



<i>Email</i>	PATRIZIA BRUSAROSCO	MI HA INSEGNATO	<i>a mandare una email</i>
<i>Milan Red Tour Zone</i>	GAIA COALS	//	<i>il centro di Milano</i>
<i>Il Monte Analogo</i>	JONATHAN COLOMBO	//	<i>la grafite</i>
<i>Ruota</i>	FRANCESCA DE ZOTTI	//	<i>a fare la ruota</i>
<i>Mousiba Naroulahi</i>	BINTA DIAW	//	<i>una parola in wolof</i>
<i>Telepathy</i>	SERGIO SILVA LEITAO	//	<i>la telepatia</i>
<i>Anti-David</i>	GIUSEPPE LO SCHIAVO	//	<i>a collaborare con i batteri</i>
<i>PornoAntiPorn</i>	MIHOVIL MARKULIN	//	<i>la convivialità</i>
<i>Wish</i>	FRANCESCA MIGONE	//	<i>a tessere</i>
<i>Hands</i>	ANA MROVLJE	//	<i>il perturbante</i>
<i>Untitled</i>	LORENZO MODICA	//	<i>la monotopia</i>
<i>Maschera-mezzo-busto</i>	LUDOVICO OROMBELLI	//	<i>la tempera, lo strappo</i>
<i>Palleggio</i>	TOMMASO PAGANI	//	<i>a palleggiare</i>
<i>Legs</i>	ADELISA SELIMBASIC	//	<i>a copiare ad olio</i>
<i>D'Io Can</i>	NICOLO' MASIERO SGRINZATTO	//	<i>a saldare</i>
<i>Patagonia</i>	FRANCESCO STELITANO	//	<i>a leggere una pubblicità</i>
<i>Heart (broken)</i>	MATTIA SUGAMIELE	//	<i>a fare un cuscino</i>
<i>Club</i>	GIULIO VERAGO	//	<i>a giocare a burraco</i>
<i>Untitled</i>	VINCENZO ZANCANA	//	<i>a stampare</i>







**ANALISI DEL VIDEO**

Il video pubblicitario *We're All Screwed*, 2021, ha raggiunto 1.382.715 visualizzazioni.

**1 Due enormi cimiteri che fumano**  
 (ripresa frontale statica)  
 Scritta in sovrapposizione:  
 WE'RE ALL SCREWED.  
 SO DON'T TELL US  
 WE CAN STILL IMAGINE A HEALTHY FUTURE.

**2 Una foresta in fiamme**  
 (ripresa frontale statica)  
 \*  
 IT'S TOO LATE  
 TO FIX THE CLIMATE CRISIS.  
 AND WE DON'T TRUST ANYONE WHO SAYS OTHERWISE.

**3 Parte di un ghiacciaio che crolla**  
 (ripresa frontale statica)  
 \*  
 WE NEED TO DEMAND A LIVABLE FUTURE  
 BECAUSE WE DON'T HAVE A CHOICE.

**4 Nero**  
 \*  
 LET'S RUN THAT BACK  
 (Le stesse immagini in reverse)

10 Veloce r...

12 Due che si arr...











La pubblicità mette in chiara luce contraddizioni e caratteristiche proprie  
del capitalismo, ovvero la sua capacità di inglobare tutto.  
Nella fattispecie, le istanze mosse dall'emergenza dell'antropocene sono qui usate  
e messe a regime dal sistema che le ha generate.  
L'espedito retorico è semplice ed efficace:  
un'affermazione che, letta in reverse cambia di significato.  
D'altronde, se la significazione cambia, il significante rimane immutato,  
sia nelle immagini che nel testo.  
Un calzino al rovescio, ma pur sempre un calzino.  
«È più facile immaginare la fine del mondo che la fine del capitalismo».  
Ovvero, il capitalismo che capitalizza la fine del mondo. Evidentemente,  
Patagonia non fa differenza. Per uscire dall'impasse non basta  
«buy less, demand more».  
Quale altro sistema, quale altre forme di vita possiamo  
immaginare, progettare e costruire?



ANTHROPOCENE



