

MANIFLESSSIONE

MANIFESTI RIFLESSIONE MANIPOLAZIONE

LUDOVICA MASSERINI

MANIFLESSIONE

MANIFLESSIONE È UN PROGETTO CHE COSTRUISCE UNA SERIE DI FALSI MANIFESTI ISTITUZIONALI ITALIANI DEDICATI A CAMPAGNE CHE NON SONO REALI: SOLITUDINE, BURNOUT, SILENZIO, PENSIERI E IDENTITÀ'.

ATTRAVERSO IL LINGUAGGIO GRAFICO MODERNISTA TIPICO DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA TRA ANNI SESSANTA E OTTANTA O FUTURI I MANIFESTI SIMULANO DOCUMENTI UFFICIALI CREDIBILI, ESPOSTI COME MATERIALI D'ARCHIVIO.

IL PROGETTO RIFLETTE SUL POTERE DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA NEL DEFINIRE LE PRIORITÀ SOCIALI E NEL TRASFORMARE FENOMENI EMOTIVI E RELAZIONALI IN PROTOCOLLI AMMINISTRATIVI.

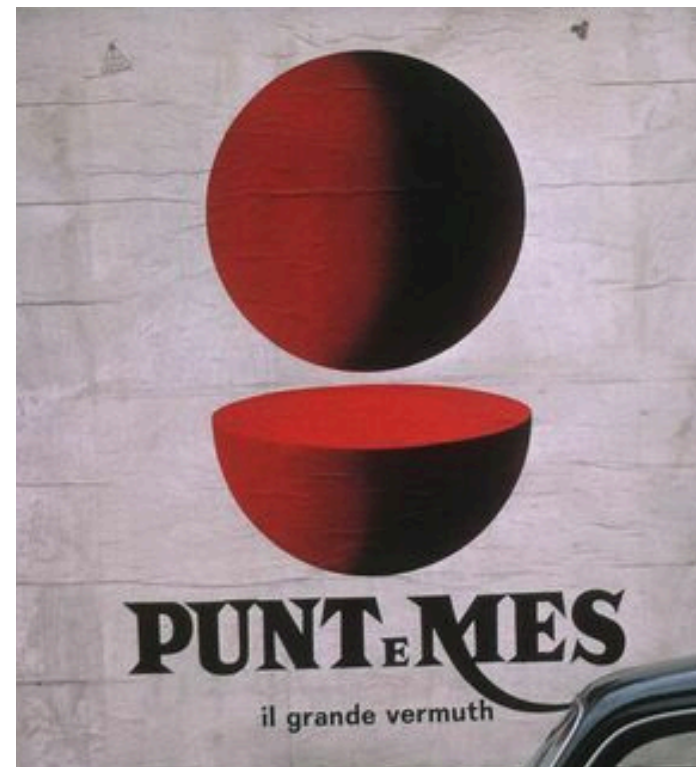
MANIFESTI DALL'ARCHIVIO DI REGIONE LOMBARDIA COME ISPIRAZIONE:



MANIFESTI PUBBLICITARI
DEL FORMAGGIO BEL PAESE
GALBANI OPERA DEL
DESIGNER RAYMOND
SAVIGNAC
ITE-OPDOI-0000098202



MANIFESTO PUBBLICITARIO TITANUS PER IL FILM A
CAVALLO DI UNA TIGRE
ITE-OPDOI-0000098279



MANIFESTI PUBBLICITARI SU UNA
PARETE DI UN EDIFICIO:
VERMOUTH PUNT E MES CARPANO E
BIRRA
ITE-OPDOI-0000098158

IL LAVORO NASCE DALL'ARCHIVIO
DI REGIONE LOMBARDIA,
UTILIZZATO COME FONTE DI
RICERCA VISIVA E STORICA.
I MANIFESTI SELEZIONATI SONO
STATI ANALIZZATI NELLE LORO
GRAFICHE E NELLE LORO STRATEGIE
COMUNICATIVE; SUCCESSIVAMENTE
SONO STATI REINTERPRETATI PER
IMMAGINARE CAMPAGNE
ISTITUZIONALI FITTIZIE CHE
AFFRONTANO TEMI
CONTEMPORANEI, METTENDO IN
DISCUSSIONE IL POTERE
NORMATIVO DELLA COMUNICAZIONE
PUBBLICA.

CAMPAGNA NAZIONALE CONTRO LA SOLITUDINE

IL MANIFESTO RIFLETTE SU CIÒ CHE L'ISTITUZIONE POTREBBE RICONOSCERE COME PROBLEMA PUBBLICO E SU CIÒ CHE, PUR ESSENDO DIFFUSO, RIMANE MARGINALE NEL DISCORSO UFFICIALE.

LA SOLITUDINE VIENE PRESENTATA COME "FATTO SOCIALE", MA LA COMUNICAZIONE RIMANE FREDDA, STATISTICA, QUASI CLINICA.

L'AMBIGUITÀ TRA CURA E DISTANZA COSTITUISCE IL NUCLEO DISTURBANTE DELL'OPERA.



LA SOLITUDINE E' UN FATTO SOCIALE

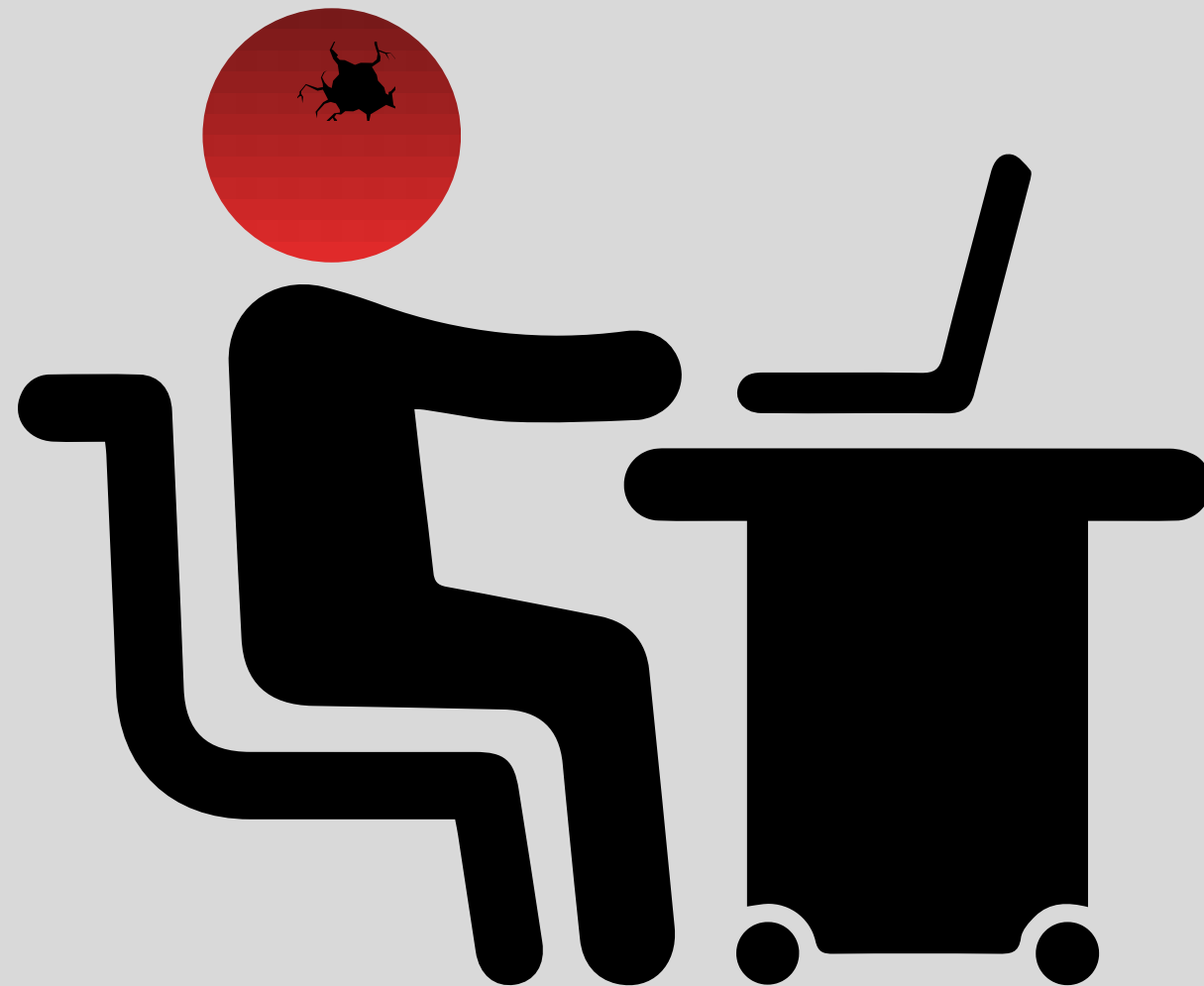
PREVENZIONE DAL BURNOUT

LO SLOGAN “NON ATTENDERE LO SPEGNIMENTO” ASSUME IL TONO DI UNA RACCOMANDAZIONE TECNICA PIÙ CHE UMANA.

LA FRASE “LA PREVENZIONE E’ RESPONSABILITA’ INDIVIDUALE” INTRODUCE UNA DIMENSIONE NORMATIVA, QUASI MECCANICA, APPLICATA ALLA PSICHE.

IL MANIFESTO RIFLETTE SULLA TRASFORMAZIONE DEL DISAGIO EMOTIVO IN PROBLEMA DI EFFICIENZA, METTENDO IN TENSIONE BENESSERE INDIVIDUALE E LOGICA PRODUTTIVA. CIÒ CHE VIENE TUTELATO È DAVVERO LA PERSONA, O LA SUA CAPACITÀ DI FUNZIONARE?

NON ATTENDERE LO SPEGNIMENTO



LA PREVENZIONE E' RESPONSABILITA' INDIVIDUALE

CAMPAGNA PER IL SILENZIO URBANO

LO SLOGAN PRINCIPALE, “IL SILENZIO È SALUTE PUBBLICA”, GUIDA LO SGUARDO, MENTRE LA SCRITTA INFERIORE, “RISPETTA IL SILENZIO NEGLI SPAZI PUBBLICI”, RAFFORZA L’IDEA DI RESPONSABILITÀ INDIVIDUALE.

IL MANIFESTO GIOCA SUL CONTRASTO TRA LA FORMA ISTITUZIONALE E LA REALTÀ URBANA: LA RESPONSABILITÀ DEL SILENZIO È AFFIDATA AL SINGOLO, MENTRE LE ISTITUZIONI SI LIMITANO A INDICARLO COME VALORE COLLETTIVO.

L’OPERA INVITA A RIFLETTERE SU CIÒ CHE VIENE CONSIDERATO “CIVICO DOVERE” E SU COME IL MESSAGGIO PUBBLICO POSSA ESSERE ALLO STESSO TEMPO SEMPLICE E INQUIETANTE: IL SILENZIO È PRESENTATO COME BENE COLLETTIVO, MA LASCIATO ALLA COSCIENZA DEL CITTADINO.

IL SILENZIO È SALUTE PUBBLICA



RISPETTA IL SILENZIO NEGLI SPAZI PUBBLICI

CAMPAGNA DI RIDUZIONE DEL PENSIERO INUTILE

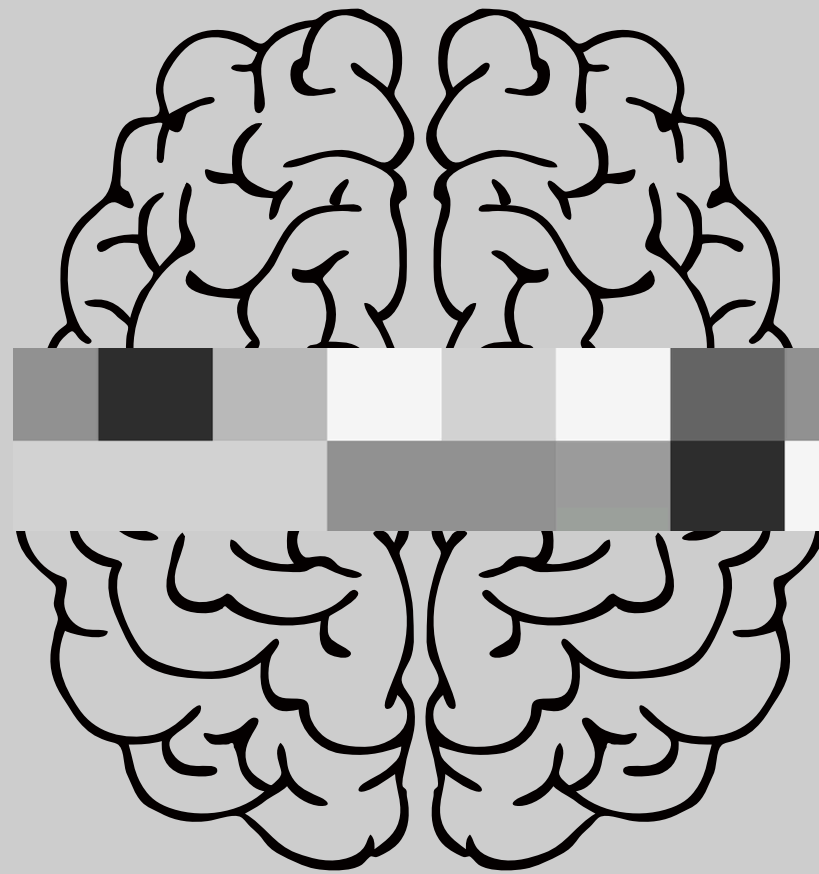
LO SLOGAN “PENSARE MENO È STABILITÀ” TRADUCE LA LIMITAZIONE DEL PENSIERO IN PRINCIPIO CIVICO.

IN QUESTO SCENARIO, LA SEMPLIFICAZIONE VIENE PRESENTATA COME PROGRESSO E LA SELEZIONE DELLE IDEE COME MISURA DI EQUILIBRIO.

L’ESTETICA ISTITUZIONALE RENDE IL MESSAGGIO PLAUSIBILE, TRASFORMANDO LA CENSURA IN PROCEDURA E IL CONTROLLO IN MIGLIORAMENTO.

IL MANIFESTO PROIETTA NEL FUTURO UNA DOMANDA INQUIETANTE: FINO A CHE PUNTO L’EFFICIENZA PUÒ RIDEFINIRE CIÒ CHE È NECESSARIO PENSARE?

PENSARE MENO È STABILITÀ



PROGRAMMA DI OTTIMIZZAZIONE DELL'IDENTITÀ

LO SLOGAN “L'IDENTITÀ È UNA FUNZIONE PUBBLICA” ASSUME IL TONO DI UNA DICHIARAZIONE NORMATIVA: L'IDENTITÀ NON È PIÙ ESPERIENZA PRIVATA, MA RESPONSABILITÀ COLLETTIVA DA REGOLARE.

IL MANIFESTO RIFLETTE SULLA TRASFORMAZIONE DELL'ESSERE IN REQUISITO AMMINISTRATIVO.

L'IDENTITÀ È ANCORA ESPRESSIONE PERSONALE, O DIVENTA UN PARAMETRO DA APPROVARE?

L'IDENTITÀ È UNA FUNZIONE PUBBLICA



CAMPAGNA PER LA CERTIFICAZIONE DEL BENESSERE

LO SLOGAN “IL BENESSERE È RESPONSABILITÀ CIVICA” INTRODUCE L’IDEA CHE LA FELICITÀ POSSA ESSERE MONITORATA E VALIDATA.

IL MANIFESTO RIFLETTE SULLA TRASFORMAZIONE DELLE EMOZIONI IN DATI AMMINISTRATIVI. LO STARE BENE NON APPARE PIÙ COME ESPERIENZA PERSONALE, MA COME REQUISITO SOCIALE VERIFICABILE.

L’OPERA METTE IN DISCUSSIONE IL CONFINE TRA ASSISTENZA PUBBLICA E CONTROLLO PSICOLOGICO.

IL BENESSERE È RESPONSABILITÀ CIVICA

STATUS: VALIDATO

ID EMOTIVO: 02.44

BENESSERE: APPROVATO

LIVELLO STABILITÀ: 87%

PARAMETRO REGOLARE



CONTROLLO COMPLETATO

PROGRAMMA DI CONTENIMENTO DELL'IMMAGINAZIONE

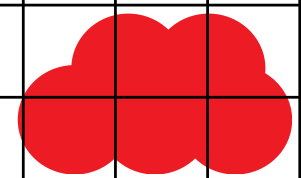
LO SLOGAN “L'ECESSO DI IMMAGINAZIONE GENERA INSTABILITÀ” SUGGERISCE UNA RELAZIONE DIRETTA TRA CREATIVITÀ E DISORDINE SOCIALE.

L'IMMAGINAZIONE VIENE RAPPRESENTATA COME DEVIAZIONE DA CONTENERE PIUTTOSTO CHE COME RISORSA.

IL MANIFESTO RIFLETTE SUL SOSPETTO ISTITUZIONALE VERSO TUTTO CIÒ CHE NON PUÒ ESSERE MISURATO O PREVISTO.

LA FANTASIA APPARE TOLLERATA SOLO ENTRO LIMITI FUNZIONALI.

L'ECESSO DI IMMAGINAZIONE GENERA INSTABILITÀ



CAMPAGNA PER L'USO RESPONSABILE DELLA TRISTEZZA

LO SLOGAN “NON DIFFONDERE DISAGIO” ASSUME IL TONO DI UN AVVISO CIVICO.

LA TRISTEZZA VIENE TRATTATA COME ELEMENTO CONTAGIOSO DA GESTIRE CON DISCREZIONE.

IL MANIFESTO RIFLETTE SUL MODO IN CUI LA SOCIETÀ CONTEMPORANEA TENDE A
PRIVATIZZARE IL DOLORE E A RENDERLO INVISIBILE.

L'EMOZIONE È ACCETTATA SOLTANTO SE SILENZIOSA, CONTROLLATA, COMPATIBILE CON
L'ORDINE COLLETTIVO.

NON DIFFONDERE DISAGIO

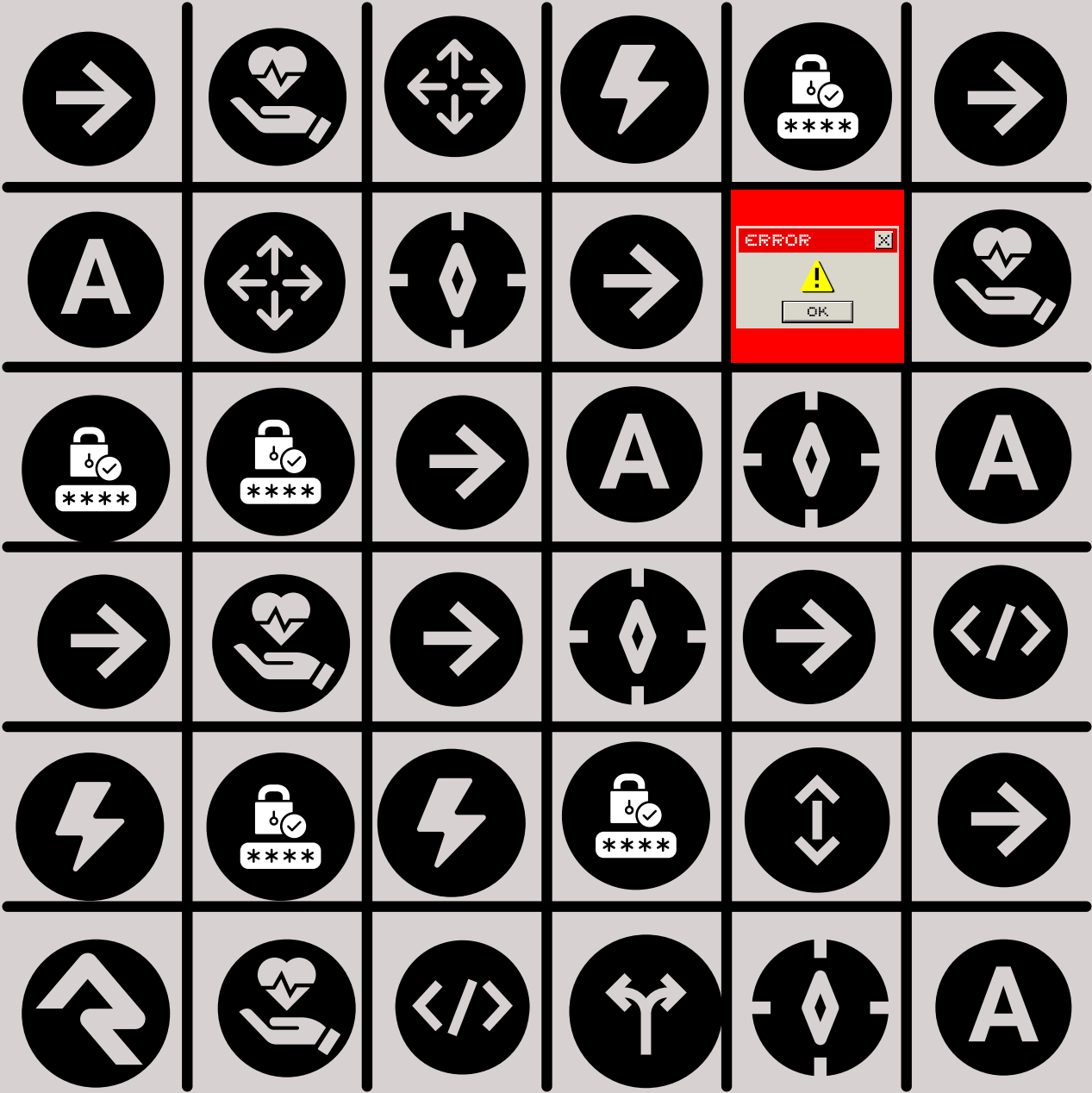


UFFICIO CENTRALE PER LA VERIFICA DELLA NORMALITÀ

LO SLOGAN “LA NORMALITÀ GARANTISCE COESIONE” ATTRIBUISCE VALORE PUBBLICO ALL’UNIFORMITÀ.

IL MANIFESTO RIFLETTE SULLA TRASFORMAZIONE DELLA DIVERSITÀ IN ANOMALIA STATISTICA. L’IDENTITÀ INDIVIDUALE VIENE FILTRATA ATTRAVERSO CRITERI DI COMPATIBILITÀ SOCIALE. LA DIFFERENZA NON VIENE PROIBITA APERTAMENTE, MA TRATTATA COME ERRORE DA CORREGGERE.

LA NORMALITÀ GARANTISCE COESIONE



CAMPAGNA PER LA MODERAZIONE DEL DESIDERIO

LO SLOGAN “L'EQUILIBRIO PREVIENE L'ECESSO” SOSTITUISCE L'IDEA DI DESIDERIO CON QUELLA DI MISURA.

IL MANIFESTO RIFLETTE SULLA PAURA ISTITUZIONALE VERSO TUTTO CIÒ CHE ECCEDA IL NECESSARIO.

L'AMBIZIONE VIENE TRATTATA COME SQUILIBRIO POTENZIALE, MENTRE LA MODERAZIONE ASSUME VALORE MORALE.

IL CONTROLLO DEL DESIDERIO DIVENTA FORMA DI STABILITÀ COLLETTIVA.

L'EQUILIBRIO PREVIENE L'ECESSO

