



**Politecnico
di Torino**

POLITECNICO DI TORINO

Corso di Laurea in Design e Comunicazione
Anno Accademico 2022/2023

Arte e Politica.

L'espressione satirica di Barry Blitt nell'era
Donald Trump.

Relatore:

Denise Aimar

Candidata:

Xhoana Elezaj

Indice

1.	INTRODUZIONE	5
2.	La storia che unisce arte e politica	11
3.	Vignette editoriali: una cronaca visiva delle dinamiche politiche	27
	3.1 La funzione delle vignette editoriali	29
	3.2 Le antiche origini delle vignette editoriali	31
	3.3 L'anatomia della satira: analisi della struttura che forma le vignette	35
	3.4 L'impatto delle vignette nel contesto mediatico	39
	3.5 Diverse chiavi di lettura per le vignette	43
	3.6 Vignette sotto censura: limitazioni e sfide	47

4.	Il linguaggio della satira visiva	53
	4.1 Satira politica: dalle definizioni alle applicazioni	55
	4.2 La satira politica americana: tra vignette e meme.	59
5.	Il caso Donald Trump	71
	5.1 L'era Trump: il periodo politico e sociale sotto la sua presidenza	73
	5.2 L'operato di Donald Trump e le relazioni pubbliche	83
6.	La satira di Barry Blitt	87
	6.1 The New Yorker: il giornale che diventa un'istituzione	89
	6.2 L'illustratore Barry Blitt: ciò che lo ha reso inimitabile	103
	6.3 Analisi delle copertine satiriche che Barry Blitt ha dedicato a Trump	111
7.	CONCLUSIONE	133
	<i>Bibliografia</i>	136

1.

Introdu

uzione



Nell'era contemporanea, le comunicazioni visive svolgono un ruolo di primaria importanza nel plasmare il nostro modo di percepire il mondo politico. Ogni giorno, siamo immersi in un flusso incessante di immagini, disegni e grafiche che cercano di catturare la nostra attenzione e trasmettere **messaggi politici**. Uno dei linguaggi maggiormente usato è quello della satira che tenta di riflettere ideologie complesse, ma può anche contribuire a definire e ridefinire i contorni delle questioni politiche e sociali del nostro tempo.

Facendo riferimento a tale contesto, uno degli artisti più influenti e provocatori della nostra epoca è **Barry Blitt**, noto per le sue copertine iconiche create per il prestigioso The New Yorker. Le illustrazioni di Blitt hanno spaziato dalla satira politica alle rappresentazioni satiriche di eventi di risonanza globale. Le sue opere si sono distinte per il loro potere di provocare, di far riflettere e, spesso, di suscitare discussioni vivaci, in particolar modo le immagini che vedono come protagonista, l'ex presidente degli stati uniti **Donald Trump**.

La presente tesi si propone di esplorare l'**impatto delle comunicazioni** visive di tipo politico e satirico, con una particolare attenzione alle copertine di Barry Blitt su Donald Trump. Attraverso un'analisi di tali illustrazioni, si vuole comprendere se le immagini possano influenzare le percezioni politiche delle persone e come possano contribuire a dare forma al dialogo politico contemporaneo.

Nella ricerca verranno esaminati i temi, gli stili e le tecniche che caratterizzano il lavoro di Barry Blitt e come le sue opere siano state recepite dal pubblico, per comprendere se ci siano state delle influenze.

La ricerca vuole ottenere una prospettiva più approfondita delle dinamiche tra arte visiva, politica e percezione pubblica.

2.

La storia che unisce *arte e politica*

Le Arti Visive costituiscono un campo d'espressione artistica straordinariamente ampio e diversificato. Questo ambito comprende tutte le forme artistiche percepite attraverso la vista e si estende oltre quanto possa sembrare a prima vista.

Le Arti Visive abbracciano una vasta gamma di tecniche creative, spaziando dalla pittura e dal disegno alla scultura. Con l'avvento della fotografia, negli anni successivi all'arte digitale a partire dagli anni Settanta, il campo si è ulteriormente ampliato e diversificato. Questa evoluzione ha aperto nuovi orizzonti e sfide creative per gli artisti visivi contemporanei.

Alcune di queste forme d'arte esistono dalla preistoria e hanno assunto un ruolo anche sociale e politico oltre che semplicemente estetico.

Il rapporto tra arte visiva e politica ha una storia ricca e complessa che abbraccia millenni di espressione umana.

Sin dalle prime pitture rupestri preistoriche, l'arte visiva è stata utilizzata per riflettere e influenzare il mondo politico. Questo rapporto è emerso naturalmente, poiché l'arte è stata una potente forma di espressione, in grado di comunicare ideali, celebrazioni, critiche e prospettive politiche.

Nelle antiche civiltà greche e romane, l'arte celebrava divinità e leader politici, unendo spesso aspetti religiosi e politici in opere d'arte monumentali. Nel corso del tempo, l'arte è diventata uno strumento importante per documentare eventi storici, come vittorie militari o cambiamenti dinastici.

Durante il Rinascimento, l'arte religiosa e politica si fusero spesso, con opere d'arte che commemoravano i regnanti e promuovevano l'autorità politica. Questo legame tra arte e politica si è rafforzato ulteriormente durante le rivoluzioni e i movimenti politici, quando l'arte è stata utilizzata per diffondere ideali rivoluzionari e mobilitare le masse.

10

Ne è un esempio l'affresco di Ferdinand Pauwels in cui è ritratto Marti Lutero che appende le 85 tesi. La raffigurazione di Martin Lutero che affigge le 95 tesi sulla porta della chiesa di Wittenberg nel 1517 è un evento significativo nella storia della Riforma protestante. Questo atto segnò l'inizio di una serie di eventi che avrebbero portato a una profonda trasformazione nella cristianità occidentale. Un'opera d'arte che rappresenta questo momento potrebbe essere intesa come una rappresentazione visiva del coraggio e della sfida di Lutero nei confronti dell'autorità religiosa dell'epoca e dell'inizio di un cambiamento religioso e sociale significativo (Lewis, 1978).

Nel corso del Rinascimento, gli artisti affrontarono la complessa relazione tra Chiesa e stato attraverso le loro opere. La Chiesa cattolica, con la sua rilevante autorità e influenza, rappresentava una fonte primaria di commesse artistiche durante questo periodo. Tuttavia, gli artisti non erano semplici esecutori delle volontà della Chiesa; piuttosto, interpretavano e rappresentavano tale connessione in modo dinamico e talvolta sfidante (Firpo, 2005).



Affresco di Ferdinand Pauwels, Lutero illustra le sue 95 tesi appena affisse

Di seguito saranno riportati più esempi in cui l'arte ha rappresentato opinioni socio-politiche nel corso della storia.

12

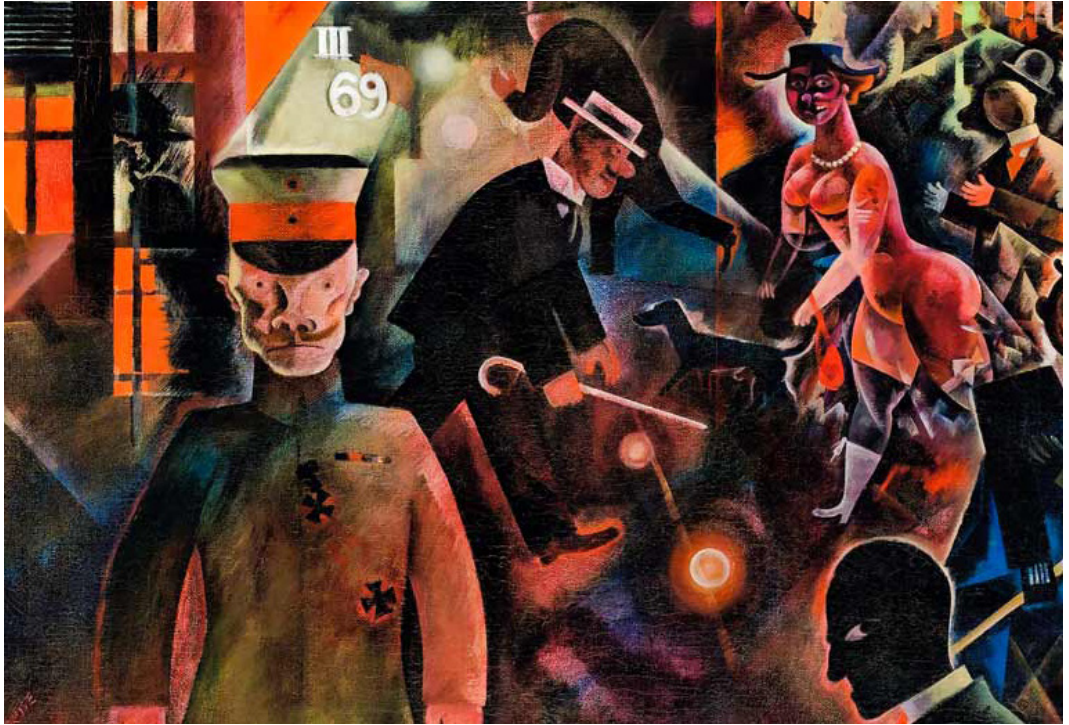


Il dipinto di Eugène Delacroix

“La Libertà che guida il popolo” è una celebre opera di Eugène Delacroix, realizzata nel 1830 come omaggio alla resistenza del popolo parigino contro le politiche reazionarie di Carlo X di Francia. Questo dipinto rappresenta un momento significativo nella storia dell'arte, in quanto sfida le convenzioni dell'epoca in merito alla rappresentazione del corpo femminile.

Fino a quel momento, i nudi femminili nell'arte venivano solitamente accettati quando erano inseriti in contesti mitologici o storici antichi. Questo gesto rappresentò un importante passo avanti nella rappresentazione dell'arte, poiché attribuiva alla figura femminile una potente dimensione allegorica: quella della Libertà.

La creazione di Delacroix ha ispirato numerosi altri artisti, dimostrando come l'arte possa essere un potente strumento per esplorare temi politici e sociali, oltre a spingere i confini dell'espressione artistica (Piperkov, 2017).



14



I dipinti di George Grosz

La biografia di George Grosz è un intreccio di molteplici cambiamenti, un percorso di vita che trova un riflesso evidente nel suo stile artistico, in costante evoluzione nel corso degli anni ma sempre fondato su una base stabile: la sua fervida attenzione alle questioni sociali.

Il cuore delle sue opere è rivolto principalmente verso l'alta borghesia, includendo politici, membri del clero e industriali, che Grosz riteneva essere i principali responsabili del declino, sia dal punto di vista sociale che morale, della sua nazione, come è possibile notare nella sua opera "Strada Pericolosa" del 1918.

Si potrebbe quasi affermare che, prima di essere un artista, Grosz era un "artista politico", poiché egli percepiva l'arte come uno strumento potente per comunicare messaggi di rilevanza su larga scala. La sua arte diventava così uno strumento indispensabile attraverso il quale trasmettere messaggi fondamentali.

Un chiaro esempio delle sue opinioni politiche è presente in "Crimini di Guerra" del 1920. Trattasi di una serie di disegni in cui Grosz si concentra sui crimini di guerra e sulle brutalità della prima guerra mondiale. Attraverso immagini crude e disturbanti, critica l'ipocrisia della società che, nonostante gli orrori della guerra, continua a ignorare la corruzione e la brutalità dei suoi leader (Ocwieja, J. M, 2014).

I murale di Dmitri Vrubel

Il murale di Dmitri Vrubel a Berlino rappresenta due uomini maturi che si scambiano un bacio è probabilmente l'immagine più iconica rimasta del muro che ha segregato Berlino per 28 lunghi anni. Curiosamente, questo graffiti non ha nulla a che fare con le tematiche legate alla comunità LGBTQIA+, ma ha radici profonde negli accordi politici del 1979 tra la Germania Est e l'Unione Sovietica riguardo allo scambio di attrezzature militari e materiale nucleare (Stano, 2013).

16

Nell'opera, i protagonisti ritratti sono il leader sovietico Leonid Brezhnev¹ e il presidente della Repubblica Democratica Tedesca dell'epoca, Erich Honecker². Questo celebre murale trae ispirazione da una fotografia scattata da Regis Bossu nel 1979, durante le celebrazioni del trentesimo anniversario della Germania Est. Nella foto, Brezhnev bacia effettivamente Erich Honecker sulla bocca. Questo gesto era all'epoca simbolo di una stretta collaborazione tra i due paesi, tanto che veniva comunemente chiamato il "bacio fraterno socialista", rappresentando l'unità politica tra i due uomini di potere (Stano, 2013).

1. Uomo politico sovietico (nato in Ucraina nel 1906, morto a Mosca nel 1982). La sua gestione sul piano internazionale vede il tentativo di riaffermare il ruolo dominante dell'URSS nel contesto socialista che si scontrò con i partiti comunisti e peggiorò i conflitti con la Cina. La politica di collaborazione con gli USA e con l'Europa occidentale raggiunse importanti successi nei primi anni Settanta, conclusi con Conferenza di Helsinki per la salvaguardia in Europa. (Treccani, 2010)

2. Uomo politico tedesco (nato a Neunkirchen nel 1912 e morto in Cile nel 1994). Militante del partito comunista tedesco (KPD), parrò anni in prigione durante il nazismo (1935-45). Fu presidente nella Repubblica Dem. Tedesca, e partecipò alla fondazione della Sozialistische Einheitspartei Deutschlands (1946). Deputato dal 1949, fu segretario della SED dal 1971 e nel 1976 ricoprì anche il ruolo di capo di stato; in politica estera agevolò la pace tra le due Germanie. Concluse il mandato con la riunificazione tedesca (1989), periodo in cui fu accusato del decesso di tante persone che avevano tentato di fuggire attraversando il confine tra le Germanie. (Treccani, 1992)





I murales di TvBoy

L'opera "Odi et Amo", situata non lontano da Montecitorio, e realizzata da TvBoy, si concentra sul tema del centrodestra italiano. Questo murale raffigura un bacio appassionato tra Matteo Salvini, il leader della Lega, e Giorgia Meloni, la leader di Fratelli d'Italia. Entrambi nascondono un coltello dietro la schiena, simboleggiando forse tensioni nascoste. Inoltre, uno sguardo attentamente sorride dall'ombra: è Silvio Berlusconi di Forza Italia. Sullo sfondo, un palloncino dai colori nazionali, il tricolore (Corriere della Sera, 2022).

L'artista ha condiviso la sua opera sui social media, accompagnando il post con la seguente didascalia: "Ti amo, poi ti odio, poi ti amo, poi ti odio, poi ti amo... Odi et Amo Roma, Collegio Capranica" (Sky Tg24, 2022).

L'opera è stata purtroppo cancellata poco dopo la sua realizzazione, in seguito a una chiamata anonima, gli addetti dell'AMA e dell'ufficio di decoro urbano sono intervenuti per rimuovere il murale.

"Ecco arrivare la censura", ha commentato l'artista. Ha documentato la cancellazione del suo lavoro in un video, sottolineando: "Invece della censura dell'AMA, questa volta è stata eseguita da un lavoratore immigrato costretto a svolgere il lavoro sporco utilizzando un secchio d'acqua e un cacciavite. Salvini, Meloni e Berlusconi, diamo almeno a questo lavoratore un permesso di soggiorno!". Con questa satirica affermazione, TvBoy lascia intendere come l'arte sia stata censurata poichè asprimeva un'opinione politica che andava contro il partito di potere in Italia (Del Frate, 2022).

Nel XIX secolo, l'invenzione della fotografia ha aperto nuove possibilità per documentare eventi politici in modo accurato e immediato.

La fotografia ha svolto un ruolo cruciale nel plasmare la percezione della politica, influenzando le opinioni e le emozioni delle persone attraverso immagini potenti e significative. Questo medium ha il potere di catturare momenti cruciali della storia, trasformando gli eventi politici in testimonianze visive che possono provocare reazioni emotive e guidare il cambiamento sociale (Strauss e Berger, 2007).

Le immagini fotografiche hanno il potere di documentare gli eventi politici in modo immediato e tangibile. Ad esempio, la famosa immagine di "Tank Man" durante le proteste della piazza Tienanmen nel 1989 simboleggia la resistenza individuale contro l'oppressione politica (Brusa, 2020).

Uno dei poteri più forti dell'arte fotografica è la capacità plasmare l'opinione pubblica influenzando le percezioni su temi politici cruciali. Un esempio è la copertina della rivista Time che mostra la foto di un bambino siriano annegato sulla spiaggia nel 2015, che ha suscitato un'ondata di empatia e attenzione nei confronti della crisi dei rifugiati (Redazione sociale, 2015).

Alcuni fotografi si sono dedicati a documentare e denunciare ingiustizie politiche. Letizia Battaglia, con le sue fotografie sulla mafia in Sicilia, ha messo in luce la realtà cruda di un problema sociale e politico, influenzando la percezione e la lotta contro la criminalità organizzata (Di Berardino, 2008).



La fotografia di Letizia Battaglia

21

Letizia Battaglia ha sempre cercato di trasferire il suo forte impegno civile nell'ambito politico, un impegno che traspare chiaramente anche dalle sue fotografie. Il suo percorso inizia con il suo primo scatto dedicato a Pier Paolo Pasolini nel 1971 e la sua successiva carriera come fotoreporter per il giornale L'Ora. Da qui, ha documentato e testimoniato gli eventi di grande rilevanza a Palermo e in tutta la Sicilia (Miglietti, 2019).

Navigando tra gli eventi legati alla criminalità organizzata e alla mafia, le sue fotografie catturano i volti delle mogli delle vittime e delle loro sorelle in preda alla disperazione. Allo stesso tempo, documenta le stragi e i boss coinvolti nel maxiprocesso, tra cui il giudice Giovanni Falcone, che ottenne le rivelazioni cruciali di Tommaso Buscetta, e Giulio Andreotti, accusato di legami con la mafia (Miglietti, 2019).

1982 - Il gioco dei Killer, Palermo





Oggi, l'arte contemporanea esplora una vasta gamma di **questioni** politiche, da quelle **ambientali ai diritti civili**, utilizzando una varietà di media e approcci creativi. Un esempio è il movimento ambientalista nato nel 2022 che prede di mira le opere d'arte per attirare l'attenzione dei media e dei partiti politici, in modo da lanciare un messaggio d'emergenza climatica ai partiti politici e alle persone che hanno il potere di cambiare ciò che il pianeta sta subendo. Anche in un caso estremo come imbrattare il capolavoro di Vincent van Gogh "I girasoli" comprendiamo il forte messaggio politico che il gesto vuole veicolare. (Il Post, 2022)

L'arte di strada e **social media** hanno intensificato la voce degli artisti, consentendo loro di raggiungere un **pubblico globale** e influenzare le discussioni politiche.

Il rapporto tra arte visiva e politica è un fenomeno intrinseco alla storia umana. L'arte ha dimostrato di essere una potente forma di comunicazione politica, in grado di documentare la storia, sfidare l'autorità e plasmare le opinioni del pubblico. È un testimone prezioso delle dinamiche politiche e sociali che hanno caratterizzato l'evoluzione della società nel corso dei secoli. (Boni, 2014)

L'analisi condotta dall'Università delle Scienze della Formazione in Turchia ha constatato che l'arte contribuisce alla sfera politica attraverso il pensiero critico, l'acquisizione di una prospettiva estetica, la guida delle comunità e il mantenimento della pace e dell'ordine. I risultati della ricerca indicano che l'arte contribuisce a settori sociali come l'etica sociale, il comportamento umano e la libertà. (Demirel e Altintas, 2012).

3.

Vignette editoriali:

cronaca visiva

delle dinamiche

politiche

3.1 *La funzione delle vignette editoriali*

La maggior parte delle persone ha familiarità con i cartoni animati, che spaziano dai fumetti e dalle illustrazioni grafiche nei libri ai "funnies" e alle vignette editoriali presenti sui giornali di tutto il mondo. Queste opere d'arte sono in grado di **intrattenere, veicolare messaggi** mirati e fornire **commenti sociali attuali** sul mondo che ci circonda.

Uno dei mezzi più potenti di cui un cartone animato dispone è il suo umorismo apparentemente innocuo, attraverso il quale può trasmettere messaggi in modo agevole, senza suscitare molte riflessioni o resistenze. Tuttavia, ciò che rende la vignetta così rilevante, sebbene talvolta sottovalutata, nell'ambito della comunicazione è la sua **immediata efficacia**.

Il posizionamento tipico di una vignetta nella sezione editoriale e il fatto che di solito sia realizzata dallo stesso fumettista nel corso di un periodo prolungato contribuiscono a sviluppare temi e idee centrali, influenzando notevolmente il potere persuasivo medio del cartone animato. Per inquadrare meglio questa discussione e sottolineare l'importanza delle vignette politiche, è essenziale esaminarne la storia, le teorie e le tecniche di persuasione impiegate ed è inoltre fondamentale considerare l'effetto della censura sui cartoni animati e su altri media per evidenziare ulteriormente il potere delle immagini dei cartoni animati.

Il contributo umoristico di una vignetta politica gioca un ruolo fondamentale nell'accumulo di informazioni e nella formazione dell'opinione pubblica.

3.2 *Le antiche origini delle vignette editoriali*

In Italia nel XVI secolo, l'uso dei fumetti o delle caricature emerse come una forma di ribellione contro l'arte "ricca" e la sua ricerca di prestigio. Si sostiene che i primi schizzi caricaturali fossero stati creati da **Leonardo da Vinci** nel suo studio dedicato alle caricature. Questa forma d'arte era caratterizzata da disegni rapidi e impressionistici che enfatizzavano le caratteristiche fisiche salienti in modo umoristico, ma avevano anche una dimensione satirica (Landes, 2001).

Le vignette editoriali ebbero origine della Riforma protestante nel periodo di Martin Lutero (1438-1546). Le vignette di Lutero erano rivolte a una popolazione in gran parte **analfabeta**, ma desiderosa di sfidare l'autorità costituita. Le sue vignette semplificavano complessi dibattiti politici, rappresentandoli attraverso immagini stampate e distribuite per mobilitare il sostegno di classi lavoratrici e contadine al fine di garantire il successo delle riforme. Ci vollero altri trecento anni, in gran parte a causa dei costi di produzione delle immagini sui giornali, affinché le vignette apparissero regolarmente sui giornali negli Stati Uniti.

La vignetta editoriale prese avvio negli Stati Uniti nel 1884 quando **Joseph Pulitzer** pubblicò una vignetta politica nel suo quotidiano, il New York World. Questa caricatura raffigurava un candidato repubblicano. Pulitzer rivoluzionò il mondo del giornalismo introducendo **immagini vivaci e accattivanti** insieme a vignette di notizie, cambiando radicalmente l'aspetto dei giornali. William Randolph Hearst seguì questa tendenza, stabilendo una tradizione simile.

Siebenköpffe Martini Luthers
Vom Hochwürdigem Sacrament des Altars / Durch
Doctor Jo. Coeleus.



*Hans Brosamer,
Le sette teste di Martin Lutero (1530)*

3.3

L'anatomia della satira: analisi della struttura che forma le vignette

Le vignette politiche editoriali sono state oggetto di dibattito: alcuni le considerano una forma di **discorso visivo sulle notizie**, mentre altri ritengono che rappresentino semplicemente una **satira delle condizioni sociali** o politiche attuali.

In effetti, il successo di un cartone animato politico dipende spesso dal contesto di una storia o di una figura ampiamente riconosciuta.

Gli artisti più influenti sono generalmente coloro che aspirano a contribuire a un cambiamento sociale o politico positivo. Spesso sviluppano i loro temi e personaggi nel corso del tempo, mantenendo una coerenza nella loro espressione artistica anche negli anni. In quanto membri del team del giornale, i fumettisti agiscono come ambasciatori e portano con sé la responsabilità di trasmettere un messaggio costante attraverso il tempo e lo spazio.

L'intervento umoristico di una vignetta politica ha il potere di accumulare conoscenza e contribuire alla formazione dell'opinione pubblica. Inoltre,

queste vignette costruiscono temi sociali e politici, offrendo ai lettori una sorta di **breve narrazione**, o persino una narrazione sostitutiva, che fornisce un'**interpretazione della realtà**. Le vignette editoriali si concentrano principalmente sulla satira di personaggi pubblici, in particolare quelli che rappresentano le differenze tra le élite e il resto della società, tra politici, ricchi e famosi, e le aziende e i governi che esercitano il controllo (Murray, 1994).

Nonostante la semplicità apparente delle vignette, è proprio questa semplicità che nasconde i molteplici livelli di complessità e di argomenti che possono emergere in una vignetta editoriale. Tuttavia, l'influenza principale sulle vignette editoriali sembra essere determinata dai vari regimi politici, ognuno dei quali favorisce un diverso tipo di satira visiva, che può essere di basso, medio o alto livello.

Esaminare le vignette editoriali è complesso a causa della mancanza di un quadro teorico definito. Tuttavia, due approcci possono essere utilizzati per affrontare questa analisi. Il primo approccio coinvolge l'uso di indicatori come il soggetto raffigurato, l'origine della vignetta, il contesto politico e la relazione con l'editore, al fine di contestualizzare le interazioni tra proprietà dei media, diffusione dei giornali e contesto politico. Questi indicatori aiutano a identificare l'oggetto, il messaggio e la fonte delle vignette.

Inoltre, non bisogna trascurare il concetto di tattica, che può includere

l'uso dell'umorismo, la censura e la creazione di significato nel corso del tempo. Infine, è importante considerare chi viene rappresentato o satirizzato, poiché questa scelta può rivelare molto sulla natura e gli obiettivi delle vignette editoriali.

Un secondo approccio, discusso da Ray Morris, si basa su quattro dispositivi retorici: la condensazione, che consiste nel comprimere eventi disconnessi o complessi in un singolo quadro, la giustapposizione di elementi o idee da luoghi diversi per creare significati molteplici e collegare simbolicamente elementi che altrimenti sarebbero difficili da esprimere. Come recita il detto "un'immagine vale più di mille parole", e una mappa o un globo all'interno di un fumetto sfidano la nostra percezione tradizionale del paesaggio e creano un impatto visivo potente. (Morris, 1992)

Questa sfida suggerisce che non tutto ciò che conosciamo per certo è effettivamente vero e può mettere in discussione convinzioni profondamente radicate.

L'approccio delle vignette politiche nella cultura popolare fornisce un contesto ricco per comprendere la storia dei nostri tempi. Quando si analizza una storia di vignette politiche, non si tratta solo di politica e dei personaggi dell'epoca, ma anche dello stato d'animo di almeno una parte della società.

Inoltre, le immagini simboliche come uniformi, bende e stemmi contribuiscono a creare significati su più livelli. Tuttavia, anche con l'uso di questi indicatori

questo approccio trova difficoltà nel rispondere a domande cruciali, come chi sia il pubblico di riferimento.

Le immagini dipinte attingono alla conoscenza pubblica e riflettono una visione del mondo comune, che è in sintonia con il mondo del fumettista. Morris ha usato una metafora interessante quando ha paragonato i fumettisti delle vignette editoriali ai **giullari di corte** della borghesia. Questa analogia è appropriata poiché, in modo simile ai giullari di corte, i fumettisti delle vignette editoriali si prendono gioco dei potenti, ma sono costantemente consapevoli della fonte del loro sostentamento. (Morris, 1992)

Tuttavia, Morris ha anche spiegato che con il passaggio del potere dalla monarchia alla classe mercantile, il ruolo del giullare si è trasformato nel caricaturista e, successivamente, nel fumettista. I vignettisti editoriali di oggi lavorano per giornali spesso **ridicolizzano la politica** a beneficio dell'economia, poiché è l'economia, tramite l'acquisto di spazi pubblicitari, a diventare il principale sponsor dei giornali stessi. (Morris, 1992)

Osservando una vignetta politica, è possibile applicare la "tesi del doppio

articoli e se gli editori non sono d'accordo con noi, dovrebbero smettere di essere al nostro servizio quando non sono più in linea con la nostra visione". Questa prospettiva si è manifestata anche sotto diversi regimi politici. In tali contesti, la stampa ha spesso subito **censure pesanti**, arrivando al punto che i giornali venivano pubblicati con spazi vuoti o articoli mancanti, rendendo visibile la potente influenza della proprietà dei media sulla narrazione. Il regime politico fornisce il contesto all'interno del quale si sviluppa il discorso mediatico che è visibile nelle vignette politiche. Questo contesto emerge nelle vignette attraverso rappresentazioni specifiche dello stato, spesso descritte attraverso metafore familiari al pubblico. Un altro punto di vista importante, proposto da Charles Press⁵, sottolinea che nelle nazioni con sistemi politici liberal-democratici, le vignette politiche tendono a enfatizzare gli aspetti positivi del comportamento statale e mettono spesso in luce la presunta inettitudine del governo piuttosto che quella dei cittadini comuni o delle aziende private.

4. Il caso Enron è uno dei più noti scandali finanziari nella storia degli affari. Enron Corporation, una delle principali società energetiche degli Stati Uniti, è collassata nel 2001 a causa di pratiche contabili fraudolente e gestione finanziaria scorretta. La società aveva gonfiato artificialmente i suoi profitti attraverso operazioni finanziarie complesse e contabilità creativa, nascondendo debiti significativi nei suoi bilanci. Quando la verità emerse, Enron dichiarò bancarotta, causando perdite finanziarie massicce per gli investitori e portando al fallimento della società. Questo scandalo ha portato a un maggiore scrutinio e riforma delle pratiche aziendali e contabili negli Stati Uniti. (Spaventa, 2002)

5. Charles Press Publishers è una piccola azienda editoriale, nata nel 1976 e con sede a Philadelphia e specializzata nella pubblicazione di libri di scienze sociali e comportamentali.

3.4 *L'impatto delle vignette nel contesto mediatico*

Nel mondo occidentale, i **media** sono prevalentemente di **proprietà privata**, ma sono soggetti a **regolamentazioni statali** riguardo ai contenuti, in particolare per quanto riguarda la pubblicità e la concorrenza. Questa regolamentazione solitamente è gestita da specifiche agenzie governative, come ad esempio in Canada, dove la Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) si occupa di questo compito (Lord, 1983).

In altre parti del mondo, molti media sono di proprietà statale e sono direttamente gestiti dal governo. Hisham Milhem, un ex corrispondente da Washington per il quotidiano libanese Al-Safir, ha discusso della situazione dei media in diversi paesi arabi. In contrasto con il mondo occidentale, dove la proprietà privata dei media è predominante, nei paesi arabi, molti media sono controllati direttamente dallo Stato. Milhem ha evidenziato il caso del Libano, che, sebbene sia considerato dagli Stati Uniti come una democrazia con una stampa pluralistica al di fuori del controllo del governo, ha visto minacce, incarcerazioni e

omicidi di giornalisti a causa del loro lavoro (Milhem, 1993).

I giornali e le pubblicazioni di altri stati arabi, come sottolineato da Milhem, possono essere di proprietà privata, ma spesso ricevono finanziamenti da governi stranieri e da individui facoltosi. Ad esempio, molti giornali di Beirut, pur essendo privati, sono finanziati da fonti esterne. Inoltre, i contenuti dei giornali pubblicati in Occidente a Beirut vengono attentamente **valutati per evitare critiche** all'Arabia Saudita, sebbene il contenuto in inglese sia meno censurato rispetto a quello in lingua araba.

Quando si tratta delle vignette editoriali, alcune persone le vedono come una forma di protesta. I fumettisti spesso sostengono che il loro lavoro rappresenta la loro **libertà di espressione**. Le vignette possono reinterpretare gli eventi in modi che una fotografia o un articolo di giornale non possono, contribuendo così all'educazione politica della popolazione, in particolare sulla politica estera. Allo stesso tempo, le vignette politiche mettono in discussione la percezione di immagini ufficiali come realtà incontestabile. Tuttavia, resta la domanda su chi sia il pubblico target di queste vignette. Certamente, la vignetta su una pagina editoriale deve rappresentare il punto di vista della proprietà dei media, altrimenti il fumettista rischia di perdere il lavoro.

Oggi, i media in Canada e in molte altre parti del mondo sono di proprietà di grandi conglomerati aziendali che spesso hanno interessi diversi e significativi nell'economia. Di conseguenza, è possibile che in determinati momenti possa essere nell'interesse aziendale offrire una rappresentazione leggermente condiscendente o umoristica del governo, mentre in altre circostanze potrebbe essere più conveniente condannare apertamente una politica governativa specifica. In effetti, l'umorismo nelle vignette politiche può essere utilizzato anche come strumento per influenzare l'opinione pubblica e promuovere gli interessi aziendali, a seconda della situazione e delle circostanze.

Le vignette politiche sono editoriali grafici che vanno oltre semplici illustrazioni, e il loro **impatto sull'opinione pubblica** può essere significativo, anche se non sempre misurabile in modo diretto. Nonostante l'alfabetizzazione più diffusa tra i lettori odierni rispetto alla classe operaia di Lutero, la semplicità, l'assimilazione dei significati e l'uso dell'umorismo consentono alle vignette politiche di **comunicare messaggi complessi in modo accessibile** e di evitare spesso la censura riservata alle parole scritte. In un'era politicamente e culturalmente corretta, i fumettisti editoriali sono ancora in grado di rappresentare temi e questioni che potrebbero

ro non essere espressi apertamente dagli editoriali scritti. Le vignette editoriali forniscono uno spazio in cui le idee possono essere sfidate, le istituzioni possono essere criticate e i tabù possono essere affrontati con umorismo. Inoltre, queste vignette contribuiscono a creare una sorta di enciclopedia della cultura popolare, riflettendo il contesto sociale e culturale del loro tempo e documentando l'opinione pubblica su una vasta gamma di temi.

A differenza degli articoli che tendono a offrire un approccio più equilibrato e oggettivo a un evento o a una questione, una vignetta politica è un commento sociale satirico. Queste vignette sono costruite in modo da rappresentare un punto di vista molto specifico e spesso sono indirizzate a un pubblico altrettanto definito. La loro efficacia risiede nella loro capacità di creare ciò che Greenberg definisce un "intrappolamento metaforico", in cui l'**immagine** nella vignetta e **il soggetto** reale sono così **strettamente intrecciati** che qualsiasi altra interpretazione sembra impossibile (Greenberg, 2002).

A differenza delle parole in un articolo, le immagini all'interno di una vignetta politica possono essere **interpretate in modi diversi** e possono contenere **sfumature di significato** che vanno oltre il semplice testo scritto. In questo modo, le vignette politiche

possono raggiungere il loro pubblico in modi che la scrittura tradizionale potrebbe non essere in grado di fare.

3.5 *Diverse chiavi di lettura per interpretare le vignette editoriali*

Le vignette rappresentano una finestra temporale specifica e sono meglio compresi nel contesto storico in cui sono stati creati. Con il passare del tempo, è probabile che la vignetta venga interpretata in modo diverso rispetto alla sua prima pubblicazione. Le vignette forniscono una **rappresentazione immediata** del “qui e ora”, poiché riflettono gli eventi e i sentimenti del momento. È importante notare che non è possibile vedere il passato direttamente, ma le vignette offrono una prospettiva storica preziosa.

Tuttavia, il tempo ha un impatto sulla comprensione delle vignette. Alcuni simboli o riferimenti culturali presenti nelle vignette possono perdere significato o familiarità nel corso del tempo, limitando la loro longevità e influenzando il modo in cui sono interpretati in futuro. Questo fatto ha portato spesso a sottovalutare il potere delle vignette politiche. Questa sottovalutazione può essere in realtà un vantaggio, poiché la creazione di vignette

è un atto di espressione artistica che offre un certo grado di libertà creativa. Inoltre, la natura temporale delle vignette contribuisce a rendere le rappresentazioni virtualmente incontestabili.

Inoltre, ci sono diverse limitazioni che possono influire sull'efficacia delle vignette, riducendo il loro impatto. Ad esempio, la comprensione del messaggio veicolato da una vignetta non garantisce necessariamente che il pubblico lo accetterà o approverà. Inoltre, i cartoni animati tendono ad essere considerati principalmente fonti di intrattenimento, piuttosto che mezzi informativi, il che può limitarne la portata e l'influenza.

Inoltre, va notato che la forma di comunicazione visiva rappresentata dalle vignette ha ricevuto storicamente meno attenzione e analisi rispetto al testo scritto. Questa discrepanza potrebbe essere attribuita alla mancanza di immagini nei contesti accademici o scientifici, dove **il testo scritto ha prevalso come principale veicolo di comunicazione**. Tuttavia, questo potrebbe comportare una **sottostima del potenziale** delle vignette politiche e della loro importanza nella comunicazione sociale.

Alcuni argomentano che le vignette politiche abbiano ricevuto scarsa attenzione da parte degli studiosi a causa del loro uso della satira, spesso considerata come un mezzo

"utile, ma abietto". Tuttavia, in difesa della satira e delle vignette, Rafael Barajas Durán, vignettista, pittore, scrittore e attivista politico di sinistra in Messico, sostiene che il principio fondamentale delle vignette è essenzialmente semplice: la paura di **essere ridicolizzati può influenzare il comportamento** delle persone o persuaderle a cambiare la loro posizione. (Barajas, 2000)

Dorothy Markiewicz, ricercatrice alla Brock University nel Dipartimento di Psicologia, d'altra parte, sottolinea che, l'umorismo potrebbe non modificare significativamente le opinioni già radicate, e misurare l'impatto dell'umorismo sulla comprensione e la valutazione della fonte potrebbe essere complesso. Inoltre, le sue ricerche indicano che l'uso dell'umorismo potrebbe **non avere un'influenza significativa** sulla ritenzione delle informazioni (Markiewicz, 1974).

È interessante notare che, nonostante queste considerazioni, più del 42% della pubblicità televisiva utilizza l'umorismo nei suoi messaggi, suggerendo che **l'umorismo** rimane un **potente strumento persuasivo** in vari contesti di comunicazione.

Questo mette in evidenza l'ampia adozione dell'umorismo come mezzo di persuasione in vari settori, dimostrando la convinzione che possa essere efficace anche quando, come suggerito da Markiewicz, non

contribuisce necessariamente alla persuasività, alla ritenzione o alla comprensione.

Markiewicz ha esaminato l'uso dell'umorismo satirico in diversi studi e ha scoperto che l'umorismo non sembra aumentare la persuasività, la ritenzione o la comprensione.

Questo può sollevare interrogativi sull'obiettivo delle vignette editoriali: se non sono progettate per persuadere, qual è il loro scopo?

Rhonda Walker suggerisce che il fine principale potrebbe non essere la persuasione, ma piuttosto il controllo e la modellazione dell'opinione pubblica a vantaggio dei principali interessi aziendali. (Walker, 2003)

3.6 *Vignette sotto censura: limitazioni e sfide*

Le **parole** possono essere soggette a una **censura più facile** rispetto alle immagini, e le vignette politiche offrono una visione spesso unilaterale e satirica dei problemi, dei politici e dei governi. Si evidenziano censure nell'oggettivazione delle donne (rappresentate nelle vignette americane sul Medio Oriente come danzatrici del ventre o ragazze dell'harem) o nella rappresentazione discriminatoria di altre nazioni. Ciò che sembra essere censurato sono le immagini che fanno sembrare sciocco il leader del regime politico attuale o che ridicolizzano la religione dominante. Tuttavia, questa censura è difficile da misurare e non tiene conto dei casi di "autocensura", che potrebbero essere più evidenti nei regimi autoritari. In Algeria, ad esempio, sono stati segnalati casi di autocensura per evitare punizioni. Nel contesto dei cartoni animati cinesi, noti come "manhua", la cui evoluzione è strettamente correlata ai cambiamenti politici e di potere, originariamente miravano ai leader politici e alle relazioni internazionali alla fine del 1800. Tuttavia, una

volta che la Cina divenne comunista, la vignetta politica fu costretta a esercitare l'**autocensura**.

Nonostante vi fossero delle vignette che documentavano le prove e le tribolazioni del Partito Comunista in Cina, più spesso l'argomento dominante era la vita quotidiana. Ad un certo punto, i funzionari del Partito Comunista mossero per vietare qualsiasi critica alle politiche del Guomindang con la Legge sulla Pubblicazione del 1937. (Hung, 1994) Questa legge instillò una reale paura di punizioni, persino di morte, e portò alla diffusione di un comportamento di autocensura diffuso tra i fumettisti. Alcuni, nel tentativo di evitare la censura aperta del loro lavoro, iniziarono a **disegnare animali al posto delle persone** per camuffare ufficialmente il loro messaggio. Un famoso fumettista cinese, Liao Bingxiong, adottò questa strategia, ritraendo gatti e topi al posto degli individui per trasmettere i suoi messaggi in una serie di vignette intitolata "Il Regno dei Gatti". (Christiansen, 2016)

Esistono diverse forme di censura, oltre alle leggi ufficiali sulla censura e all'uso della paura per indurre l'autocensura.

La restrizione dell'accesso alla tecnologia e ad altri mezzi di comunicazione al di fuori dei media statali può costituire una forma di censura indiretta.

48



Mao Pan (The cat Magistrate), 1945



Shu Hui (Mouse Bribery), 1945

Ad esempio, in Marocco, a differenza dell'Algeria, ottenere facilmente informazioni provenienti dall'esterno dello Stato era difficile poiché non esisteva un chiaro percorso per ricevere segnali satellitari gratuiti dall'Europa. Gli algerini, d'altra parte, potevano accedere gratuitamente alla copertura satellitare e ottenere informazioni sulle notizie globali. Questo solleva un altro punto: la società ha un ruolo importante nella censura. Solo i ricchi in Marocco potevano permettersi l'accesso alla copertura satellitare a pagamento, mentre notizie illustrate dai cartoni animati, che costavano molto meno, erano accessibili a tutti. In alcuni casi, i cartoni animati potrebbero trasmettere più informazioni della televisione, ma ciò dipenderebbe dalla fonte o dalla posizione fisica dei media e della popolazione (Michelmore, 2000).

Da un lato, l'Algeria aveva accesso a una copertura satellitare gratuita, il che significa che i suoi cittadini non sarebbero stati facilmente influenzati dalla stampa censurata. D'altro canto, poiché in Marocco non esisteva un accesso gratuito alla copertura satellitare, solo le persone ricche avrebbero potuto permettersi di accedere a notizie non censurate dal resto del mondo. In questa situazione, la classe media sarebbe probabilmente stata più suscettibile all'influenza della stampa

e alla sua narrazione. Sebbene le vignette siano generalmente meno censurate rispetto ai testi scritti e possano trovarsi anche nei media di proprietà statale in regimi autoritari, raggiungendo quindi un pubblico più ampio, la censura è una tecnica di controllo dello stato, mentre l'uso dell'umorismo è spesso orientato agli interessi aziendali. Pertanto, il dibattito tra Stato e capitalismo può essere riflesso nell'uso di queste due specifiche tecniche di persuasione.

Le vignette editoriali possono sembrare semplici a prima vista, ma in realtà sono strumenti di grande potenza. La loro complessità e i messaggi che trasmettono emergono solo quando si applicano strumenti teorici per comprenderli appieno, considerando anche il contesto della proprietà dei media e del regime politico dominante. Anche se le vignette editoriali possono sembrare neutrali, in realtà sono spesso influenzate dagli interessi aziendali, qualunque essi siano. La loro **apparente semplicità** maschera la **ricchezza di significati** e il potere che possono esercitare nell'opinione pubblica.

Le vignette editoriali hanno una rilevanza sociologica, poiché offrono una retorica visiva che funge da "mappa cognitiva" per comprendere la cultura popolare e la politica. Sono anche uno spazio in cui le norme di

correttezza politica possono essere superate, a differenza della parola scritta.

Tuttavia, è vero che il punto di vista espresso in una vignetta editoriale può variare da un giorno all'altro. Ma, nel complesso, è importante riconoscere che le vignette editoriali non sono esclusivamente strumenti borghesi; piuttosto, rappresentano una parte del panorama mediatico in cui i fumettisti individuano e interpretano il mondo. Questi fumettisti spesso lavorano in sintonia con la proprietà dei media e possono variare nel loro grado di successo, ma nel complesso, contribuiscono alla **rappresentazione dell'opinione pubblica**.

Invece di tentare di spiegare l'effetto delle vignette editoriali utilizzando il modello dell'ago ipodermico, una chiara analisi congiunta del regime politico e della proprietà dei media ha il potenziale per fornire parametri per uno studio più efficace e informativo. Sebbene sia evidente che esista una correlazione diretta tra la libertà di espressione e il regime politico, questa correlazione da sola non spiega appieno il potere contenuto o il messaggio di una vignetta politica. È importante sottolineare che le vignette editoriali non sono veicoli di espressione altruistica; al contrario, sono spesso **influenzate** dalla loro affiliazione con potenti **interessi aziendali**. Questo fatto è evidenziato

dal fatto che i fumettisti con opinioni radicali o con pochi sostenitori finanziari spesso non raggiungono il successo o una diffusione ampia.

In aggiunta, i fumettisti specializzati nel rappresentare i punti di vista delle minoranze spesso ricevono un limitato sostegno dalla stampa. Questo sottolinea ulteriormente come le vignette politiche siano strumenti dominanti nella società, ma spesso rappresentano gli interessi della proprietà dei media anziché dare voce alle minoranze o alle opinioni marginalizzate.

4.

Il linguaggio
della

satira visiva

4.1 *Satira politica: dalle definizioni alle applicazioni*

L'etimologia della parola "**satira**" fa risalire questo termine al latino "satur" ossia "pieno". In particolare, satira deriva dall'espressione "lanx satura", ossia un piatto colmo di alimenti da portare agli dèi. Per questo motivo, originariamente, gli spettacoli che inscenavano diverse tecniche artistiche venivano chiamati proprio satira.

L'origine della satira come stile letterario risale al II secolo a.C., quando Lucilio scrisse trenta libri di satire, con intento unicamente polemico.

Ad oggi, la satira è un **mezzo di critica** che si manifesta attraverso l'attacco e la ridicolizzazione, si esprime in diversi ambiti quali il costume, la società e la politica, ad esempio nei confronti di uomini e istituzioni politiche. Come Griffin ha affermato, "un'opera satirica è progettata per attaccare il vizio o la follia." Questo implica che la satira prende di mira le azioni riprovevoli che si manifestano nella società.

Inoltre, la satira vuole mettere sotto i riflettori e rendere ridicoli o denunciare il vizio e la follia. "La satira principalmente **smaschera e ridicolizza,**

deride e **denuncia** il vizio, la follia, il male, la stupidità, poiché queste qualità si manifestano in persone, gruppi di persone, idee, istituzioni, costumi o credenze."

(REA Staff, 2005).

Questo significa che la satira prende di mira il vizio, la follia, il male e l'ignoranza che si possono trovare nelle azioni di singoli individui o categorie di persone, così come nelle idee, nei costumi e nelle credenze della società. Oggi, il linguaggio satirico viene messo in pratica soprattutto attraverso giornali umoristici, vignette, spettacolitelesivi o teatrali.

Fare satira significa quindi rappresentare o descrivere persone e situazioni per sottolinearne, spesso in modo **caricaturale**, gli aspetti negativi.

Nelle fasi più complesse e turbolente della società, le persone cercano spesso un po' di sollievo dalla tensione e una chiara comprensione delle sfide che affrontano. La satira, con il suo duplice obiettivo di intrattenimento e critica (Declercq, 2018), si è dimostrata una risorsa in grado di soddisfare entrambe queste esigenze. Nel corso dei secoli, questo genere artistico ha prosperato soprattutto in periodi di profondi cambiamenti e incertezze (Marshall, 2013).

Cosa potrebbe apportare la satira ad oggi, considerando che viviamo in un'era con un panorama di alta scelta e un dibattito politico sempre più polarizzato? Alcuni sperano che essa possa contribuire a rinvigorire la democrazia, aiutando a superare le barriere dell'apatia **informativa** che talvolta caratterizzano la società moderna. La satira si nutre del discorso pubblico democratico esistente e fonde intrattenimento ed impegno sociale in modi che possono riformulare il concetto stesso di cittadinanza (McClennen e Maisel, 2014). Studi hanno dimostrato che gli elettori con una conoscenza limitata, quando sono esposti a temi sociali attraverso formati di intrattenimento, vogliono approfondire maggiormente il tema attraverso fonti informative alternative. (Xenos, Moy, Mazzoleni e Mueller-Herbst nel 2018)

Tuttavia, va notato che nella satira c'è una tensione intrinseca. Essa mette insieme un obiettivo estetico di **intrattenimento**, spesso per sua natura frivolo, con un fine moralmente orientato a **esporre verità** o criticare. Questa dualità rappresenta un paradosso, poiché l'umorismo presente in un messaggio può aumentare l'attenzione, ma allo stesso tempo può far sembrare che il messaggio stesso sia di scarsa importanza. (Nabi, Moyer-Gusé e Byrne, 2007)

Quindi la satira è una forma d'arte che si è dimostrata preziosa nel soddisfare il bisogno di sollievo e chiarezza in momenti di incertezza e cambiamento sociale. Il suo potenziale per influenzare la democrazia attraverso l'informazione e il coinvolgimento pubblico è innegabile, anche se presenta una sfida intrinseca tra il suo lato intrattenimento e la sua aspirazione a trasmettere messaggi rilevanti e critici.

4.2

La satira politica americana: tra vignette e meme

La satira politica ha sempre avuto un ruolo significativo nei media per molti decenni, offrendo una **lente critica attraverso la quale osservare la società e la politica**. Questo fenomeno è evidente in programmi televisivi come *The Smothers Brothers Comedy Hour* degli anni '60 e *Saturday Night Live*, che ha debuttato negli anni '70 e continua a essere rilevante oggi. Inoltre, serie come *All in the Family* e *The Simpson* hanno fornito rappresentazioni socialmente consapevoli della famiglia americana di classe media.

Tuttavia, uno dei punti di svolta nella storia della satira politica è avvenuto agli inizi degli anni 2000, in particolare con la sostituzione di Craig Kilborn da parte di Jon Stewart al *The Daily Show* nel 1999. Stewart ha trasformato uno spettacolo che precedentemente si concentrava principalmente sulla parodia delle notizie in una potente fonte di comicità che ha anche sfidato la retorica dell'amministrazione Bush, specialmente dopo gli attacchi dell'11 settembre 2001. In un periodo in cui gran parte del discorso politico sembrava distorto e ostile

nei confronti di qualsiasi dissenso, lo spettacolo di Stewart è diventato un faro di resistenza e ha anche assunto un ruolo di portavoce per le posizioni liberali. Non ha solo intrattenuto il pubblico ma lo ha anche tenuto informato e coinvolto nell'ambiente politico contemporaneo.

Quindi, la satira politica è stata una costante nei media, ma il ruolo di Jon Stewart al *The Daily Show* agli inizi degli anni 2000 ha dimostrato il potenziale della satira per intrattenere, informare e mobilitare il pubblico in un periodo politicamente complesso. La sua influenza è stata tale da guadagnarsi il titolo di uno dei giornalisti più fidati e rispettati della sua epoca.

(McClennen e Maisel, 2016)

60

Una forma di satira politica sono i **meme** che fondono insieme l'ironia e il sarcasmo umoristico per creare un **commento sociale** o politico pungente. L'umorismo politico si manifesta attraverso diverse modalità, tra cui la satira, l'ironia, l'umorismo aggressivo e l'umorismo autoironico, e la satira stessa ha il ruolo cruciale di mettere in luce e criticare gli errori o le azioni sbagliate altrui.

Un meme può essere definito come un'idea, un comportamento o uno stile culturale che si diffonde all'interno di una cultura e società. Spesso, si tratta di elementi divertenti o interessanti, come immagini o video accompagnati da descrizioni o testi umoristici, che

trovano una vasta diffusione online, soprattutto attraverso i social media. I meme sono diventati una forma di **espressione culturale**, replicandosi attraverso copie e imitazioni, e possono contribuire a definire l'identità collettiva di una comunità online. Nel contesto dei meme politici, la condivisione degli stessi può diventare un indicatore delle opinioni e degli schieramenti di chi li pubblica.

(REA, 2005)

I meme possono essere considerati uno **strumento democratico** per diversi motivi. In primo luogo, la loro accessibilità e facilità di condivisione consentono a chiunque con accesso a internet di partecipare alla creazione culturale e di esprimere opinioni, abbattendo le tradizionali barriere di accesso ai media. La democratizzazione dell'umorismo e dell'espressione creativa è un secondo punto rilevante, poiché i meme spesso utilizzano l'umorismo e **l'ironia per comunicare idee complesse** o critiche sociali, superando le barriere linguistiche e culturali.

(Salsabila e Simatupang, 2021)

La **partecipazione attiva** degli utenti è un elemento chiave, poiché la condivisione e tutte le interazioni (come commenti e like) dei meme implicano una partecipazione diretta e collettiva. Questa dinamica riflette i principi democratici di coinvolgimento e pluralismo, dando voce a un

ampio spettro di persone. La rapidità di diffusione dei meme attraverso le piattaforme sociali contribuisce ulteriormente alla democratizzazione dell'informazione, raggiungendo un vasto pubblico in tempi brevi e favorisce il dibattito democratico. L'aspetto che rende maggiormente democratici i meme è la **facile comprensione** delle immagini in relazione ai testi, che divertendo il pubblico permette a chiunque di comprendere il messaggio politico. Essendo maggiormente **diretto**, un determinato fatto politico **raggiunge una vastissima quantità di persone** in poco tempo se divulgato in modo satirico sui social media. (REA, 2005)

La satira gioca un ruolo significativo anche all'interno dei meme politici. Essa è un genere di comunicazione classificato come uno stile linguistico che mira a ridicolizzare o commentare sarcasticamente situazioni o individui. La satira può assumere diverse forme, tra cui il sarcasmo, l'ironia, l'iperbole e la parodia, e usa spesso un approccio umoristico, critico, provocatorio, ironico, anarchico, parodico, sarcastico, polemico e didattico per comunicare il suo messaggio. La satira richiede una combinazione di elementi, come l'uso di stili linguistici specifici, per veicolare la sua critica o il suo commento. (Harris, 2004)

Quindi, il meme politico è una forma di satira che unisce il sarcasmo e

l'ironia per commentare le questioni politiche o sociali, diffondendosi rapidamente attraverso le reti sociali online. La satira, con i suoi stili linguistici distintivi, svolge un ruolo cruciale all'interno di questi meme, offrendo un'analisi critica e spesso umoristica degli eventi e delle figure politiche del momento. Gli elementi fondamentali che caratterizzano i meme sono la **satira, l'ironia, l'iperbole e la parodia**, di seguito descritti attraverso degli esempi che hanno come protagonista l'ex-presidente Donald Trump. (Salsabila e Simatupang, 2021)

1. SATIRA

Questo meme ha un contesto umoristico sui capelli del presidente Donald Trump che sono disordinati, anche se è una persona che ricopre un ruolo di elevata importanza, ovvero governare il paese.

Con la frase "Vuole controllare il Paese ma non riesce nemmeno a controllarsi i capelli" si crea l'elemento di sarcasmo satirico, in cui il contesto insinua che il Presidente non può pettinarsi da solo, ma vuole essere il leader degli Stati Uniti.



2. IRONIA

L'elemento utilizzato è l'ironia perché la frase "Sono una persona intelligente" insinua il presidente Donald Trump, che spesso si loda dicendo di essere una persona molto acuta. Ma questo è contraddetto dalle sue azioni politiche e dai discorsi controversi. Con l'affermazione "Come una persona intelligente" si comprende che assomiglia a una persona intelligente, ma il fatto non lo è.

**TRUST ME,
I'M LIKE A SMART PERSON**



3. IPERBOLE

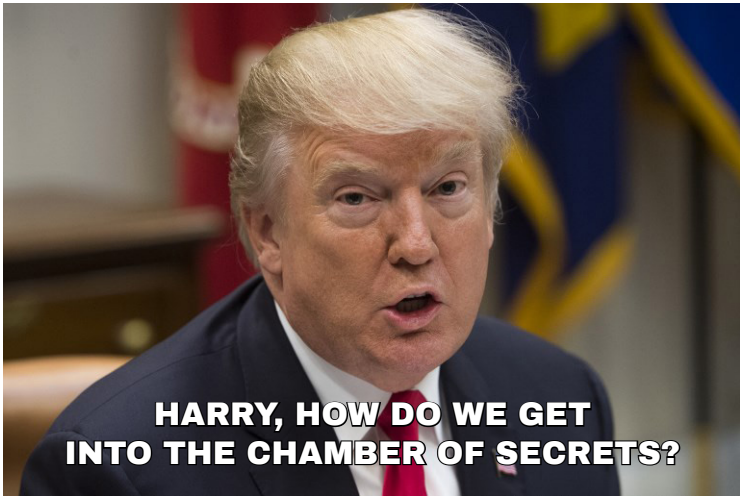
La foto scattata durante un dibattito nel 2016, in cui Donald Trump discuteva delle dimensioni dei suoi genitali, è immediatamente diventato materiale di satira e umorismo tra il pubblico presente nei media.

L'elemento utilizzato nel meme è un'iperbole che viene mostrata nella frase "questa è la dimensione del mio cervello" come se il cervello del presidente Donald Trump fosse piccolo in base alle dimensioni indicate dalla sua mano.



4. PARODIA

Il meme è tratto da un video caricato il 5 dicembre 2017 quando il presidente Donald Trump pranza con i repubblicani del Senato. Il video è diventato virale a causa dello strano atteggiamento del presidente Donald Trump che ha detto "Grazie mille" ma suonava come un sibilo, da qui collegato al film di Harry Potter, in particolare alla frase "Harry, come entriamo nella camera dei segreti".



5.

Il caso

Donald Trump

5.1 *Era Trump: il periodo politico e sociale sotto la presidenza*

Donald Trump è un miliardario che ha costruito il proprio successo nel mercato newyorkese degli immobili di lusso e che, dopo molteplici operazioni finanziarie che lo hanno portato sull'orlo della bancarotta, ha acquisito fama grazie alla partecipazione, dal 2004, a uno show televisivo nazionale, ovvero *The Apprentice*. Il 20 gennaio 2017 è entrato ufficialmente in carica come quarantacinquesimo presidente degli Stati Uniti d'America. La sua affermazione nelle primarie del Partito repubblicano da febbraio a luglio 2016 e la sua vittoria finale nella corsa alla Casa Bianca contro la candidata del Partito democratico Hillary Clinton (8 novembre 2016) hanno sorpreso buona parte degli analisti politici (Wilson, 2017).

Fin dagli esordi in campagna elettorale, Donald Trump ha fatto leva sul suo essere un **outsider della politica americana**: ciò gli ha consentito di presentarsi come il più fiero avversario dell'establishment politico, tanto di quello democratico quanto di quello repubblicano. Nella stessa

prospettiva, egli ha esibito il proprio **disinteresse** per il **politically correct**. Infatti, non ha esitato ad attaccare frontalmente non solo tutti i suoi avversari, ma anche i giornalisti che gli facevano domande scomode, non senza frequenti cadute di stile, talvolta pure a sfondo sessista. Rispetto alla globalizzazione, ha costruito i propri programmi elettorali improntandoli ai valori della destra nazionalista. Ha ripetutamente affermato di voler difendere a tutti i costi gli interessi americani; ha adoperato in campagna elettorale lo slogan **«Make America Great Again»** («Rifacciamo grande l'America»); ha dichiarato di voler rilanciare l'economia nazionale ripristinando forme di protezionismo, soprattutto nei confronti dell'aggressività commerciale cinese. (Edwards, 2018)

Infine, si è presentato come paladino degli americani, del loro lavoro così come della loro sicurezza, pronto a erigere un muro per fermare l'immigrazione dal Messico e a mettere in atto misure drastiche nei confronti degli islamici, per eliminare il pericolo del terrorismo.

Donald Trump si proponeva di guidare l'enorme folla "rivoltosa" del **ceto medio bianco** impoverito, vittima della recessione economica, per il quale, negli ultimi decenni, il "sogno americano" di lavoro e prosperità si è ribaltato e i giovani si sono scoperti più poveri rispetto ai loro genitori.

La presidenza di Donald Trump si è svolta dal gennaio 2017 al gennaio 2021 e si è rivelato un periodo di **grande trasformazione nella politica statunitense**. La sua leadership, le sue politiche controverse e la sua presenza costante sui media hanno reso il suo mandato soggetto di discussioni e dibattiti. In questo contesto, la satira politica ha giocato un ruolo significativo nel plasmare l'immagine di Trump e nell'influenzare il modo in cui il pubblico lo ha percepito. (Edwards, 2018)



É possibile riassumere in tre punti chiave le caratteristiche che descrivono tale periodo storico:

1. Populismo e Disruptive Politics: Trump è stato eletto sulla base del populismo, con promesse di "riportare l'America al primo posto" e sfidare le istituzioni politiche. Il suo stile non convenzionale, spesso caratterizzato da dichiarazioni forti e da una comunicazione diretta tramite Twitter, ha messo in luce l'approccio disruptive alla politica. (Bennett e Livingston, 2018)

76

2. Polarizzazione e Divisione: La presidenza di Trump è stata segnata da una forte polarizzazione all'interno del paese. Le sue politiche controverse, come quelle sull'immigrazione e sull'assistenza sanitaria, hanno acuito le divisioni tra i cittadini e hanno generato dibattiti accesi. (Bekafigo, Stepanova, Eiler, Noguchi e Ramsey, 2019)

3. Social Media e Notizie False: L'uso frequente e controverso dei social media, in particolare Twitter, da parte di Trump ha reso i canali di comunicazione tradizionali, come il telegiornale, meno rilevanti. L'era di Trump ha anche assistito alla diffusione di notizie false o distorte. (MICUCCI, 2020)



Donald J. Trump ✓

@realDonaldTrump

Following

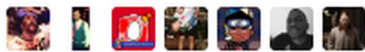
The concept of global warming was created by and for the Chinese in order to make U.S. manufacturing non-competitive.

RETWEETS

104,728

LIKES

67,204



7:15 PM - 6 Nov 2012



12K



105K



67K



Durante l'operato di Donald Trump la satira ha assunto un ruolo importantissimo che si è caratterizzata per la critica politica e controllo del potere: la **satira politica** ha sempre svolto un ruolo importante nel criticare il potere e mettere in discussione le azioni dei leader politici. Durante l'amministrazione di Trump, la satira è stata utilizzata per **mettere in luce le contraddizioni** nelle sue dichiarazioni, sottolineare le sue politiche divisive e offrire una prospettiva critica sull'operato della sua amministrazione.

(Lee e Kwak, 2016)

Un'altra caratteristica della satira generata attorno alla figura del presidente statunitense è stata la risposta creativa alle sue azioni politiche che spesso sfidavano le norme politiche tradizionali. La satira ha offerto un modo creativo di rispondere a questa sfida, utilizzando l'umorismo e la **parodia** per **sottolineare le peculiarità** delle sue decisioni e dei suoi comportamenti.

Le rappresentazioni satiriche di Trump hanno contribuito a modellare la sua immagine pubblica. Le caricature spesso **esageravano i suoi tratti distintivi**, come i capelli e l'abbronzatura, influenzando l'immagine che il pubblico aveva di lui.

Inoltre, la satira ha coinvolto il pubblico in modo attivo, incoraggiando le persone a discutere e riflettere sulle azioni di Trump. Questo coinvolgimento ha contribuito alla

formazione di un **dialogo pubblico** più ampio e ha spinto le persone a partecipare al dibattito politico.

Tra i quotidiani più letti negli Stati Uniti vi è il *The New Yorker*, che usa le illustrazioni come metodo di comunicazione efficace e diretta con i suoi lettori.

(Salsabila e Simatupang, 2021)

Si ritiene che l'approccio politico non convenzionale di Trump abbia ricevuto un'attenzione che, anziché danneggiarlo, contribuisce positivamente alla sua candidatura. Il suo stretto legame con l'intrattenimento sta unendo gli elettori agli spettatori rendendo così l'intrattenimento comico un importante veicolo sociale. (Romagnuolo, 2017)

DER SPIEGEL

Nr. 34
19.8.2017



Das wahre Gesicht
des Donald Trump



Hauptstadtflughafen BER
Made in Germany – die Geschichte
eines deutschen Versagens

Rügen statt Rimini
Sommer 2017: Der Bau- und
Touristenboom an der Ostsee

“Donald Trump, è che attualmente è il presidente. Ci ha fatto ridere fino alle lacrime, e poi ha continuato a piangere all’infinito. Ma, come si dice, la commedia è uguale alla tragedia più il tempo, quindi un giorno tutto potrebbe essere divertente, e anche sott’acqua. I nostri fumettisti hanno lavorato duramente per trasformare gli scandali e gli orrori quotidiani in umorismo, e hanno fatto un ottimo lavoro.”

(Colin Stokes, New Yorker, 28 Aprile 2017) .

5.2

L'operato di Donald Trump e le relazioni pubbliche

L'operato di Donald Trump durante la sua presidenza è stato caratterizzato da diversi fattori salienti che hanno suscitato reazioni pubbliche intense e spesso contrastanti. Tra queste, particolarmente rilevanti vi sono la **comunicazione diretta e Twitter**, infatti Trump è stato noto per la sua comunicazione non filtrata attraverso il social media. Egli ha utilizzato questa piattaforma per condividere opinioni, criticare avversari e comunicare direttamente con il suo pubblico. Questa **comunicazione non convenzionale** e formale ha spesso generato polemiche.

(Bacnasu, 2020)

Inoltre, Trump ha adottato politiche molto rigorose sull'immigrazione, come il divieto di ingresso per i cittadini di alcuni paesi a maggioranza musulmana. Tali intenzioni hanno **diviso l'opinione pubblica** tra coloro che le sostenevano come misure di sicurezza e coloro che le consideravano discriminatorie. In aggiunta durante l'operato il presidente statunitense ha introdotto importanti tagli fiscali per le imprese e per i cittadini. Questa azione ha ricevuto

l'appoggio di molti conservatori che ritenevano che avrebbe stimolato la crescita economica, al contrario è stata criticata da coloro che la vedevano come una mossa a favore delle classi più abbienti. (Alamillo, Haynes e Madrid, 2019)

I rapporti tra i Media e Trump sono stati complessi. Egli li ha definiti come "**fake news**" e accusati di distorcere la realtà. Questo atteggiamento ha alimentato il dibattito sulla libertà di stampa e sulla veridicità delle notizie. L'operato di Trump ha generato forti divisioni nella società statunitense. Le sue dichiarazioni spesso polarizzanti hanno portato a manifestazioni di sostegno e **proteste**, contribuendo a un'atmosfera di tensione politica. Un esempio sono le proteste di movimenti attivisti scatenati in tutto il paese, nati in risposta alle politiche e ai commenti di Trump, in particolare riguardo alle donne e ai diritti delle minoranze. Marce come la *Women's March* hanno attirato l'attenzione a livello internazionale.

(Wells, Zhang, Lukito e Pevehouse, 2020)

Le opinioni durante il mandato del quarantacinquesimo presidente sono state profondamente contrastanti: i conservatori hanno elogiato i suoi sforzi per ridurre la regolamentazione e stimolare l'economia, mentre i

progressisti hanno criticato le sue politiche sull'immigrazione e la sua gestione dell'ambiente.

L'operato di Donald Trump ha alimentato un dibattito intenso sulla direzione del paese e sul suo ruolo nel panorama politico globale.

(Velasco, 2019)

6.

La satira di

Barry Blitt

6.1 *The New Yorker:* *il giornale che diventa un'istituzione*

Il New Yorker è una rinomata rivista settimanale americana che offre una varietà di contenuti, tra cui giornalismo investigativo, commenti, recensioni critiche, saggi, narrativa, satira, fumetti e poesia. La sua storia risale al **1925** quando fu fondata come pubblicazione settimanale. Attualmente, la rivista viene pubblicata 47 volte all'anno.

Sebbene gran parte delle recensioni e delle informazioni sugli eventi si concentrino sulla vita culturale di New York City, il New Yorker ha conquistato un vasto pubblico al di fuori della città e ha lettori sparsi in tutto il mondo. In particolare la rivista è particolarmente riconosciuta per le sue **copertine illustrate** e per le vignette **umoristiche** che caratterizzano ogni numero. (Donaldson,1975)

Il New Yorker fu creato da Harold Ross e sua moglie Jane Grant, e fece il suo debutto il 21 febbraio 1925. Ross aveva l'ambizione di sviluppare una rivista umoristica sofisticata che si distinguesse da altre pubblicazioni umoristiche

che potevano essere percepite come più superficiali o banali. Ross rimase a capo della direzione della rivista fino alla sua scomparsa nel 1951. Durante il suo mandato, il New Yorker consolidò la sua reputazione come una delle **principali voci culturali** e satiriche degli Stati Uniti. (Donaldson, 1975)

Nonostante il suo iniziale orientamento verso l'umorismo, la rivista ha rapidamente consolidato la sua posizione come un influente forum per la narrativa di alta qualità, saggi di rilievo e giornalismo serio. Anche alcune evoluzioni nel corso degli anni, la rivista ha conservato gran parte del suo aspetto tradizionale in termini di tipografia, layout, copertine e grafica, mantenendo un legame evidente con la sua ricca storia editoriale.

Nel suo numero datato 1 Novembre 2004, il New Yorker ha preso una posizione politica notevole supportando per la prima volta un candidato presidenziale. La scelta è caduta sul democratico John Kerry, sfidando il presidente repubblicano in carica, George Bush.

Un'altra caratteristica distintiva del New Yorker sono i suoi celebri cartoons, spesso costituiti da **vignette umoristiche**.

Questa tradizione affonda le sue radici sin dalla prima pubblicazione della rivista nel 1925. Per molti anni, il curatore dei cartoons del New

Yorker è stato Lee Lorenz, il quale ha iniziato a disegnare vignette nel 1956 e successivamente è diventato un collaboratore della rivista nel 1958. Il suo libro "The Art of the New Yorker: 1925-1995" è stata la prima ampia rassegna di tutti gli aspetti della grafica della rivista. (Yorker, 2015)

Nel 1998, Robert Mankoff ha assunto il ruolo di editore dei cartoni animati, supervisionando la pubblicazione di almeno 14 raccolte di vignette del New Yorker.

Inoltre, Mankoff spesso ha contribuito a ogni libro con brevi articoli, nei quali condivideva dettagli sul processo di creazione delle vignette e i criteri utilizzati per selezionarle per la rivista. Tuttavia, nel 2017, Robert Mankoff ha lasciato il suo incarico alla rivista.

February 21, 1925

THE NEW YORKER

Price 15 cents





"It's broccoli, dear."

"I say it's spinach, and I say the hell with it."

Numerose vignette pubblicate dal New Yorker hanno raggiunto un livello di notorietà considerevole. Un esempio notevole è un cartone animato del 1928 disegnato da Carl Rose con una didascalia di E. B. White, che raffigura una madre che dice a sua figlia: *"Sono broccoli, cara"*. La risposta decisa della figlia, *"Dico che sono spinaci e dico al diavolo"*, ha introdotto la famosa frase "I say it's spinach" nel linguaggio comune. Questa espressione è diventata così diffusa che tre anni dopo, il compositore Irving Berlin ha scritto un numero musicale di Broadway intitolato "I Say It's Spinach, and the hell with It". (Grady, 2023)

Un altro esempio è la nascita dello slogan "ritorno al tavolo da disegno", attribuito a un cartone animato di Peter Arno del 1941. Questo disegno raffigura un ingegnere che si allontana da un aereo precipitato, dichiarando: *"Beh, torna al vecchio tavolo da disegno"*. Questa espressione è diventata un modo comune di indicare la necessità di ripensare un piano o un progetto.

Nel corso dei decenni, sono state pubblicate numerose raccolte di cartoni animati del New Yorker in edizioni a copertina rigida. Nel 2004, Robert Mankoff ha curato ***"The Complete Cartoons of The New Yorker"***, una mastodontica raccolta di 656 pagine contenente le migliori vignette pubblicate dalla rivista nel corso di 80 anni. (Gale, 2001)

A partire dall'aprile 2005, il New Yorker ha introdotto *"The New Yorker Cartoon Caption Contest"* all'ultima pagina di ciascun numero. Questa rubrica presenta vignette prive di didascalie realizzate dai fumettisti della rivista.

I lettori sono invitati a inviare le proprie didascalie, e tra queste ne vengono selezionate tre finaliste. I lettori hanno quindi l'opportunità di votare la migliore ed essere partecipi e **non solo passivi lettori.**

THE COMPLETE CARTOONS OF

THE

NEW

YOR

KER

NATIONAL
BESTSELLER—
FULLY UPDATED
WITH ALL 70,363
CARTOONS ON
ONE DVD-ROM!



EDITED BY ROBERT MANKOFF • FOREWORD BY DAVID REMNICK

INTRODUCTION BY ADAM GOPNIK

Il carattere distintivo utilizzato per la firma del New Yorker, presente nella targhetta e nei titoli, nonché nell'intestazione della sezione "*The Talk of the Town*", porta il nome di Rea Irvin, il designer e illustratore che lo ha creato. Questo carattere contribuisce in modo significativo all'identità visiva della rivista. Per quanto riguarda il corpo del testo di tutti gli articoli del New Yorker, esso è composto in Adobe Caslon, dando un **aspetto uniforme e riconoscibile** a tutte le pagine della pubblicazione.

(Matzo e Miller, 2009)

Una delle caratteristiche più note del New Yorker sono le sue **copertine illustrate**, spesso legate a eventi attuali o **temi rilevanti**. Un artista di spicco nella storia della rivista è Saul Steinberg, che ha realizzato ben 85 copertine e 642 disegni interni e illustrazioni per la pubblicazione.

PRICE \$8.99

THE

APRIL 11, 2022

Composition _____

Arranger _____

Page _____

NEW YORKER

1st
Flute
or Piccolo

1st
Oboe

2nd

1st
Clarinet in Bb

2nd

1st
Bassoon

2nd

1st & 2nd
Horns in F

3rd & 4th

1st
Trumpets in Bb

2nd & 3rd

1st
Trombones

2nd & 3rd

Tuba

Tympani

Drums

Harp

1st Violins

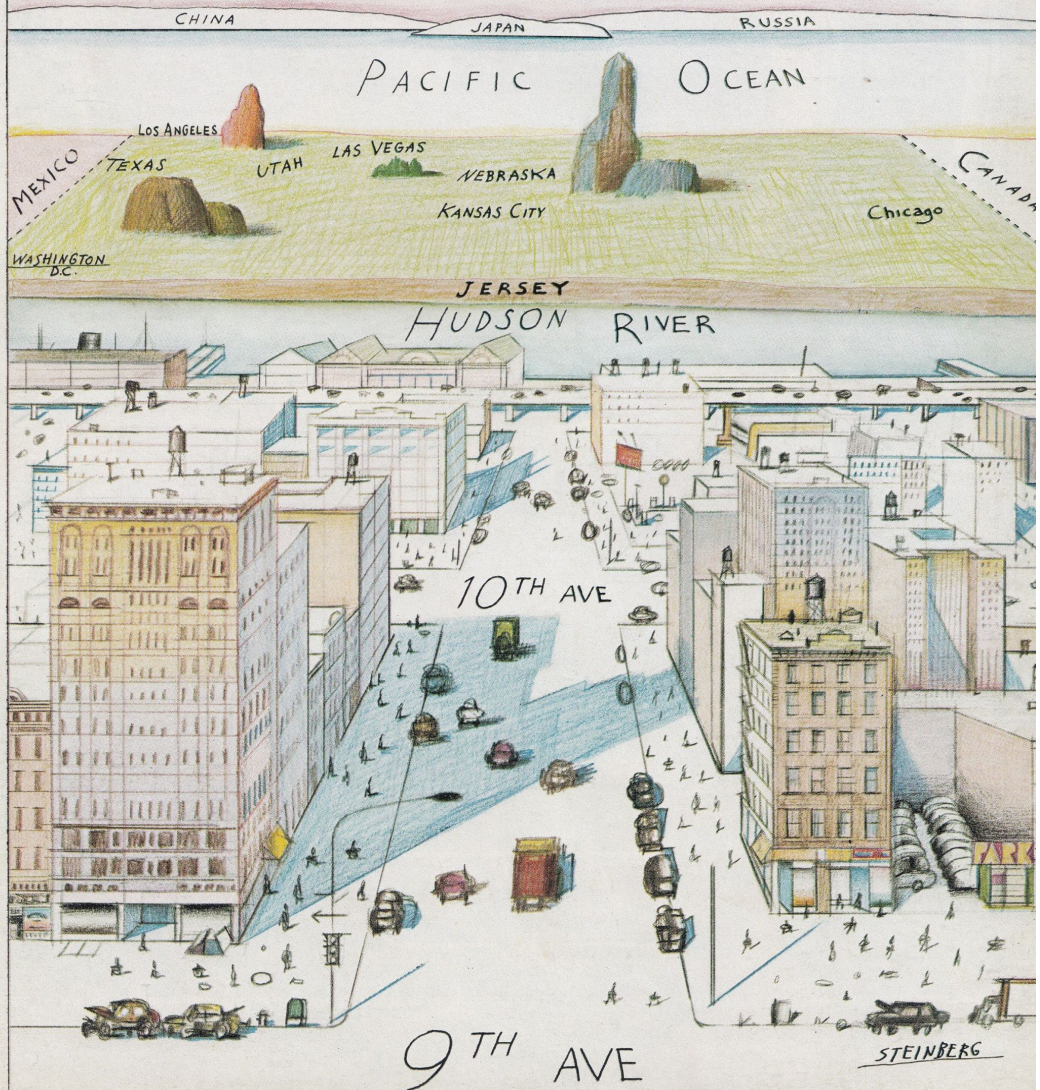
2nd Violins

Violas

Mar. 29, 1976

THE NEW YORKER

Price 75 cents



Tra le sue opere più note spicca la copertina del 29 marzo 1976, comunemente nota come **"Vista del mondo dalla 9th Avenue"**. Questa illustrazione rappresenta una mappa del mondo vista attraverso l'egocentrismo tipico dei newyorkesi. (Holm, 2007).

L'immagine è divisa in due parti: nella metà inferiore, vengono mostrate la 9th Avenue, la 10th Avenue e il fiume Hudson di Manhattan, con etichette appropriate. La metà superiore della mappa raffigura il resto del mondo. Gli Stati Uniti continentali sono rappresentati come tre isolati delle dimensioni di quelli di New York City, con una sottile striscia marrone lungo l'Hudson che indica "Jersey". Alcune città, come Los Angeles, Washington, DC, Las Vegas, Kansas City e Chicago, e tre stati, ovvero Texas, Utah e Nebraska, sono sparsi in modo grottesco negli Stati Uniti oltre il New Jersey. L'Oceano Pacifico, visivamente molto più stretto rispetto all'Hudson, separa gli Stati Uniti da tre masse di terra appiattite chiamate Cina, Giappone e Russia.

Questa illustrazione, con il suo umorismo che mette in luce la visione dei newyorkesi del proprio posto nel mondo (o forse la percezione che gli estranei hanno di questa visione), ha ispirato molte opere simili. Tra queste vi è il poster per il film del 1984 "Moscow on the Hudson", il quale ha dato luogo a una controversia legale,

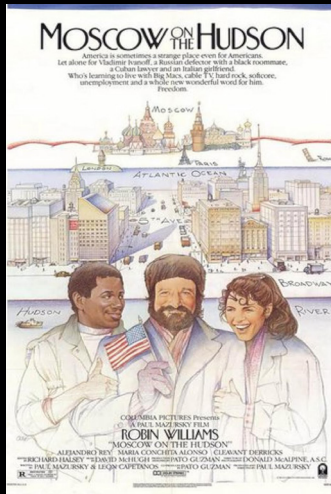
il caso Steinberg v. Columbia Pictures Industries, del 1987. In questo caso, si sostenne che la Columbia Pictures aveva violato il copyright detenuto da Steinberg sulla sua opera.

(Gale, 2001)

La copertina originale è stata oggetto di satira da parte di Barry Blitt per una copertina successiva del New Yorker pubblicata il 6 ottobre 2008. Questa nuova copertina ritraeva Sarah Palin, all'epoca candidata alla vicepresidenza, mentre guardava fuori dalla finestra e vedeva solo lo stato dell'Alaska, con la Russia sullo sfondo. Questa interpretazione umoristica della politica è diventata anch'essa un'icona. (Banaji, 2008)

Inoltre, la copertina di The Economist del 21 marzo 2009, intitolata "Come la Cina vede il mondo", è un omaggio all'immagine originale. In questa versione, il punto di vista è dalla Chang'an Avenue di Pechino invece che da Manhattan, offrendo un'interpretazione diversa ma altrettanto significativa.

Art Spiegelman, noto per il suo lavoro su "Maus," è stato assunto da Tina Brown nel 1992 e ha contribuito al New Yorker per dieci anni. Tuttavia, si dimise pochi mesi dopo gli attacchi terroristici dell'11 settembre. Una delle sue opere più celebri è stata creata in collaborazione con Françoise Mouly per la copertina del numero del 24 settembre 2001 del New Yorker.



Questa copertina, che ha ricevuto ampi consensi, è stata votata tra le prime dieci copertine di riviste degli ultimi 40 anni.

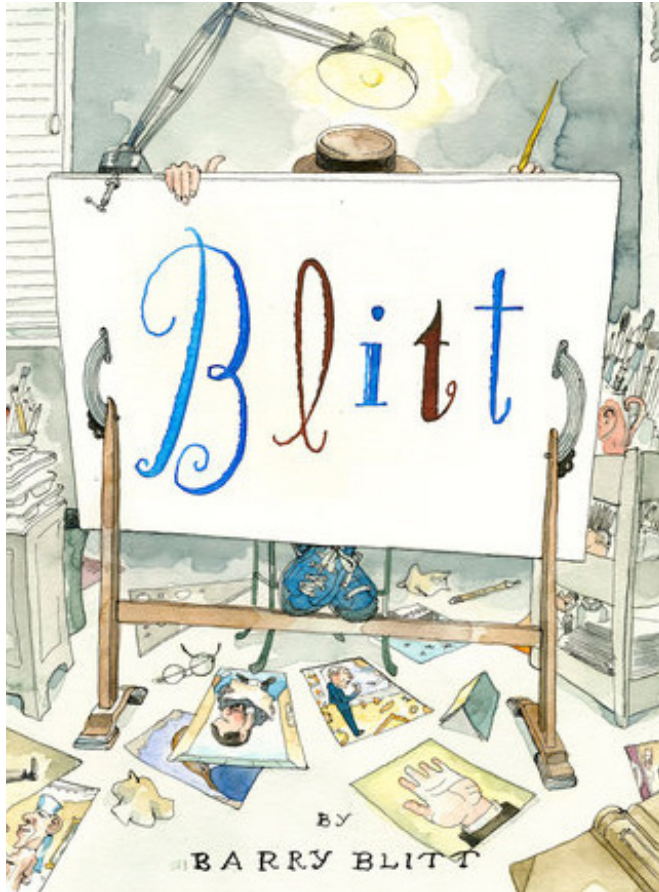
Una vignetta di Barry Blitt intitolata "The Politics of Fear" è apparsa sulla copertina del numero del 21 luglio 2008 del New Yorker. Questa vignetta raffigurava l'allora presunto candidato democratico alla presidenza, Barack Obama, con un turbante e un abito tradizionale musulmano, mentre sbatteva il pugno con sua moglie, Michelle, che era ritratta con un'afro e pantaloni mimetici, con un fucile d'assalto a tracolla. Questi personaggi erano posti nello Studio Ovale, con un ritratto di Osama Bin Laden appeso al muro e una bandiera americana che bruciava nel camino sullo sfondo. Questa copertina ha generato un notevole dibattito sulla rappresentazione mediatica e politica di Obama durante la campagna presidenziale.

6.2 *L'illustratore Barry Blitt: ciò che lo ha reso inimitabile*

Barry Blitt, noto **illustratore** e caricaturista, ha sviluppato un riconoscibile stile artistico che unisce l'umorismo satirico all'eleganza dell'illustrazione tradizionale. La sua carriera ha fiorito in un'era in cui l'arte visiva e la satira politica hanno assunto un ruolo centrale nel dibattito pubblico e nella critica sociale. La peculiarità di Blitt risiede nell'abilità di **catturare l'essenza dei personaggi pubblici** attraverso immagini satiriche che vanno oltre la somiglianza per descivere i tratti caratteristici che definiscono la personalità e l'identità dei soggetti ritratti.

La sua satira è arricchita da sarcasmo, ironia e iperbole, componenti che si fondono in un'analisi profonda delle questioni politiche e sociali complesse. Le sue opere spesso mettono in luce le **contraddizioni e le eccentricità dei soggetti**, offrendo uno **sguardo critico** sulle personalità pubbliche e gli eventi attuali. Blitt crea immagini simboliche che condensano idee complesse in una singola illustrazione, rappresentando temi, eventi o politiche in modo visivamente impattante. (Carlson, 2008)

Proprio per i temi trattati, le illustrazioni di Blitt entrano nel dibattito pubblico stimolando discussioni e riflessioni su questioni politiche ed etiche. Le opere di Blitt raggiungono un vasto pubblico, contribuendo a informare il pubblico e a **influenzare la percezione dei leader politici** e dei personaggi pubblici. La sua capacità di tradurre concetti complessi in **immagini divertenti e potenti** rende Blitt un artista di forte rilevanza nella scena della satira politica contemporanea. (Sanathanan e Balakrishnan, 2023)



Uno dei casi studio più rilevanti è la rappresentazione di **Barack Obama** nello Studio Ovale vestito da terrorista islamico e che sbatte i pugni con la moglie nell'edizione di luglio 2008 del New Yorker. È importante notare che, al momento della stesura di questo articolo, non era ancora disponibile alcuna ricerca accademica sull'identità religiosa di Obama. Pertanto, sono stati consultati articoli non accademici per comprendere come l'identità religiosa di Obama fosse presentata nei media e per esaminare la reazione alla vignetta del New Yorker. È significativo notare che l'articolo del New Yorker su Obama era nettamente critico. Il titolo era *"Dove Barack Obama ha imparato a essere un politico"* (Lizza, 2008) e documentava l'ascesa del candidato presidenziale nella politica di Chicago, dipingendolo come un politico ambizioso che aveva imparato l'arte del gioco politico nella città. L'articolo riportava tensioni con colleghi politici e intervistava ex alleati politici che non sostenevano più il candidato. La vignetta tanto discussa si intitolava "La politica della paura" ed è stata disegnata da Barry Blitt.

Il nome e l'immagine nella vignetta del New Yorker erano chiaramente un riferimento all'allarme generato da repubblicani, conservatori cristiani e da alcune trasmissioni radiofoniche di destra riguardo alla campagna di Obama e alla sua identità religiosa. In

un articolo del New York Times intitolato *"The man behind the whispers about Obama"* (2008), Jim Rutenberg ha fornito chiarimenti sull'identità religiosa di Obama. Ha spiegato che Obama è un cristiano praticante, cresciuto da una madre atea e da nonni protestanti. Tuttavia, i suoi genitori includono un padre keniota musulmano che, alternativamente, si considerava agnostico o ateo. Inoltre, durante parte della sua infanzia, ha vissuto in Indonesia con un patrigno musulmano non praticante. (Rutenberg, 2008) La voce secondo cui Obama fosse un musulmano nascosto è stata diffusa da un avvocato non praticante, successivamente rivelatosi psicologicamente instabile, noto come Andy Martin (Rutenberg, 2008).

La reazione alla vignetta del New Yorker è stata estremamente negativa una volta che è stata resa pubblica. Anna Pukas del quotidiano britannico The Express ha accusato la **vignetta** di essere **razzista**. (Pukas, 2008)

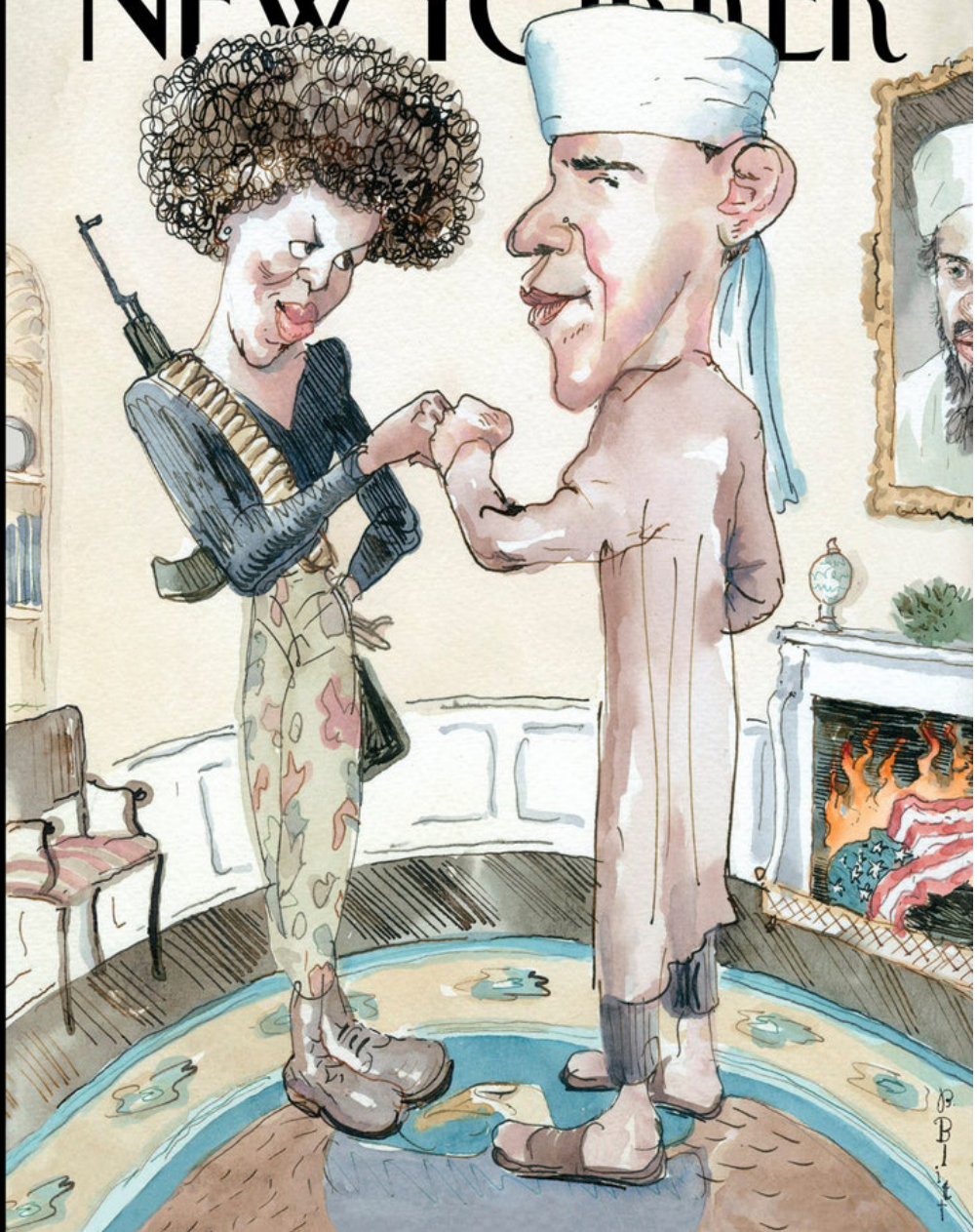
La campagna di Obama ha condannato la vignetta definendola **"insipida e offensiva"** (Gaskell e Saul, 2008). Persino il candidato rivale di Obama alle elezioni presidenziali, John McCain, si è unito alle critiche, definendo la copertina **"totalmente inappropriata"**. (Gaskell e Saul, 2008) La vignetta è stata fortemente criticata anche all'estero, con pubblicazioni come The London Times (MacIntyre, 2008) e The Express (Pukas, 2008)

PRICE \$4.50

THE

JULY 21, 2008

NEW YORKER



che hanno messo in discussione i limiti della satira nella stampa mainstream e sollevato il tema delle implicazioni razziste della vignetta. Il New Yorker ha cercato di spiegare le motivazioni della vignetta in un comunicato stampa, sostenendo che essa faceva satira sull'uso di tattiche intimidatorie e disinformazione nelle elezioni presidenziali per sabotare la campagna di Barack Obama (The New Yorker, 2008).

La reazione alla vignetta del New Yorker è stata **variamente interpretata** in base al contesto e alla prospettiva. Mentre la copertura internazionale e alcune pubblicazioni britanniche hanno messo in luce le possibili implicazioni razziali e le sfumature della satira, la copertura interna negli Stati Uniti è stata percepita da alcuni come meno critica. Ann Marie Kenvin, in una recensione su Advertising Age, ha sottolineato che l'atteggiamento di alcune personalità di sinistra, secondo cui la sofisticatezza della copertina potesse non essere compresa da alcuni nel Midwest americano, era alla fine condiscendente (Kenvin, 2008).

Una ricerca rapida di articoli in Lexus Nexus con le parole chiave "Obama, New Yorker" nel mese di luglio 2008 ha rivelato principalmente "lettere al direttore" pubblicate nelle pubblicazioni statunitensi in risposta alla vignetta.

Un'analisi ricorrente della vignetta emergeva da molti editoriali che discutevano della sua rappresentazione. In molti hanno descritto la vignetta come raffigurante Michelle Obama nei panni di una pantera nera, indossante un abbigliamento afro e militante pro-nero degli anni '60, con un pugno che richiamava molto il famoso saluto della Pantera Nera. Barack Obama era ritratto indossando abiti islamici, un tipo di abbigliamento associato spesso a militanti islamici presenti nei media (Manji, 2008).

6.2

Le copertine satiriche che Barry Blitt ha dedicato a Donald Trump

Blitt ha creato una serie di opere che non solo intrattengono, ma stimolano il dibattito e la riflessione su questioni politiche e sociali. Le copertine vogliono veicolare messaggi importanti, emozioni e critica sociale.

“ANYTHING BUT THAT”

27 Luglio 2015

“Donald Trump è entrato nella mischia dei candidati presidenziali repubblicani con tutta la grazia di un prepotente che fa palle di cannone e flop nella piscina locale”, ha detto

Barry Blitt durante l'intervista fatta dal New Yorker.

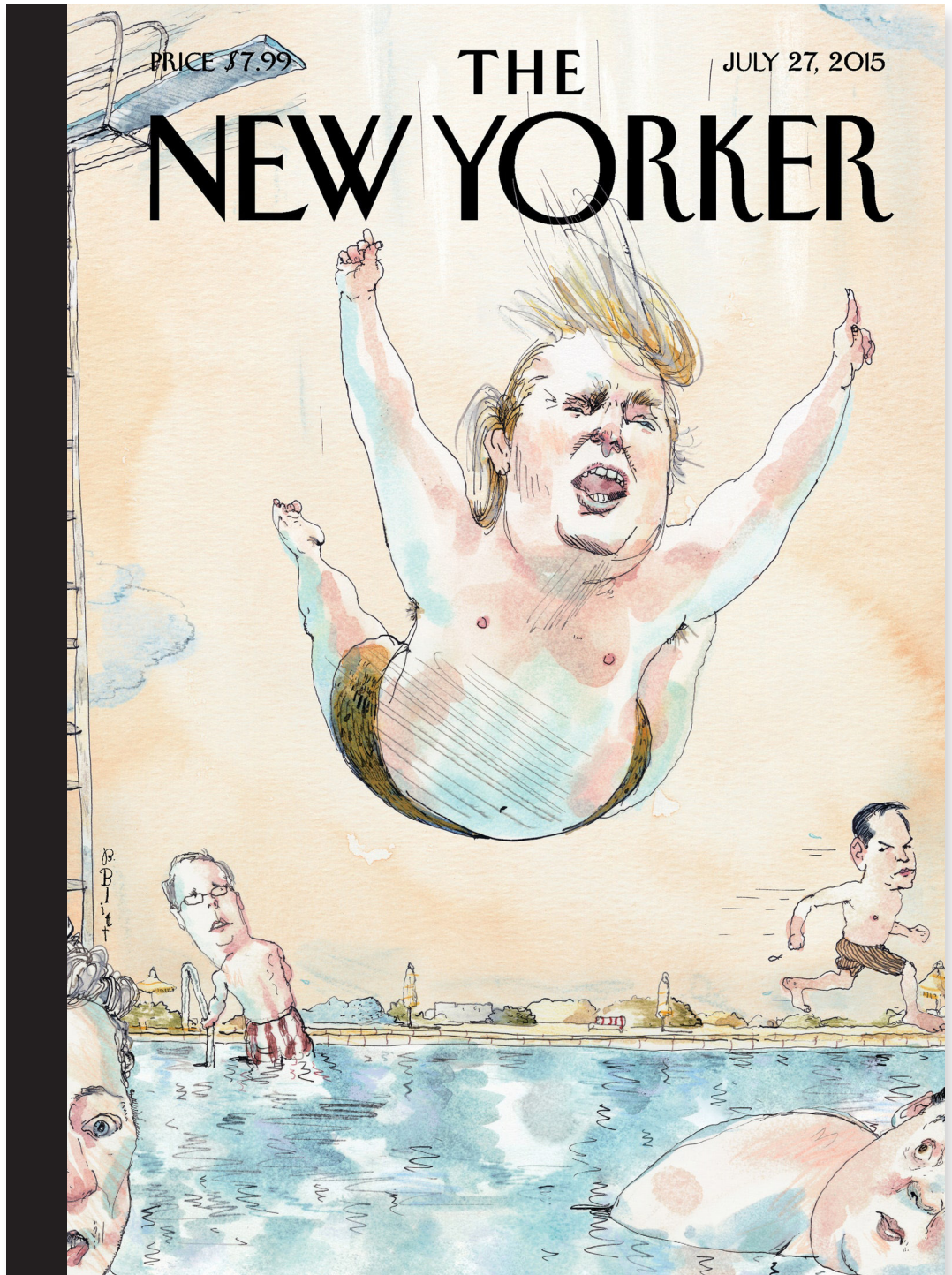
Con questa copertina l'illustratore vuole descrivere il modo invadente e burrascoso con cui l'ex presidente si è introdotto tra i politici in corsa per le presidenziali.

(Mouly, 2016)

PRICE \$7.99

JULY 27, 2015

THE NEW YORKER



“MISS CONGENIALITY”

10 Ottobre 2016

114

Con questa copertina Barry Blitt vuole sottolineare la forte misoginia di Donald Trump emersa durante il primo dibattito che l'ex presidente ha tenuto mentre era in corsa alle elezioni.

(Mouly, 2016)

PRICE \$8.99

OCT. 10, 2016

THE NEW YORKER



“EXPOSED”

26 Marzo 2018

116

L'immagine di Trump sul leggio, in bilico nudo e a gambe incrociate, prendono ispirazione dal testo scritto da Bob Dylan, intitolato *"It's Alright Ma (I'm Only Bleeding)"*, che "anche il Presidente degli Stati Uniti a volte deve stare nudo". Blitt afferma di aver voluto rappresentare il rapporto burrascoso del presidente Trump con la stampa.

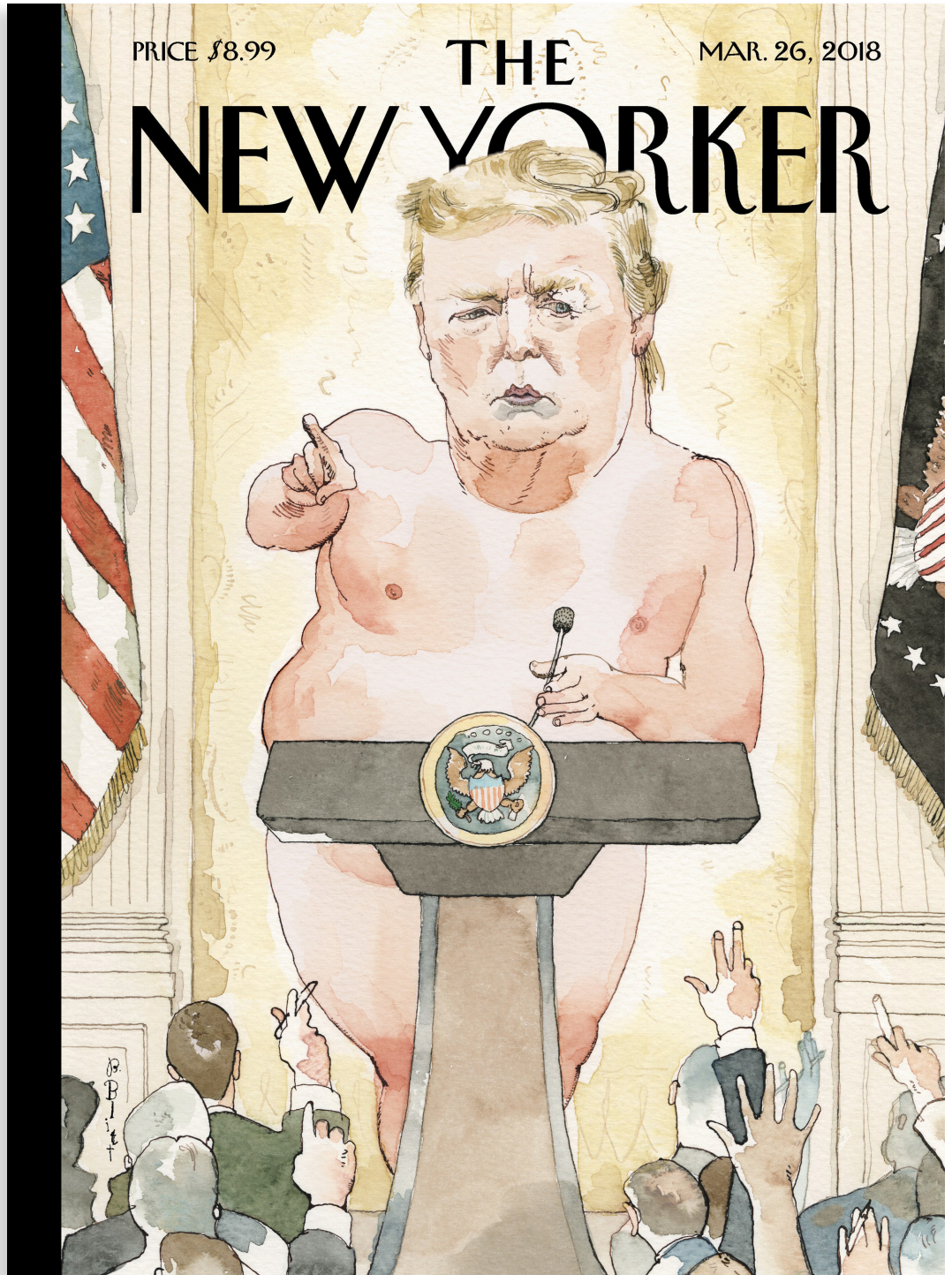
(Mouly, 2018)

PRICE \$8.99

THE

MAR. 26, 2018

NEW YORKER



"THE REAL EMERGENCY"

04 Marzo 2019

La copertina del numero del 4 marzo 2019, di Barry Blitt, ritrae il presidente Trump che non trova riparo dalla tempesta. Anzi, sembra non accorgersene affatto. "Sembra che il nostro Presidente stia riversando le sue energie (così come sono) in una finta emergenza", ha detto Blitt, "mentre nega l'esistenza di una crisi potenzialmente catastrofica come il cambiamento climatico". A ottobre, il Gruppo intergovernativo sui cambiamenti climatici delle Nazioni Unite ha segnalato che il mondo avrà solo pochi anni per limitare il riscaldamento globale e che un fallimento nell'impresa aumenterà rischio di siccità e povertà estrema per molti milioni di persone. A novembre di quell'anno, il governo degli Stati Uniti ha pubblicato il proprio rapporto, confermando molte delle conclusioni delle Nazioni Unite. La risposta di Trump è stata quella di dire che non ci credeva.

(Mouly, 2019)

PRICE \$8.99

MAR. 4, 2019

THE NEW YORKER



Blitt

“THE SHINING”

03 Giugno 2019

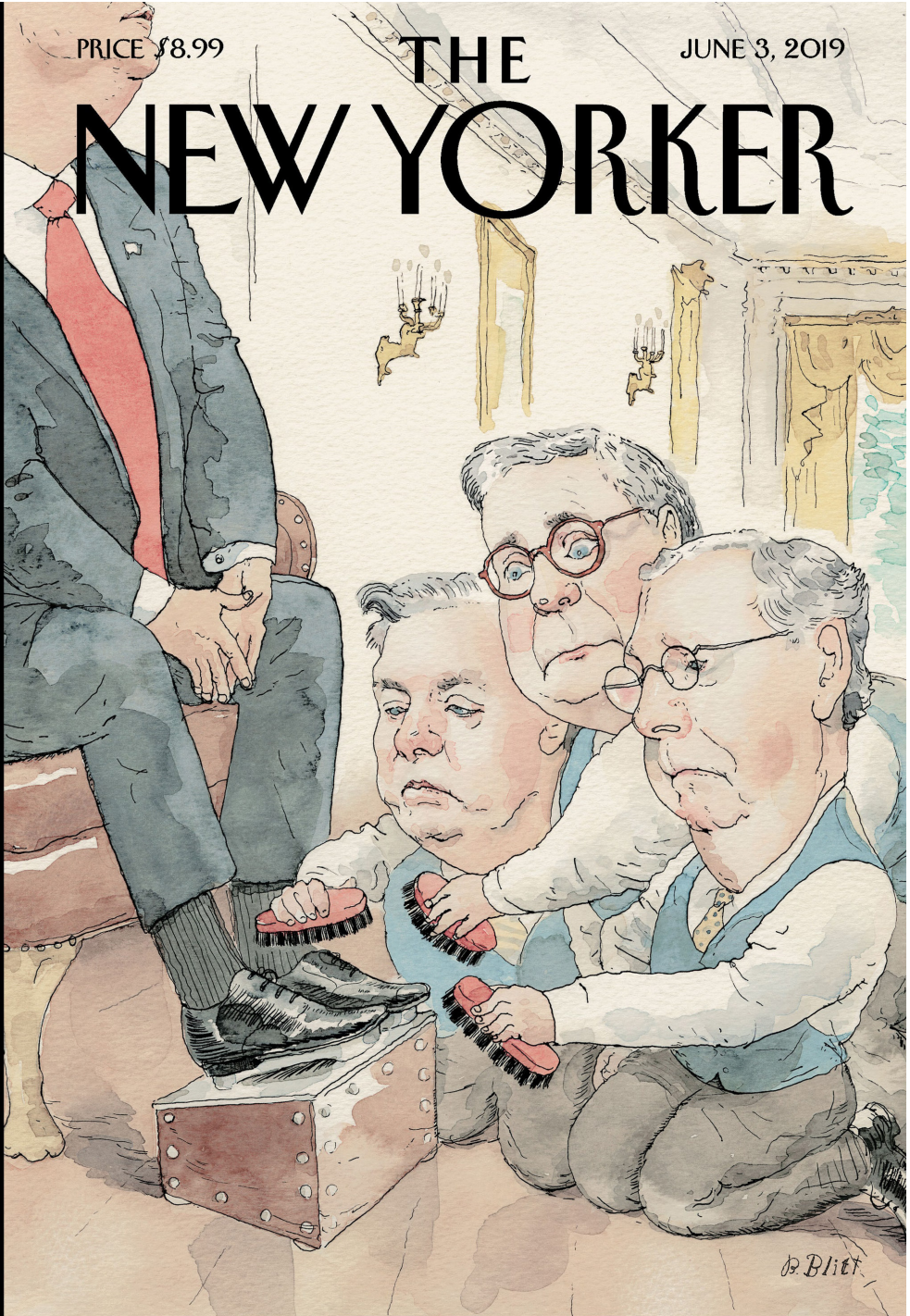
La copertina ritrae Donald Trump che si fa pulire le scarpe da Lindsey Graham, William Barr e Mitch McConnell, tre uomini che si sono rivelati fondamentali durante la sua candidatura. L'artista vuole raffigurare queste persone come disposte a tutto per stare al fianco dell'ex presidente, tanto che starebbero ai suoi piedi per pulirgli le scarpe. In merito alla copertina Barry Blitt afferma che ha avuto difficoltà a scegliere le persone da disegnare, poiché avrebbe voluto inserire anche altre persone come Devin Nunes, Matt Gaetz, Jim Jordan, Sean Hannity.

(Mouly, 2019)

PRICE \$8.99

JUNE 3, 2019

THE NEW YORKER



“NATURAL ABILITY”

25 Maggio 2020

122

A marzo del 2020 il presidente Trump ha fatto una visita ai Centri per il controllo e la prevenzione delle malattie, durante la quale ha dichiarato che potrebbe avere una "capacità naturale" per la scienza medica. Barry Blitt tenta quindi di rappresentare l'ironia ed ipocrisia di tale affermazione, notando i medici attrezzati di mascherine chirurgiche e libri da cui hanno studiato per anni che con occhio critico guardano Donald Trump alle prese con un'operazione.

(Mouly, 2020)

PRICE \$8.99

MAY 25, 2020

THE NEW YORKER



Come vediamo negli elementi riportati, ha reso **immediatamente riconoscibile** Donald Trump attraverso il suo caratteristico taglio di capelli e ha accentuato particolari aspetti fisici per **scopi satirici**. Questo approccio visivo crea un'immagine memorabile e contribuisce a veicolare il messaggio satirico in modo potente che racconti fatti estremamente seri e attuali.

Le illustrazioni di Blitt sono strumenti critici che mirano a **mettere in discussione** le azioni e le politiche dei leader politici. Sono concepite per **stimolare la riflessione** sulle questioni sociali del momento. Come nel caso della copertina creata il 6 Marzo 2017 che ritraeva Putin guardare attraverso una lente di ingrandimento Trump, che assume le sembianze di una farfalla (Mouly, 2017).

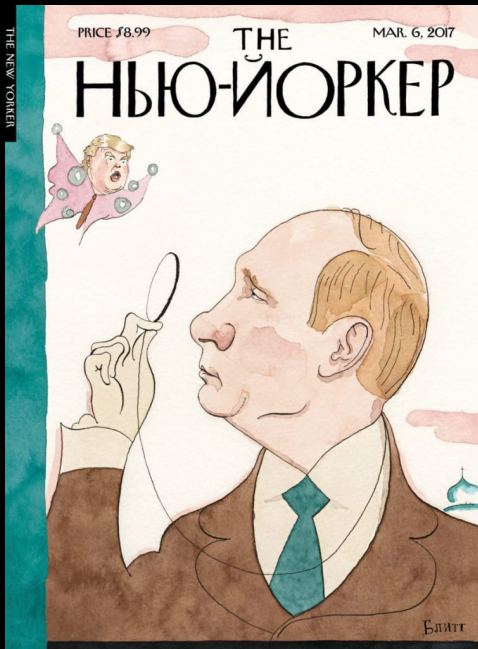
Le opere di Blitt sono un esempio di come l'arte visiva possa interagire in modo efficace con il testo. Le illustrazioni si integrano spesso con il testo delle copertine del New Yorker, creando un'**armonia tra immagine e parole** che enfatizza il messaggio satirico e offre una prospettiva più completa. Un esempio è questo fumetto in cui è ritratto Donald Trump (comprensibile anche solo dai capelli) e la Regina Elisabetta.

Quindi, le illustrazioni di Barry Blitt per il New Yorker sono una combinazione di umorismo, critica politica, creatività e rilevanza attuale. Rappresentano un **mezzo potente per affrontare le sfide politiche** e sociali contemporanee attraverso l'arte visiva, offrendo una prospettiva unica sulla politica e la cultura dei nostri tempi.



125

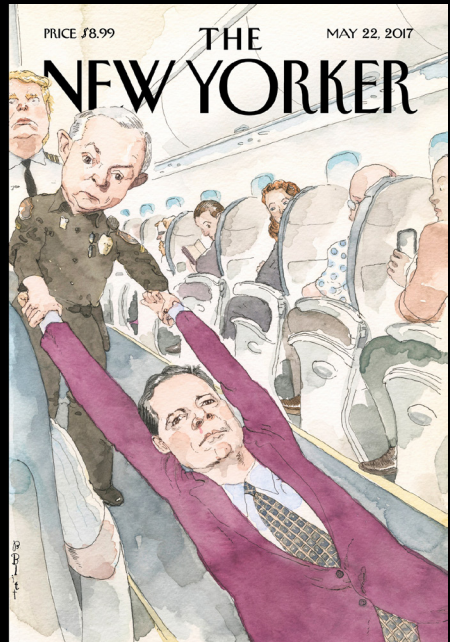
"Donald's Rainy Day"
12 Agosto 2016



"Eustace Vladimirovich Tilley"
6 Marzo 2017

"Significant Others"
31 Ottobre 2016





"Ejected"
22 Maggio 2017

"The Race for Office"
2 Ottobre 2023





"Grounded"
24 Luglio 2017



"At the Wheel"
23 Gennaio 2017



"A Weight Lifted"
25 Gennaio 2021

"Whack Job"
8 Ottobre 2019





"Non avrei mai pensato di fare la differenza politicamente, ma almeno ti sentivi come se stessi mettendo in campo idee che significassero qualcosa." afferma Barry Blitt all'intervista rilasciata al WWD. L'artista ammette che con tutte le sue opere cerca di esprimere un'opinione molto forte e che provochi una reazione soprattutto i protagonisti delle illustrazioni, come accaduto con la copertina dedicata ad Obama nel 2008.

Inoltre l'artista parlando di tutte le copertine dedicate a Trump, confessa che **il pubblico difficilmente ha una reazione**, anche di fronte ai disegni più espliciti e provocanti, questo perché vedono l'ex presidente come la massima esagerazione che nessuna caricatura riuscirà a rappresentare. (Steigrad, 2017)

7.

Conclu

usione



La ricerca condotta sulla percezione delle immagini satiriche presenti nei giornali, partendo da un'analisi storica delle vignette fino ad arrivare all'esame specifico delle illustrazioni di Barry Blitt su Donald Trump, ha fornito una prospettiva approfondita sul ruolo delle immagini nella comunicazione politica contemporanea. Attraverso questo studio, è emerso chiaramente come le vignette politiche siano diventate uno strumento formidabile per raggiungere un vasto pubblico, catturando l'attenzione delle persone, intrattenendole e, al contempo, fornendo loro informazioni su eventi di attualità.

Durante la ricerca, abbiamo riconosciuto l'ambivalenza che circonda l'effetto persuasivo delle vignette. Sebbene non sia possibile stabilire con certezza se queste immagini abbiano influenzato direttamente l'opinione pubblica in una specifica direzione, è innegabile che abbiano dichiarato con forza la posizione dell'artista, rappresentando una sorta di critica visiva della presidenza di Trump. In tal senso, le vignette politiche svolgono una funzione importante nel dibattito pubblico e nella creazione dell'agenda politica, contribuendo a far emergere questioni e a sollevare interrogativi su tematiche di rilevanza nazionale.

Mentre la nostra analisi ha dimostrato che le immagini satiriche sono in grado di raggiungere un vasto pubblico, stimolare la riflessione e offrire un diverso punto di vista sui fatti politici, è altrettanto importante sottolineare che queste rappresentazioni visive possono variare ampiamente in termini di tono, stile e messaggio. Ogni artista, compreso Barry Blitt, porta la propria prospettiva e il proprio commento personale attraverso le vignette, riflettendo la diversità di opinioni presenti nella società.

In conclusione, questa ricerca ha confermato il ruolo significativo delle immagini satiriche nei giornali come strumento di comunicazione politica. Le vignette politiche si inseriscono in un contesto più ampio di informazione e intrattenimento, contribuendo a informare, stimolare il dibattito pubblico e offrire un'interpretazione visiva della politica contemporanea. Mentre non possiamo affermare con certezza l'entità dell'influenza di queste immagini sull'opinione pubblica, è indiscutibile che esse siano un elemento cruciale nell'ecosistema mediatico moderno e nella costruzione della memoria politica collettiva. La ricerca ha gettato luce su questa affascinante dimensione della comunicazione politica e ha aperto la strada a ulteriori indagini in questo campo in continua evoluzione.

Bibliio

136

Alamillo, R., Haynes, C., & Madrid Jr, R. (2019). Framing and immigration through the trump era. *Sociology Compass*, 13(5), e12676.

Bacnasu, R. (2020) L'hate speech nella comunicazione politica online: il caso Donald Trump.

Banaji, M. R. (2008). The science of satire. *The Chronicle of Higher Education*, B13.

Barajas, Rafael (2000). The Transformative Power of Art: Mexico's Combat Cartoonists. In *NACLA Report on the Americas*, vol 33, No. 6, May/June, 2000, p. 7.

Bekafigo, M. A., Stepanova, E. V., Eiler, B. A., Noguchi, K., & Ramsey, K. L. (2019). The effect of group polarization on opposition to Donald Trump. *Political Psychology*, 40(5), 1163-1178.

Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European journal of communication*, 33(2), 122-139.

Boni, F. (2014). *Lo Stato dell'Arte. Note a margine sulle arti e la comunicazione politica*

Brezhnev Leonid. In *Enciclopedia Treccani, Dizionario di storia* (2010)

Brusa, A. (2020). Le foto iconiche: immagini-mondo e strumenti di formazione storica. *Le foto iconiche: immagini-mondo e strumenti di formazione storica*, 121-138.

Carlson, M. (2008). *Humour and Social Protest: Hart, Marjolein't, and Dennis Bos*, eds.: Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge, 305 pp., Publication Date: May 2008

grafia

Christiansen, L. A. (2016). Corruption Among the Cats: Hypocrisy Exposed by Liao Bingxiong. *International Journal of Comic Art*, 18(1), 138-156.

Comparative perspective: Exploring the applicability of the gateway hypothesis across media systems. In J. Baumgartner & A. Becker (Eds.), *Political humor in a changing media landscape: A new generation of research* (pp. 185–206). Lanham, MD: Lexington Books.

137

Cricco-Lizza, R. (2008). Voices from the battlefield: Reports of the daily experiences of urban Black mothers. *Health care for women international*, 29(2), 115-134.

Declercq, D. (2018). A definition of satire (and why a definition matters). *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 76(3), 319–330.

Del Frate, E. (2022). Tvboy: “La polizia censura il mio murale con Giorgia Meloni e Matteo Salvini”. E l’opera viene rimossa. *La Repubblica*.

Demirel, I. N., & Altintas, O. (2012). Relationship between art and politics. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 51, 444-448.

Di Berardino, V. (2008). La fotografia di Letizia Battaglia, un archivio storico dimenticato.

Donaldson, S. (1975). *The New Yorker, Old and New*.

Edwards, J. A. (2018). Make America great again: Donald Trump and redefining the US role in the world. *Communication Quarterly*, 66(2), 176-195.

Firpo, L. (2005). *Il pensiero politico del Rinascimento e della Controriforma. Il*

pensiero politico del Rinascimento e della Controriforma, 21-57.

Gale, S. H. (2001). Seventy-Five Years of "The New Yorker" Cartoons: A History. *American Periodicals*, 11, 95-130.

Gaskell, S. & Saul, M. (2008). Just terror-ble! Mag's "satire" draws team Obama's ire. *Daily News* [New York]. Retrieved September 2nd, 2008 from Lexis-Nexis Academic database.

Gaskell, S. & Saul, M. (2008). Mag runs for cover "discussion" cartoon's goal, insists editor. *Daily News* [New York]. Retrieved September 2nd, 2008 from Lexis-Nexis Academic database.

Grady, J. (2023). 'I say it's spinach, and I say the hell with it': an exploratory study of the single-panel cartoon and the comic mode in society. *International Review of Sociology*, 1-24

Greenberg, Josh (2002). Framing and Temporality in Political Cartoons: A Critical Analysis of Visual News Discourse in CRSA/RCSA, 39, p. 184

"Guardiamola!". La foto del bambino siriano, icona delle migrazioni, 2015. Redazione Sociale, Immigrazione.

Harris, K. (2014). Mass media satire-the modern public sphere: How modern satire serves a unique purpose in democratic society. University of Nebraska at Omaha.

Hill, M. R. (2013). Breaking boundaries| Developing a normative approach to political satire: A critical perspective. *International Journal of Communication*, 7, 324-337.

Holm, L. (2007). The New Yorkers. *Architectural Theory Review*, 12(2), 104-120.

Honecker Erich. In *Enciclopedia Treccani* (1992). *Enciclopedia italiana*, V Appendice.

Hung, Chang-Tai (1994). The Fuming Image: Cartoons and Public Opinion in Late Republican China, 1945 to 1949. In *Comparative Studies in Society and History*, Vol. 36, Issue 1 (January 1994), pp. 122-145. Cambridge University Press.

Imbrattare i "Girasoli" aiuta la causa ambientalista?, 2022. *Il Post*, Cultura.

Kenvin, A. (2008). New Yorker cover charges: Talk about talk of the town. *Advertising Age*.

Landes, J.B. (2001). *Visualizing the Nation: Gender, Representation, and Revolution in Eighteenth-Century France*. Cornell University Press: London.

Lee, H., & Kwak, N. (2016). The affect effect of political satire: Sarcastic humor,

negative emotions, and political participation. In *Entertainment Media and Politics* (pp. 5-26). Routledge.

Lewis, L. G. (1978). *Martin Luther*.

Lizza, R. (2008). *How Obama Won*. New Yorker.

Lord, M. G. (1983). *The Political Cartoon*, by Charles Press.

Mac Intyre, B. (2008). *Satire and the Obamas: where to draw the line*. *The Times*.

Manji, I. (2008, July 16). *Why Obama should be thanking his satirists*. *Globe and Mail*

Markiewicz, Dorothy (1974). *Effects of 1-lumor on Persuasion*. In *Sociometry*, Vol. 37, No. 3, pp.407-422.

Matzo, M., & Miller, D. (2009). *Humor and death: A qualitative study of The New Yorker cartoons (1986–2006)*. *Palliative & supportive care*, 7(4), 487-493.

McClenen, S. A., Maisel, R. M., McClenen, S. A., & Maisel, R. M. (2014). *The Politics of Seriously Joking. Is Satire Saving Our Nation? Mockery and American Politics*, 1-20.

McClenen, S., & Maisel, R. (2016). *Is satire saving our nation?: Mockery and American politics*. Springer.

139

McGuigan, J., & Moran, M. (2014). *Raymond Williams and sociology*. *The Sociological Review*, 62(1), 167-188.

Michelmore, Christina (2000). *Old Pictures in New Frames: Images of Islam and Muslims in Post World War II American Political Cartoons*. In *the Journal of American and Comparative Cultures*, Vol. 23, No. 4, Winter 2000, pp 38-41

MICUCCI, M. (2020). *Social media e politica: un'analisi empirica dei tweet di Trump durante la pandemia COVID-19*.

Miglietti, F. A. (Ed.). (2019). *Letizia Battaglia: fotografia come scelta di vita*. Marsilio.

Milhem, H., Stork, J., and Ethelston, S. (1993). *Politics and Media in the Arab World: An Interview with Hisham Milhem*. In *Middle East Report*, Volume 0, Issue 180, Power, Mass Media and the Middle East (January-February), pp.16-19

Morris, Ray (1992). *Cartoons and the Political System: Canada, Quebec, Wales, and England in Canadian Journal of Communications*, Volume 17, Number 2, 1992.

Morris, Raymond (1989). *Behind the Jester's Mask: Canadian Editorial Cartoons about Dominant and Minority Groups 1960-1979*. University of Toronto Press: Toronto. Morris, Raymond (1995). *The Carnivalization of Politics: Quebec Cartoons on Relations with Canada, England, and France, 1960-1979*. McGill-Queen's University Press: Montreal & Kingston.

- Mouly, F. (2016). Barry Blitt's "Anything but That". *The New Yorker*, Culture Desk.
- Mouly, F. (2016). Donald Trump Is Barry Blitt's "Miss Congeniality". *The New Yorker*, Culture Desk.
- Mouly, F. (2017). Barry Blitt's "Eustace Vladimirovich Tilley", Culture Desk.
- Mouly, F. (2018). Barry Blitt's "Exposed". *The New Yorker*, Cover Story.
- Mouly, F. (2019). Barry Blitt's "The Real Emergency". *The New Yorker*, Cover Story.
- Mouly, F. (2019). Barry Blitt's "The Shining". *The New Yorker*, Cover Story.
- Mouly, F. (2020). Barry Blitt's "Natural Ability". *The New Yorker*, Cover Story.
- Murray, Jeffrey S. (1994). Comic Relief. In *Canadian Geographic*, 07062168, Nov / Dec 94, vol. 114, Issue 6, p. 1.
- Nabi, R. L., Moyer-Gusé, E., & Byrne, S. (2007). All joking aside: A serious investigation into the persuasive effect of funny social issue messages. *Communication Monographs*, 74(1), 29–54.
- Navasky, V. S. (2013). The art of controversy: Political cartoons and their enduring power. Knopf.
- Nuovo murale di TVBoy su Salvini e Meloni a Roma, 2022. SkyTg24.
- Ocwieja, J. M. (2014). Art as Political Struggle: George Grosz and the Experience of the Great War. *Grand Valley Journal of History*, 3(2), 2.
- Piperkov, N. (2017). La Liberté guidant le peuple: de l'œuvre d'art à l'icône nationale.
- Pukas, A. (2008, July 16). Beyond a joke; how a "satirical" cartoon of Obama has exposed the racism that still blights America. *The Express*
- REA. 2005. *The Best Preparation for CLEP College-Level Examination Program*. USA: Research & Education Association, Inc.
- Romagnuolo, A. (2017). La comunicazione politica di Donald Trump tra nuovo e nuovismo. *Lingue e linguaggi*, 23, 257-273.
- Rutenberg, J. (2008). The man behind the whispers about Obama. *The New York Times*, 13.
- Salsabila, B. V., & Simatupang, E. C. (2021). Satir on the political meme of President Donald Trump: A Semantic. *English Journal Literacy Utama*, 5(2), 381-387.
- Sanathanan, S. P., & Balakrishnan, V. (2023). Performing Offense: Redrawing the Lines of Political Cartoons. *Visual Communication Quarterly*, (just-accepted), 1-000.

Smith, J. R., Fishkin, K. P., Jiang, B., Mamishev, A., Philipose, M., Rea, A. D., ... & Sundara-Rajan, K. (2005). RFID-based techniques for human-activity detection. *Communications of the ACM*, 48(9), 39-44.

Spaventa, L. (2002). *Struttura proprietaria e corporate governance*. *economia*. [Ownership structure and corporate governance. On the border between law and economy], *UniversitadegliStudi di Macerita, LaboratoriaFaustaVicarelli*. [in Italian].

Stano, S. (2013). Graffiti e pratiche di ri-scrittura murale. La East Side Gallery di Berlino. *I SAGGI DI LEXIA*, 12, 143-164.

Strauss, D. L., & Berger, J. (2007). *Politica della fotografia*. Postmedia Books.

TvBoy e il bacio tra Meloni e Salvini (con i coltelli dietro la schiena), 2022. *Corriere della Sera*, Redazione Politica.

Velasco, S. C. (2019). A House divided: Donald Trump and the transformation of American politics. *Revista Tempo do Mundo*, 5(1), 13-44.

Walker, R. (2003). Political cartoons: Now you see them. *Canadian parliamentary review*, 26(1), 16-21.

Wells, C., Zhang, Y., Lukito, J., & Pevehouse, J. C. (2020). Modeling the formation of attentive publics in social media: the case of Donald Trump. *Mass Communication and Society*, 23(2), 181-205.

Wilson, J. K. (2017). *Trump senza veli: storia di un presidente inaspettato*. *Trump senza veli*, 1-175.

Xenos, M. A., Moy, P., Mazzoleni, G., & Meuller-Herbst, J. (2018). *Political entertainment in*

Yorker, I. N. *Il newyorkese*. *Readitalian*.

