loro originaria forza comunicativa. Esamineremo ora i tre simboli singolarmente.

##### Scudo Crociato



«L'emblema scelto dal partito, conservato, poi, dalla D.C., fu lo Scudo Crociato con il motto Libertas, rappresentante da un lato la difesa dei valori cristiani dall'altro il legame con i Liberi Comuni medievali italiani».

Così recita Wikipedia a proposito del simbolo del Partito Popolare Italiano<sup>1</sup> di Don Sturzo, anche se gli avversari della Democrazia Cristiana nel dopoguerra accusarono in realtà il partito di volersi riferire direttamente alla crociate medievali. In realtà non sapremo mai a cosa pensava il giovane Giuseppe Alessi<sup>2</sup> nell'Aprile del 1943 quando consegnò nelle mani di Alcide de Gasperi la versione definitiva del simbolo della Democrazia Cristiana<sup>3</sup>: quello che è certo è che ebbe un successo enorme e duraturo, dovuto non solo al successo politico del partito, ma anche all'immediatezza comunicativa del simbolo stesso.

Quando nel 1994 il partito fu sciolto, in conseguenza dello scandalo di Tangentopoli, iniziò una lunga battaglia legale per la proprietà di quel simbolo, che attualmente è ancora lontana da una conclusione<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Partito Popolare Italiano fu il nome scelto dal partito che raccoglieva al suo interno tutti i politici italiani di formazione cristiana, dopo il suo scioglimento nel 1926 ad opera del fascismo si riorganizzò nel 1942 prendendo il nome di Democrazia Cristiana. (Wikipedia)

<sup>2</sup> Primo presidente della Regione Sicilia fu tra i fondatori della Democrazia Cristiana

<sup>3</sup> Lo scudo crociato fu disegnato da Giuseppe Alessi e Don Sturzo e consegnato a De Gasperi solo nell'aprile del 1943 (Wikipedia)

<sup>4</sup> La necessità di schierarsi con il centro-sinistra o con il centro-destra portò alla divisione del partito in diverse formazioni minori, ognuna rivendicante la proprietà del simbolo.

## Fiamma Tricolore



Al momento della sua fondazione nel 1946 il Movimento Sociale Italiano adottò come simbolo una versione tricolore della fiamma utilizzata dagli Arditi durante la prima guerra mondiale<sup>5</sup>. Secondo una "leggenda missina" fu lo stesso Almirante<sup>6</sup> a disegnare il simbolo del Movimento Sociale Italiano. Secondo un'idea molto diffusa la fiamma rappresenterebbe l'amor di patria, mentre il trapezio nero rappresenterebbe la bara di Mussolini - la stessa sigla m.s.i. significherebbe "Mussolini Sei Immortale". Tale significato tuttavia non fu né mai smentito né mai confermato dagli eredi del Movimento Sociale Italiano<sup>7</sup>.

Dopo lo scioglimento del Movimento Sociale all'interno di Alleanza Nazionale (che ne ha conservato il simbolo in piccolo all'interno del logo) si è assistito alla nascita di numerosi partiti di estrema destra richiamanti al movimento sociale ed utilizzando come simbolo una fiamma tricolore sia nel simbolo che nel nome, come per esempio il partito denominato "Movimento Sociale-Fiamma Tricolore". Anche in questo caso si è assistito a numerose battaglie legali tra i vari partiti che utilizzano questo simbolo<sup>8</sup>.

## Falce e Martello



Le origini del simbolo per eccellenza del comunismo, ovvero la falce e il martello incrociati, non sono certe, Wikipedia nella pagina dedicatagli recita:

---

Attualmente risultano esistenti numerosi partiti ispirati alla Democrazia Cristiana, ognuno utilizzando come simbolo una rivisitazione del simbolo storico. (Wikipedia)

<sup>5</sup> Fonte: Wikipedia, pagina dedicata al Movimento Sociale Italiano.

<sup>6</sup> Considerato uno dei padri fondatori della destra italiana del dopo-guerra, partecipò da giovane alla Repubblica Sociale Italiana, successivamente partecipò alla fondazione del MSI, di cui fu segretario dal 1969 al 1987.

<sup>7</sup> Fonte: Sito web del quotidiano Repubblica.  
<http://www.repubblica.it/2009/03/sezioni/politica/congresso-an/addio-fiamma/addio-fiamma.html>

<sup>8</sup> Vedi fonti precedenti.

"Questi due emblemi del lavoro vengono già adottati dai partiti della seconda Internazionale fondata a Parigi nel 1889, e si trovano anche sulla copertina della prima edizione tedesca del 'Manifesto del Partito comunista' di Marx ed Engels del 1848. Ma appaiono per la prima volta "incrociati" nel 1917 durante la Rivoluzione d'Ottobre"

Purtroppo l'affermazione è evidenziata come "*senza fonte*". La leggenda tuttavia vuole che sia stato lo stesso Lenin ad "*incrociare*" il simbolo per eccellenza del lavoro.

La stella invece indica l'adesione del Partito Comunista Italiano alla III<sup>a</sup> Internazionale<sup>9</sup>.

Di certo sappiamo che sin dal medioevo la falce ed il martello separati vengono utilizzati come simboli di varie corporazioni artigianali.

Fu Guttuso<sup>10</sup> nel 1953 a disegnare lo storico simbolo del Partito Comunista italiano (la bandiera rossa con falce e martello sovrapposti alla bandiera italiana), simbolo che rimase immutato sino allo scioglimento del PCI nel PDS<sup>11</sup>. Oggi il simbolo disegnato da Guttuso appare in una sua variante, sia nel simbolo del Partito dei Comunisti Italiani che nel simbolo della Federazione della Sinistra (che riunisce PRC e PdCI). La "*falce e martello*" in diverse versioni è utilizzata nel mondo da tutte, o quasi tutte, le associazioni che richiamano al Comunismo ed al Marxismo.

Il simbolo della falce e martello è presente anche tra i simboli di Unicode e si rappresenta con U+262D(☘)

---

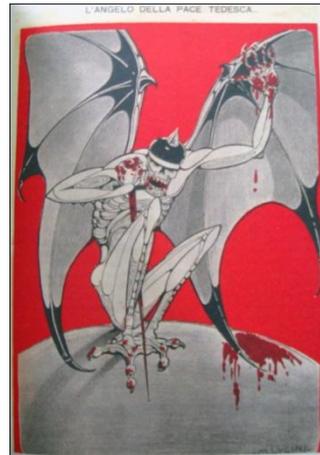
<sup>9</sup> Fonte: Wikipedia pagina dedicata al simbolo della Falce e Martello

<sup>10</sup> Pittore siciliano, fra i più rappresentativi del Novecento europeo, originario di Bagheria. Fu uno degli intellettuali più famosi del Partito Comunista, di cui fu anche Senatore.

<sup>11</sup> Fonte: SocialDesignZine <http://sdz.aiap.it/gallerie/9750>



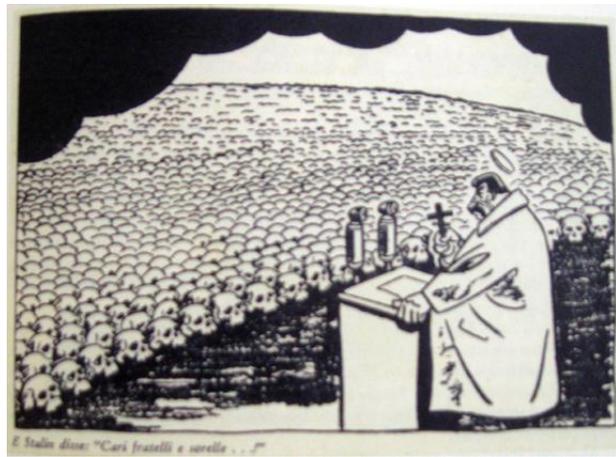
1905, L'Avanti della Domenica (fig. 1)



1918, il Razzo (fig. 2)



1942, committente ignoto (fig. 3)



1948, Comitati Civici (fig. 4)



1948, Partito Comunista Italiano (fig. 5)



1970, Avanguardia Operaia (fig. 6)

## 1.2 Le immagini e gli schemi della propaganda

"Se la sinistra andasse al governo il risultato sarebbe miseria, terrore e morte, come accade in tutti i posti dove governa il comunismo."

Silvio Berlusconi – Il Corriere della Sera, 17 gennaio 2005

Probabilmente se potessimo contare tutte le volte che un partito politico italiano ha demonizzato l'avversario accusandolo d'essere un portatore di morte e distruzione avremmo bisogno di un numero esorbitante di dita. Da sempre la propaganda politica ha alimentato nella popolazione ogni sorta di timore, dipingendo gli avversari politici come le forze del male da cui il cittadino doveva difendersi tramite il voto. La propaganda ha utilizzato immagini e schemi ben precisi, ripetutisi nel corso degli anni.

In questo capitolo esamineremo i principali schemi utilizzati in Italia in tutto il '900.

### Demoni, scheletri ed esseri mostruosi

Daresti mai il voto ad uno scheletro o ad un demone? La risposta naturalmente non può essere che negativa, e di questo erano evidentemente convinti molti di coloro che nei primi del '900 creavano le vignette e i manifesti politici di quegli anni. Scheletri e demoni erano molto diffusi nei manifesti politici d'inizio secolo, come esempio possiamo prendere una copertina dell' "Avanti della domenica" risalente al 1905 dove il "Vampiro Borghese" prosciuga del suo sangue un lavoratore inerme (*fig. 1*). Durante il periodo pre-bellico, e successivamente durante la grande guerra, scheletri e demoni diventarono la normalità<sup>12</sup>. In particolare uscì, nel 1918 un manifesto raffigurante un demone calzante un elmo chiodato tedesco che ride felice, appollaiato su un mondo in rovina (*fig. 2*). Il medesimo concetto venne ripreso nel 1942: il demone è sostituito da un soldato dell'armata rossa le cui fattezze ricordano molto quelle di un gorilla (*fig. 3*).

Questi due manifesti (*fig.2 e fig.3*) rappresentano bene il clima che si respirava durante la prima metà del '900: indipendentemente dall'appartenenza politica si tendeva a paragonare il nemico ad un essere assetato di morte. Appartengono al medesimo genere la famosa vignetta di Guareschi<sup>13</sup> dei primi anni '50 che rappresenta Stalin intento a predicare ad una platea di teschi (*fig. 4*), e quella del Partito Comunista, in cui un mostruoso De Gasperi vestito come un soldato americano ed armato di mazza chiodata, come l'elmo, e con uno scudo crociato, in riferimento alle sue origini austriache<sup>14</sup> (*fig. 5*).

---

<sup>12</sup> Angelo Ventrone, *Il nemico interno* (Donzelli Editore)

<sup>13</sup> Giovannino Guareschi, famoso per la saga di Don Camillo, fu un fervente anticomunista, e disegnò moltissimo per la Democrazia Cristiana. Fu lui l'ideatore della famosa frase "Nel segreto della cabina elettorale Dio ti vede, Stalin no" (Wikipedia)

<sup>14</sup> Alcide De Gasperi era originario del Trentino ed iniziò la sua carriera politica nel parlamento austriaco.



1997, Lega Nord (fig. 7)

Con il passare del tempo demoni, scheletri e mostri vennero sostituiti da immagini reali, ben più drammatiche e significative; tuttavia nella seconda metà del '900 ne troviamo ancora degli esempi, come il teschio con l'elmo della NATO adottato da diversi movimenti politici (*fig. 6*), o come quello uscito in Italia nel 1997 in cui il Presidente del Consiglio Romano Prodi fu raffigurato dall'opposizione di centro-destra come un vampiro assetato di tasse-sangue (*fig. 7*).

Il cambiamento del gusto e della mentalità oggi ha notevolmente attenuato la capacità "terrorizzante" di queste raffigurazione che probabilmente tenderebbero a suscitare in chi li osserva solo una reazione divertita.



1944, propaganda Nazzista (fig. 8)



1951, Partito Comunista Italiano (fig. 8)



1953, Democrazia Cristiana (fig. 9)



1958, Partito Comunista Italiano (fig. 10)



1980, Democrazia Proletaria (fig. 11)



1990, Radio Città 103 (fig. 12)

## La guerra

Dopo i disastri delle due guerre mondiali e l'imporsi della guerra fredda, nella seconda metà del '900, in Italia si diffuse la paura di un ulteriore conflitto. La propaganda politica ovviamente cavalcò questa paura comune cercando di utilizzarla a proprio vantaggio<sup>15</sup>.

Affiancato o spesso fuso all'avversario-demone troviamo quindi la raffigurazione del rivale come guerrafondaio, pronto per interesse personale o per convinzione ideologica a trascinare il paese in un'altra sanguinosissima guerra. Anche in questo settore le accuse appaiono assolutamente bipartisan: la Democrazia Cristiana era accusata dalla sinistra di voler mettere il paese in mano agli americani e di usare i giovani italiani come merce di scambio per ottenere favori e profitti; il Partito Comunista era invece accusato di voler scatenare un'altra guerra civile sul modello della rivoluzione russa e di voler mettere al servizio dell'imperialismo russo i soldati italiani.



1983, Partito Comunista Italiano (fig. 13)

I Manifesti che entrambe le parti producevano rappresentavano sostanzialmente le stesse cose: immagini di case che bruciano, missili (fig. 13), carri-armati e, soprattutto, cadaveri. Tra tutti i manifesti prodotti con il medesimo tema possiamo ricordare un manifesto del 1958 che mostra il "vero simbolo" della Democrazia Cristiana, ovvero due missili americani che formano la famosa croce (fig. 10). Un altro manifesto realizzato dalla Democrazia Cristiana del 1953 (ugualmente significativo) mostra invece la bandiera rossa legata saldamente ad una forca e la scritta "*perché questa non sia la tua bandiera*" (fig. 9). Mano a mano che Unione Sovietica e USA si macchiavano di qualche crimine o entravano in qualche guerra, le immagini delle loro carneficine venivano puntualmente rappresentate dall'una o dall'altra parte politica. Ecco quindi comparire sui manifesti le

immagini della guerra del Vietnam o quelle della repressione dei moti d'Ungheria, spesso raffigurate con semplici fotografie corredate da qualche slogan a comporre i manifesti (fig. 11).

In tutti i manifesti con protagonista la guerra, gli slogan invitavano in ogni caso a fermarla (fig. 12). Purtroppo, come vedremo nella sezione successiva, non fu sempre così per le violenze interne allo stato.

<sup>15</sup> Angelo Ventrone, *Il nemico interno* (Donzelli Editore)



datazione incerta, Partito Nazionale Fascista (fig. 14)



1940, Partito Nazionale Fascista (fig. 15)



1944, Repubblica Sociale Italiana (fig. 16)



1960, Lista Civica sostenuta dal Partito Comunista Italiano (fig. 17)



1958, Partito Comunista Italiano (fig. 18)



1953, Federazione Giovanile Comunista (fig. 19)

## La violenza e la minaccia

Sempre inneggiando la Patria nostra  
che tutti uniti difenderemo  
contro avversari e traditori,  
che ad uno ad uno sterminerem.  
(All'armi siam Fascisti)



1944, Repubblica Sociale Italiana (fig. 20)

Con l'avvento del fascismo la violenza venne spesso esaltata nelle immagini pubbliche come mezzo per imporre le proprie ragioni (fig. 14)(fig. 15), ma non fu la sola ideologia a sposare questa tipologia di rappresentazione; basti pensare al pugno chiuso, tra i simboli per eccellenza del comunismo (fig. 18).

Durante la seconda guerra mondiale e il successivo periodo della liberazione, in Italia la violenza venne spesso esaltata come mezzo lecito per riconquistare la libertà. Interessanti a questo proposito sono i manifesti diffusi dalla Repubblica Sociale Italiana, che mostrano soldati intenti ad andare all'assalto, incuranti della morte, con divise spesso lacerate (fig. 16)(fig. 20).

Con la fine della seconda guerra mondiale e la nascita della Repubblica Italiana si assistette invece ad un notevole sforzo teso a favorire il raffreddamento degli animi interni al paese. Lo scontro politico, anche se piuttosto acceso, prestava una particolare attenzione a non sfociare nella violenza diretta e gli stessi manifesti pubblicati non mostrano mai incitamenti all'aperta ribellione. La violenza mostrata sui manifesti è quasi totalmente attribuita ad un "nemico esterno" o in generale al capitalismo (fig. 19).

Questa cosiddetta tregua ebbe però vita breve dato che, agli inizi degli anni '60, il vento di ribellione che aveva cominciato a soffiare sul mondo arrivò anche in Italia. Nel luglio del 1960 la notizia che il Movimento Sociale avrebbe tenuto il suo congresso a Genova (città medaglia d'oro per la Resistenza) fu la miccia che scatenò l'Italia<sup>16</sup>. I giovani scesero in piazza a contrastare non solo i neo-fascisti, ma anche la polizia. La propaganda di sinistra salutò con favore il movimento di piazza e da quel momento percorse una strada tesa all'esaltazione degli animi. Indicativo, da questo punto di vista, è sicuramente un manifesto del 1960 prodotto per le elezioni amministrative bolognesi, in cui si può vedere una foto degli scontri di Genova del luglio dello stesso anno e sotto la scritta "Fedeltà all'antifascismo e alla nuova resistenza"(fig. 17). Il parallelo tra giovani ribelli e partigiani è diventato da quel momento un classico della propaganda comunista in Italia<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> Dopo numerosi scontri il congresso venne annullato ed il Presidente del Consiglio Tambroni dovette rassegnare le dimissioni (Wikipedia)

<sup>17</sup> Lo slogan "siamo la nuova resistenza" si può trovare in praticamente tutte le manifestazioni dei giorni nostri, ne è un ulteriore prova il collegamento che viene fatto tra Berlusconi e Mussolini.



1969, autore ignoto (fig. 21)



1969, Partito Comunista Italiano (fig. 22)



1969, Movimento Studentesco (fig. 23)



1974, Lotta Continua (fig. 24)



1981, Partito Comunista Italiano (fig. 25)



1969, Movimento Studentesco (fig. 26)

L'esaltazione della violenza e della ribellione diventerà poi, a partire dal 1968, una costante fino al crollo della prima repubblica.

La stessa grafica sembra volersi ribellare agli schemi, tanto che durante gli anni 70 i profili e le sagome sostituiscono i disegni e le fotografie (fig. 23).

Uno dei manifesti più significativi di quegli anni mostra una bottiglia molotov accesa e corredata dalla scritta *"Per un rosso natale per un anno veramente nuovo lo champagne di classe si chiama molotov<sup>18</sup>"* (fig. 21). La violenza di questo manifesto non lascia alcun dubbio sulle intenzioni di chi lo ha creato, tuttavia questo manifesto mostra chiaramente un'innovazione nella grafica del testo, infatti l'uso di font (o caratteri) diversi all'interno dello stesso manifesto sta a simboleggiare anch'esso la rottura con gli schemi classici.



(fig. 27)

Questa tecnica di testo "parlante" raggiungerà il suo massimo nel simbolo di Lotta Continua (fig.27), dove è direttamente il nome del partito a disegnare lo stesso simbolo del partito, ovvero un pugno chiuso (fig. 27); Il significato di questo simbolo è naturalmente abbastanza evidente: il partito si identifica immediatamente come un partito di lotta (fig. 24).

Uguale origine e significato ha il simbolo delle Brigate Rosse (fig. 28), una stella asimmetrica racchiusa all'interno di un cerchio (fig. 28). Gli stessi brigatisti hanno spiegato come il simbolo fosse stato pensato per essere disegnato utilizzando una moneta e

senza mai staccare la matita dal foglio<sup>19</sup>.

L'utilizzo di simboli precisi, facilmente riproducibili, diede vita anche all'immagine ormai storica del poliziotto armato di casco, scudo e manganello (fig. 26)(fig. 22). L'idea del poliziotto visto solamente come un'arma del sistema e non come un essere umano si diffuse molto rapidamente sia tra i manifestanti che tra gli stessi poliziotti i secondi avvallavano questa convinzione soprattutto per evitare le ritorsioni private dei singoli gruppi terroristici.

Questa convinzione portò il Partito Comunista Italiano ad ideare nel 1981 un manifesto che mostrava la sagoma del cadavere di un poliziotto corredata dalla scritta *"Sparano alla divisa e dentro c'è un uomo"* (fig. 25). Nonostante gli sforzi, l'idea che la polizia sia solamente un'arma del sistema è arrivata sino a noi.

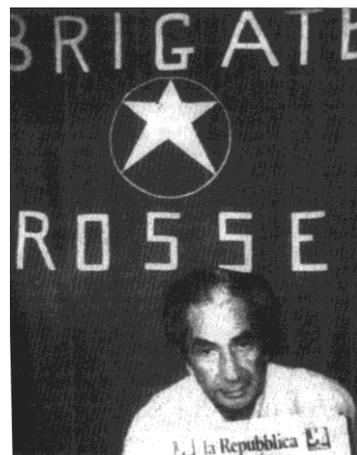


Foto del tragico rapimento di Aldo Moro in cui è ben visibile la stella delle Brigate Rosse (fig. 28)

<sup>18</sup> Bottiglia incendiaria realizzata con della benzina o un qualsiasi liquido alcolico, a causa della sua facilissima preparazione divenne l'arma preferita dei manifestanti degli anni 70 (Cuori rossi, Cristiano Armati -Newton Compton 2008-)

<sup>19</sup> Le Brigate Rosse furono il gruppo terroristico di estrema sinistra più duraturo e sanguinario, a loro si deve per esempio l'assassinio dell'onorevole Aldo Moro (Wikipedia)



1969, autore ignoto (fig. 29)



1982, Partito di Unità Proletaria (fig. 30)



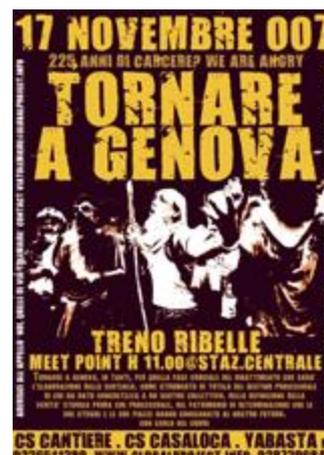
1986, Partito Comunista Italiano (fig. 31)



Datazione incerta, Giovani Padani (fig. 32)



2002, Gruppi Autonomi (fig. 33)



2007, Centri Sociali (fig. 34)

In quegli anni s'iniziò a produrre manifesti che non incitavano apertamente alla violenza, ma semplicemente mostravano le folle che quel determinato partito era in grado di mobilitare per sostenere le proprie ragioni. Il messaggio nascosto dietro simili illustrazioni è chiaramente una minaccia: si usa la forza del numero per dare forza alle proprie ragioni.

Come primo esempio possiamo prendere un manifesto diffuso nel 1969 da un'organizzazione ignota (*fig. 29*). Qui la minaccia è ancora mostrata apertamente: gli operai sono rappresentati armati di chiavi inglesi<sup>20</sup>.

A partire dagli anni '80 i riferimenti espliciti alla violenza scomparvero dai manifesti dei partiti "istituzionali". Rimasero tuttavia le immagini delle manifestazioni: la violenza era quindi occultata e non mostrata apertamente (*fig. 30*) (*fig. 31*).

Per concludere, è necessario citare i manifesti realizzati dai vari Centri Sociali e dai Gruppi Autonomi degli ultimi anni. A Partire dal G8 di Genova del 2001 la violenza torna brutalmente ad essere rappresentata ed esaltata sui manifesti realizzati appunto da gruppi appartenenti alla galassia No Global o Anarchica, Carlo Giuliani diviene una specie di martire contemporaneo e lo stesso G8 un nemico da sconfiggere ad ogni costo (*fig. 34*). Ne è un esempio il manifesto realizzato da un gruppo autonomo e affisso sui muri di tutta Italia (*fig. 33*): il ragazzo rappresentato è a volto coperto e nell'atto di scagliare quella che sembra una molotov, chiaro riferimento alle lotte degli anni '70. Opposto, solo apparentemente, a questa tipologia, è il manifesto realizzato dai Giovani Padani: il manifesto mostra la differenza tra i "NoGlobal" (violenti) ed i Giovani Padani, qui chiamati "ProLocal", che invece manifestano pacificamente (*fig. 32*). In realtà come abbiamo già detto in precedenza il messaggio nascosto dietro questo tipo di raffigurazione è tutto fuorché pacifico.

---

<sup>20</sup>, Una delle armi preferite dagli operai che scendevano in piazza negli anni '70



1944, propaganda Razzista (fig. 33)



1944, Repubblica Sociale Italiana (fig. 34)



1989, Partito Comunista Italiano (fig. 35)



1991, Movimento Sociale Italiano (fig. 36)



2008, Lega Nord (fig. 37)



2008, Alleanza Nazionale (fig. 38)

## Il nemico esterno

Rosso del sangue del nemico altero,  
il Piave comandò: "Indietro va', straniero!"  
(*la canzone del piave*)

La difesa dello stato dai potenziali invasori esterni (le orde barbariche) ha attraversato tutta la storia dell'umanità e non ha risparmiato nessuna civiltà; dopotutto, la stessa parola *βάρβαρος* traslitterato *barbaros*, indicava nell'antica Grecia coloro che non parlavano il greco<sup>21</sup>.

Le caratteristiche che vengono attribuite allo straniero tendono quindi spesso a ripetersi nella propaganda di quei partiti, o addirittura stati, che individuano un nemico esterno contro cui combattere, cercando così di convogliare tutto l'odio interno al proprio stato contro un'entità esterna<sup>22</sup>. Durante la prima guerra mondiale, ad esempio, il nemico tedesco era accusato di ogni possibile nefandezza:

Voi, o madri, o spose, o sorelle, pensate agli innumerevoli delitti commessi dagli odierni barbari. Essi nulla hanno rispettato: hanno atterrato Chiese, profanate tombe, violentate fanciulle, tagliate le mani ai bambini innocenti, strozzati i vecchi, bruciate le case, avvelenate le acque, inoculate le più terribili malattie, tratte in ischiavitù donne, vecchi, fanciulle, operai[e], facendo di esse ludibrio infame  
(volantino di propaganda 1917)<sup>23</sup>

Questo testo è tratto da un volantino propagandistico diffuso tra le truppe italiane che combattevano sul Piave. All'epoca il bersaglio delle accuse erano gli avversari tedeschi, tuttavia alcune delle "colpe" attribuite allo straniero sono arrivate sino ai giorni nostri; naturalmente il bersaglio non sono più i tedeschi, ma i migranti che arrivano in Italia cercando fortuna<sup>24</sup>.

Nel corso del Novecento i manifesti che utilizzavano come bersaglio il nemico esterno hanno avuto due periodi molto floridi: il periodo dei regimi totalitari e i giorni nostri. Il significato di questi manifesti, come abbiamo già sottolineato precedentemente, è di fatto lo stesso in entrambi i periodi storici, perché si cerca di scaricare tutte le colpe su di un nemico esterno, così da compattare la popolazione di uno stato o di un determinato credo politico.

In Italia l'odio verso lo straniero esplose per lo più durante la seconda guerra mondiale, in particolare verso i soldati afro-americani. Gli afro-americani, in particolare, erano rappresentati nell'atto di violentare donne o distruggere chiese (*fig. 34*).

Uno di questi manifesti mostra un soldato afro-americano nell'atto di "vendere" un'antica statua romana. Le fattezze del soldato sono volutamente accentuate e caricate, proprio come nel caso già illustrato precedentemente di De Gasperi (*fig. 5*) cercando, di rendere "mostruoso" l'avversario.

<sup>21</sup> Per i greci il non parlare la lingua greca equivaleva a non dividerne la cultura, e quindi essere esseri inferiori. (Wikipedia)

<sup>22</sup> Angelo Ventrone, *Il nemico interno* (Donzelli Editore)

<sup>23</sup> Angelo Ventrone, *Il nemico interno* (Donzelli Editore)

<sup>24</sup> Angelo Ventrone, *Il nemico interno* (Donzelli Editore)

Fino all'inizio degli anni '90 l'Italia ha conosciuto un flusso emigratorio molto forte<sup>25</sup>, e ciò ha reso impossibile utilizzare a fini propagandistici il cosiddetto "nemico esterno". Tuttavia il fenomeno ha cominciato ad invertirsi all'inizio degli anni '90: il numero di stranieri residenti in Italia ha cominciato a salire rapidamente<sup>26</sup>.

Questo fenomeno ha fatto sì che in Italia l'immigrazione, e come simbolo di ciò lo straniero, ricominciasse ad apparire sui manifesti delle varie formazioni politiche.

Un primo esempio lo troviamo in un manifesto realizzato dal Partito Comunista Italiano nel 1989 (fig. 35): in questo caso il messaggio è chiaramente positivo, così come la sensazione che si ha osservando i due pagliacci raffigurati.

Di ben altro tono è il manifesto diffuso nel 1991 dal Movimento Sociale Italiano (fig. 36): qui vediamo una donna di spalle "assediate" da venditori ambulanti ad un semaforo. In questo caso lo straniero non è visto come una minaccia, anche se la presenza del braccio *all'interno* dell'autovettura può comunque dare un leggero senso di aggressione, lo straniero è comunque visto come uno scocciatore e non come un nemico dal quale difendersi.

È solo negli ultimi anni che l'immigrato viene identificato come un essere pericoloso, e ne è la prova un manifesto realizzato da Alleanza Nazionale nel 2008 (fig. 38): la frase stampata su questo manifesto non lascia spazio a molte interpretazioni *"l'immigrazione clandestina fa male alle donne"*. Il volto della donna, prossimo alle lacrime, aggiunge ulteriore gravità alla frase. Lo stesso manifesto però specifica *"Nessuna solidarietà, senza legalità"*. Questa frase unita all'uso della parola *"clandestino"* lascia quindi un margine d'accettazione: il messaggio non è *"tutti gli stranieri sono cattivi"* ma piuttosto *"non vogliamo chi non rispetta le leggi"* come si può notare dall'utilizzo della parola *"clandestina"*.



2008, Lega Nord (fig. 39)

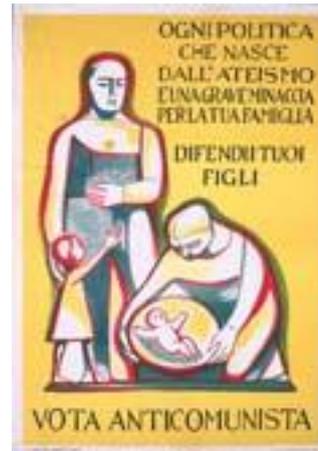
Molto più lapidarie le campagne della Lega Nord, la quale non fa nessuna distinzione tra stranieri *"buoni"* e stranieri *"cattivi"*. La coppia di manifesti più famosa è sicuramente quella composta dai manifesti della Lega Nord (fig. 37) (fig. 39): Nel secondo manifesto si *"mostrano"* gli effetti di un'immigrazione non controllata, facendo il parallelo con le popolazioni native dell'America del Nord, lasciando intendere che ciò potrebbe succedere anche agli Italiani, e per evitare una cosa simile la soluzione è chiaramente votare la Lega Nord, che è riuscita a *"fermare l'invasione"* (fig. 37).

<sup>25</sup> Tra il 1861 e il 1985 sono state registrate quasi 30 milioni di partenze. Nell'arco di poco più di un secolo un numero quasi equivalente all'ammontare della popolazione al momento dell'Unità d'Italia (25 milioni nel primo censimento italiano) si trasferì in quasi tutti gli Stati del mondo occidentale e in parte del Nord Africa. (Wikipedia)

<sup>26</sup> Secondo i dati Istat nel 1981 erano presenti in Italia 321.000 immigrati, al 1 Gennaio 2010 sono 4.279.000.



1946, Partito Comunista Italiano (fig. 40)



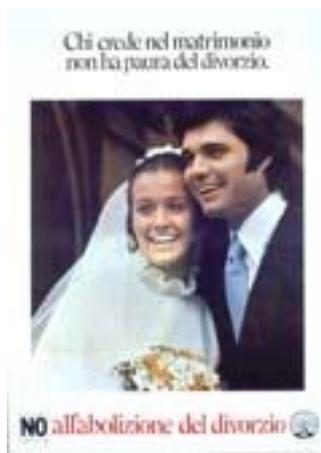
1958, Democrazia Cristiana (fig. 41)



1948, Partito Comunista Italiano (fig. 41)



1948, Democrazia Cristiana (fig. 42)



1974, Partito Socialista Italiano (fig. 43)



1974, Comitati a favore del SI (fig. 44)

## La Famiglia

La Repubblica riconosce i diritti della famiglia come società naturale fondata sul matrimonio.

Il matrimonio è ordinato sull'eguaglianza morale e giuridica dei coniugi, con i limiti stabiliti dalla legge a garanzia dell'unità familiare.  
(Costituzione della Repubblica Italiana, art. 29)

Sin dall'inizio della sua attività la propaganda politica ha fatto largo uso dell'immagine della famiglia. In particolare il periodo subito successivo alla fine della seconda guerra mondiale vede un enorme fiorire di manifesti che hanno come tema la famiglia, motivato dal fatto che all'epoca per molti il nucleo familiare era l'unico autentico sostegno in una situazione economica e sociale disastrosa. Su questo naturalmente facevano leva tutti i partiti, in particolare il Partito Comunista e la Democrazia Cristiana, i due principali partiti dell'epoca: il primo doveva difendersi dagli attacchi della Democrazia Cristiana che accusava i comunisti di voler distruggere la famiglia tradizionale con il divorzio e il secondo si voleva mostrare paladino dei valori cristiano-cattolici centrati sulla famiglia (*fig. 41*).

Prima d'approfondire il discorso c'è da precisare che quando parliamo di famiglia non intendiamo solo la rappresentazione classica della famiglia (padre, madre, figli), ma tutti quei manifesti che fanno leva su quei sentimenti che riguardano legami di tipo familiare, come il senso di protezione che si ha verso i bambini ecc.

Come primo esempio, a chiarire meglio il concetto, possiamo prendere due manifesti utilizzati durante le consultazioni elettorali del 1948 che si negano a vicenda: in quello della Lista Garibaldi<sup>27</sup> si mostra una famiglia di lavoratori felici (*fig. 40*), mentre in quello della Democrazia Cristiana si mostra il volto preoccupato di un bambino che "chiede" di votare per chi lo difende dal divorzio (*fig. 42*), cioè la Democrazia Cristiana<sup>28</sup>.



1953, Democrazia Cristiana (*fig. 45*)

La famiglia e soprattutto i bambini saranno protagonisti indiscussi dei manifesti sin dai primi anni '60. Tra i tanti manifesti prodotti uno particolarmente significativo venne creato dalla DC nel 1953: mostra lo sguardo di un bambino accompagnato dalla scritta "I bambini ci guardano...votiamo DC" (*fig. 45*), il manifesto colpisce nel segno, tutti noi non siamo capaci di dire di no agli occhi di un bambino.

Durante gli anni '60 le immagini di famiglie felici o di bambini scomparvero dai manifesti per circa un decennio, probabilmente dietro la spinta delle nuove idee porta-

<sup>27</sup> Nelle elezioni del 1948, il Partito Comunista ed il Partito Socialista si presentarono uniti sotto un simbolo comune, il simbolo era appunto il volto di Garibaldi.

<sup>28</sup> La Democrazia Cristiana accusò sin da subito il Partito Comunista di voler introdurre il divorzio in Italia.

te dalla rivolta studentesca e dal mutamento delle abitudini sessuali tra i giovani. Tuttavia, il referendum abrogativo del divorzio del 1974 riportò chiaramente in primo piano la famiglia, anche se paradossalmente si incitava a votare "si" o "no" non utilizzando immagini "familiari". Come eccezione possiamo ricordare due

manifesti, ancora una volta identici ma di segno opposto: il primo mostra una coppia di sposi ed invita a votare SI "come si fa il giorno delle nozze" (fig. 44); il secondo mostra ugualmente una coppia di sposi, invitando a votare no perché "chi crede nel matrimonio non ha paura del divorzio" (fig. 43) Non sappiamo quanto questi manifesti abbiano funzionato nella campagna elettorale, anche se i risultati del referendum sancirono la vittoria del "NO"<sup>29</sup>. Un'altra immagine di quegli anni mostra invece gli "effetti" del divorzio: una famiglia composta da madre, figlia e figlio, tutti e tre hanno volti tristi e scuri a causa del padre che li ha abbandonati a se stessi (fig. 46), anche in questo caso a parlare sono soprattutto i volti delle persone ritratte nella foto, quasi implorano l'osservatore di votare "SI", tra le altre cose nei manifesti a favore dell'abolizione il "SI" è riportato in



1974, comitati per il SI  
(fig. 46)

caratteri molto grandi, cosa abbastanza inusuale per la propaganda "classica", è probabile che questa sia una piccola eredità dei movimenti studenteschi, e del loro particolare modo di "fare grafica" che abbiamo già nella sezione dedicata alla propaganda violenta.

A causa della diffusione della televisione e della pubblicità, l'idea di famiglia ebbe nuova fama anche sui manifesti, anche se con importanti differenze rispetto al periodo appena descritto: durante gli anni '80 erano in genere i soli bambini o madri con bambini ad essere presenti sui manifesti. Importante, da questo punto di vista, è un manifesto contro l'ora di religione nelle scuole creato da Democrazia Proletaria (fig. 47). Questo manifesto mostra il Papa mentre tiene in braccio e bacia sulla fronte un bambino in lacrime, e la frase che correde l'immagine è "giù le mani dai bambini". L'osservatore sa che il bambino piange non perché è vicino al Papa, ma perché è spaventato dalla situazione. Tuttavia l'immagine inserita in quel modo nel manifesto dosa sapientemente ironia e verità, dando comunque un messaggio efficace. Per fortuna i bambini, e le famiglie in generale, venivano normalmente utilizzati per manifesti più "allegri": un esempio di manifesto – che si colloca nello stesso anno del precedente (1986) raffigura un bambino che, ridendo, corre con un palloncino in mano. Chi osserva questo manifesto non può trattenere un sorriso di fronte all'immagine, che risulta divertente al di là del messaggio politico. A tale scopo probabilmente il palloncino del bambino e i suoi pantaloni sono stati colorati di blu e non di rosso, come ci si potrebbe invece aspettare da un manifesto comunista.

<sup>29</sup> Il No vinse con il 59% dei voti, con circa 19 138 300 voti.



1986, Democrazia Proletaria (fig. 47)



1986, Partito Comunista Italiano (fig. 48)



2001, Forza Italia (fig. 49)



1996, Centro Cristiano Democratico (fig. 50)



2006, Democratici di Sinistra (fig. 51)



2006, Margherita (fig. 52)

Con l'avvento della seconda Repubblica si assiste ad un ritorno della famiglia tradizionale sui manifesti propagandistici.

In questo manifesto, per esempio (fig. 49) è un'intera famiglia ad affermare sorridente: "*Votiamo Berlusconi per avere tasse più giuste*". Un altro manifesto, realizzato dagli eredi della Democrazia Cristiana (fig. 50), riprende il concetto della sinistra contraria al concetto di famiglia che abbiamo visto in precedenza domandando direttamente agli elettori: "Volete eliminare la famiglia? Noi no!". L'accusa alla sinistra non è più palese, ma è solo suggerita, in quanto chiunque sarebbe contrario all'abolizione della famiglia.

La famiglia che propone invece la Margherita nel 2006 è una famiglia pronta a "*ri-tornare a vivere*". Il messaggio qui è duplice: da una parte si invita ad uscire per andare a votare e dall'altra per permettere alla famiglia di uscire da una sorta di prigionia, votando Margherita.

Dopo aver esaminato questi manifesti c'è da fare un'ultima osservazione: le famiglie che abbiamo visto rappresentate hanno un numero di figli che varia tra l'uno e i due, e davanti a questa scelta che sembra casuale c'è in realtà una motivazione. La famiglia con un solo figlio, solitamente in tenera età, è un chiaro rimando alla Sacra Famiglia della tradizione Cattolica, infatti viene usata da due dei partiti che s'ispirano al Cristianesimo (fig. 50) (fig. 52), ma anche dal partito comunista che cerca così di utilizzare un "simbolo" a suo favore.

La famiglia composta invece da padre, madre, figlia e figlio deriva dalla pubblicità e dall'aspetto classico della famiglia che arriva da oltre oceano. Altri tipi di famiglia, ad esempio la madre sola con il figlio (fig. 51), o famiglie con figli adottati o addirittura famiglie omosessuali, difficilmente appaiono sui manifesti propagandistici proprio perché non corrispondono al concetto classico di famiglia e quindi difficilmente verrebbero concepite positivamente da tutta la popolazione.

## Conclusioni

Come abbiamo potuto osservare, molti degli schemi propagandistici utilizzati in passato sono arrivati sino a noi ripetuti in moltissimi modi, l'evoluzione che hanno avuto le tecniche di realizzazione grafica non si sono estese a quello che rappresentavano.

Angelo Ventrone, autore del libro che si è rivelato indispensabile per la stesura di questo capitolo, a conclusione della sua analisi fa due affermazioni che condivido almeno in parte condivido:

la prima è che i soggetti rappresentati alternano fasi di grande popolarità e fasi in cui scompaiono quasi dai manifesti, e credo che i dati riportati in questo capitolo lo dimostrino pienamente.

Successivamente afferma che negli ultimi anni si è assistito ad una ripresa dei concetti espressi agli inizi del '900, in particolare riferendosi all'odio verso gli stranieri e all'idealizzazione della famiglia. Su questa affermazione non mi trovo completamente d'accordo, perché credo che il motivo del cambiamento avvenuto negli ultimi anni nei manifesti vada di pari passo con il cambiamento avvenuto nel panorama politico italiano.

La caduta dei grandi partiti della prima repubblica non solo ha creato un vuoto istituzionale che ancora oggi si fa fatica a riempire, ma ha anche provocato un vuoto di valori che ha reso più difficile il compito del grafico, che si dovesse trovare a progettare un manifesto politico.

I simboli dei partiti moderni ne sono a mio avviso una dimostrazione lampante: non esistono più infatti "disegni" come quelli descritti all'inizio di questo capitolo, ma semplici scritte o sigle che poco dicono ad una persona degli ideali che contraddistinguono un determinato partito.

La corsa alla cancellazione dei simboli a favore delle parole porta ad avere casi limite come "*Sinistra e Libertà*" e "*Popolo della Libertà*", due nomi che potrebbero suggerire una parentela, quando in realtà si tratta di due partiti con idee e fronti politici opposti.

Un altro esempio lo si può trovare visitando il sito web del Partito Democratico<sup>30</sup>, nel quale non si trova alcun simbolo e addirittura si nota la scelta come colore "*ufficiale*" di un "verde bandiera" che troppo assomiglia al verde utilizzato dalla Lega Nord<sup>31</sup>

Come nel caso precedente si creano involontari accostamenti con partiti con idee diverse e di schieramento opposto.

Di fronte a tutto ciò emerge nuovamente la domanda su cui si basa per intero questo lavoro: quanto è efficace tutto ciò ?

---

<sup>30</sup> [www.partitodemocratico.it](http://www.partitodemocratico.it)

<sup>31</sup> [www.leganord.org](http://www.leganord.org)

## Capitolo 2

### L'esperimento

#### 2.1 L'idea di base

Come accade per la maggior parte degli esperimenti, anche nel mio caso l'esperimento finale si è distanziato di parecchio dall'idea iniziale.

All'inizio pensavo di testare la rappresentatività e l'efficacia di una serie di simboli politici. L'idea era di creare una serie di nuovi partiti, ognuno contraddistinto da un simbolo ben preciso, e alla fine avrei simulato delle elezioni politiche, agli utenti non avrei detto nulla a proposito dei singoli partiti, facendoli scegliere solo sulla base del simbolo.

Dopo un'attenta riflessione, ho deciso d'abbandonare quest'idea, soprattutto a causa del difficile rapporto tra politica e cittadini che contraddistingue gli ultimi anni, a causa di ciò, ho optato per una serie di manifesti che rappresentano lo stesso tema, ma lo fanno con stili comunicativi differenti.

Una prima versione dell'esperimento prevedeva che gli utenti scegliessero un manifesto e poi rispondessero ad una serie di domande sul manifesto che avevano scelto. In questo caso si è rivelato fondamentale l'aiuto dei miei relatori, con i quali si è arrivati alla conclusione, certamente migliore, di far rispondere ad una serie di domande per ogni manifesto, indipendentemente dalla scelta effettuata dall'utente così da avere un quadro completo di quello che li ha spinti a scegliere un manifesto in particolare.

Nei paragrafi successivi illustrerò i singoli aspetti dell'esperimento, cercando di spiegare al meglio ogni passaggio.

#### 2.2 La scelta del tema

Una volta scelto il *modus operandi* è stato necessario scegliere un tema per i manifesti, il cui requisito fondamentale doveva essere la sua genericità e la sensibilità al tema da parte di una larga fascia della popolazione.

In una prima versione avevo scelto come tema la sicurezza sul lavoro, ma la scelta di un simile tema, sul quale tutta la popolazione ha sostanzialmente la stessa opinione poteva influenzare negativamente l'esperimento: una persona che si trova a vedere un manifesto su un argomento sul quale tutti hanno la medesima opinione, probabilmente sarebbe stata più permissiva e indulgente nei confronti di chi ha realizzato il manifesto; inoltre, un manifesto può ritenersi efficace quando convince o cerca di convincere una persona a fare o a credere una determinata cosa, e scegliendo un tema come le morti bianche questo aspetto sarebbe venuto meno.

Alla fine la scelta è finita su un tema come l'immigrazione, un tema molto discusso negli ultimi tempi e sul quale le opinioni della gente sono molto diverse tra loro.

La scelta di un simile tema avrebbe assicurato un'attenzione maggiore da parte degli utenti, che si sarebbero sentiti messi in discussione, in quanto non sempre il manifesto avrebbe difeso o avallato le loro idee in merito.

Bisogna specificare che i manifesti sono a favore dell'accoglienza, in una tale situazione l'utente sarebbe stato portato ad essere molto più severo nei confronti dei manifesti e più stimolato a scegliere un manifesto che lo convincesse veramente.

La scelta di un tema del quale si potesse discutere mi è stata tuttavia criticata, ipotizzando che una persona contraria all'immigrazione non avrebbe sicuramente fatto il test, questo rischio è sicuramente presente, saranno tuttavia i risultati finali a confermare o smentire questa teoria.

## 2.3 I manifesti

Progettare i manifesti è stato sicuramente molto difficile. Era necessario realizzare dei manifesti con stili completamente diversi l'uno dall'altro e che facessero perno su convinzioni e credenze diverse. Il numero di manifesti da realizzare, inoltre, è stato sin da subito un argomento di discussione, che si è conclusa solo quando la necessità di partire era ormai impellente e, come ha potuto constatare chi ha effettuato il test, la decisione finale è stata di realizzare solamente 4 manifesti, così da non disperdere troppo i pareri e facilitare la scelta dell'utente.

### Gli aspetti in comune

Oltre naturalmente al tema, i manifesti dovevano avere tutta una serie di caratteristiche in comune, alcune delle quali possono sembrare scontate ed altre assurde, tuttavia erano necessarie per la buona riuscita dell'esperimento:

- **Uguali dimensioni:** tutti e quattro i manifesti dovevano avere le medesime dimensioni, in questo caso 420x600 pixel, così da garantire ad ogni manifesto la stessa visibilità all'interno della pagina web.
- **Assenza di messaggi diretti:** nei manifesti non dovevano essere presenti dei messaggi troppo diretti, come per esempio "di sì all'immigrazione", "l'immigrazione è positiva" questo principalmente per due motivi: il primo perché un tale messaggio sarebbe stato troppo scontato ed il secondo perché a mio avviso è molto meglio un messaggio solo suggerito, magari tramite una citazione od una domanda. Entrambi i punti in ogni caso cercano d'evitare il rapido rifiuto del manifesto da parte dell'osservatore ed obbligandolo invece a fare una piccola pausa su ogni manifesto riflettendo sul messaggio che lo stesso manifesto trasmette.
- **Assenza di un qualsiasi simbolo o riferimento esplicito ai partiti esistenti:** questa scelta è stata effettuata in modo da evitare dannose partigianerie da parte degli utenti.

Descriverò ora i singoli manifesti, cercando di spiegare quello che ho provato a trasmettere attraverso scelte di stile, e su cosa fanno pressione per spingere gli utenti alla riflessione. Come potrete notare nella pagina precedente, ad ogni manifesto è stato dato un titolo: la cosa non ha nessun significato ai fini dell'esperimento, tanto che gli utenti, nello svolgere il test, non erano a conoscenza di questi titoli, utili solamente per facilitare la comprensione della tesi ed evitare continui riferimenti al numero di figura del singolo manifesto.



La bambina (fig. 53)



Il cuoco (fig. 54)



Emigrazione (fig. 55)

*ero forestiero e non mi avete ospitato*

*...In verità vi dico: ogni volta che non avete fatto queste cose a uno di questi miei fratelli più piccoli, non l'avete fatto a me...*



Gesù immigrato (fig. 56)

## La bambina



Fig. 56

“Sentirsi giudicato da un bambino è la cosa più brutta che può capitare ad un adulto” così mi è stato detto da una persona quando ha visto il manifesto rappresentato nella figura 53. Questo concetto è esattamente quello a cui stavo pensando quando ho realizzato questo manifesto. La bambina ritratta nella foto, infatti, sembra giudicare il fotografo che la sta ritraendo espressione accentuata dalla conversione dell'immagine in bianco e nero. Nella foto originale (*fig. 56*), infatti, la bambina sembra molto più triste rispetto all'elaborazione utilizzata nel manifesto.

Il lavoro grafico in questo manifesto è veramente minimo, in quanto la foto<sup>32</sup> è già sufficiente a spingere l'osservatore alla riflessione. In questo caso è bastato aggiungere una domanda che desse la voce alla bambina, e dopo vari tentativi ho scelto la frase “*Perché io non ho diritto ad una vita migliore?*”. La domanda è chiaramente retorica. Di fronte allo sguardo della bambina, l'unica risposta possibile è una risposta positiva, che miri ad incoraggiarla, a sognare, come ogni bambino si diverte a fare, un futuro splendido. Ed è qui che anche l'osservatore più spietato non riesce a rimanere impassibile.

Bisogna tuttavia sottolineare che questo manifesto non menziona affatto l'immigrazione. Non è infatti detto che *la vita migliore* sia quella nel nostro paese, e per questo motivo la parola *migliore* è riportata di un colore diverso rispetto al resto del testo. L'osservatore è quindi portato a riflettere più che altro sul come dare a questa bambina una vita migliore e di conseguenza probabilmente, senza ulteriori *input* esterni, arriverà a considerare l'immigrazione come lo strumento più semplice, e forse necessario, per garantire una vita migliore ad una bambina che altrimenti continuerebbe a giudicare chi la osserva.

## Il cuoco

Immaginate d'essere seduti al tavolo di una pizzeria, aprite il menù e vi trovate davanti la foto di un sorridente cuoco asiatico ed un *post-it* che vi fa sapere che mai nessuno si è lamentato della pizza fatta in quel locale. Probabilmente la prima cosa che potrete fare è sorridere e, alla fine, ordinare una pizza, incuranti della nazionalità del pizzaiolo.

Il secondo manifesto (*fig. 54*) punta proprio sull'ironia per cogliere nel segno. Lo stesso

<sup>32</sup> La foto non è stata realizzata da me, ma è stata trovata su internet ad un indirizzo che purtroppo è andato perso.

pizzaiolo sfoggia un'espressione a metà tra lo scherzoso e lo sbruffone, come a dire "non te l'aspettavi, eh?".

Dal punto di vista grafico questo manifesto richiama innanzitutto i menu tipici delle pizzerie italiane, e proprio per questo, l'intero manifesto è tranquillamente riproducibile nella realtà.

Anche in questo caso non si parla direttamente d'immigrazione, ma più che altro di un aspetto curioso di quest'ultima, che dovrebbe far riflettere l'osservatore. Molti di coloro che definiamo "immigrati" vengono impiegati per realizzare alcuni prodotti tipici del nostro paese, per esempio gli Indiani sono considerati tra i migliori allevatori di bovini, e può capitare che entrando in un ristorante o addirittura in una pizzeria scopriamo che il nostro piatto preferito è cucinato da uno di quegli immigrati che vorremmo tanto cacciare.

Questo manifesto è forse il più originale dei quattro. Durante la ricerca per la stesura del primo capitolo non sono riuscito a trovare quasi nessun manifesto che utilizzi l'ironia in questo modo, e ho voluto così provare un esperimento nell'esperimento. Io stesso non sono molto sicuro delle valutazioni che avrà "il cuoco", che va a colpire uno dei simboli del "made in Italy" più caro agli italiani, la pizza appunto.

## Emigrazione

L'*emigrazione italiana* è stata il flusso migratorio più grande della storia<sup>33</sup>, tuttavia la cosa è quasi rinnegata dagli Italiani di oggi, come uno di quegli scheletri nell'armadio che non vanno assolutamente fatti uscire. Il manifesto dedicato all'emigrazione punta proprio a tirare fuori questo scheletro.

Un foglio ingiallito e macchiato di un ipotetico "Ministero degli Affari Esteri" con tanto di simbolo della Repubblica Italiana, e i caratteri utilizzati nelle vecchie macchine da scrivere, compreso delle irregolarità tipiche.

Questo manifesto, a livello di stile comunicativo, richiama i numerosi volantini di propaganda che regolarmente vengono distribuiti nelle strade e davanti alle università, ma in questo caso a parlare non sono le immagini, sono i testi, e in particolare l'informazione che viene fornita "*Dal 1878 al 1978 24027939 ITALIANI emigrarono dall'Italia verso una vita migliore*". Il manifesto punta a stimolare una riflessione attraverso lo scritto ed è quindi destinato ad un pubblico più intellettuale, abituato a leggere i volantini ed i manifesti e a non soffermarsi solamente sugli slogan. L'informazione poi è innegabile: quasi ogni famiglia italiana ha avuto o ha ancora ora dei parenti emigrati. La citazione allegata al messaggio principale è invece pensata per indirizzare il ragionamento che può scaturire dalla lettura della prima parte e, inoltre, crea una similitudine tra i paesi dai quali emigrano le popolazioni di oggi e l'Italia di pochi decenni fa. L'immigrazione in questo manifesto non è solo citata ma è anche portata al centro di tutto da notare che questo manifesto è l'unico in cui compare il verbo "emigrare", riferito naturalmente agli Italiani. Il significato del manifesto salta quindi subito agli occhi: noi siamo stati un popolo d'emigranti sino a pochi anni fa, dobbiamo quindi capire chi è costretto a lasciare la propria terra. La risposta che può essere data ad una tale affermazione è abbastanza ingenua "*noi andavamo lì per lavorare*": il manifesto volutamente non risponde ad una tale affermazione. Sarebbe bastato inserire una polaroid de "*Il Padrino*" probabilmente per evitare questa risposta,

<sup>33</sup> <http://www.migranti.torino.it/>, Wikipedia, Gianfausto Rosoli, Un secolo di emigrazione italiana 1876-1976 Cser, 1978

ma ho voluto evitare per non innescare polemiche che avrebbero sicuramente danneggiato l'esito dell'esperimento.

### Gesù immigrato

Questo manifesto è stato quello per la cui progettazione ho impiegato meno tempo in assoluto. Il passo del vangelo a cui si fa riferimento [Mt (25, 35)] è una di quelle citazioni che verrebbe voglia di fare a coloro che si professano difensori dei valori del Cristianesimo e strenui oppositori dell'immigrazione.



particolare del manifesto  
in cui è visibile  
la figura di Gesù (fig. 57)

Il manifesto, con i suoi colori e con l'utilizzo di un "effetto disegno", richiama i volantini e le opere che si possono trovare in ognuna delle nostre chiese, e richiama particolarmente la grafica di *"Io sono con voi. Catechismo per l'iniziazione cristiana dei fanciulli (6-8 anni)"*, uno dei testi per il catechismo più diffusi in Italia. La stessa figura di Gesù inserita tra gli altri immigrati è presa da questo testo.

Il richiamo che viene fatto in questo manifesto è chiaramente ai valori cristiani ai quali più o meno tutta la popolazione Italiana è stata educata<sup>34</sup>. Le parole che compongono il messaggio sono interamente tratte dal Vangelo di Matteo. L'osservatore si trova così, suo malgrado, a dover ricordare una parte importante della fede a cui è stato educato. Chiaramente questo manifesto avrà effetto solamente su coloro che sono credenti convinti, possibilmente praticanti, e possibilmente tra coloro che non sono vicini alla Chiesa il messaggio farà molta fatica a penetrare. Tuttavia, l'alta percentuale d'italiani che si dichiarano Cristiani, dovrebbe garantire al manifesto buone possibilità di penetrazione.

## 2.4 Il sondaggio

Dopo aver esaminato i quattro manifesti vediamo ora com'è stato strutturato il sondaggio.

La stesura è stata una delle parti più laboriose e complicate. Come forse alcuni di voi sapranno, scrivere delle domande non è una cosa facile: bisogna stare attenti a non scrivere quesiti troppo complessi e a non influenzare le risposte degli utenti. In più in questo sondaggio era anche necessario che all'utente non arrivasse al fine di tali domande, questo per evitare risposte prevenute o troppo indirizzate verso l'obiettivo del sondaggista. Questa scelta è stata maturata osservando il comportamento di molte persone di fronte ad un sondaggio di cui conoscevano già lo scopo. E per evitare risposte che avrebbero solamente creato "rumore" tra i dati utili, ho scelto di realizzare questionari anonimi e senza informare preventivamente l'utente dello scopo del sondaggio, cercando di ottenere risposte il più possibile sincere.

### Prima fase

<sup>34</sup> Secondo i dati Eurispes del 2010 il 75,5% della popolazione italiana si dichiara Cristiana.



Index del sito web (fig. 58)

Nella *home page* del sito web l'utente si è trovato davanti i quattro manifesti ed un breve testo d'introduzione al sondaggio (fig. 58), con lo scopo di tranquillizzare l'utente sull'anonimato del sondaggio, spiegare quello che sta guardando e naturalmente invitarlo a partecipare al sondaggio, nonché una breve presentazione:

Ciao, sono Francesco uno studente del corso di laurea in Informatica Umanistica dell' Università di Pisa.

“Il sito che stai visitando è quello che ho realizzato per il mio progetto di laurea.

Per portare a termine il mio progetto ho bisogno di 5 minuti del tuo tempo.

Compila il questionario presente su questo sito web! È anonimo, tuttavia durante il suo svolgimento

ti verranno chiesti alcuni dati generici. Ti prego di rispondere con sincerità.

I dati così raccolti non verranno mai utilizzati per risalire a te, ma solamente ai fini del sondaggio.

Attenzione! Una volta iniziato il sondaggio ti prego di portarlo a termine senza chiudere il browser o disconnettere il computer da Internet.”

Dopo aver fornito tutte le spiegazioni del caso, all'utente viene posta la prima domanda del sondaggio, che tra l'altro è anche la più importante:

“Vota il manifesto che ti piace di più”

La scelta di come porre questa prima domanda è stata discussa con i relatori ed è stata fonte di un acceso dibattito. La domanda, infatti, doveva essere non solo il più semplice possibile, ma anche generica, in modo che l'utente scegliesse il manifesto solo sulla base di criteri personali. Per questi motivi sono state scartate domande del tipo “Scegli il manifesto per te più efficace” oppure “Scegli il manifesto che ti convince di più”, dato che entrambe le domande indicavano all'utente un criterio per la scelta, il primo qualitativo ed il secondo totalmente personale, con il rischio che l'utente non trovando convincente od efficace nessun manifesto non partecipasse al sondaggio. In questo modo invece l'utente è spinto a valutare i manifesti in qualsiasi caso, dato che è quasi impossibile che tutti e quattro i manifesti piacciono o non piacciono in egual misura.

## Seconda fase

fig. 59

Dopo aver attraversato una piccola pagina che ha il solo scopo di confermare all'utente la registrazione del voto, s'arriverà alla pagina più importante del sondaggio (fig. 59). Qui l'utente sarà chiamato a compilare un vero e proprio questionario.

Per ogni manifesto l'utente dovrà rispondere obbligatoriamente a 4 domande - uno script javascript verificherà che questo sia avvenuto -, e opzionalmente potrà aggiungere un piccolo commento di massimo 150 caratteri - anche in questo caso uno script javascript impedirà che il limite venga superato.

Le domande sono state pensate per avere risposte sulla qualità dei singoli manifesti e per capire cos'abbia spinto un utente a preferire un manifesto piuttosto di un altro. Per le risposte sono stati usati dei menù a tendina per meglio facilitare la compilazione del questionario e la sua archiviazione. Vediamo ora nel dettaglio i singoli quesiti:

Domanda: “*Quale componente dell'immagine apprezzi di più?*”.

Possibili risposte: “*immagine, messaggio, stile, testo, non so*”.

Questa prima domanda è stata pensata per capire quale sia la componente di un determinato manifesto che viene più apprezzata dall'utente. Naturalmente, è possibile anche rispondere “non so”, in quanto c'è la possibilità che un utente non sia in grado di distinguere cosa l'abbia colpito di più, oppure che non apprezzi nessun componente del manifesto. In questo modo si ha la possibilità in futuro di creare manifesti che puntino proprio su quell'aspetto che più colpisce gli osservatori. Se, per esempio, dal sondaggio emerge che lo stile è la cosa più apprezzata in assoluto, si cercherà di puntare su quello per trasmettere meglio un determinato messaggio. Il discorso naturalmente cambierà se risulterà molto più apprezzato il messaggio. Questa domanda pone anche la possibilità che emergano situazioni in contrasto con i motivi che mi hanno spinto a realizzare un manifesto in un certo modo. Se, per esempio, nel manifesto della bambina risultasse molto più apprezzato il testo, risulterebbe evidente che non basta una bella foto per realizzare un manifesto efficace, ma che è necessario anche un testo adatto e altrettanto ragionato, con buona pace di coloro che realizzano manifesti con scritto solamente “Vota Tizio”.

Domanda: *"Che sentimento ti provoca la vista dell'immagine?"*.

Possibili risposte: *"allegria, compassione, delusione, felicità, indifferenza, patriottismo, rabbia, superiorità, tenerezza, non so"*.

È mia personale convinzione che un manifesto, e qualsiasi altro elaborato grafico, debba provocare una qualche emozione nell'osservatore, e questa domanda punta proprio a scoprire se il manifesto provoca qualcosa all'interno di chi la osserva. Come potete osservare viene data la possibilità di scegliere tra emozioni diverse. Naturalmente, quando ho realizzato un determinato manifesto, ho cercato di stimolare una ben precisa emozione, ma ciò non toglie che, ai fini dell'esperimento, è importante offrire all'utente una vasta gamma di emozioni tra cui scegliere. Per esempio, se l'emozione che risulta più diffusa in merito al manifesto del cuoco (fig. 54) fosse la rabbia, risulterebbe che, pur provocando un sentimento, il manifesto smuove qualcosa di negativo per il tema che ho scelto per "la campagna". Vorrebbe dire, inoltre, che utilizzare quel tipo d'ironia, è forse troppo per il tipo di messaggio.

Spesso in un sondaggio è importante l'ordine in cui vengono messe le opzioni, poiché la persona che compila un sondaggio può essere influenzata dall'ordine in cui compaiono le varie possibilità soprattutto in casi come questo dove le possibilità sono molteplici. Per evitare questo fenomeno ho scritto le varie opzioni rigorosamente in ordine alfabetico.

Domanda: *quanto ti fa riflettere quest'immagine sull'immigrazione?*

Possibili risposte: *numeri da 0 a 10.*

Questa domanda è forse la più importante dell'intero sondaggio, perché pone il problema della riflessione in maniera netta e decisa. Se una persona non si fosse ancora fermata un momento a riflettere sull'immigrazione, arrivata a questa domanda si trova comunque costretta a farlo per poter rispondere.

I dati estratti da questa domanda sono molto utili per misurare l'efficacia dei manifesti: un manifesto che risultasse il più votato, ma che nello stesso tempo prendesse una media molto bassa in questa domanda, evidenzerebbe un chiaro errore di progettazione. Il manifesto infatti pur attirando l'attenzione e le preferenze degli utenti non stimolerebbe alla riflessione e quindi non raggiungerebbe l'obiettivo. Prendiamo per esempio un manifesto che invita a comprare un automobile: è molto curato dal punto di vista grafico e riceve l'apprezzamento della popolazione, tuttavia la macchina pubblicizzata non aumenta le vendite. In questo caso il grafico che ha realizzato il manifesto avrebbe clamorosamente fallito nel suo obiettivo; ha magari creato un capolavoro dal punto di vista artistico, ma dal punto di vista dell'efficacia non è riuscito nel suo compito. Leggendo questa tesi ed osservando i risultati dell'esperimento, non dobbiamo dimenticarci che lo scopo ultimo dei manifesti propagandistici o della grafica "pubblicitaria" in generale è quello di convincere una persona a comprare un prodotto, a votare una determinata persona o un determinato politico, a credere in una determinata cosa, ecc... Nel momento in cui tutto questo viene meno, non si ha più un elaborato grafico, ma una semplice opera d'arte.

Domanda: *Da un voto da 1 a 10: Alla grafica, Al messaggio.*

Possibili risposte: *numeri da 0 a 10.*

Con quest'ultima domanda si ritorna a chiedere all'utente un giudizio di merito sul manifesto che sta valutando. Quando l'utente arriva a leggere questa domanda ha ormai intuito lo scopo del sondaggio, e in questo modo gli si dà l'opportunità di valutare

il manifesto avendo ormai capito che lo scopo è quello di farlo riflettere sull'immigrazione. I dati, in ogni caso, dovrebbero essere coerenti con gli altri.

*Domanda: commenta in poche righe l'immagine.*

A conclusione del sondaggio all'utente viene offerta la possibilità di scrivere un breve commento al manifesto appena valutato. L'inserimento di un'area di testo in cui si potesse scrivere qualsiasi cosa mi era stata sconsigliata, ma, a mio avviso, dai commenti lasciati si può capire qualcosa di più dell'effetto che ha fatto il manifesto su quel particolare utente. Per esempio, se un utente dà una valutazione positiva del manifesto, ma poi lascia un commento molto negativo, ci si può interrogare sulla sua buona fede e quindi sulla buona fede dei dati da lui inseriti. Per concludere, un commento libero può funzionare da cartina tornasole per quanto riguarda l'intero sondaggio e il reale impatto che ha un determinato manifesto sugli utenti.

### I dati personali

Dopo aver completato il sondaggio, all'utente viene chiesto d'inserire alcuni suoi dati personali. I dati sono naturalmente troppo generici per risalire a colui che ha compilato il sondaggio, ma sono invece molto utili per esaminare i dati raccolti. All'utente viene chiesto d'inserire:  *sesso, età, titolo di studio, professione, regione di domicilio, regione d'origine, religione professata, orientamento politico.*

È mia personale convinzione che un manifesto abbia effetti diversi a seconda del background culturale di chi lo osserva. Il ragionamento potrebbe sembrare leggermente razzista, tuttavia in questa mia idea non esistono pregiudizi, ma solo la constatazione che un determinato simbolo, un accostamento di colori o un determinato riferimento possano colpire in maniera diversa ognuno di noi. Per esempio, se noi prendiamo il manifesto raffigurante Gesù stipato insieme ad altre persone in un barcone di migranti (*fig. 56*), avremmo reazioni molto diverse a seconda del rapporto che una persona ha con la fede Cristiana; un ateo, per esempio, troverà inefficace e clericale il manifesto, al contrario una persona molto credente apprezzerà il messaggio evangelico trasmesso attraverso il manifesto. Un pizzaiolo, magari di origini campane, si sentirà forse minacciato, o comunque più colpito, dal manifesto del cuoco (*fig. 54*) rispetto ad un contadino trentino.

Chiaramente, un manifesto dovrebbe essere efficace per la maggioranza della popolazione, ma nel caso ci si debba rivolgere a determinate tipologie di individui è forse più giusto utilizzare degli schemi, dei colori e dei simboli che siano conosciuti ed apprezzati dalle categorie a cui ci si rivolge.

Le domande che quindi vengono rivolte all'utente servono soprattutto ad individuare le varie categorie a cui appartiene e poter quindi analizzare i dati proprio attraverso queste categorie. Chiaramente, un numero maggiore di domande avrebbe consentito un'analisi molto più accurata. Tuttavia, la necessità di tranquillizzare l'utente sul rispetto dell'anonimato, non consentiva domande troppo personali. Basti pensare che da alcuni utenti che hanno già fatto il test mi sono stati indicati come "dati sensibili" la religione professata e l'orientamento politico. Questa è forse un'esagerazione dovuta ad una forte diffidenza, ma che mostra chiaramente che l'andare troppo nel dettaglio a proposito della vita privata degli utenti avrebbe irrimediabilmente portato ad una loro chiusura, e ad avere dati magari incompleti o falsati.

## Capitolo 3

### I risultati del sondaggio

Dopo poco più di un mese, per esigenze temporali, sono stato obbligato ad iniziare l'analisi dei dati che avevo raccolto sino a quel momento: dal 7 Marzo, giorno d'inizio del sondaggio, al 18 Aprile, giorno d'inizio dell'analisi dei dati, sono stati raccolti 650 questionari.

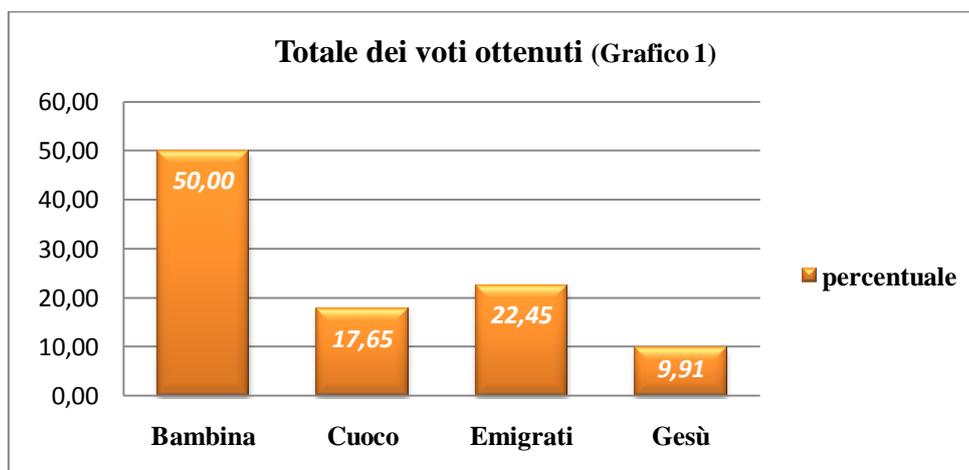
Per la maggior parte dei sondaggi effettuati su scala nazionale vengono raccolti circa 1000 questionari; tuttavia, credo che 650 sia un numero di questionari sufficiente per poter fare un'analisi di partenza. Prima di procedere con i dati risultanti dall'analisi, voglio ricordare che il questionario è stato diffuso solamente tramite passaparola su internet, tramite catene di e-mail, Forum, Facebook e soprattutto senza il supporto di nessun organo o associazione, e senza l'impiego di capitali. Credo che questa sia una buona dimostrazione delle possibilità che uno strumento come internet offre alla ricerca. È probabile che ripetendo l'esperimento con il patrocinio di qualche ente o associazione si raggiunga un numero di questionari veramente elevato.

In questo capitolo analizzerò i risultati del sondaggio, cercando di interpretarli. Esaminerò quindi le preferenze date ai manifesti e le tipologie di utenti che hanno espresso questi voti.

#### 3.1 Voti ottenuti per tipologia d'utente

Ad ogni utente è stato chiesto d'inserire una serie di dati personali utili ai fini dell'inserimento di ogni utente in delle categorie specifiche. Questa si è rivelata una scelta saggia, in quanto l'analisi dei voti ottenuti dai singoli manifesti, a seconda delle categorie di utenti, ha fornito degli interessanti punti di riflessione.

##### Voti totali



Il manifesto che ha raccolto il maggior numero di voti è stato quello che qui è stato intitolato "La bambina", che ha ottenuto un plebiscitario 50% dei voti. Gli altri manifesti hanno ottenuto: "Emigrazione" 22,45%, "Cuoco" 17,65% e "Gesù" 9,91% (Grafico 1).

Il manifesto "La Bambina" risulta quindi il manifesto più apprezzato dagli utenti. Posso quindi affermare che la maggioranza degli utenti è colpita maggiormente dal volto di un bambino rispetto ad una qualsiasi altra cosa. Questo dà sostanzialmente ragione a coloro che hanno utilizzato i bambini nella propaganda sin dai primi anni del 900. Alcuni dei commenti che mi sono stati lasciati esprimono molto bene questo concetto. Un commento indicativo è stato:

"efficace: dal viso della bambina traspare la tristezza e una sorta di rimprovero implicito"

oppure

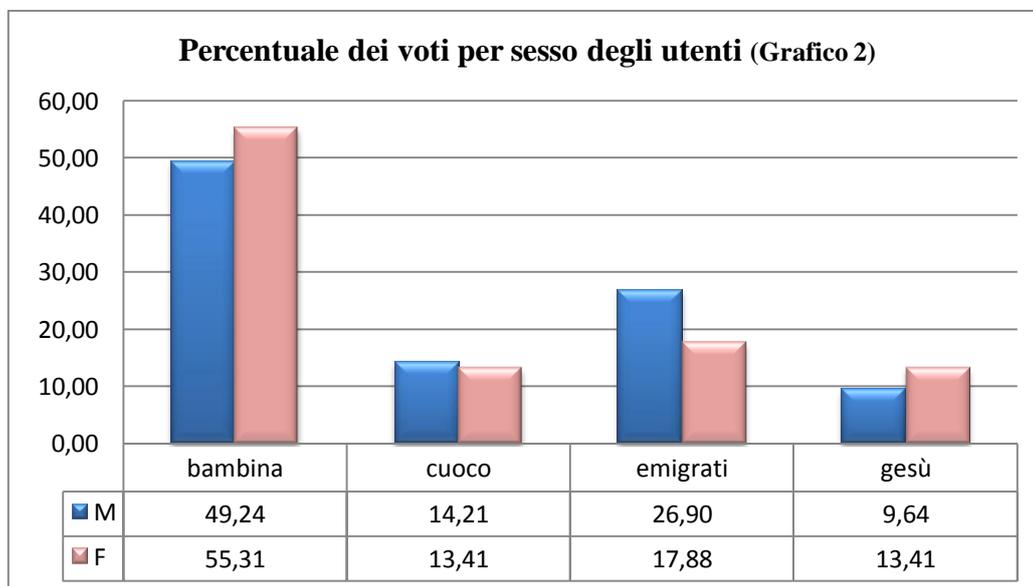
"La bambina ha una bella espressione, seria, ma non pietosa. Sarà una donna che non piange e non si arrende".

Successivamente esaminerò meglio la valutazione ottenuta da ogni singolo manifesto.

Il 22,45% ottenuto dal manifesto "Emigrazione" ci mostra come circa un quarto degli utenti preferisca i fatti alla semplice propaganda: il dato sull'emigrazione italiana colpisce.

Il manifesto "Cuoco" invece ottiene un risultato che lascia abbastanza perplessi: l'ironia del manifesto evidentemente non viene colta dalla maggior parte degli utenti, anche se una buona parte di essi sembra apprezzarla. Non si può dire lo stesso dell'ultimo manifesto qui intitolato "Gesù": non arriva neppure al 10% dei voti, e devo dire che il dato mi ha sorpreso parecchio, aspettandomi qualche voto in più. L'analisi per categorie ci aiuterà a capire meglio *chi* ha votato *cosa*.

### Sesso degli utenti

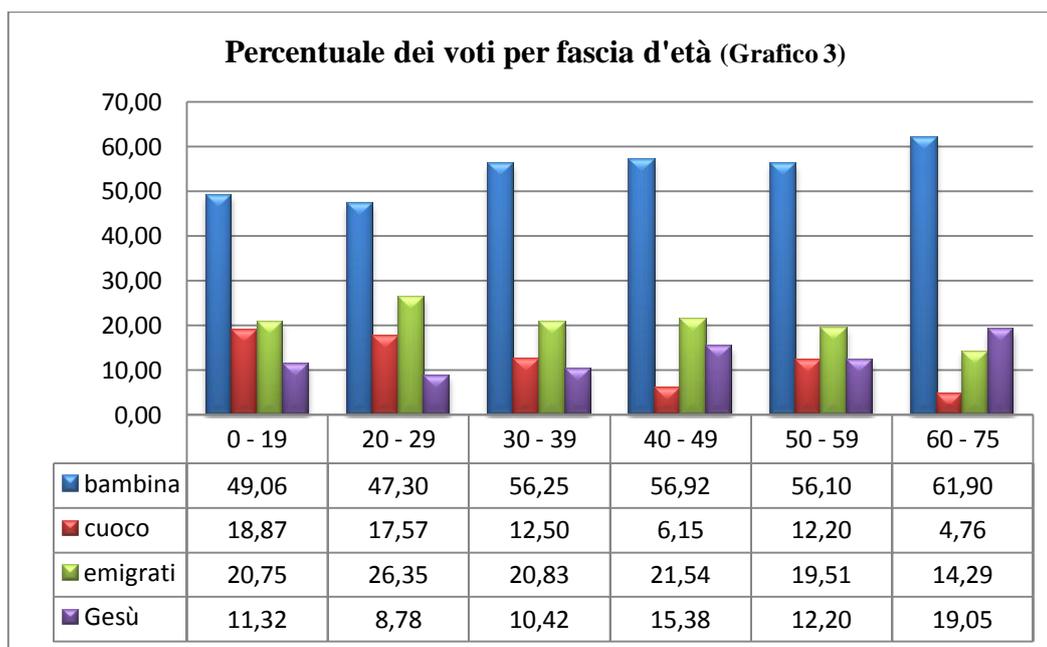


Già da una prima divisione degli utenti in base al sesso, si possono notare importanti differenze tra le preferenze espresse: il risultato sicuramente più importante è quello ottenuto dal manifesto "Emigrazione" che tra la componente maschile conquista il 10% di voti in più rispetto a quelli ricevuti dalla componente femminile. La componente femminile si rivela infatti molto più sensibile alla tematica religiosa, 4% di voti in più, e al manifesto raffigurante la bambina, con il 6% in più. Il manifesto "Cuoco", invece, si rivela ugualmente apprezzato tra le due componenti.

Da questa prima scrematura possiamo quindi ipotizzare una maggiore sensibilità delle donne rispetto agli uomini verso i temi riguardanti il privato, ovvero la famiglia e la fede religiosa.

Come abbiamo visto in precedenza, i manifesti del passato già rivelano queste sensibilità, ed è messa in evidenza in particolar modo nel manifesto rappresentato a pagina 20 (fig. 42), in cui il riferimento è esplicito.

### Età degli utenti



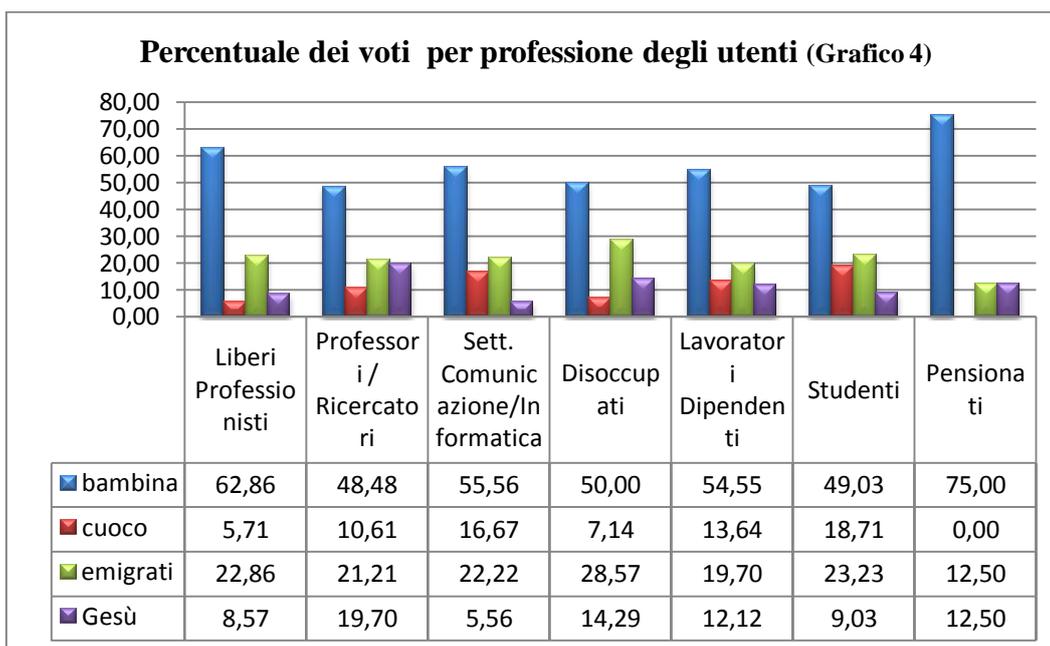
Dividendo i voti ottenuti dai singoli manifesti per fascia d'età degli utenti, si mettono in evidenza importanti differenze tra le generazioni. Il manifesto "Bambina" infatti ha maggiori consensi, maggiore è l'età dell'utente, fino ad arrivare ad un 10% in più dell'ultima fascia rispetto alla prima, passando da un 49% circa ad un 61,9%. Questa variazione può in parte essere dovuta alle aspirazioni familiari che tendono ad aumentare con l'aumentare dell'età.

Il manifesto "Emigrazione" registra invece un'anomala impennata tra i giovani tra i 20 ed i 29 anni arrivando a toccare il 26% dei voti. Questo dato risulta effettivamente anomalo, in quanto la fascia precedente e la fascia successiva rimangono intorno al 20%.

Il manifesto "Cuoco" invece ottiene un consenso molto ampio tra i giovani al di sotto dei trent'anni, evidentemente più sensibili all'ironia trasmessa dal manifesto rispetto agli "adulti" arrivando a registrare un divario del 12,72 % tra i minori di 19 anni e coloro che potrebbero essere indicati come, i genitori ovvero gli utenti tra i 40 ed i 49 anni. Naturalmente, che i giovani siano più spensierati ed inclini all'ironia rispetto agli "adulti" è prevedibile; tuttavia, dai risultati di questo sondaggio emergono comunque differenze importanti tra coloro che sono cresciuti o crescono nella cosiddetta "Era della Comunicazione" e coloro che ne hanno visto la nascita.

L'ultimo manifesto, ovvero quello intitolato "Gesù", non registra invece variazioni importanti, mantenendo un andamento che tende ad aumentare con l'aumentare dell'età degli individui.

### Professione degli utenti



Il grafico che mette in evidenza i voti dati sulla base della professione dell'utente, di fatto, conferma i dati dei voti rispetto all'età. Il manifesto "cuoco" infatti riceve più voti proprio tra gli studenti e tra coloro che lavorano nell'informatica e nella comunicazione: possiamo dunque ipotizzare la relativa giovinezza di chi lavora in questi campi.

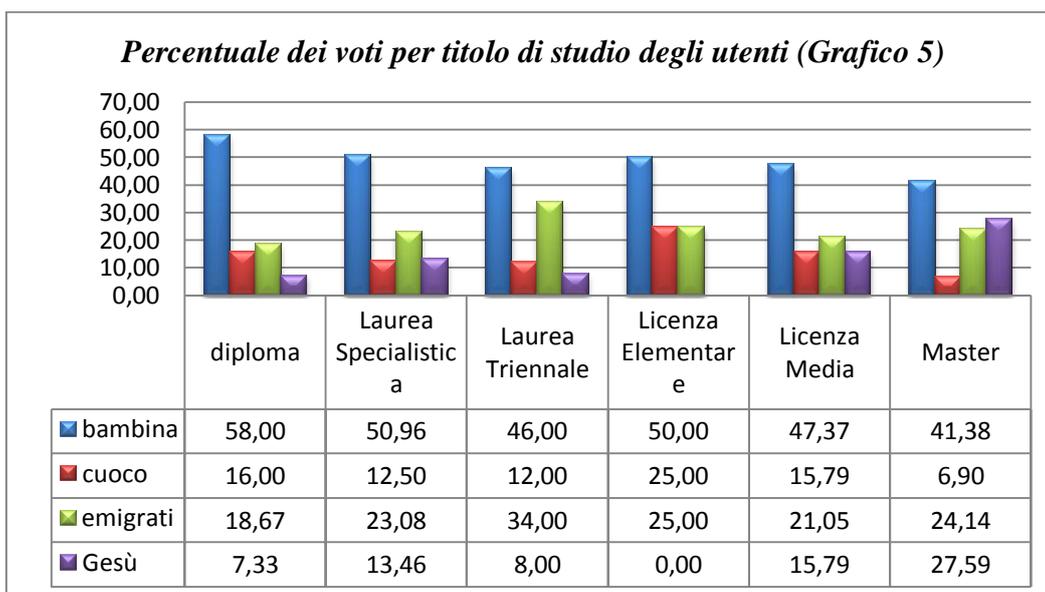
Meritano la nostra attenzione, invece, i dati del manifesto "Emigrazione". Questo manifesto, infatti, sfiora il 30% tra i disoccupati. Questo dato, unito al 26,35 % raccolto tra i giovani tra i 20 ed i 29 anni, suggerisce un maggior interesse del fenomeno tra fasce di popolazione che, forse, mal sopportano la situazione socio-economica del nostro paese.

Un altro dato particolare è il 19,7 % ottenuto dal manifesto "Gesù" tra i professori e i ricercatori. Questo dato suggerirebbe una maggior sensibilità alla fede proprio da coloro che, per tradizione, ne sono più distanti. Una parte di questa percentuale, però, potrebbe essere spiegata da alcuni commenti lasciati a questo manifesto, come per esempio:

"Dovrebbe almeno far breccia in quella parte di elettorato cattolico che a questo imperativo dovrebbe essere già educato"

evidenziando quindi un probabile voto di "dissenso" più legato alla sfera politica italiana. Per questo motivo non terrei in gran considerazione questa percentuale. Più avanti esamineremo le percentuali di voti ottenuti considerando l'appartenenza politica degli utenti e, forse, questi dati potrebbero risultare leggermente più chiari.

### Titolo di studio degli utenti



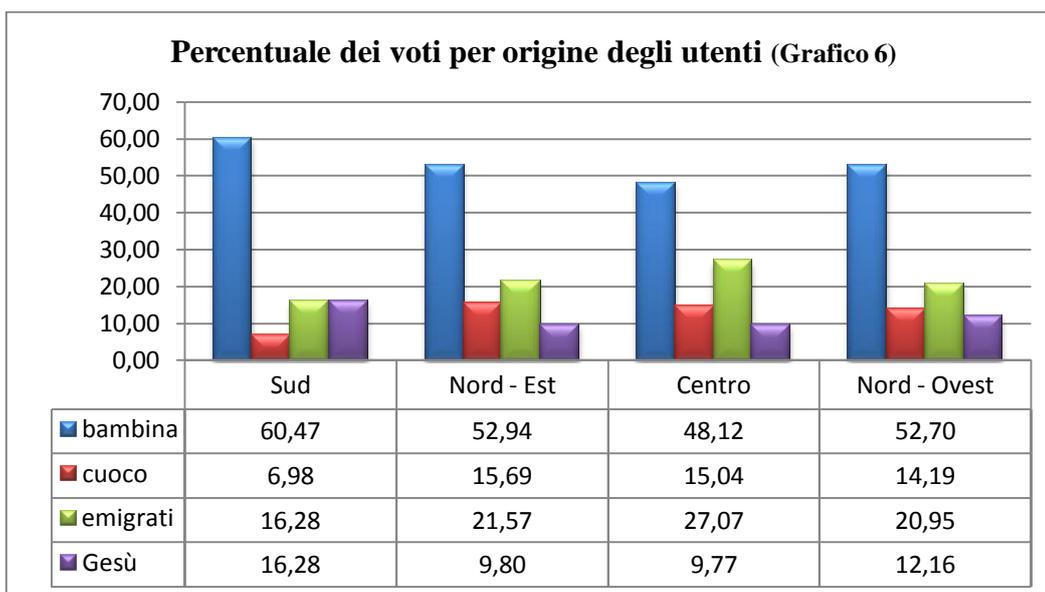
Dividendo i voti a seconda del titolo di studio degli utenti si ottengono risultati che, in linea di massima, confermano i risultati dei grafici precedenti (il numero di utenti con un titolo di studio corrispondente alla licenza elementare è troppo esiguo per essere considerato attendibile).

Il manifesto "Bambina" risulta il più apprezzato tra coloro che non hanno proseguito gli studi oltre il diploma e tende a scendere con il progredire del titolo di studio arrivando ad una differenza del 16,62% tra coloro che hanno conseguito un Master e coloro che invece si sono fermati al diploma. Naturalmente si presuppone che un buon numero di coloro che risultano in possesso della licenza media siano comunque studenti che attualmente stanno continuando gli studi.

Anche in questo grafico il manifesto "Gesù" risulta maggiormente apprezzato tra coloro che sono in possesso di un alto titolo di studio.

Da questo grafico, in ogni caso, emerge come il titolo di studio non si riveli molto influente per quanto riguarda l'effetto dei manifesti propagandistici, sfatando il mito che voleva gli "ignoranti" più influenzabili dalle immagini e dagli stereotipi.

### Regione d'origine degli utenti



Aggregando i voti sulla base dell'origine degli utenti si scoprono importanti differenze: il manifesto "Bambina" si dimostra il più apprezzato al sud, raggiungendo il 60%. Da notare è la differenza tra i voti ottenuti al sud e quelli ottenuti al centro, che raggiungono una distanza di ben 12 punti percentuale, che si riducono a poco meno di 8 al nord. Il manifesto "Cuoco" al sud raggiunge il valore più basso in assoluto rimanendo fermo a poco meno del 7%. Questi risultati mostrano come il sud si dimostri molto più sensibile del resto d'Italia nei confronti dell'immigrazione. I risultati degli altri manifesti rimangono di conseguenza molto bassi, anche se il manifesto "Gesù" risulta più apprezzato rispetto al resto d'Italia non riuscendo tuttavia a superare il manifesto "Emigrazione".

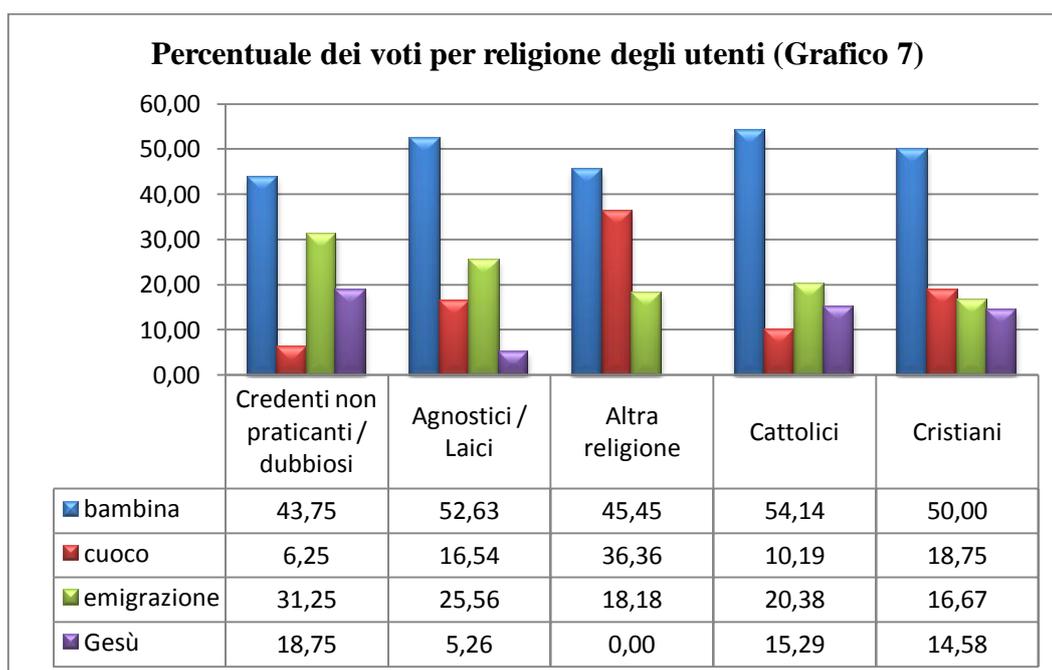
Il centro si dimostra invece il più sensibile rispetto al nostro passato d'emigrati facendo sì che il manifesto "Emigrazione" ottenga un solido 27%, con un distacco del 6% circa rispetto al nord. La maggior parte dei voti sono evidentemente erosi al manifesto "Bambina" che al centro si ferma al 48%.

Nord-est e nord-ovest non rivelano particolari differenze tra loro, arrivando a percentuali molto simili se non per un 2% di differenza che il manifesto "Gesù" fa registrare tra nord-ovest e nord-est.

Questi dati evidenziano una differenza di sensibilità tra il sud d'Italia e il centro-nord. Il sud, infatti, si dimostra più sensibile e disposto all'accoglienza rispetto al resto d'Italia, questo probabilmente è in parte dovuto al fenomeno di migrazione interna che porta ancora oggi molti cittadini del sud a dover lasciare la propria terra per mancanza d'opportunità. Il nord si dimostra stranamente refrattario al manifesto "Emigrazione" nonostante sia stato proprio il nord Italia a subire più delle altre zone l'emigrazione, rivelandosi meno sensibile di un centro Italia che pur avendo subito in misura minore l'emigrazione si rivela molto più sensibile ad essa.

Un'ultima considerazione va fatta sul pessimo risultato ottenuto dal manifesto "Cuoco" al sud, una parte di questo risultato è sicuramente dato dal fatto che il cuoco cucini pizza, un piatto che si è sentito in tutta Italia come un piatto nazionale, ma sicuramente molto di più al sud. Tuttavia una differenza di 10 punti percentuale è sicuramente dovuta anche ad altri fattori.

## Religione degli utenti



Dividendo gli utenti in base alla religione da loro dichiarata, otteniamo delle percentuali abbastanza rilevanti. Innanzi tutto, è bene precisare però una cosa: il campo in cui scrivere la religione professata era a risposta libera, quindi, avendo avuto risposte abbastanza diverse, ho deciso di dividere i credenti a seconda che si dichiarassero "Cattolici" o solamente "Cristiani" e di dividere da questi coloro che si dichiaravano sì "Cattolici" o "Cristiani", ma che esprimevano dei dubbi su questa classificazione. Per esempio, ho trovato scritto "Cristiano non convinto" e, a causa del numero comunque elevato di queste persone, ho preferito catalogarle in una categoria a parte. Un discorso simile va fatto per coloro che, appunto, si dichiaravano solo "Cristiani", o praticanti una forma di Cristianesimo non Cattolico, e per coloro che invece si dichiaravano "Cattolici". Questo sia perché non mi era dato sapere se le persone che si dichiaravano "Cristiane" fossero comunque "Cattoliche" e, secondariamente, per il gran numero di persone che si dichiaravano soltanto "Cristiane". Sotto la voce "Altra religione" invece ho raccolto tutti coloro che si dichiaravano appartenenti ad un'altra religione e che, per mia sfortuna, dato il numero esiguo non consentivano la creazione di diversi gruppi autonomi.

La prima cosa che si nota osservando il grafico è forse il 5% ottenuto dal manifesto "Gesù" tra coloro che si dichiarano "Agnostici/Laici", e tra coloro che si dichiarano "Cristiani" o "Cattolici" il manifesto non raggiunge una percentuale molto alta, rimanendo comunque intorno al 15%, facendo registrare una variazione di 10 punti percentuale che era facilmente intuibile. Ben più scalpore suscita il 18% raggiunto da questo manifesto tra coloro che esprimono dei dubbi sulla loro fede, segno che comunque il dubbio probabilmente non riguarda la figura di Cristo o le sue parole, ma altri aspetti della fede.

Tra i "dubbiosi" clamorosamente è il manifesto "Bambina" a subire un brusco calo dei consensi, arrivando addirittura al 43,75 %, e, come si può notare dal grafico, la maggior parte dei voti persi vanno al manifesto "Emigrazione", che raggiunge addirittura il 31%. Quest'emorragia di voti è difficilmente spiegabile, anche se posso ipotizzare che sia dovuta principalmente alla tendenza di queste persone al volersi allonta-

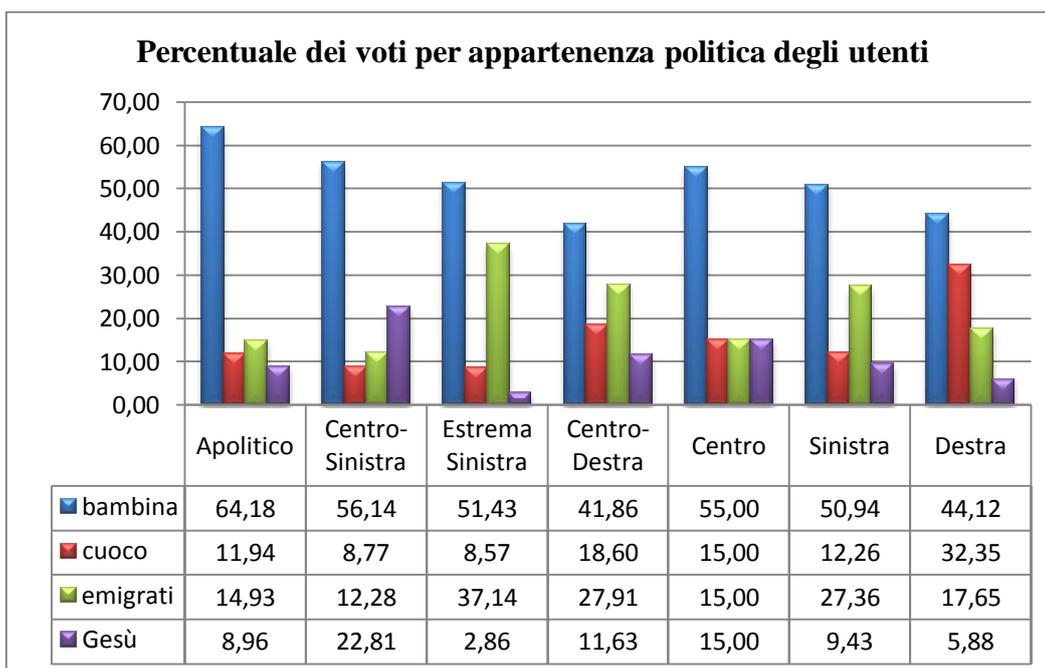
nare dalla sfera emotiva per avvicinarsi di più ai dati concreti, ma chiaramente è solo un'ipotesi.

L'alta percentuale di voti ottenuta dal manifesto "Cuoco" tra coloro che dichiarano di professare una religione comunque diversa dal "Cristianesimo" invece può essere spiegata dal fatto che, appartenendo loro stessi ad una minoranza del paese, si dimostrano più sensibili ad una persona che pur non appartenendo a una cultura ed a una tradizione, sforzandosi di comprenderla e di farla propria. Chiaramente una parte di questo successo è dovuto anche al risultato molto vicino allo zero ottenuto dal manifesto "Gesù" che, chiaramente, non fa nessuna presa su di una persona di fede diversa.

Il manifesto "Emigrazione", come abbiamo già notato, ottiene una percentuale molto alta tra i "Dubbiosi", anche se risulta abbastanza apprezzato anche nelle altre categorie, e in particolare tra coloro che si dichiarano "Agnostici/Laici" ottiene addirittura il 25,5% con una differenza di 5 punti da coloro che si dichiarano "Cattolici", e addirittura di 9 punti da coloro che si dichiarano "Cristiani". tuttavia, come abbiamo già notato sia tra i "Cattolici" che tra i "Cristiani", il manifesto "Emigrazione" riesce a superare il manifesto "Gesù", anche se nel caso dei "Cristiani" ci riesce con solo 2 punti percentuale di differenza.

In sostanza il messaggio trasmesso dal manifesto "Gesù" non riesce a far breccia tra i credenti, probabilmente per il fatto che conoscono già il messaggio e ne sono immuni, tranne tra coloro, come abbiamo visto, che esprimono dei dubbi sulla loro fede, e che forse risultano più permeabili ai messaggi positivi che la loro fede diffonde.

### Appartenenza politica degli utenti



La politica è uno dei temi più discussi in Italia, e i risultati molto diversi ottenuti dai vari manifesti dimostrano come sia una cosa molto influente. Il primo dato che colpisce è sicuramente la percentuale altissima ottenuta dal manifesto "Cuoco" tra coloro che si dichiarano elettori di destra, con addirittura un 32%, che unito al dato raggiunto dallo stesso manifesto tra coloro che si dichiarano di centro-destra, un 18,6%, può lasciare perplessi. In realtà, dai commenti emerge un'interpretazione particolare, che si può riassumere nel commento lasciatiomi da un ragazzo:

"vengo da voi e mi integro"

Paradossalmente, coloro che si dichiarano di destra vedono un messaggio d'integrazione in questo manifesto che li attira molto, al contrario, a quanto pare, degli elettori della parte avversa e di coloro che si dichiarano "apolitici". Tra loro, infatti, il manifesto non riesce a superare il 12%. Insomma, un'interpretazione del manifesto che lascia ben sperare e che meriterebbe un ulteriore approfondimento.

Un altro dato che colpisce molto è il 22,8% raggiunto dal manifesto "Gesù" tra coloro che si dichiarano di centro-sinistra, soprattutto se messo in relazione con il misero 5,8% ottenuto tra coloro che si dichiarano di destra. Il dato colpisce soprattutto perché coloro che si dichiarano difensori della "cultura Cristiana" risultano i più refrattari al messaggio diffuso dal brano di vangelo riportato. Non fa naturalmente scalpore invece il 2,8% raccolto dallo stesso manifesto tra coloro che si dichiarano di estrema sinistra, storicamente e culturalmente molto lontani dalla religione.

Il manifesto "Emigrazione" raggiunge un inaspettato 27,9 % tra gli elettori di centro-destra, dato molto vicino al 27,3% raccolto tra coloro che si dichiarano di sinistra. Chiaramente il manifesto era stato concepito per far colpo proprio su coloro che bistrattavano l'immigrazione e gli immigrati. Tuttavia, questo "scheletro nell'armadio" della storia Italiana ottiene più effetto di quello che era stato pensato all'inizio, fornendo insieme al dato del manifesto "Cuoco" una possibile linea di percorso per sensibilizzare l'elettorato di destra/centro-destra sull'immigrazione. Colpisce, natural-

mente, anche il 37% ottenuto tra coloro che si dichiarano di estrema-sinistra, anche se osservando i dati degli altri manifesti, "Cuoco" e "Gesù", che raggiungono insieme il 10%, ci si rende conto che non è il manifesto "Emigrazione" a risultare molto efficace, ma piuttosto gli altri a risultare meno efficaci tra coloro che si collocano su posizioni politiche che storicamente sono a favore dell'immigrazione e dell'internazionalizzazione.

Un'analisi a parte merita il risultato del manifesto "Bambina" tra coloro che si dichiarano "apolitici". Il manifesto infatti raggiunge addirittura il 64%, distaccandosi di ben 22,3 punti percentuali dal risultato raggiunto dallo stesso manifesto tra gli elettori di centro-destra. Il dato dimostra quindi una specie d'insensibilità tra coloro che si dichiarano "apolitici" a tutto quello che sembra troppo legato a temi politico-religiosi, prediligendo i sentimenti a qualsiasi altro ragionamento. Questo li mette quasi al riparo dalla maggior parte dei manifesti che abbiamo visto in questo esperimento, rendendoli di fatto difficili da convincere e da smuovere dalla loro convinzione.

## Conclusioni finali

La domanda iniziale da cui si è originato tutto era "Quanto sono efficaci questi manifesti?". I risultati dell'esperimento da me condotto danno indicazioni precise su quali siano i manifesti che colpiscono di più la popolazione, e il volto di un bambino risulta più apprezzato di un qualsiasi altro manifesto, rivelando quindi una predilezione verso quei manifesti più sentimentali e meno istituzionali. Ripetere la medesima ricerca utilizzando mezzi più potenti consentirebbe un'analisi molto più accurata delle profonde differenze che emergono tra le varie tipologie di utenti, permettendo in futuro ai designer che dovessero trovarsi a progettare un manifesto propagandistico o una campagna, di avere a disposizione una mappa chiara di quello che più fa breccia sul target di riferimento.

L'utilizzo di macro temi come quelli illustrati nel primo capitolo è evidentemente troppo generica per la totalità degli utenti. I risultati dell'esperimento mostrano infatti differenze profonde d'impatto, e soprattutto dividendo gli utenti per appartenenza politica, questi dati dovrebbero far riflettere in particolar modo dopo le ultime campagne elettorali, che hanno visto un progressivo appiattimento delle posizioni che si riscontra nei risultati ottenuti da questo sondaggio.

Una considerazione importante va poi fatta sull'utilizzo dei bambini a fini propagandistici. Per quanto mi riguarda ritengo sbagliato utilizzarli in qualsiasi caso, anche quando il loro uso è a fin di bene, come nel caso della bambina utilizzata nel manifesto. I risultati di questo sondaggio mostrano un'impennata a favore di quest'uso dei bambini che potrebbe portare alla convinzione che un sia comunque necessario per garantirsi un ampio consenso. In questo caso, tuttavia, credo che l'etica del progettista debba dissuaderlo dall'utilizzare questi mezzi per ottenere il consenso, anche se, come abbiamo visto nel primo capitolo, i bambini vennero usati spessissimo durante la propaganda del '900, addirittura arrivando a forme estreme di propaganda che non ho avuto il coraggio di citare. Credo sia doveroso per chi dopo di me effettuerà esperimenti e ricerche in questo campo, e per i pochi che utilizzeranno questa mia ricerca come strumento per i loro progetti futuri, applicare quell'etica che troppo spesso è mancata in passato.

In conclusione vorrei segnalare che pubblicherò i risultati dell'esperimento e le tabelle utilizzate per la stesura di questa tesi sul sito che ha ospitato il sondaggio <http://tornaboni.netsons.org>, che saranno liberamente utilizzabili da chiunque voglia proseguire la ricerca in questo campo o di chi voglia utilizzare le informazioni da me raccolte a fini progettuali, perché sono fermamente convinto che la diffusione libera dei dati scientifici possa solo essere un vantaggio per la ricerca, e che velocizzi la comprensione di moltissime cose e di meccaniche che ancora ci sono sconosciute.

## Bibliografia

Bernocchi Roberto, Gadotti Giovanna. 2010. *La pubblicità sociale - maneggiare con cura*. Roma, Carocci.

Negrin Alberto. 2007. *Niente resterà pulito - Il racconto della nostra storia in quarant'anni di scritte e manifesti politici*. Milano, Biblioteca Universale Rizzoli.

Ventrone Angelo. 2005. *Il nemico interno - Immagini e simboli della lotta politica nell'Italia del '900*. Roma, Donzelli Editore

Galli Giorgio. 2004. *I partiti politici italiani (1943-2004)*. Milano, Biblioteca Universale Rizzoli.

## Sitografia

<http://www.manifestipolitici.it>

Archivio on-line dei manifesti politici italiani a cura della Fondazione Istituto Gramsci Emilia-Romagna.

<http://sdz.aiap.it>

Social DesignZine, blog curato dall'AIAP Associazione Italiana Progettazione per la Comunicazione Visiva.

<http://it.wikipedia.org>

Enciclopedia on-line, consultazione di svariate voci.

<http://ricerca.repubblica.it>

Archivio web del quotidiano La Repubblica

<http://www.leganord.org/ilmovimento/manifesti2009.asp>

Archivio web dei manifesti della Lega Nord

## Bambina



## Cuoco

# Menù

<i>Margherita</i>	€ 5,50	<i>sciutto cotto, carciofi</i>
<i>(pomodoro, mozzarella)</i>		<i>Pizza Quattro stagioni</i>
<i>N</i>	€ 6	<i>(pomodoro, mozzarella, funghi freschi, olive nere, prosciutto cotto, carciofi)</i>
<i>6</i>		<i>Bianca</i>
<i>7</i>		<i>(mozzarella)</i>
<i>4</i>		<i>Quattro formaggi</i>
		<i>(mozzarella, gorgonzola, caciotta, fontina)</i>
		<i>Primavera</i>
		<i>(mozzarella, pomodorini, rucola, grana)</i>
		<i>Stracchino e rucola</i>
		<i>(olio, sale, stracchino, rucola)</i>
		<i>Biancaneve</i>
		<i>(mozzarella, rucola, grana, prosciutto crudo)</i>
		<i>Rossa</i>
		<i>(pomodoro)</i>



Eppure  
nessuno si è  
mai  
lamentato  
della mia  
pizza!!!

<i>Pizza funghi freschi</i>	€ 5,50	
<i>(pomodoro, mozzarella, funghi freschi)</i>		
<i>Pizza wurstel</i>	€ 6,50	
<i>(pomodoro, mozzarella, wurstel)</i>		
<i>Pizza diavola</i>	€ 6,50	
<i>(pomodoro, mozzarella, salame piccante)</i>		
<i>Pizza Quattro formaggi</i>	€ 7	
<i>(pomodoro, mozzarella, caciotta, gorgonzola, fontina)</i>		
<i>Pizza Tonno e Cipolla</i>	€ 7	
<i>(pomodoro, mozzarella, tonno, cipolla)</i>		
<i>Pizza Funghi e Salsiccia</i>	€ 7,50	
<i>(pomodoro, mozzarella, funghi freschi, salsiccia)</i>		
<i>Pizza Capricciosa</i>	€ 7,20	
<i>(pomodoro, mozzarella, funghi freschi, pro-</i>		



## Emigrazione



  
Ministero degli Affari Esteri

Dal 1876 all 1976  
24027939  
ITALIANI  
emigrarono dall'Italia  
verso una vita  
migliore

-----

« Cosa intende per nazione, signor Ministro?  
È una massa di infelici?  
Piantiamo grano ma non mangiamo pane bianco.  
Coltiviamo la vite, ma non beviamo il vino.  
Alleviamo animali, ma non mangiamo carne.  
Ciò nonostante voi ci consigliate  
di non abbandonare la nostra Patria?  
Ma è una Patria la terra dove non si riesce  
a vivere del proprio lavoro? »

-----

Un anonimo risponde ad un ministro italiano, sec. XIX



## Gesù immigrato

***ero forestiero e  
non mi avete ospitato***

***...In verità vi dico:  
ogni volta che non avete fatto  
queste cose a uno di questi  
miei fratelli più piccoli,  
non l'avete fatto a me...***

(Mt 25,35)



## Sommario

<b>Introduzione.....</b>	<b>3</b>
<b>Capitolo 1.....</b>	<b>4</b>
1.1 Scudo Crociato, Fiamma Tricolore e Falce e Martello .....	4
Scudo Crociato .....	4
Fiamma Tricolore .....	5
Falce e Martello.....	5
1.2 Le immagini e gli schemi della propaganda.....	8
Demoni, scheletri ed esseri mostruosi .....	8
La guerra.....	11
La violenza e la minaccia .....	13
Il nemico esterno .....	19
La Famiglia.....	22
Conclusioni.....	26
<b>Capitolo 2.....</b>	<b>27</b>
2.1 L'idea di base .....	27
2.2 La scelta del tema .....	27
2.3 I manifesti.....	28
Gli aspetti in comune.....	28
La bambina .....	30
Il cuoco .....	30
Emigrazione.....	31
Gesù immigrato .....	32
2.4 Il sondaggio .....	32
Prima fase.....	32
Seconda fase .....	34
I dati personali .....	36
<b>Capitolo 3.....</b>	<b>37</b>
3.1 Voti ottenuti per tipologia d’utente.....	37
Voti totali.....	37
Sesso degli utenti.....	38
Età degli utenti.....	39
Professione degli utenti .....	40
Titolo di studio degli utenti .....	41
Regione d’origine degli utenti .....	42
Religione degli utenti .....	43
Appartenenza politica degli utenti.....	45
<b>Conclusioni finali.....</b>	<b>47</b>

<b>Bibliografia .....</b>	<b>48</b>
<b>Sitografia.....</b>	<b>48</b>
<b>Bambina.....</b>	<b>49</b>
<b>Cuoco .....</b>	<b>50</b>
<b>Emigrazione .....</b>	<b>51</b>
<b>Gesù immigrato .....</b>	<b>52</b>