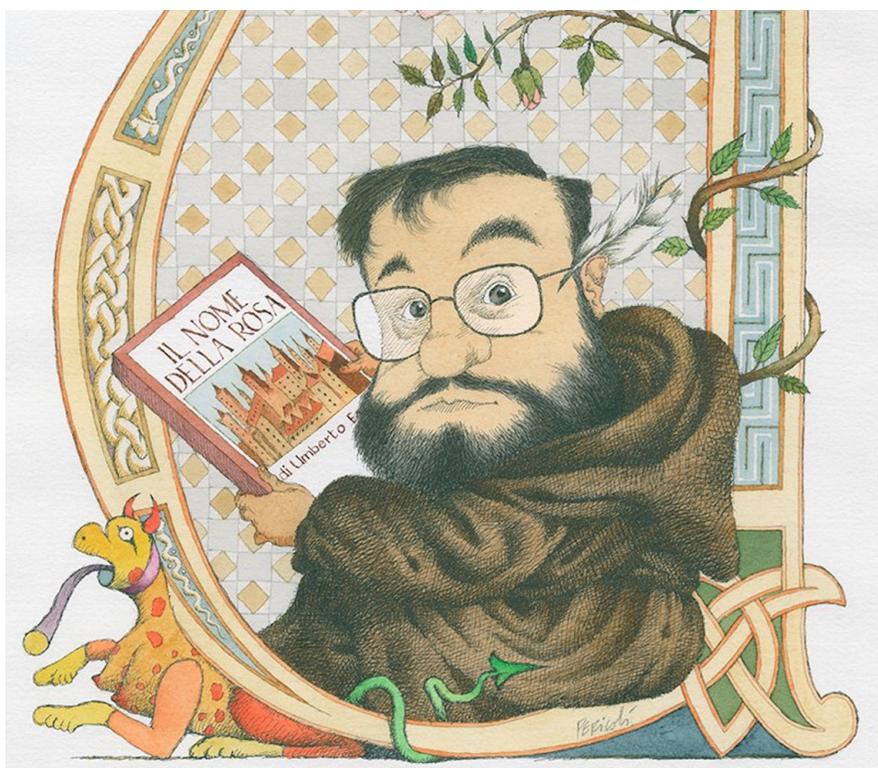


Carte Semiotiche 2025/1

## Tra visibile e leggibile: dal fumetto alla graphic novel



la casa  
USHER

# Carte Semiotiche

Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine  
Annali 12 - 2025/1

Tra visibile e leggibile:  
dal fumetto alla graphic novel

A cura di  
Isabella Pezzini e Patrizia Violi

SCRITTI DI

BARBIERI, BUSI RIZZI, CORRAIN,  
GARBELLI, GRECO, MONTANI, PELLITTERI, PIZZATI,  
RONZONI, ROSSI, TERRACCIANO, VIRGOLIN

la casa  
USHER

Carte Semiotiche  
Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine  
Fondata da Omar Calabrese  
Serie Annali 12 - 2025/1

*Direttore responsabile*  
Lucia Corrain

*Redazione*  
Manuel Brouillon Lozano  
Massimiliano Coviello  
Stefano Jacoviello  
Valentina Manchia  
Francesca Polacci  
Miriam Rejas Del Pino (Segretaria di redazione)  
Giacomo Tagliani  
Mirco Vannoni (Segretario di redazione)  
Francesco Zucconi

CROSS - Centro interuniversitario di Ricerca "Omar Calabrese"  
in Semiotica e Teoria dell'Immagine  
(*Alma Mater Studiorum* – Università di Bologna, Campus di Ravenna,  
Università di Siena, Università Iuav di Venezia)  
SEDE Università degli Studi di Siena  
Via Roma, 56  
53100 Siena

*Copertina*  
Tullio Pericoli, *Umberto Eco*, 1980, acquerello e china su carta.  
Per gentile concessione dell'autore

ISSN: 2281-0757  
ISBN: 978-88-98811-99-1

© 2025 by VoLo publisher srl  
via Ricasoli 32  
50122 Firenze  
Tel. +39/055/2302873  
info@volopublisher.com  
www.lacasausher.it

Carte Semiotiche  
Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine  
Fondata da Omar Calabrese

*Comitato scientifico*

Maria Cristina Addis	Università di Siena
Luca Acquarelli	Université de Lyon
Emmanuel Alloa	Universität St. Gallen
Denis Bertrand	Université Paris 8
Maurizio Bettini	Università di Siena
Giovanni Careri	EHESS-CEHTA Paris
Francesco Casetti	Yale University
Lucia Corrain	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Georges Didi-Huberman	EHESS-CEHTA Paris
Umberto Eco †	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Ruggero Eugeni	Università Cattolica di Milano
Paolo Fabbri †	Università LUISS di Roma
Peter Louis Galison	Harvard University
Stefano Jacoviello	Università di Siena
Tarcisio Lancioni	Università di Siena
Eric Landowski	CNRS - Sciences Po Paris
Massimo Leone	Università di Torino
Anna Maria Lorusso	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Jorge Lozano †	Universidad Complutense de Madrid
Gianfranco Marrone	Università di Palermo
Francesco Marsciani	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Angela Mengoni	Università Iuav di Venezia
W.J.T. Mitchell	University of Chicago
Pietro Montani	Università Roma Sapienza
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira	PUC - Universidade de São Paulo
Isabella Pezzini	Università Roma Sapienza
Andrea Pinotti	Università Statale di Milano
Wolfram Pichler	Universität Wien
Bertrand Prévoist	Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
François Rastier	CNRS Paris
Carlo Severi	EHESS Paris
Antonio Somaini	Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3
Victor Stoichita	Université de Fribourg
Felix Thürlemann	Universität Konstanz
Luca Venzi	Università di Siena
Patrizia Violi	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Ugo Volli	Università di Torino
Santos Zunzunegui	Universidad del País Vasco - Bilbao

# Sommario

## Tra visibile e leggibile: dal fumetto alla graphic novel

a cura di  
Isabella Pezzini e Patrizia Violi

---

Introduzione <i>Isabella Pezzini e Patrizia Violi</i>	7
Eco, il “Fondo Gregotti”, Alex Raymond e la semiotica del fumetto <i>Daniele Barbieri</i>	13
Il “lettore modello” delle scritture sincretiche <i>Pietro Montani</i>	22
Note sull’immaginazione sonora nel fumetto <i>Marco Pellitteri</i>	32
Sul palcoscenico di una graphic novel: Otto Gabos a confronto con <i>La tentazione dell’abisso</i> di Francisco Goya <i>Lucia Corrain</i>	61
Sin City e l’estetica sincretica: una grammatica dell’inquadratura del fumetto di Frank Miller tra produzione, consumo e interpretazione <i>Silvestro Pizzati</i>	82
As time goes by: fumetto e ricezione nostalgici <i>Giorgio Busi Rizzi</i>	99
Tradurre passioni: l’estetica social(e) in manga, manhwa e webtoon <i>Bianca Terracciano</i>	118
Manga e webtoon: il futuro del fumetto è sempre più digital? <i>Margherita Ronzoni</i>	137

---

<i>One Piece!</i> Toward a figural semiopraxis of freedom <i>Francesco Garbelli</i>	151
Khaliji Off-panels: Rethinking Cultural Identity and Gender Narratives in Arabian Gulf Comics <i>Cristina Greco</i>	182

### Effetti collaterali

---

Dietro le quinte di <i>Tintin in Tibet</i> , il libro dove si incontrano vita e opera di Hergé <i>Sergio Rossi</i>	211
Semiotica ad alta quota. Il metodo Floch all'opera in <i>Tintin in Tibet</i> <i>Luigi Virgolin</i>	218

### Dialogo

---

Chi di fumetto ferisce di fumetto perisce: <i>Il Nome della Rosa</i> in graphic novel <i>Igort e Milo Manara in dialogo con Daniele Barbieri</i>	228
Biografie delle autrici e degli autori	240

# Tradurre passioni: l'estetica social(e) in manga, manhwa e webtoon

Bianca Terracciano

---

## Abstract

South Korea and Japan are currently among the leading producers of media content consumed by those who, in the Western world, feel like outsiders within their own culture. While the cultural consumption associated with these countries is globally framed in terms of inclusivity and mutual support, the narratives themselves often depict the dynamics of “shame-based cultures” where prevailing semantic oppositions include: obligation vs freedom; tradition vs modernity; Confucian values vs individualism; harmony vs conflict; sacrifice vs self-interest; joy vs sadness; success vs failure. Within this framework, the “we” dominates by blaming the “them,” in texts where shame is simultaneously a passion and a cultural imperative.

To analyze this transversal phenomenon, a selection of transformation narratives has been examined through the lens of social aesthetics, where mythical systems and concomitant, intertextual, and paradigmatic transformation algorithms are brought into discourse. This allows for the articulation of a doctrine of sensibility and its forms within a corpus composed of Japanese manga and Korean *manhwa* and *webtoon*. Across these narratives – often subject to intersemiotic translation – the essay investigates modes of representing a pedagogy of beauty as harmony and ceremonial order, interpreted metadiscursively as a semiotics of social shame, semantically structured between inclusion and exclusion.

*Keywords:* semiotics of passions, social shame, manga, manhwa, webtoon.

## 1. Introduzione

Corea del Sud e Giappone sono le nazioni che attualmente producono i contenuti medialti fruiti da chi, nel mondo occidentale, si sente outsider nella sua cultura di appartenenza. Per quanto i testi medialti sudcoreani e giapponesi siano correlati globalmente a imperativi di inclusività e mutuo supporto, in alcune delle narrazioni più note si mostrano le vicende di “civiltà di vergogna” (Pezzini 2008), le cui categorie semantiche preponderanti sono: obbligo vs libertà; tradizione vs modernità; valori confuciani vs individualismo; armonia vs conflitto; sacrificio vs interesse personale; gioia vs tristezza; successo vs fallimento. Corea e Giappone non sono così accoglienti come vengono percepite oltreoceano per via di stringenti

norme sociali di sovente raccontate come soffocanti. Il mal di vivere espresso negli universi fenzionali traccia la contrapposizione tra un noi e un loro, un io vs il resto del mondo, poiché si tratta di testi dove la vergogna è al contempo passione e segno di un *dover essere* in una cultura. Per analizzare le narrativizzazioni dei codici delle civiltà di vergogna sudcoreana e giapponese ho scelto alcune storie di metamorfosi nell'ottica di un'*estetica sociale* declinata in chiave semiotica. L'estetica sociale, secondo la concettualizzazione di Georg Simmel (1896), riguarda una serie di "qualità sensibili dei fenomeni sociali e le forme da cui essi sono configurati", le quali diventano sostanza delle relazioni stabilite all'interno della società (Carnevali, Pinotti 2020a). La prospettiva simmeliana è interessante anche in termini di una semiotica del *dover essere* in una cultura poiché propone "un'indagine sulle apparenze quotidiane e sul modo in cui sono plasmate da stili e forme socio-culturali." Tra le teorie di riferimento di Simmel c'è la concezione trascendentale della sensibilità, per cui l'estetica influenza le dinamiche sociali posizionandosi come loro "condizione di possibilità", sfocando i limiti con norme, pratiche e usi.

In altre parole, il sensibile genera gli effetti di senso della socialità stessa: ogni relazione, ogni riconoscimento reciproco, ogni classificazione dell'alterità sono mediate da percezioni estetiche, da ciò che appare alla vista, all'olfatto, al tatto. Lo spazio estetico è ciò che consente il riconoscimento, l'interazione, il giudizio e la classificazione degli altri, conferendo forma all'intersoggettività attraverso "l'incessante attività estimativa" (Carnevali, Pinotti *ibidem*).

*Habitus* (interiorità soggettiva) e *habitat* (mondo sociale), si co-costruiscono in un gioco di *Wechselwirkung*, una dinamica di reciproca influenza che struttura le forme di vita da un lato, e, da un altro, ne escono modellati. I sensi, in questa cornice, sono strumenti cognitivi e comunicativi, ma anche veicoli patemici che modellano l'identità e generano le atmosfere in cui si danno le relazioni sociali.

Nei testi mediali che compongono il corpus della mia ricerca vengono raccontati i meccanismi di interazione tra soggettività e società nel loro incontro-scontro con le configurazioni dell'estetica sociale riferita all'immagine individuale e pubblica, tra cui i modi di rappresentazione di una didattica del bello come armonia e norma codificata, costruita tra sottomissione e sovranità.

Nell'estetica sociale di Corea del Sud e Giappone si mettono in discorso sistemi mitici e algoritmi di trasformazioni concomitanti, intertestuali e paradigmatiche, al fine di delineare una dottrina della sensibilità e delle sue forme. Il corpus comprende manga giapponesi, *manhwa* e *webtoon* sudcoreani, dove i primi sono fumetti cartacei, in bianco e nero, i secondi stampati su carta oppure disponibili online, perlopiù a colori, e, infine, i terzi accessibili unicamente in digitale. Pellitteri (2021) chiarisce che il termine "manga" deriva dalla combinazione delle sillabe "man" e "ga", che indicano un "disegno spontaneo, creato per divertimento". Un esempio celebre di questa concezione è rappresentato dai manga realizzati nel 1814 da Katsushika Hokusai, noto anche per *La grande onda*. Anche il *manhwa* affonda le sue radici nell'arte classica, come dimostrano le incisioni del X secolo utilizzate per diffondere i precetti buddhisti tra la popolazione. Lo dimostra il *Bomyeongshibudo* in cui una mucca narra una parabola buddhista. L'opera consta in una pagina suddivisa in riquadri e ogni immagine, posta sopra il testo, ne visualizza il contenuto. Si intravedono già qui le caratteristiche dell'arte sequenziale tipica del fumetto. Manga, *manhwa* e *webtoon* spaziano dal thriller alla fantascienza, e sono suddivisi per fasce d'età

e genere, rivolti a bambine e bambini, ragazze e ragazzi, donne e uomini. Il nostro corpus include opere per donne, ragazze e ragazzi, e, nel dettaglio, annovera, in ordine cronologico, i manga:

- *Paradise Kiss* di Ai Yazawa (*Zipper*, 1999-2003): Yukari, studentessa modello dalla vita monotona, incontra un eccentrico gruppo di giovani stilisti che cambiano la sua visione della moda, dell'amore e di sé stessa, avviandola verso un percorso di crescita personale.
- *Beauty Pop* di Kiyoko Arai (*Ciao*, 2003-2008): Kiri Koshiba, ragazza apparentemente disinteressata alla bellezza e con eccezionali abilità nel taglio dei capelli, sfida un trio di ragazzi popolari della sua scuola che aiutano gli studenti a migliorare il loro aspetto, dando vita a divertenti competizioni e nuove amicizie.

I webtoon:

- *Lookism* di Taejun Pak (*Naver Webtoon*, 2014-2022): Daniel, studente emarginato a causa del suo aspetto, si risveglia improvvisamente nel corpo di un ragazzo affascinante, sperimentando così la dura realtà della discriminazione basata sull'aspetto fisico e riflettendo profondamente su identità, bullismo e società.
- *True Beauty* di Yaongyi (*Naver Webtoon*, 2018-2023): Jugyeong, adolescente insicura del proprio aspetto, utilizza il trucco per trasformarsi in una popolare "dea" della bellezza, affrontando contemporaneamente le difficoltà dell'autostima, l'amore adolescenziale e la scoperta di sé stessa.
- *The Makeup Remover* di Lee Yoon (*Naver Webtoon*, 2020): Yeseul, studentessa universitaria inesperta di trucco e bellezza, partecipa casualmente a una competizione di make-up per aiutare Yuseong, un giovane truccatore emergente, a vincere una scommessa professionale. Questa esperienza la porta a confrontarsi con stereotipi estetici e a riscoprire il valore autentico della propria immagine e identità.

Il *manhwa*:

- *Shadow Beauty* di Ahum (*Manta*, 2017): Ae-jin, adolescente introversa e bullizzata, crea Genie, un'identità virtuale perfetta sui social media, con 770k followers, ottenendo popolarità e attenzioni che nella vita reale le sfuggono, ma presto il confine tra realtà e finzione diventa difficile da gestire.

Dall'analisi di queste opere emergono alcuni tratti comuni: la centralità della bellezza e dell'apparenza fisica come criterio di giudizio sociale; il tema dell'identità e dell'autostima, con le persone protagoniste impegnate in percorsi di scoperta personale; la tensione tra realtà e apparenza, spesso vissuta come conflitto tra autenticità e immagine; la critica agli standard estetici imposti dalla società, che si manifestano come fonte di isolamento e pressione psicologica; infine, il processo

di crescita interiore che porta i personaggi a riconoscere il proprio valore al di là dell'aspetto esteriore.

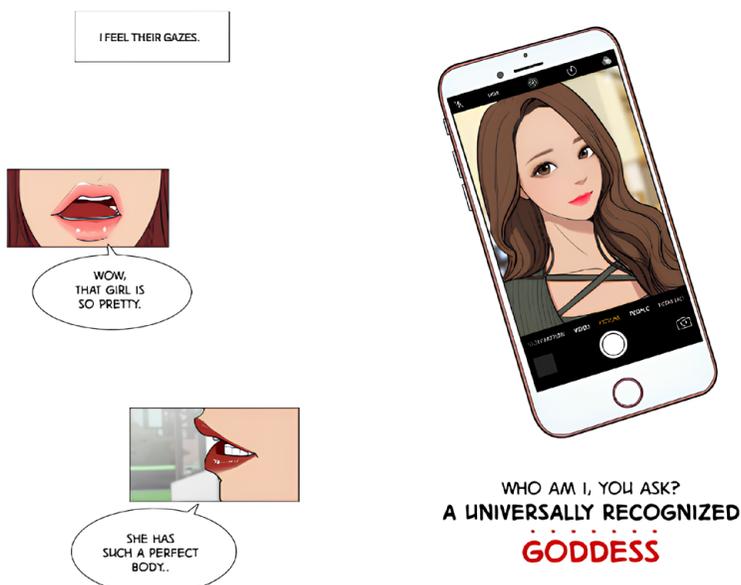
Queste narrazioni sono spesso oggetto di traduzione intersemiotica, in quanto adattate in *anime*, *aeni* (serie animate rispettivamente giapponesi e sudcoreane) o serie televisive “live action”, con attrici e attori in carne e ossa. Esempio è il caso di *True Beauty*, passato dal *manhwa* al *k-drama* omonimo (tvN, Viki, 2020-2021) e successivamente alla versione aeni disponibile su Crunchyroll (2024). Altri adattamenti noti sono l'*anime* di *Paradise Kiss* (Fuji TV, 2005) e il relativo film live-action (2011), il *k-drama* *Shadow Beauty* (Kakao TV, Viki, 2021) e l'aeni *Lookism* (Netflix, 2022).

Dal punto di vista dei generi narrativi, le opere del corpus si collocano tra la commedia romantica, combinando toni leggeri, relazioni sentimentali e situazioni ironiche o imbarazzanti, e lo *slice of life*, spaccato di vita, esplorando problematiche quotidiane attraverso uno stile realistico. Si configurano inoltre come veri e propri romanzi di formazione, raccontando il percorso di crescita e consapevolezza dei protagonisti. L'incontro di questi universi di senso conduce infine a una riflessione più ampia sulle qualità sensibili nell'estetica sociale sudcoreana e giapponese. Lo sguardo semiotico qui ci aiuta a catalogare manga, *manhwa* e *webtoon* non solo come prodotti culturali, ma come dispositivi di soggettivazione, attraverso cui si costituisce un'identità pubblica negoziata e vulnerabile, esposta allo sguardo e al giudizio, costantemente ridefinita da configurazioni sensibili e narrative che plasmano il possibile e il desiderabile.

## 2. Le norme delle civiltà di vergogna tra disgusto e sacrificio

Il rifiuto espresso da giapponesi e sudcoreani per corpi e volti non canonici rimanda al disgusto del borghese verso il sentore di sudore degli operai analizzato da Simmel, il quale problematizza la dimensione “sensorial-materiale” dell'estetica sociale. La non canonicità è una forma di ribellione all'ordine sociale, allo status quo tradizionale e, almeno in parte, patriarcale. Le relazioni sociali sono compromesse da “impressioni sensibili”, o, meglio ancora, da bias estetici (Carnevali, Pinotti 2020b). Lo stesso Simmel, in *Sociologia dello spazio* (1903) attribuisce l'“estetica sociale trascendentale” all'apriori spaziale poiché capace di influenzare l'intersoggettività, dando dunque, in termini semiotici, un ruolo principale alla spazializzazione nelle narrazioni e alle configurazioni discorsive situate. Gli spazi raccontati nei fumetti oggetto di analisi sono ad alta concentrazione di pregiudizi per via delle impressioni sensibili condizionate da bias estetici e rigide norme comportamentali: scuola, università, sistema della Moda. I rapporti sociali che si stabiliscono a scuola o nei luoghi di lavoro in primis si strutturano sulla persona pubblica e, in seconda battuta, sull'*immagine sensibile* (*sinnliches Bild*), la quale condiziona l'alterità e determina i significati attribuiti al mondo in forma di *Färbung – colorazione –*, in un processo sinestesico che influisce su *temperatura* (*Temperatur*) e *accento* (*Betonung*) delle relazioni sociali. Da qui derivano gusti e disgusti, antipatie e simpatie, fondamento dell'orientamento intersoggettivo da cui scaturisce “un'incessante attività estimativa, attraverso cui si configurano le relazioni di riconoscimento e di classificazione delle altre persone” (Carnevali, Pinotti 2020a).

Immagine individuale e pubblica sono la moneta di scambio di un'economia intersoggettiva del sensibile, dove i sensi – nel nostro caso la vista – sono strumenti di classificazione, ma anche luoghi di produzione di passioni.



Figg. 1-2. *True Beauty*.

Il volto, in particolare, assume la funzione di oggetto-soglia per eccellenza, un punto in cui convergono l'istanza individuale e la pressione sociale. È qui che si innestano passioni collettive come l'imbarazzo e la vergogna, segnali emotivi che rendono visibile la tensione tra un'identità autentica e il dover essere imposto dalla comunità.

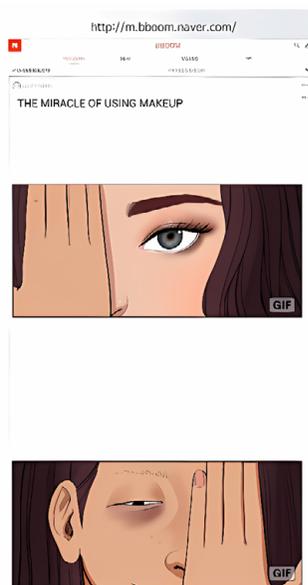
Nel contesto di *civiltà della vergogna* come Corea del Sud e Giappone le apparenze sensibili diventano marche di adesione a una morale condivisa. Il volto "non conforme", in quanto trasgressione del canone, della "linea di condotta significativa un ruolo", mette in crisi *l'ordine cerimoniale* (Goffman 1988), minacciando con l'imbarazzo della "perdita della faccia" (onore individuale e familiare). È una questione di obbedienza, di modalizzazione secondo i dover essere e fare.

Le strategie di trasformazione estetica — make-up, chirurgia, filtro fotografico, moda — mostrate nei fumetti del nostro corpus funzionano come algoritmi narrativi, veri e propri operatori semiotici di metamorfosi. La bellezza diventa un valore performativo, frutto di una competenza appresa e trasmessa attraverso codici visivi, tutorial, rituali quotidiani, che regolano l'approvazione sociale.

Nel tutorial di *True Beauty*, o nella sequenza di fotoritocco di *Shadow Beauty*, si impara a risolvere un problema – fase della competenza – perché si è ricevuta una manipolazione di tipo imperativo dalla Destinante estetica sociale. Make-up e app di fotoritocco diventano Aiutanti delle protagoniste, così come creator e influencer, le quali si congiungono con il loro oggetto di valore – adesione ai canoni – per poi essere sanzionate favorevolmente da commenti estatici sui social e nel quotidiano. Nei tutorial di bellezza ci si trucca in "presa diretta", generando

effetti di realtà e *débrayage* enunciazionali, attoriali (sguardo in camera) e spazio-temporali. In altri termini si simula una lezione di trucco faccia a faccia. Difatti, la corporeità di chi performa il trucco risulta fondamentale poiché i prodotti utilizzati modificano in maniera diretta l'aspetto e vengono mostrati con una strategia altamente realistica, a differenza di quanto avviene in uno spot televisivo. Osservare chi si trucca guardando direttamente in macchina, usando lo schermo come specchio, provoca una completa sovrapposizione tra enunciatore ed enunciataria, che, per una forma di contagio prossemico viene spinta a replicare i gesti acquisendo confidenza con cosmetici e make-up.

In *Shadow Beauty*, la vergogna del volto reale è dislocata sull'identità virtuale Genie: un'iconizzazione algoritmica della bellezza che funziona come scudo, maschera, filtro sociale. In questi testi, il "prima e dopo" estetico non è mai solo cambiamento visivo: è il passaggio da un'identità marginalizzata a una forma di vita legittimata dallo sguardo dell'altro. Riflettiamo anche sui titoli delle due opere: *beauty* – bellezza – è un tratto invariante, comune anche al manga *Beauty Pop*, ma nel *manhwa* si parla di ombre, mentre nel *webtoon* di verità. Come non pensare alle categorie della veridizione di Greimas (1987) rielaborate da Keane (1991) dove l'ombra rientra nell'alone semantico dei complementari *apparire* e *non essere*, il cui termine medio è appunto il segreto, che ricopre l'identità di Genie.



Figg. 3-4. *True Beauty*.

Il trucco di *True Beauty*, invece, “rende futile la scissione tra essere e apparire, tra menzogna e verità” (Magli 2013), perché realizza un *voler essere* che diviene visibile, esperibile come effetto di presenza. Il trucco rivela una bellezza nascosta, non la crea come il fotoritocco. *Dovere* e *voler essere* comportano un desiderio di ricevere senza timore gli sguardi dell'alterità, affinché si possa realizzare il

programma narrativo di base “congiungersi con la sicurezza di sé” per eliminare il disagio dalla propria esistenza.

La persona soggetto della vergogna, privata di potere comunicativo, viene espulsa dalla scena intersoggettiva, percepita come parte di un “loro” rispetto a un “noi” normativo, in termini semiotici un *débrayage*. Solo con l’*embrayage* partecipativo e identificante — il riconoscimento tramite il volto trasformato — la persona-soggetto può essere inglobata nella rete delle relazioni sociali del noi. In questo contesto, la vergogna non è solo una passione individuale, ma, come già accennato, un effetto di senso collettivo: è una forma di mediazione tra soggetto e comunità, tra desiderio di visibilità e necessità di nascondimento. Nelle opere analizzate, il volto assolve a una funzione assiologica: è al contempo segno di colpa e dignità, spazio dell’ostentazione, ma anche superficie da modellare per occultare il disonore. In contesti come quelli rappresentati nel nostro corpus il volto e il corpo sono dotati di una carica semiotica che li trasforma in vettori di potere o di colpa. Chi non corrisponde ai modelli estetici dominanti viene percepito come “sconveniente”, “fuori luogo” e perciò oggetto di ridicolo, vergogna, solitudine.

Vergogna e desiderio, bellezza e giudizio, si intrecciano in uno spazio semantico condiviso, dove la visibilità stessa diventa moneta di scambio. Le strategie per “recuperare la faccia” — trucco, filtri, postura, luce — diventano pratiche rituali attraverso cui si tenta di ristabilire l’ordine cerimoniale infranto.

La vergogna del non bello è strettamente connessa alle opposizioni valoriali centrali nell’assiologia confuciana che contraddistinguono specialmente la cultura sudcoreana dalle aspirazioni marcatamente individualiste – sacrificio/interesse personale, armonia/confitto, onore/disonore – radicate in una vera e propria forma di vita. Nel nostro corpus emerge un dialogo costante tra estetica e narrazione, regolato da una grammatica patemica e politica del visibile entro i margini di un’estetica sociale.

Ecco che il dover apparire in Corea del Sud e in Giappone trabocca di segni di bellezza, densi di corrispondenze e metafore, che definiscono il “rango” sul piano collettivo e affermano un voler essere sul versante individuale. Pezzini (1991; 2020b), a tale proposito, nota che c’è una morale ambigua nel volersi distinguersi perseguendo l’assomigliare a modelli imposti dall’oligarchia della Moda. Il *voler apparire* si traduce in una configurazione narrativa e discorsiva permanente, su cui si intersecano figure che si organizzano sul piano sintagmatico e paradigmatico. Lo stesso Greimas (1987: 58) postula che la scelta quotidiana di proporsi alla società in un certo modo impegna “l’intera intelligenza sintagmatica” nella costituzione di “un oggetto di valore” perché si immagina sempre lo sguardo dell’alterità, che ricorda l’esistenza di codici vestimentari, regole e giudizi classificatori. Le vessazioni esperite dalle persone che occupano i ruoli principali nelle narrazioni del corpus sono asimmetriche rispetto ad altri valori, come quelli epistemici di verità/ falsità o etici di bene/ male: non si può opporre il bello al brutto, piuttosto, i valori estetici sembrano affermarsi “come un sovrappiù di senso” rispetto a un piano di indifferenza o insignificanza, minacciato costantemente dall’inserimento della corporeità e della bellezza nella dimensione significativa della vita in termini di “consumo” (Pezzini 2020a: 72-73).

### 3. Il lookismo come forma sensibile del giudizio sociale

Il *lookismo* da cui prende il nome uno dei testi del nostro corpus viene comunemente inteso come discriminazione basata sull'aspetto fisico, non agisce unicamente sul piano dell'ideologia sociale, ma si struttura come un dispositivo estetico e morale che modella le dinamiche intersoggettive attraverso il sensibile. Più che un semplice pregiudizio visivo, si configura come una grammatica del riconoscimento, una tecnologia dello sguardo che attribuisce valore alle apparenze e ne fa il fondamento di giudizi etici, relazionali, persino epistemici. Apparire "adeguati" diventa così il presupposto per esistere socialmente, per entrare in relazione, per ricevere una qualsiasi forma di legittimazione, tanto che il termine *lookismo* in alcuni contributi divulgativi viene definito anche come *pregiudizio di bellezza* (Etcoff 1999). Sebbene l'idea che un aspetto fisicamente gradevole possa influenzare positivamente le opportunità professionali (ad esempio attraverso salari più elevati o possibilità di promozione) sia presente da tempo nella letteratura sull'attrattività fisica, l'espressione *lookismo* ha iniziato a diffondersi solo a partire dal 1978, quando viene utilizzata dal *Washington Post Magazine* come alternativa critica alla più neutra nozione di "estetica" (Ayto 1999). Il riconoscimento formale del termine come forma di discriminazione si è avuto nel 2000, con l'inclusione nelle principali opere lessicografiche come *l'Oxford English Dictionary* e *l'American Heritage Dictionary* (Ghodrati, Joorabchi, Muati 2015).

Il *lookismo* si configura come un dispositivo sociale ed economico di inclusione/esclusione, che determina accessi, opportunità e riconoscimenti. È un meccanismo pervasivo che struttura le relazioni intersoggettive attraverso parametri estetici implicitamente normativi. La bellezza – o la sua mancanza – si trasforma in capitale simbolico, in valore di scambio nei circuiti della socialità, del lavoro e della rappresentazione mediatica.

In questa costellazione simbolica, il *lookismo* non è più solo una distorsione del giudizio, ma una vera e propria forma culturale della normatività, radicata nel visibile e performata attraverso i corpi. I fumetti digitali contemporanei, in particolare i *webtoon* sudcoreani, ne fanno un campo di esplorazione narrativa e semiotica, mostrando come l'apparenza possa essere trasformata, negoziata o ribaltata – ma mai semplicemente ignorata. In tale prospettiva la narrativizzazione del *lookismo* ne consente una presentazione non soltanto come un problema etico, ma come imposizione di un imperativo estetico.

Nel corpus si propongono varie connotazioni di universalità estetica, definita da Eco (1964: 233) "una capacità di farsi termine di riferimento di comportamenti e sentimenti che appartengono anche a tutti noi". *Manga*, *manhwa* e *webtoon* dettagliano la costruzione identitaria delle civiltà di vergogna, sostanzialmente in quanto dispositivo semiotico di strutturazione delle dinamiche di genere, osteggiato dallo sguardo giudicante che legittima e delegittima.

Uno degli snodi concettuali più rilevanti nell'analisi del *lookismo* sudcoreano risiede nella convergenza tra l'eredità normativa del neoconfucianesimo e la razionalità neoliberale contemporanea. Come rileva Kim (2003), la lunga egemonia del pensiero confuciano, che ha pervaso le strutture politiche, sociali e familiari della Corea per oltre cinque secoli, ha storicamente relegato il corpo femminile a una dimensione puramente oggettuale, priva di soggettività. Le donne erano

concepite come “corpi senza soggetto”, il cui valore era strettamente connesso alla loro conformità a un ideale di *decorum* corporeo e morale.

Qui la vergogna si allinea al concetto espresso dal termine latino da cui deriva *verecundia* nell’accezione di “timore di fare cosa che possa venire rimproverata” (vocabolario Treccani).

Nel contesto post-industriale della Corea del Sud, questa matrice culturale tradizionale non viene abbandonata, bensì si ibrida con le logiche del capitalismo neoliberale, dando luogo a una forma inedita di estetica sociale. Il corpo femminile deve auto-ottimizzarsi secondo gli standard estetici dominanti — occhi grandi da cerbiatta, pelle diafana, viso con ovale a forma di “V” nella linea tra mento e mandibola e peso inferiore ai 50 kg — per comunicare efficienza e valore competitivo. In questo regime, la bellezza diviene un capitale simbolico, una risorsa da gestire e valorizzare nel mercato della visibilità sociale e professionale (Yoon 2022).

Il *lookismo* genera un paradosso epistemico e politico: ciò che appare come scelta individuale — il ricorso al trucco, alla chirurgia estetica o a pratiche disciplinari del corpo — è in realtà codificato come necessità sistemica per disciplinare non solo l’aspetto, ma il comportamento e l’identità stessa delle donne.

L’apparato simbolico che regola la rappresentazione e la gestione dei corpi femminili si fonda su una duplice tensione: da un lato, la continuità con un modello patriarcale fondato sul decoro e sulla conformità; dall’altro, la coazione alla prestazione estetica come dovere individuale mascherato da libertà. In questo orizzonte ideologico, il volto e il corpo della donna sudcoreana diventano il luogo di un conflitto semiotico: simultaneamente oggetti di consumo, veicoli di riconoscimento sociale e strumenti di auto-sorveglianza.

Tali pratiche vengono ingenerate sin dalla tenera età, come dimostra la taschina per il rossetto presente nelle divise scolastiche conferma che il corpo viene allenato sin dall’infanzia alla performatività estetica (Yoon 2022). Anche la confezione delle stesse divise è un ulteriore strumento di controllo del corpo femminile fin dall’adolescenza: gonne corte, camicette aderenti, assenza di collant. L’invariante scolastica nella spazializzazione del corpus dimostra la precocità della manifestazione dell’ideologia lookista nella Corea contemporanea. L’ambiente educativo non solo è permeato da standard estetici rigidamente normativi, ma funge da veicolo per la loro trasmissione precoce alle adolescenti (Lee 2021). Emblematico è il fenomeno del “ritocco post-esame”: interventi chirurgici programmati durante le vacanze scolastiche subito dopo il superamento del CSAT (College Scholastic Ability Test), spesso incentivati da promozioni specifiche delle cliniche estetiche (Yoon 2022).

In *Lookism* il fulcro della narrazione sta nella trasformazione miracolosa nel sonno del corpo di Daniel, che, come in un sogno, assume i tratti figurativi aderenti all’immagine canonica dell’estetica lookista: volto scolpito, pelle chiara, mascella definita, occhi magnetici vs occhi gonfi, pelle grigia, postura curva. Il contrasto visivo tra i due corpi è netto, lo si vede anche nell’alternanza degli incassamenti di *débrayage/embrayage* attoriali e temporali (i due ragazzi, giorno vs notte). Le vignette mostrano il cambiamento nel loro essere accostate, e il ritmo cambia anche a seconda della corporeità raccontata: ritmo accelerato nel corpo “bello”, più lento in quello “reale”. La maggiore velocità è dovuta all’ambiguità dell’adesione all’estetica sociale, che sembra funzionare sebbene causi un’alienazione del Soggetto, il quale viene oggettualizzato per la bellezza e non trattato come essere umano. La perfezione è una maschera sociale che non corrisponde al sé autentico, difatti le passioni dominanti in *Lookism* sono confusione e imbarazzo.



Fig. 5. Le due corporeità in *Lookism*.

#### 4. Dispositivi visivi e fruizione sensibile: il fumetto come spazio estetico-sociale

Nella configurazione discorsiva dei manga e dei webtoon, la costruzione della pagina e la disposizione delle vignette non rappresentano semplici scelte formali, bensì modellano l'esperienza percettiva di chi legge, incidendo direttamente sulla modalità di fruizione e sulle dinamiche affettive attivate nel racconto.

Lo stesso Eco (1964) propone un'analisi del fumetto per inquadrate di luoghi e personaggi, vale a dire per ogni vignetta presente sulla striscia. Nel nostro corpus la prima differenza tra *webtoon/manhwa* e manga è la modalità di fruizione: i primi sono fatti per essere fruiti su dispositivi mobili e quindi le vignette sono disposte secondo la verticalità, mentre i secondi, pensati per il cartaceo, presentano una disposizione orizzontale delle scene. Il risultato che *webtoon* e *manhwa* presentano una divisione più netta tra vignette, incorniciate da spazi bianchi, mentre nei manga spesso c'è una sovrapposizione degli eventi narrati, la cui importanza è proporzionale all'ampiezza dell'inquadratura-vignetta.



Fig. 6. Trasformazione di Yukari in Paradise Kiss.



Fig. 7. Kiri, protagonista di Beauty Pop, arriva in soccorso di una bambina.

Nel manga tradizionale, infatti, la pagina è organizzata frontalmente come un palcoscenico visivo: l'azione si svolge in inquadrature costruite per essere osservate come quadri teatrali, in linea con l'eredità del Kabuki che Pellitteri (1999) mette in relazione con la grammatica del manga contemporaneo. I codici gestuali del teatro giapponese – il *mie*, primo piano, posa drammatica e congelata che cattura l'apice emozionale, e il *roppō*, camminata rituale eroica – sono marche stilistiche intertestuali che sopravvivono nelle configurazioni iconiche del fumetto, visibili nei momenti di *pathos* in cui il volto del personaggio viene isolato, plastificato, accentuato da linee cinetiche e colori accelerati. La codifica gestuale non solo intensifica la scena, ma produce una sospensione narrativa, una sorta di “*punctum visivo*” che chiama in causa lo sguardo del lettore in una dimensione cinematografica. Nei manga gli spazi bianchi sono ridotti al minimo, perché le tavole devono essere dense, riempite negli interstizi. Tanto che, se la storia allenta il passo, si inseriscono vignette-embryanti che riportano al tempo della loro composizione, con tanto di esplicitazione del punto di vista autoriale. Gli spazi bianchi aumentano quando bisogna alimentare il *pathos*, dilatando la rappresentazione degli eventi. Il “vuoto” è un'espressione visiva del *ma*, concetto chiave dell'estetica giapponese che designa l'intervallo necessario tra le cose – assume valore ritmico, affettivo, prossemico. Il *ma* consente a chi legge di “respirare” nel racconto, di assorbire le tensioni, di abitare la durata emotiva della scena. È in questi interstizi che si manifesta una nuova modalità di costruzione patemica: il tempo non è più quello lineare dell'azione, diventa emotivo e discontinuo, segnato da pause, vuoti, silenzi che figurativizzano l'attesa, il turbamento, l'introspezione. La dilatazione dei momenti e l'aumento dello spazio bianco traduce sul piano visivo il procedimento di *enjambement* mirato a un prolungamento del senso in un tempo continuo e disforico. Pertanto, lo spazio bianco tra le vignette può figurativizzare uno scarto tra competenza ed esecuzione, tra l'essere e ciò che si dovrebbe essere secondo i codici dell'estetica sociale. Nei webtoon il “vuoto” si arricchisce con una rinnovata accezione: la struttura verticale frammenta lo spazio narrativo e lo riconfigura come un flusso stratificato, in cui lo spazio bianco tra ogni vignetta aumenta, appunto, per facilitare lo scrolling della lettura. La vergogna viene spazializzata come “vuoto”, dilatata o condensata nel verso della verticalità dello scrolling digitale, che nei webtoon si fa modo di fruizione, ma anche ritmo delle passioni esperite, in quanto simulacro dell'enunciazione enunciata dei social media, luogo dove al contempo si sconta e si trova riparo dall'imbarazzo di non essere conforme. Le emozioni non si limitano a essere rappresentate: vengono esperite nella durata dell'intervallo tra un frame e l'altro, nella verticalità introdotta a partire dal 2004 con l'introduzione dei webtoon sulla piattaforma Naver, pensato per lo scrolling su smartphone, che rompe con la logica del “palco” tipica del manga cartaceo e introduce una fruizione radicale, interiorizzata.

Nel quadro della media theory contemporanea, la nozione di *mediazione radicale* proposta da Richard Grusin (2015) assume un ruolo centrale perché genera e trasforma le esperienze, in modo simile a ciò che Bruno Latour (1995) chiama “traduzione”, come fa notare in *Radical Mediation* lo stesso sociologo americano. L'intento trasformativo della mediazione radicale coinvolge le qualità sensibili umane e non umane mettendole in relazione tra loro poiché tutto l'esistente funge da medium così come “la vita stessa è una forma di mediazione” (Grusin 2017: 236). Ne consegue che la condizione necessaria dell'apparire è una mediazione visiva, affettiva ed esperienziale e definisce la condizione incarnata dello *stare-nel-*

*mezzo*, dell'immersività dei testi fruiti. La fruizione radicale di un fumetto produce un'esperienza immersiva, quasi corporea, dove lo sguardo non è più esterno ma inglobato nella diegesi – e con esso, anche il giudizio estetico e morale, che si attiva in modo implicito, affettivo, preriflessivo. Nella logica della mediazione radicale l'affettività sta nella materialità dell'immediatezza incarnata (del presente) perché la vicinanza al corpo dei media – leggere e zoomare con le dita – fa sì che il nucleo della mediazione sia nell'immanenza: come Merleau-Ponty (1945) vede nell'ottico un'estensione dell'aptico, così la mediazione coinvolge tutti i sensi e riformula la percezione come relazione sensibile complessa. Derrida (1975) spiega che la *mimesis* non è rappresentazione per similarità, bensì relazione tra due produttori, anticipando una concezione *correlazionale* della mediazione poiché *intermediazione necessaria tra umani e non umani*.

È nell'articolazione stratifica del visibile che si realizza la forza semiotica del fumetto asiatico: un sistema di significazione composito in cui forma, contenuto e supporto concorrono a costruire l'identità sensibile del soggetto. In tal senso, il dispositivo narrativo diventa non solo rappresentazione, ma performance del sociale, una grammatica visuale che modella passioni, codici e forme di vita.

Ogni gesto estetico – il modo di sedersi, di vestirsi, di modificare una foto – è già atto sociale e performativo. Nelle tavole analizzate emerge una co-implicazione tra apparenza e appartenenza, figurativizzata nelle strategie discorsive riguardanti la tensione tra il sembrare e l'essere delle persone-soggetto la cui rappresentazione in piani ravvicinati dove spiccano dettagli non canonici e la loro correzione raffigura l'alternanza di colpa e redenzione.



Fig. 8. *The Make-up Remover*.

A questo punto è palese che il cambio di organizzazione delle vignette e di fruizione da cartaceo a digitale implica un aumento del grado di immersività poiché la pagina non è più uno spazio da guardare, ma un'esperienza da attraversare. La fruizione da dispositivo si fa sensoriale, e realizza una perfetta articolazione tra estetica sociale e costruzione del senso: spazi bianchi e primi piani assurgono a micro-atti relazionali, dove si stipula il contratto epistemico con il testo e con la cultura.

##### 5. *Figure della bellezza: dal volto singolare alla norma algoritmica*

Nel saggio *Il fuoco nel vaso*, Lotman (1998) colloca la bellezza in una zona liminale, sospesa tra il piano dell'espressione e quello del contenuto. La sua riflessione si concentra sul modo in cui questi due piani interagiscono, in armonia o in tensione, con le diverse configurazioni storiche ed estetiche, in un continuo confronto con il tema di libertà semiotica. La bellezza non è un'entità autonoma e fissa, ma un campo di forze in cui agiscono natura, soggettività creativa e dimensione religiosa. Come osserva lo stesso Lotman, la bellezza pur essendo di per sé intangibile, emerge come marca visibile e vincolo.

La visibilità è il fulcro dell'immaginario estetico contemporaneo, in cui la bellezza si articola lungo un asse che va dalla singolarità soggettiva alla computazione algoritmica, passando per modelli generalizzati e culturalmente codificati. A partire da questa prospettiva, è possibile distinguere tre grandi figure discorsive: la bellezza individuale, intesa come espressione di una forma di vita specifica e irripetibile; la bellezza universale, incarnata da icone globali come Barbie, un "angelo" che funge da standard simbolico e insieme da thesaurus di esperienze estetiche standardizzate e iperdefinite (Basso Fossali 2008: 111); e infine la bellezza algoritmica, esito della mediazione computazionale che tende a sintetizzare tratti facciali "ottimali" sulla base di dati biometrici e preferenze culturali condivise (Dondero 2022). La bellezza algoritmica tende a trasformare il viso in una mappa calcolabile di tratti desiderabili, riducendo la varietà delle fisionomie a una sintesi predittiva.

Dal punto di vista semiotico, la bellezza algoritmica si configura come una sintesi visiva codificata, costruita per approssimazione iterativa rispetto a un modello ideale. Essa si fonda sull'astrazione di tratti fisionomici ricorrenti resi rilevanti dai testi medial e riprodotti dalle app di editing e dai filtri social, che costruiscono una nuova retorica del volto, in cui la singolarità del soggetto è sacrificata a favore della riconoscibilità all'interno di una grammatica estetica condivisa. Il volto algoritmico non rappresenta più la persona, ma il suo simulacro ottimizzato, un segno che risponde a logiche di desiderabilità predittiva e anticipazione del gradimento sociale.

C'è un tipo di volto che si potrebbe considerare l'antesignano della bellezza algoritmica, cioè il *viso modello* individuato da Barthes (1967) nel *Sistema della Moda*, vale a dire il grado zero istituzionalizzato che funge da punto di riferimento dei canoni di bellezza. Si tratta di un volto normativo che nel nostro corpus coincide con le versioni ideali o digitali dei personaggi. Barthes aggiunge altri due tipi: il *viso stagionale*, influenzato dallo *Zeitgeist*, che si riconosce per caratteristiche topiche e figurative legate a tendenze culturali transitorie. È il volto che cambia con la moda: un nuovo stile di sopracciglia, una palette di colori dominante, una certa pettinatura. Troviamo la rappresentazione del volto

stagionale in *Paradise Kiss*, *The Make-up Remover*, dove il tutorial di trucco o l'outfit da comporre diventano pratiche semiotiche stagionali, riflessi di uno stile codificato e aggiornabile. Il *viso trasformato*, infine, si colloca come l'elemento più instabile della tipologia: viene dominato dall'evento, dalla moda come atto performativo. Qui la struttura cede il passo alla trasformazione, e il volto si fa segno dell'anno in corso, traccia mutevole che risponde all'urgenza di un'estetica situata. È questo il caso delle sequenze di makeover che si succedono nella narrazione, dove il trucco non è solo maschera, ma dispositivo attanziale che modifica lo statuto sociale del soggetto. La moda, in questo senso, "rettifica" il volto, modificandone comportamento, atteggiamento e competenza sociale.

Nel corpus si susseguono gli stessi termini rilevati da Barthes nei testi verbali sull'abbigliamento stagionale o sulle acconciature. Verbi come *allungare*, *aumentare*, *ispessire*, *assottigliare*, *diminuire*, *ridurre* si applicano sia all'abbigliamento che alle parti del volto. Barthes (1967: 115) auspicava la possibilità di correlare le varianti rintracciate nei discorsi di Moda alle dimensioni morfologiche, storiche e psicologiche del soggetto, per mostrare i rapporti fra il sistema semiologico e il mondo. Se consideriamo la *variante di volume*, il cui compito è quello di descrivere la funzione del significante di moda e contribuire all'inizio di un processo di connotazione e interpretazione della realtà, ci rendiamo conto che influisce sul rapporto corpo-abbigliamento e nella determinazione del volto "ideale": modificare la linea del naso, ridefinire le proporzioni degli occhi, "rimodellare" le labbra. In questo modo, l'intervento estetico non è solo una prassi cosmetica, ma un atto semiotico: ogni trasformazione morfologica diventa una variazione di senso, un'aggiunta alla narrazione di sé.

A livello più astratto, la categoria semantica fondamentale che attraverso queste trasformazioni è quella del voluminoso/minuto, un asse di valore che informa l'estetica della delicatezza, della leggerezza o, al contrario, dell'intensità. Nel linguaggio sincretico del nostro corpus la gestione del "volume" – dei capelli, degli occhi, delle guance – è una delle principali strategie per regolare l'affettività della scena, il posizionamento sociale del personaggio, la sua disponibilità alla visione o, al contrario, il desiderio di sottrarsi allo sguardo.

Le tre forme descritte da Barthes e Dondero non sono separate, ma si intrecciano nelle pratiche di rappresentazione dei *webtoon* e *manhwa* del nostro corpus, dove il volto viene modificato e perfezionato secondo uno standard estetico condiviso e interiorizzato

La trasformazione del volto, nella sua accezione estetica, passionale e semiotica, si distribuisce nel corpus secondo una logica seriale e differita: non è mai un evento isolato, ma una progressione narrativa che si sviluppa nell'arco di più episodi, caricandosi di attese affettive e tensioni discorsive. Ogni modifica — un nuovo trucco, una posa diversa, una scelta di stile — agisce come una micro-metamorfosi, innescando una continuità ideale tramite discontinuità, secondo una delle fondamentali leggi di montaggio del linguaggio fumettistico. Il senso nonostante i montaggi di frammenti, accelerazioni, sospensioni, ellissi visive, genera una forma narrativa coerente articolandosi attraverso l'impiego di ruoli tematici e stereotipi visivi: figure riconoscibili e mitizzate che fungono da snodi simbolici nella costruzione del senso. Il volto della protagonista insicura, dell'amica popolare o del "principe" idealizzato, non è mai solo un tratto illustrato, ma la condensazione di "una somma di finalità non sempre razionalizzabili" (Eco 1964: 219).



Fig. 9. Fotoritocco in *Shadow Beauty*.

In questi casi, si parla di “mitizzazione come simbolizzazione inconscia”, una forma di proiezione estetica e affettiva che consente a chi legge di partecipare ai desideri, timori e aspirazioni inscritti in quell’immagine. A livello semiotico, ciò avviene grazie a un *semisimbolismo*, ovvero un’organizzazione del senso che non si fonda su un solo termine (il tratto, il colore, il gesto), ma su una categoria dei piani dell’Espressione e del Contenuto: una bocca grande o un occhio lucido vengono rese parte di un “tipo” riconoscibile e codificato. È in questo modo che visi, corpi in manga, *manhwa* e *webtoon* diventano figure narrative e culturali, vere e proprie segnature emotive, forme affettive condivise.

#### 6. La vergogna del non bello: volto, giudizio e configurazione intersoggettiva

Ebbene, pur se in testi apparentemente “leggeri”, la vergogna si configura come un potente dispositivo semiotico, una passione sociale che organizza le relazioni intersoggettive attraverso precisi criteri estetici. Volti e corpi fuori norma sono sanzionati simbolicamente: vengono percepiti come sconvenienti, una deviazione da un “dover essere” estetico che coincide con l’appartenenza alla comunità. Con Marsciani (1991) possiamo affermare che la “faccia” spesso si configura come “campo di battaglia” e marca il confine tra l’attualizzazione della competenza e la realizzazione nella performance.

L’esperienza della vergogna si manifesta come l’effetto di senso di un meccanismo discorsivo complesso: segno visibile di una distanza tra la norma e il soggetto, innesca l’interiorizzazione della colpa. Come ricorda Turnaturi (1998), la vergogna è una passione morale, che attiva una forma di turbamento profondo,

un'interruzione della continuità comunicativa con l'alterità. La vergogna suggerisce l'inadeguatezza del soggetto a ricoprire un ruolo nel contratto simbolico che regola la circolazione dei valori: la sua "faccia" è insufficiente, inadeguata, motivo di squalifica sociale.

Tuttavia, non tutte le narrazioni aderiscono passivamente a questi dispositivi normativi. In alcuni casi, la non-trasformazione, il rifiuto del make-over o la disfunzionalità della metamorfosi introducono un momento di resistenza estetica: la bellezza non è più l'obiettivo da raggiungere, ma il campo di una tensione etica. Il soggetto può scegliere di *non apparire*, o di farlo secondo codici propri, dando vita a una soggettività divergente che non cerca più la piena identificazione, ma una forma di esposizione critica. Qui la direzione è verso una competenza che congiunge con un sapere del corpo e sul corpo, mediatrice di una più serena esperienza di sé atta a plasmare identità e apparenza (Demaria 2019: 320). Il problema, soprattutto nella generazione Z sta nella percezione degli sguardi sanzionatori dell'alterità, imponente ostacolo all'autoaffermazione che si traduce, oltre che nella vergogna, nella paura del bullismo, dell'umiliazione pubblica e del mancato congiungimento con l'oggetto di valore trasversale, vale a dire il gradimento social(e).

L'alterità viene figurativizzata come giudicante, efferata, limitata e dalle posizioni salde e cristallizzate. Per tale ragione il soggetto della vergogna si trova a "nascondere" non solo l'aspetto, ma anche consumi medialti quali fumetti, film, e musica preferita (confronta o vedi. i Linkin Park in fig. 10). Amiche e madri fungono da simulacro del sistema di attese dell'estetica sociale. In buona sostanza, trucco e parrucco, durante la metamorfosi, patemizzano il volto, però il cambiamento avviene *tout court*, arrivando a intaccare la forma di vita in sé.

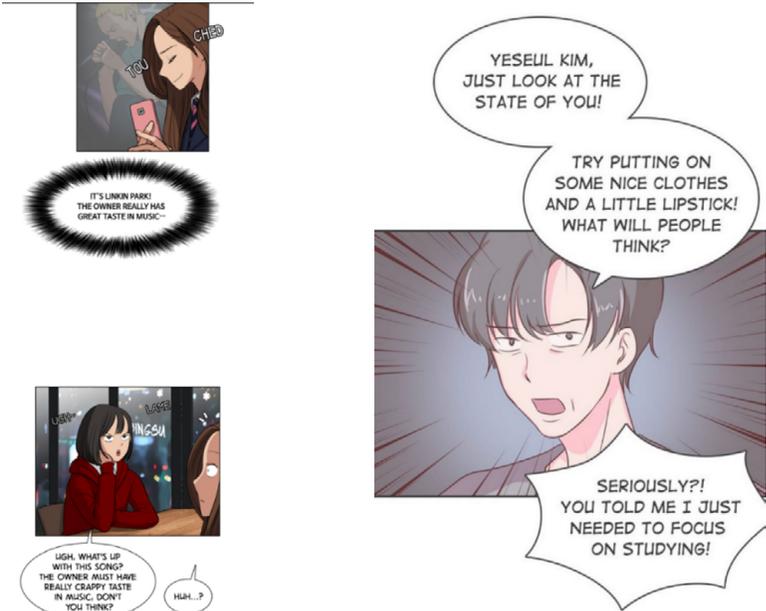


Fig. 10-11. *True Beauty: The Make-up Remover*.

L'imbarazzo di chi consuma contenuti ritenuti "inadatti" (musica, fumetti, trucco, estetiche deviate dal canone) non riguarda solo la sfera personale, ma rivela una dinamica più ampia in cui l'identità culturale è soggetta a processi di estetizzazione normativa. In questo quadro, le scelte di consumo non sono percepite come neutre o intime, ma come atti estetico-identitari pubblici, valutati e classificati secondo un'estetica dominante che funge da criterio di legittimazione sociale.

L'identità culturale, in altre parole, non è solo ciò che si è o si sente, ma ciò che si può legittimamente mostrare. Il gusto (musicale, visivo, narrativo) diventa una seconda pelle, una superficie visibile su cui si proietta il giudizio normativo dell'alterità. Questa performatività culturale dell'appartenenza si manifesta già nell'adolescenza, quando la pressione al conformismo non è solo sociale, ma anche estetica, filtrata attraverso i codici visivi, i simboli riconosciuti e l'autopresentazione digitale.

In tal senso, il "nascondere" certi consumi culturali è un gesto profondamente estetico: non solo un evitare il giudizio, ma un tentativo di rinegoziare la propria visibilità entro un regime di senso che distingue tra il legittimo e il ridicolo, tra il valido e il marginale. Così, l'identità culturale si configura come una superficie estetica valutabile, un dispositivo di inclusione o esclusione secondo codici appresi e interiorizzati.

Le estetiche della vergogna analizzate nel corpus mettono in crisi la narrazione di un'inclusività apparente, smascherandone la natura performativa e prescrittiva. Laddove si proclama libertà espressiva, ciò che si impone è invece un regime enunciazionale di visibilità condizionata, in cui il corpo – come supporto semantico e patemico – diviene l'interfaccia attraverso cui si contratta l'accesso alla legittimità sociale. La soggettività non può semplicemente essere, ma deve apparire conforme a un modello estetico standardizzato, reiterando atti di adesione che, nel tempo, costruiscono identità e disattivano il dissenso.

L'impossibilità di enunciare il sé fuori dal canone genera un'interruzione dell'embrayage partecipativo e identificante: non solo un silenzio, ma un non poter dire che sfocia in passioni disforiche – rabbia, vergogna, impotenza – e in condotte passivo-aggressive. In questa dinamica, l'inclusione si rivela come un atto performativo vincolante, un contratto implicito che, pur presentandosi come apertura, funge da clausola di esclusione.

Dal punto di vista semiotico è in gioco l'atto stesso del riconoscere, inscritto in una grammatica di atti illocutori estetici (truccarsi, modificare, filtrare) che istituiscono la validità di una persona. Riconoscere questa logica performativa – e dunque anche manipolabile – è il primo passo verso un'estetica del dissenso: una forma di visibilità divergente che, anziché reiterare il *dover essere*, ne sovverte le premesse.

Un'estetica in cui il dire e il mostrarsi non siano obblighi, ma atti liberi di soggettivazione: nell'epoca della rappresentabilità universale, il diritto apparire "IO" resta l'ultima forma di dissenso.

## Bibliografia

- 
- Ayto, John  
1999 *20th Century Words*, Oxford, Oxford University Press.
- Barthes, Roland  
1967 *Système de la mode*, Paris, Seuil; trad. it. *Sistema della moda*, Terracciano, Bianca (a cura di), Milano, Mimesis.
- Basso Fossali, Pierluigi  
2008 *Vissuti di significazione. Temi per una semiotica viva*, Pisa, ETS.
- Carnevali, Barbara, Pinotti, Andrea  
2020a “Introduzione. L'estetica sociale. Simmel ritrovato”, in Simmel, Georg, *Stile moderno. Saggi di estetica sociale*, Carnevali, Barbara, Pinotti, Andrea (a cura di), Torino, Einaudi, VII-XXXI.
- Carnevali, Barbara, Pinotti, Andrea  
2020b “Aisthesis e forma”, in Simmel, Georg, *Stile moderno. Saggi di estetica sociale*, Carnevali, Barbara, Pinotti, Andrea (a cura di), Torino, Einaudi, 39-49.
- Demaria, Cristina  
2019 *Teorie di genere*, Milano, Bompiani.
- Derrida, Jacques  
1975 “Economimesis”, in Derrida, Jacques, *Mimesis des articulations*, Paris, Flammarion.
- Dondero, Maria Giulia  
2022 *Models, Mannequins, Dolls and Beautified Faces: A Semiotic and Philosophical Approach to the Sense of Beauty*, “Topoi” 41, 4, 785-793.
- Eco, Umberto  
1964 “Il mito di Superman”, in Eco, Umberto, *Apocalittici e Integrati*, Milano, Bompiani.
- Etcoff, Nancy  
1999 *Survival of the Prettiest: The Science of Beauty*, New York, Doubleday.
- Ghodrati, Zahra, Joorabchi, TN, Muati, Abdul  
2015 *The Influence of Globalization on 'Lookism' in Workplace Environments of Different Cultures*, in “Global Media Journal”, 13, 24.
- Goffman, Erving  
1988 “Imbarazzo e organizzazione sociale”, in Goffman, Erving, *Il rituale dell'interazione*, Bologna, Il Mulino.
- Greimas, Algirdas Julien  
1987 *De l'imperfection*, Paris, Fanlac; trad. it. *Dell'imperfezione*, Palermo, Sellerio 2005.
- Grusin, Richard  
2015 *Radical Mediation*, in “Critical Inquiry”, 42 (1).
- Keane, Teresa  
1991 *Figurativité et perception*, in “Nouveaux Actes Sémiotique”, 17; trad. it. “Figuratività e percezione”, in Fabbri, Paolo, Marrone, Gianfranco (a cura di), *Semiotica in nuce. II. Teoria del discorso*, Roma, Meltemi 2002.
- Kim, Taeyon  
2003 *Neo-confucian body techniques: Women's Bodies in Korea's Consumers society*, “Body & Society”, <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1357034X030092005>
-

- Latour, Bruno  
 1995 *Non siamo mai stati moderni. Saggio di antropologia simmetrica*, Milano, Elèuthera.
- Lee, Byung Chul  
 2021 *The Social Elements of Lookism Resulting to Body Deformity*, "Asia-pacific Journal of Convergent Research Interchange", 7, 9, 167-177.
- Leone, Massimo  
 2023 *The Hybrid Face: Paradoxes of the Visage in the Digital Era*, London, Taylor & Francis.
- Lotman, Jurij Mihajlović  
 1998 "Il fuoco nel vaso", in Jurij Mihajlović Lotman, *Il girotondo delle muse. Saggi sulla semiotica delle arti e della rappresentazione*, Burini, Silvia (a cura di), Bergamo, Moretti & Vitali, 120-127.
- Magli, Patrizia  
 2013 *Pitturare il volto: il trucco, l'arte, la moda*, Venezia, Marsilio.
- Marsciani, Francesco  
 1991 "Uno sguardo semiotico sulla vergogna", in Pezzini, Isabella (a cura di), *Semiotica delle passioni*, Bologna, Esculapio.
- Merleau-Ponty, Maurice  
 1945 *Phénoménologie de la perception*, Paris, Gallimard; trad. it. *Fenomenologia della percezione*, Milano, Bompiani 1965.
- Pellitteri, Marco  
 1999 *Mazinga Nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake-generation*, Roma, Castelvecchi.
- 2021 *I manga. Introduzione al fumetto giapponese*, Roma, Carocci.
- Pezzini, Isabella  
 1991 *Il borghese uniforme: un percorso letterario*, in Butazzi, Grazietta, Mottola Molfino, Alessandra, *L'uniforme borghese*, Novara, De Agostini.
- 2008 *Passioni, segni e valori nei modelli della cultura*, in "E/C", [http://www.ec-aiss.it/pdf\\_contributi/pezzini\\_28\\_7\\_08.pdf](http://www.ec-aiss.it/pdf_contributi/pezzini_28_7_08.pdf)
- 2020a "Greimas e l'invenzione semiotica della moda", in Pezzini, Isabella, Terracciano, Bianca (a cura di), *La moda tra senso e cambiamento. Teorie, oggetti, spazi*, Milano, Meltemi.
- 2020b "Lo spazio in Au Bonheur des dames di Émile Zola", in Pezzini, Isabella, Terracciano, Bianca (a cura di), *La moda tra senso e cambiamento. Teorie, oggetti, spazi*, Milano, Meltemi.
- Simmel, Georg  
 1896 *Soziologische Aesthetik*, in "Die Zukunft", XVII, 5; trad. it. "Estetica sociologica", in Simmel, Georg, *Stile moderno. Saggi di estetica sociale*, Carnevali, Barbara, Pinotti, Andrea (a cura di), Torino, Einaudi 2020.
- 1903 *Soziologie des Raumes*, in "Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich", XXVII; trad. it. *Sociologia dello spazio*, in Simmel, Georg, *Stile moderno. Saggi di estetica sociale*, Carnevali, Barbara, Pinotti, Andrea (a cura di), Torino, Einaudi 2020.
- Turnaturi, Gabriella  
 1998 *Vergogna: Metamorfosi di un'emozione*, Milano, Feltrinelli.
- Yoon, Katie  
 2022 *Beneath the Surface: The Struggles of Dismantling Lookism in Looks-Obsessed South Korea*, "Embodied: The Stanford Undergraduate Journal of Feminist, Gender, and Sexuality Studies", 1, 1.

## Biografia dell'autrice

**Bianca Terracciano** è ricercatrice Tenure Track presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna *Scienze semiotiche dei testi e dei linguaggi*, *Semiotica dei media* e *Lingua, linguaggio e genere*.

Le sue ricerche si concentrano sulla semiotica della cultura e della moda, i social media, la propaganda complottista, l'Hallyu coreana e le arti marziali.

È autrice di tre monografie, coautrice di un volume, curatrice di sette volumi collettanei e ha all'attivo oltre cento pubblicazioni, tra saggi, articoli accademici e contributi su riviste internazionali e culturali.

la casa  
USHER

I libri di Omar

# I libri di Omar

## Serie rossa



Lucia Corrain  
*Una infinita memoria*  
pp. 150; euro 32,00



Omar Calabrese  
*L'età neobarocca*  
pp. 202; euro 25,00



Lucia Corrain  
*Il velo dell'arte*  
II edizione; pp. 314; euro 30,00



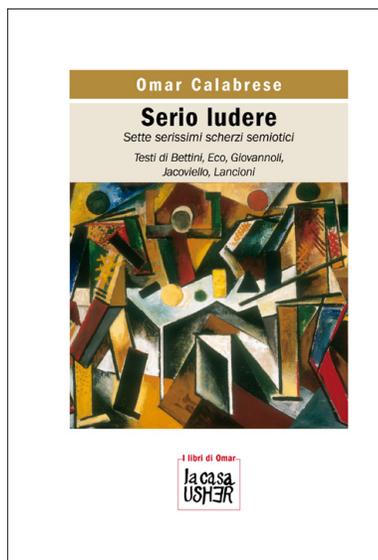
Marvin Carlson  
*Luoghi per lo spettacolo*  
pp. 224; euro 28,00

# I libri di Omar

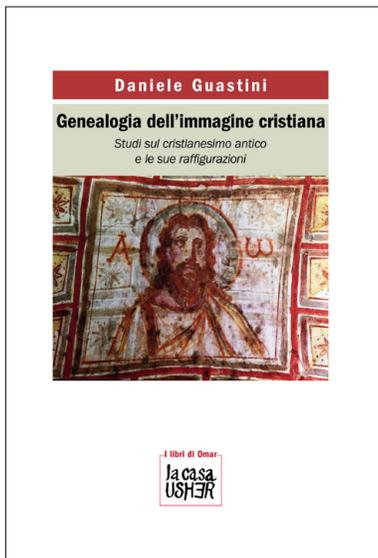
## Serie rossa



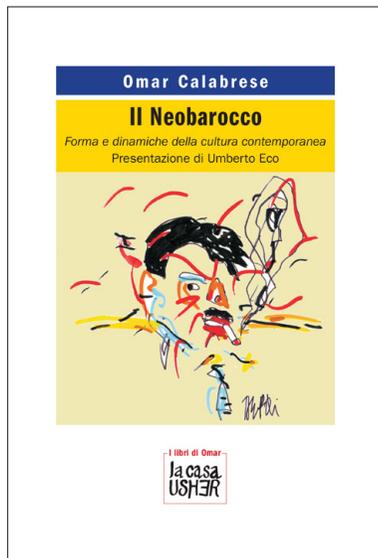
Victor I. Stoichita  
*L'immagine dell'altro*  
pp. 240; euro 29,00



Omar Calabrese  
*Serio Ludere*  
pp. 272; euro 27,00



Daniele Guastini  
*Genealogia dell'immagine cristiana*  
pp. 400; euro 25,00



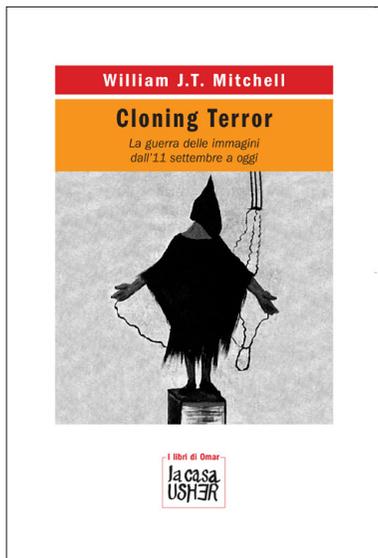
Omar Calabrese  
*Il Neobarocco*  
pp. 464; euro 29,00

# I libri di Omar

## Serie rossa



Tarcisio Lancioni  
*Il senso e la forma*  
pp. 336; euro 19,50



William. J.T. Mitchell  
*Cloning Terror*  
pp. 248; euro 22,00



Louis Marin  
*Opacità della pittura*  
pp. 352; euro 30,00



Omar Calabrese  
*La macchina della pittura*  
pp. 352; euro 30,00

# I libri di Omar

## Serie blu



Andrea Rauch  
*Il racconto della grafica*  
III edizione; pp. 416; euro 48,00



Francesca Della Monica  
*A voce spiegata*  
II edizione; pp. 148; euro 30,00



Andrea Rauch  
*Uno, cento, mille Pinocchi...*  
pp. 320; euro 45,00



Andrea Rauch  
*Libri con figure*  
pp. 272; euro 39,00

# I libri di Omar

## Serie blu



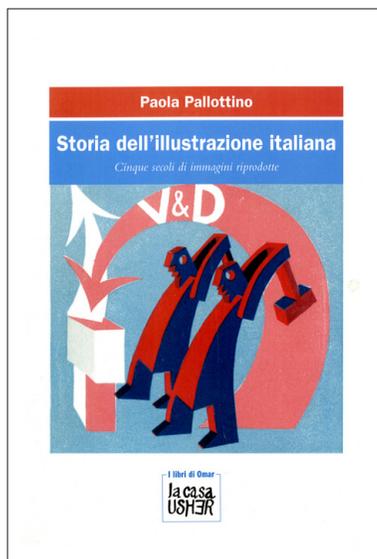
Andrea Rauch  
*Il racconto dell'illustrazione*  
pp. 304; euro 38,00



Carlo Titomanlio  
*Sul palco*  
pp. 376; euro 25,00



Maurizio Boldrini  
*Dalla carta alla rete andata e ritorno*  
pp. 344; euro 22,00



Paola Pallottino  
*La storia dell'illustrazione italiana*  
III edizione; pp. 520; euro 40,00

# Oggi, del teatro



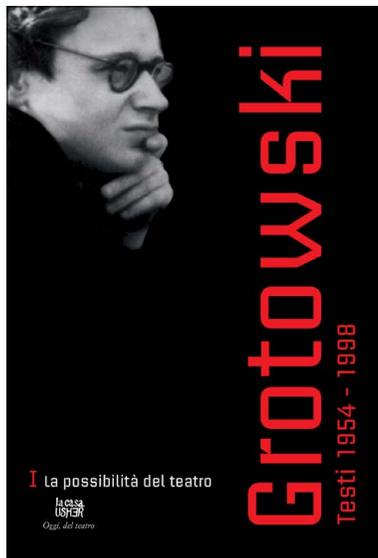
Louis Jouvét  
*Lezioni su Molière*  
pp. 282; euro 29,50



Ferdinando Taviani  
*Uomini di scena uomini di libro*  
pp. 232; euro 28,00

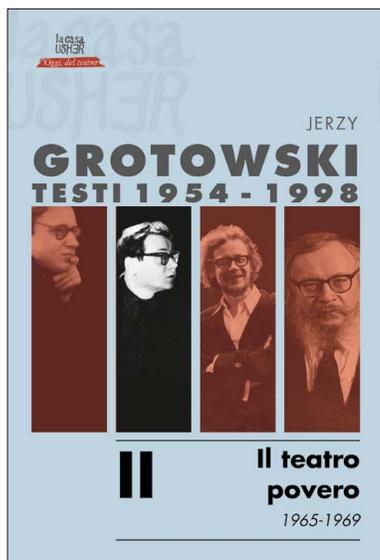


Giuliano Scabia  
*Scala e sentiero verso il Paradiso*  
pp. 280; euro 25,00

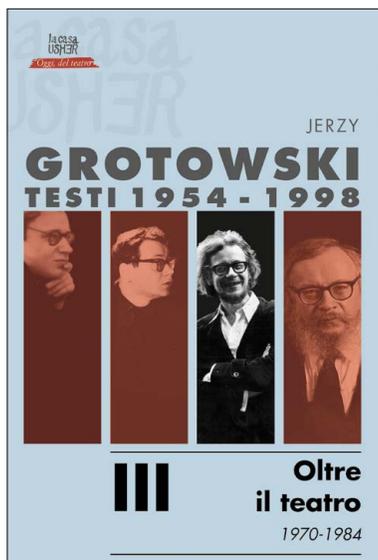


Jerzy Grotowski  
*Testi 1954-1998 vol.I*  
pp. 264; euro 20,00

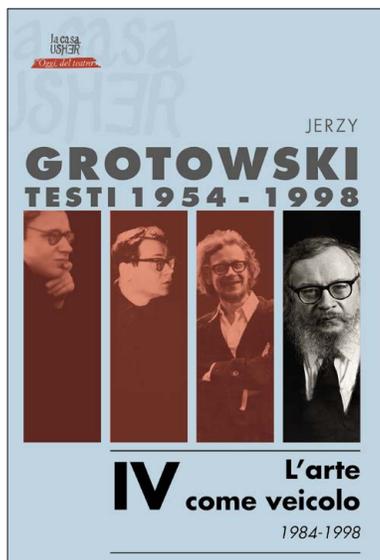
# Oggi, del teatro



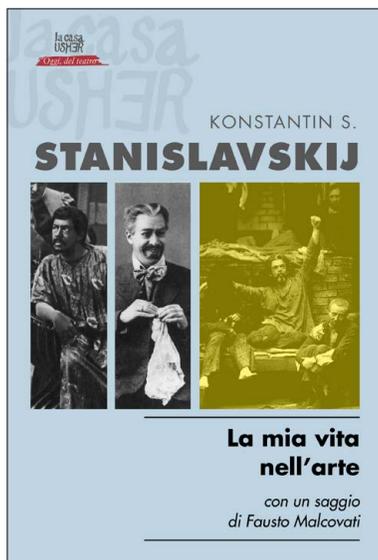
Jerzy Grotowski  
*Testi 1954-1998 vol.II*  
II edizione; pp. 280; euro 20,00



Jerzy Grotowski  
*Testi 1954-1998 vol.III*  
II edizione; pp. 272; euro 20,00



Jerzy Grotowski  
*Testi 1954-1998 vol.IV*  
II edizione; pp. 172; euro 15,00

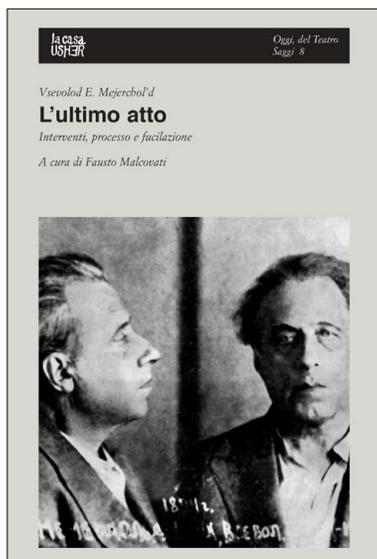


Konstantin S. Stanislavskij  
*La mia vita nell'arte*  
II edizione; pp. 450; euro 25,00

# Oggi, del teatro



Jacques Copeau  
*Artigiani di una tradizione vivente*  
II edizione; pp. 288; euro 24,00



Vsevolod Mejerchol'd  
*L'ultimo atto*  
pp. 240; euro 22,00



Marco De Marinis  
*Il teatro dell'altro*  
pp. 232; euro 25,00



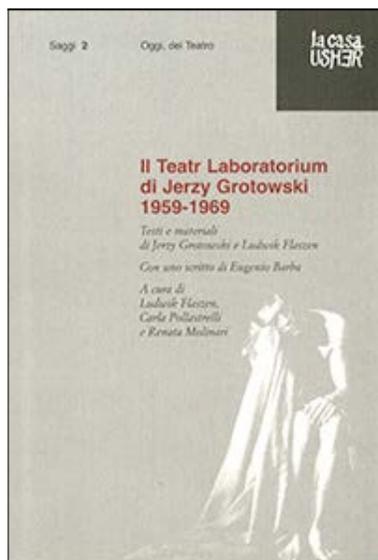
Gianni Manzella  
*La bellezza amara*  
pp. 264; euro 26,00

# Oggi, del teatro

---



Sergio Secchi  
*Il teatro dei sogni materializzati*  
pp. 112; euro 16,00



Jerzy Grotowski, Ludwik Flaszen  
*Il Teatr Laboratorium*  
pp. 200; euro 20,00



Ferdinando Taviani, Mirella Schino  
*Il segreto della Commedia dell'Arte*  
pp. 546; euro 29,00