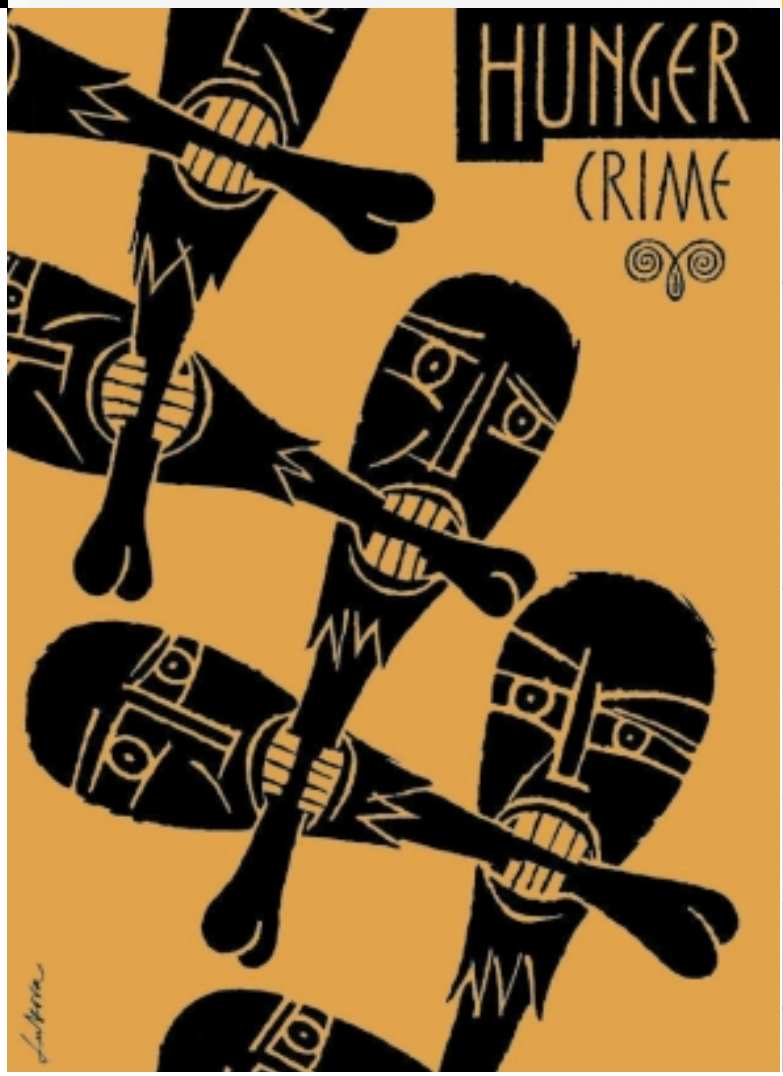
Sogni ribelli che lasciano il segno

GRAFICA **Poster, T-shirt, graffi sui muri, siti web. È la comunicazione politica, spesso effimera, dei movimenti new global. Liz McQuiston la studia e la raccoglie** **di Lorenza Pignatti**

Soffriamo più o meno tutti di amnesia. Incalzati dalla velocità dell'informazione globale, in un breve spazio di tempo tendiamo a dimenticare anche gli eventi più recenti. L'ultimo libro di Liz McQuiston, *Graphic Agitation 2. Social and Political Graphic in the Digital Age*, edito da Phaidon e da qualche mese in libreria, non cede a questa deriva. Al contrario: pur non essendo, la sua, un'opera di carattere storico, fissa alcuni tra gli avvenimenti più recenti del nostro comune passato riproponendoli non attraverso le immagini già intraviste nei telegiornali della sera, ma grazie alla grafica: in particolare al segno utilizzato da quegli artisti, militanti politici o semplici cittadini, più di altri sensibili al lato meno ufficiale della vita e della Storia. E così le *desaparecidas* lotte degli zapatisti in Chiapas, la "lontanissima" guerra nei Balcani o le mille battaglie per il riconoscimento dei diritti umani nei più diversi luoghi del mondo, diventano per McQuiston stru-



In senso orario. Poster anti tabacco ("barf" è slang per vomito) di Doug Minkler/ Doctors Ought To Care, Usa, 1991; un manifesto contro la guerra in Iraq, per annunciare la manifestazione del febbraio 2003 a Londra, dell'agenzia di pubblicità Karmarama; le "amare" pillole della guerra infinita di Think Again, Usa 2001, *www.agitart.org*; Hunger Crime, di Luba Lukova, Usa, 1994; la cover della rivista *Adbusters* (*www.adbusters.org*) del settembre 2000; il conflitto israelo-palestinese visto come un bagno di sangue, di Yossi Lemel, Israele, 2002.

MAKE TEA
NOT WAR
KARMARAMA

INFINITE WAR
SUSPENDS DUE PROCESS
RESURRECTS PROFILING
JUSTIFIES MILITARISM
HALTS CIVIL LIBERTIES
RESTRICTS PRIVACY
REVIVES NATIONALISM
INVOKES DISTRUST
PERSECUTES IMMIGRANTS
ENFORCES CENSORSHIP
MIRACLE CURE?
BITTER PILL.
THINK AGAIN

ISRAEL PALESTINE
2002 ישראל פלשתין

Adbusters
Corporate Crackdown

Una colomba di guerra nel poster che illustra il conflitto nell'ex Jugoslavia, un'opera dell'artista bulgara Luba Lukowa, Usa, 2001.

Una delle novità più eclatanti? Il "subvertising", ovvero interventi ironici che stravolgono con la parodia e la satira i messaggi ufficiali

menti di analisi - e per noi meravigliosi (o angoscianti) segni dei tempi.
Scrittrice, e disegnatrice a sua volta, Liz McQuiston è direttrice del dipartimento di Graphic Art and Design al Royal College of Art di Londra e del corso post-laurea di tipografia al London College of Printing. Ma più che i titoli accademici, a renderla un punto di riferimento per chi si occupa di comunicazione sociale sono le sue ricerche, raccolte in pubblicazioni come *Women in design: A Contemporary View, Suffragettes and She-Devils* e, appunto, i due volumi di *Graphic Agitation.*
Da anni residente a Londra, newyorkese di nascita, McQuiston è interessata alla comunicazione sociale ovunque essa si manifesti: dalle T-shirt ai tatze-bao, dal packaging dei lecca-lecca agli adesivi ai siti web: «Quello che mi stupisce sempre della grafica, nonostante io abbia ormai superato i cinquant'anni e la studi fin dai tempi del liceo, è la sua capacità di abbattere tutti i confini, a cominciare da quelli geografici, e di unire culture tra loro diverse in un comune linguaggio, che è appunto quello visivo. Per questo ho cercato di raccogliere, nei diversi Paesi in cui ho lavorato, dai Balcani all'Argentina al Messico, tutto ciò che indica nuove modalità comunicative: dai siti web alle cartoline, dai graffiti alle scritte sui muri. Questa relazione tra supporti *high-tech*, *low-tech* e *no-tech*, se così vogliamo chiamarli, per me è molto importante perché in fondo uno scarabocchio su un muro, un fumetto o un sito di informazione indipendente indicano tutti il medesimo disappunto verso temi che sono globali: come la guerra, l'inquinamento, il razzismo». Insieme a lei sfogliamo *Graphic Agitation 2.* Alcune opere sono firmate da artisti famosi, molte altre «nascono in modo del tutto spontaneo, come solo per affermare la propria esistenza». Prosegue McQuiston: «So bene che sto dicendo una banalità, da Michel Basquiat in poi i graffiti sono entrati nelle sale dei musei. Ciò che voglio sottolineare è che poco importa se l'autore sia famoso oppure no, o se le scritte siano in serbo, spagnolo o in arabo: il messaggio viene comunque capito da tutti, perché sono le immagini a suggerircene il significato».
Il volume da poco uscito è una sorta di sequel. Prosegue il lavoro terminato nel '93 con *Graphic Agitation*, che raccoglieva la grafica politica e sociale prodotta dagli anni '60 fino alla guerra del Golfo. Al di là della suddivisione temporale, esiste una differenza sostanziale tra le due pubblicazioni? «Per quanto mi riguarda personalmente l'unica differenza - scherza McQuiston - è che per quest'ultimo libro ho passato molto meno tempo in biblioteca: mi sembrava di perdere tempo sempre chiusa lì dentro a fare ricerca, ho preferito viaggiare di più e recarmi personalmente sul posto. Quando non potevo c'erano comunque amici e collaboratori che raccoglievano i materiali per me». Ma tra i due volumi c'è ovviamente anche un'altra differenza: «Soprattutto sul finire degli anni Novanta, abbiamo assistito a un mutamento importante rispetto agli anni precedenti. Da una parte sono nate forme di attivismo globale che non si vedevano dagli anni '70. Dall'altra, la guerra nelle sue diverse forme ha preso il sopravvento: i conflitti nei Balcani, quello tra Israele e la Palestina, l'attacco alle Twin Towers...Ma penso anche al massacro della Columbine High School, nel 1999, alle discriminazioni anti-arabe che si sono verificate negli Stati Uniti dopo l'11 settembre 2001».
Dal punto di vista prettamente comunicativo, uno degli elementi di novità più interessanti di questi ultimi anni è stato l'uso di Internet e del world wide web: «I nuovi movimenti sociali - concorda McQuiston - hanno dimostrato una grande capacità di adattamento alla comunicazione high tech dell'era digitale. A questo proposito il primo esempio che mi viene in mente, ironia della sorte, è il sito No Republican Convention (*www.norncposters.org/gallery.html*) realizzato in occasione della convention repubblicana di New York, a settembre: lì si possono trovare manifesti e *sticker* digitali pronti per essere scaricati e stampati». Ma l'aspetto ancora più rilevante - e a cui l'autrice angloamericana dedica l'intero secondo capitolo del volume - è l'uso massiccio del *subvertising*, ovvero l'arte di capovolgere il senso ufficiale delle cose: «In realtà non è per niente facile fornire una definizione univoca di "subvertising" o di "culture jamming" - spiega McQuiston - perché possono significare cose diverse in situazioni diverse. Ma per rendere l'idea, diciamo che ci può essere il caso di chi interviene con un graffito su un tabellone pubblicitario affisso al muro; altri creano adesivi da appiccicare nel luogo giusto, altri ancora - come Noel Douglas e la libreria radical di Londra, Bookmarks - fanno la paradoia del mazzo di carte in dotazione ai soldati dall'esercito americano per riconoscere gli "Iraqi most wanted". Come? Creando un nuovo mazzo di carte in

No blood for oil, "niente sangue per il petrolio", poster di Steven Lyons e Keith R. Potter, Emergency Campaign To Stop the War in Medio Oriente, Usa 1990.

cui i protagonisti diventano i Western most wanted, ovvero le persone più pericolose in Occidente: l'amministratore delegato della Philip Morris, quello della Bayer, Tony Blair, George W. Bush, José Aznar, Condoleezza Rice...».

La mappatura fatta con *Graphic Agitation 2* è davvero straordinaria. È un giro intorno al mondo attraverso poster, flyer, T-shirt. Ovviamente sono molte, e visibili, le differenze geografiche come pure la molteplicità dei messaggi da comunicare. «Il fatto è - spiega McQuiston - che ogni Paese ha una diversa cultura iconografica. In Israele ad esempio, esiste una fortissima tradizione fotografica perché molti grandi fotografi vivono oppure hanno vissuto lì. I palestinesi invece, per motivazioni che hanno a che fare con l'occupazione, sono più vicini allo stile dei graffiti o a quello dell'Espressionismo in pittura. Nei Balcani il gruppo *Otpor!* ("Resistenza!") nato all'interno dell'università di Belgrado nel 1998, attraverso T-shirt, bandiere, poster, performance e cartoline ha diffuso un messaggio di speranza tra la popolazione della città servendosi di un linguaggio assolutamente proprio: ovvero toni forti e al contempo del tutto surreali». È rimasta famosa la cartolina d'auguri a Slobodan Milosevic, in cui lo si ringraziava per "l'infanzia rubata" e gli si augurava un buon soggiorno all'Aja. Il successo è stato strepitoso: in meno di due anni il gruppo è arrivato ad avere circa 40 mila sostenitori, «il suo logo, un pugno chiuso, era dappertutto in Serbia», e persino il *New York Times Magazine* gli dedicò una copertina nel novembre del 2000.

Sfogliando il libro scopriamo anche un altro progetto rimbalzato dalla strada alle prime pagine dei giornali, questa volta in Messico. Si tratta dell'operazione *No anunciar,* realizzato dal gruppo *Fuera de registro*, che ha fotografato i cartelloni elettorali affissi per le strade di Città del Messico nei giorni precedenti le elezioni del luglio 2000. In città non c'era un solo manifesto rimasto integro, tutti erano strappati, scarabocchiati, a volte completamente cancellati. Le fotografie di *No anunciar*, che potrebbe essere liberamente tradotto in un "è inutile fare campagna elettorale", vennero raccolte in un libro e distribuite gratuitamente in tutto il Messico, spedite alle redazioni di giornali e televisioni e agli uffici dei partiti politici. Lo scopo era quello di documentare lo scontento degli elettori verso i candidati politici. «Il progetto suscitò molto scalpore», sostiene McQuiston, «ma in realtà chi conosce bene la realtà di quel Paese non si è stupito più di tanto. In Messico esiste una scena artistica e controculturale molto vivace, gli attivisti hanno una capacità organizzativa che raramente ho visto in altri Paesi. Oltre a *Fuera de registro* c'è un gruppo chiamato *La corriente eléctrica:* nell'aprile del 2001 è riuscito a coinvolgere più di 200 persone per dipingere, sul selciato di Piazza Zòcalo, a Città del Messico, un grande ritratto di Emiliano Zapata per commemorarne la morte: un'opera umana grande 50 metri per 70».

Prima di lasciarci, chiedo a Liz se dobbiamo aspettarci un *Graphic Agitation 3*. La risposta ci porta nel pieno dei giorni nostri: «Non posso dirlo ancora con certezza. L'unica cosa di cui sono certa è che gli eventi a cui ogni giorno assistiamo stanno determinando un nuovo immaginario. Anzi, un nuovo principio di realtà: in cui, a prevalere, sono il terrore, la paura, la sofferenza».

Graphic Agitation 2

Un saggio, ma anche un giro del mondo che copre temi come la globalizzazione, la guerra, i conflitti, l'ambiente e i diritti umani attraverso la lente della grafica dagli anni Novanta in poi. È *Graphic Agitation 2: Social and Political Graphics since the early '90*, dell'inglese naturalizzata americana Liz McQuiston, Ed. Phaidon (39,95 sterline). Tutti i progetti descritti nel volume appartengono naturalmente all'era digitale anche se i mezzi usati sono i più vari, dalla grafica web per la rapida diffusione del messaggio ai graffiti sui muri in tempi di guerra. Alcuni sono firmati da artisti conosciuti, come James Victoire, Paul Hamilton, Makotto Saito, altri - la maggior parte - sono opera di attivisti. Per le ultime novità della casa editrice, consultare *www.phaidon.com*