

**laboratorio due** .....  
il gusto della patria, la patria del gusto.  
frammenti di un discorso  
amoroso collettivo .....

## Introduzione

Massimo Leone e Ugo Volli<sup>1</sup>

La sessione intende esplorare due piste di ricerca, sinteticamente evocate dall'antanaclasi del titolo.

Da un lato si prefigge l'obiettivo di investigare, con gli strumenti teorici e analitici della semiotica, l'amor di patria come passione circostanziata nel suo carattere storico-culturale, analizzandone le messe in scena appassionate e appassionanti secondo direttrici che ne esplorino le personificazioni, i dispiegamenti territoriali, le cadenze temporali, dall'incarnazione della patria in attore in carne e ossa, spesso femminile, seducente e seducibile insieme (Ghione e Turco), ai ricorsi temporali che ripropongono i discorsi patriottici in chiave bellico-amorosa nell'arco di un secolo (Luciano), al senso della distanza spaziale che emerge dalla passione nostalgica verso la patria amata e perduta (Leghissa).

Dall'altro lato, la medesima sessione aspira a studiare, sempre dal punto di vista semiotico, un concetto meno storicamente e socialmente determinato di quello di patria, ossia i connotati di quella "semiosfera estetica" del gusto italico in cui individui e gruppi, sia in patria che all'estero, si riconoscerebbero in maniera più o meno appassionata, più o meno collettiva, semiosfera che prenderebbe corpo testuale in varie manifestazioni del senso, dalla rappresentazione cinematografica e pubblicitaria del cibo come perno dell'identità nazionale (Stano), a quella filmica e mediatica della Loren come "volto della nazione" (Federico), all'iniezione di tale semiosfera in forme più o meno aggressive di branding vestimentario (Chiais), sino alle passioni italiane della prima modernità per il nuovo gusto proveniente dalle Indie, il cioccolato, con relative conseguenze teologico-politiche (Leone).

Infine, come tentativo di collegare sia l'una che l'altra tendenza, la sessione si propone di sondare la passione dell'amor di patria, o dell'amor di gusto, come una narrazione strutturata dalle tappe salienti del "discorso amoroso" (l'invaghimento, la seduzione, il rifiuto, la conquista, l'idillio, la crisi, la separazione, il ritorno di fiamma, etc.).

### Note

<sup>1</sup> Il testo della raccolta è stato curato da Jenny Ponzio e Simona Stano e interamente rivisto da Massimo Leone.

**Quando il tricolore si fa corpo:  
ovvero dell'Italia come seduttrice**  
Federica Turco

## 1. Introduzione

Cito dal *Dizionario ragionato della teoria del linguaggio* di Greimas e Courtés:

Personificazione, n.f.

La personificazione è un procedimento narrativo che consiste nell'attribuire a un oggetto (cosa, entità astratta o essere non umano) delle proprietà che consentono di considerarlo come un soggetto. Detto altrimenti è un procedimento che consiste nel dotarlo di un programma narrativo all'interno del quale egli possa esercitare un fare. La personificazione sembra caratterizzare un certo tipo di discorsi etnoletterari (il racconto fantastico, per esempio, dove si incontrano oggetti magici, animali soccorrevoli, ecc.) (Greimas, Courtés 1979, p. 240).

Reificazione, n.f.

La reificazione è una procedura narrativa che consiste nel trasformare un soggetto umano in oggetto, iscrivendolo nella posizione sintattica di oggetto all'interno del programma narrativo di un altro soggetto. Questo programma può essere solamente in stato di attualizzazione (cfr. la problematica della "donna-oggetto") o completamente realizzato (cfr. la cattura dei due amici nella novella di Maupassant). In quest'ultimo caso si priva il soggetto, diventato oggetto, del suo fare e lo si trasforma da agente in paziente (sull'una o sull'altra delle dimensioni pragmatiche e cognitive o su entrambe in una volta) (Greimas, Courtés 1979, p. 274).

Di questo proverò a parlare nel breve scritto che segue, che, a partire da alcune considerazioni sulle raffigurazioni dell'Italia nelle vesti della bella dama turrata, cerca di farsi spazio attraverso le strategie di significazione di tali rappresentazioni per la creazione di quel sentimento comune che oggi, a poca distanza dal 150° anniversario dell'Unità del nostro paese, dovrebbe accomunare noi italiani (e noi torinesi) tutti: l'amor di patria.

Un amor di patria che, come suggerisce l'immagine della donna turrata, viene semioticamente tradotto nella relazione esistente all'interno della coppia seduzione-attrazione/innamoramento e che dunque mette in campo la duplice questione della "personificazione" e della "reificazione": in una sorta di scambio biunivoco, infatti, mentre la patria Italia assume su di sé le caratteristiche e le prerogative dell'essere umano (e, ad essere più precisi, dell'essere femminile), al contempo la donna viene ridotta a materia e assume in sé le proprietà e gli elementi distintivi di un oggetto, per quanto astratto, come la patria.

Lo spunto di partenza è l'immagine realizzata da Walter Molino in occasione delle elezioni politiche del maggio del 1958 e pubblicata sulla prima pagina de "La Domenica del Corriere", osservando la quale proverò a soffermarmi su questioni come: le strategie di enunciazione e di creazione del destinatario di tale testo, la dinamica osservante-osservato (o regime di sguardi che dir si voglia), le *conditions of embodiment* di questo corpo femminile rappresentato (e dunque sull'idea stessa di corpo che viene presupposta) e, infine, il concetto di feticcio.

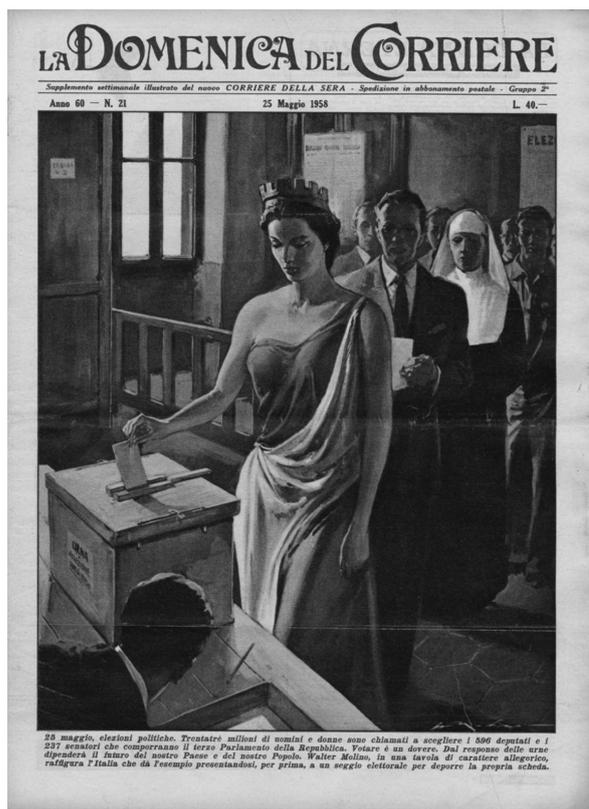


Fig. 1 – L'Italia turrata di Walter Molino, 1958.

## 2. Dell'Italia turrata

La testa turrata è diventata simbolo dell'Italia dopo il referendum che sancì la fine della monarchia dei Savoia (2 giugno 1946), ma ha, in effetti, una storia ben più lunga e complessa che nasce dalle divinità greco-romane e, passando attraverso le raffigurazioni della città (teste coronate di cinta murarie) dei primi secoli dopo Cristo e attraverso le iconografie Rinascimentali, giunge (quasi) fino a noi, con le rappresentazioni scultoree che si andavano diffondendo agli inizi dell'Ottocento (si veda per esempio la statua che compare sulla tomba di Vittorio Alfieri, firmata da Canova e risalente al 1810). D'altra parte la donna-Italia è tutt'altro che un caso isolato (la Marianna, la Britannia, l'Anima Celtica – Irlanda, la Donna della montagna – Islanda sono solo alcuni esempi), come a sottolineare che una qualche forma di riconoscimento, nella nazione, di caratteristiche femminili risiede ben al di là dei confini del nostro Stato.

Oggi, in Italia, bisogna dirlo, la patria come figura femminile avvolta nel tricolore gode di una fama meno diffusa nell'immaginario collettivo, eppure, mi sembra essa richiami a dinamiche di simboli e relazioni che vale la pena di prendere in considerazione in questa sede, per il modo in cui esse si radicano nella memoria culturale di un popolo, alimentando, modificando e risemantizzando la passione per la patria.

Non è nostro compito ripercorrere, qui, le dinamiche e le motivazioni che hanno accompagnato la formazione

di questa raffigurazione, quanto semmai quello di indagare il senso di questi oggetti complessi nel contesto storico-culturale attuale e di riflettere sulle implicazioni erotiche che la raffigurazione della nazione italiana, nei panni di avvenenti donne, suggerisce.

Come già Massimo Leone ha notato in altro scritto (Leone 2011), i tratti comuni nei vari corpi di donna che hanno rappresentato l'Italia nei decenni, sono la postura rigida, il capo altero, la schiena diritta, lo sguardo fisso, l'espressione seria, ecc. Nella tavola di Molino, invece, la donna Italia ha qualcosa di seducente: la spalla scoperta, il drappo appoggiato mollemente sul corpo che evidenzia le forme generose, gli zigomi alti, le labbra carnose, le braccia lunghe e nude, le mani sottili. Tutto lascia trasparire sensualità. L'abito della giovane donna è, per via del tricolore, l'unica nota di colori caldi all'interno di un quadro in cui predominano tonalità fredde di grigio e di beige. L'Italia occupa il centro della scena e la sovrasta essendo, grazie anche alla corona da regina (le torri) più alta di chi la circonda. Solo il suo sguardo è rivolto, sembra quasi pudicamente, verso il basso (perché intenta nell'operazione di voto), mentre tutti gli altri astanti hanno lo sguardo rivolto verso lei (occhi solo per lei). Tutti, tranne forse la suora in terza fila che guarda a sua volta verso il basso.

Diverse altre cose potrebbero esser dette, osservando ancora le categorie eidetiche e topologiche che caratterizzano l'immagine, ma lascerei questo punto per concentrarmi, invece, sulle questioni simboliche.

## 3. Dei corpi e degli sguardi

Per prima cosa possiamo interrogarci intorno al problema del rapporto che si crea tra la nostra Italia turrata e i suoi lettori/destinatari modello. Sappiamo che un testo, per organizzare la propria strategia, deve riferirsi a una serie di competenze, ad un insieme di conoscenze di codici che conferiscano contenuto alla sua forma, insomma deve ipotizzare un proprio lettore modello (Eco 1979).

È chiaro che il destinatario implicito dell'Italia turrata (e più nello specifico di questa personificazione nelle vesti di giovane e avvenente donna) è il cittadino maschio (come ben si evince anche dalla composizione del pubblico di astanti che seguono l'Italia al voto nell'immagine di Molino). L'Italia diventa l'oggetto del desiderio del programma narrativo di questo soggetto maschio che imbastisce con la nazione un rapporto di possesso, amore, reciproca protezione.

Questa prima considerazione ci permette di soffermarci brevemente sul problema del regime di sguardi che viene a crearsi tra osservatore e osservato.

Ciascuna rappresentazione femminile provoca una tensione nel regime di sguardi dentro al testo, da parte dei personaggi maschili interni alla narrazione, e fuori dal testo, da parte degli spettatori (Ghione, Turco 2011). Solitamente l'elemento attivo di questa tensione è l'uomo, colui che posa lo sguardo. La donna è invece l'og-

getto (erotizzante) su cui tale sguardo viene soffermato, divenendo, quindi, spettacolo. Il modo in cui le donne vengono rappresentate (per esempio nelle pubblicità) è quello di un'entità su cui posare uno sguardo ludico, un corpo da osservare come oggetto di desiderio e di passione, uno spettacolo da ammirare. Le donne rappresentate sarebbero, così, non più soggetti del fare, ma superfici seducenti e immobili, sottoposte ad un fare altrui.

In questa articolazione tra osservatore e osservato, si realizza chiaramente una determinata costruzione valoriale che contribuisce alla costruzione del significato generale del testo, oltre a favorire l'eventuale immedesimazione dello spettatore. Lo sguardo inscritto nelle immagini è ciò che mette in relazione la rappresentazione con le istanze dell'enunciatore e dell'enunciario; lo sguardo delimita una posizione di senso.

Nella nostra immagine il fulcro di questo discorso sullo sguardo ci porta direttamente verso il corpo della donna, oggetto di questo occhio voyeuristico che il lettore modello maschile dirige.

I corpi, quelli femminili come quelli maschili, sembrano presentarsi in modo ingannevolmente immediato, ma sono in realtà gli oggetti meno immediati e più ricostruiti che ci siano. Linguaggi, pratiche, idee, enciclopedie, cultura costruiscono, animano e manipolano i corpi, risemantizzandoli continuamente.

Tali corpi sono operatori di significazione, luoghi ove avvengono trasformazioni percettivo-patemiche e narrativo-semantiche. Si offrono allo sguardo come luoghi privilegiati della testualità, nella misura in cui garantiscono una straordinaria capacità di ricodificazione, di variazione e rimodulazione dei segni.

D'altra parte non dobbiamo perdere di vista il fatto che il corpo (come pure le immagini che del corpo vengono prodotte) non va inteso solo come oggetto "sociale", ma anche e soprattutto come oggetto "storico".

Come ha sostenuto Ugo Volli:

La sua struttura materiale [del corpo, n.d.r.] e la sua apparenza non dipendono affatto solamente dai tratti universali, genetici e dall'esperienza soggettiva che lo anima e lo determina, ma ha innanzitutto un'origine nella singola società di cui quella persona fa parte, nella sua complessa dimensione storica, sociologica, antropologica. Ciò significa che il corpo è anche e innanzitutto *culturale*, cioè dipendente da un certo sistema di regole, di credenze, di aspettative, di valori, che sono definiti da ogni singola società (Volli 2000, p.3).

Il suggerimento è quello di ragionare su un posizionamento "relativo" del corpo, rispetto ad uno spazio, ad un tempo, ad altri corpi e, più in generale, alla cultura in cui è inserito.

Ecco perché nella presente analisi, il corpo dell'Italia turrita non va inteso come una categoria unicamente biologica o sociologica, ma, per usare una definizione di Cristina Demaria, come il luogo in cui si sovrappongono quelle determinazioni materiali, simboliche

e sociologiche che partecipano alla strutturazione della soggettività. Un corpo limen (Demaria 2008). O, per dirla con Marsciani, un corpo come "luogo di trasformazioni":

Il corpo è il grande trasformatore, traduttore, luogo delle trasposizioni, dei trasferimenti; corpo come cerniera, come *relais*, come convertitore, come luogo dei rovesciamenti e delle metamorfosi (Marsciani 2008, p. 189).

#### 4. Dei feticci

Date tutte le considerazioni precedenti sui lettori modello, sui regimi di sguardo e sulle *conditions of embodiment* che caratterizzano queste rappresentazioni della patria, sorge il dubbio, legittimo, di poter considerare questi corpi fatti nazione come dei feticci. Il che ci fa tornare al punto di partenza: mentre la patria si personifica in un corpo di donna, la donna diventa *res* sotto le spoglie di nazione.

Sappiamo che la parola "feticcio" deriva dalla radice del verbo latino "facere" (fare). Come ci ricorda Volli (1997, 2006) nel latino medievale e nei volgari la parola assume un senso magico associato alle pratiche basse della magia popolare (amuleti e analoghi oggetti che si suppongono dotati di potere proprio). La nozione religiosa prevalente in questa parola, dunque, non è quella di divinità, di creazione, ma piuttosto quella, decisamente più pragmatica, di efficacia magica, capacità operativa (del feticcio appunto).

La questione, pertanto, diventa lo scambio, sistematico nella nostra cultura, fra ciò che è vivo e ciò che è inerte, senza vita; diventano rilevanti alcune coppie oppostive come: vivo-morto, persona-cosa, divino-profano.

Non a caso il feticismo suggerisce un collegamento diretto col mondo delle merci e del consumo: i feticci, nelle loro varie definizioni, non sono solo riconosciuti come vivi, personali e divini; essi sono in primo luogo oggetto di passioni: sono adorati, temuti, adulati, pregiati, desiderati sessualmente, ecc. Detto in altri termini, il problema che si pone è quello del valore semiotico, ovvero quella capacità differenziale dei segni, essenziale per la significatività del mondo.

Ecco perché la personificazione della patria in un corpo di donna è tanto efficace.

Il motivo per cui ci interessa occuparci di rappresentazioni femminili, in questa prospettiva che io definisco *gender oriented*, è che nelle rappresentazioni testuali delle donne confluiscono tutte le isotopie e le metafore dell'esperienza quotidiana e, viceversa, tali rappresentazioni contribuiscono alla formazione di "abiti"; dove per "abito" intendiamo, citando Teresa de Lauretis (1999), il processo continuo di semiosi in cui confluiscono aspettative, percezioni e pratiche. Tali abiti sono sia il risultato sia la condizione della produzione sociale del significato.

Questo ragionamento si sovrappone e si fonde con la questione del corpo come superficie significante, come

oggetto sociale e culturale che può riguardare sia il corpo in sé, sia le immagini prodotte e diffuse intorno al corpo. Che rapporto c'è, dunque, tra corpi concreti e immagini di corpi? Come si adeguano le seconde ai primi e, viceversa, i primi alle seconde?

Il corpo dell'Italia turrata è come uno strumento, un mezzo di comunicazione e di seduzione, dunque un oggetto. È un corpo che non chiede d'essere sano, ma perfetto, non nel senso di "bello"<sup>1</sup>, ma nel senso di "affascinante" (come già notava Volli nei suoi saggi del 1997 e del 2002). Deve essere un'apparizione seducente (il termine "seduzione" deriva dal latino "se-ducere", che letteralmente significa "portare a sé, condurre fuori dal retto cammino"), ha bisogno d'essere desiderato. La lettura di questo corpo (ovvero di questa nazione, di questa patria), costruisce una posizione passionale.

Il fascino, ricordiamo, è diverso dalla bellezza, perché non si tratta di una qualità, ma di una relazione. La continua lettura che facciamo dei corpi altrui non è mai neutra: non si tratta di riconoscerne delle informazioni "oggettive", ma di coglierne quei dettagli che servono a collocarlo nella rete dei nostri interessi. In qualche modo, dunque, le emozioni precedono le informazioni: noi amiamo i corpi che incontriamo oppure proviamo per essi ripugnanza, ne siamo sedotti o respinti in un modo che ci appare "evidente" (Volli 2002).

## 5. Concludendo

L'amor di patria, questa patria al femminile, è un voler essere congiunto con la bella Italia, che, in senso traslato, significa dividerne valori, obiettivi, capacità, desideri. Tale concatenazione modale, però, non è sufficiente a descrivere la configurazione passionale dell'amor di patria così inteso.

Occorre ovviamente un investimento timico profondo che determini la relazione immediata che il soggetto avverte nei confronti dell'oggetto di passione. Si tratta di un'attrazione, di un'euforia; occorre che il sentimento che lega il soggetto all'oggetto di passione sia intenso e che si crei una certa tensione, una certa aspettativa, un "eccedente passionale".

Questo amor di patria si trasmette con le modalità del contagio (Landowski 2004) perché è desiderio, ovvero come riflesso soggettivo di una mancanza e, per conseguenza, come progetto. Bisogno e immaginazione, in questo circuito, si motivano a vicenda e danno sostanza a quel sistema di differenze che costituisce i soggetti collettivi. Gli italiani.

## Note

1 È bene ricordare che tentare di definire il concetto di bellezza è tutt'altro che semplice. Ci rifacciamo, qui, alla tipologia quadripartita che propone Volli (2008), secondo cui una prima linea di pensiero, di platoniana memoria, accosta il "bello" al "bene"; una seconda

linea di pensiero, invece, vede il "bello" come espressione del "vero" (in Hegel, per esempio, il bello si definisce come l'apparizione sensibile dell'Idea); un terzo concetto di "bello" è quello che lo accosta alla realizzazione della misura e della simmetria, possiamo parlare del bello come realizzazione dell'armonia (si vedano per esempio i lavori di Leonardo sulla forma perfetta dell'uomo); infine abbiamo una definizione di "bellezza" come "perfezione sensibile", cioè sia come rappresentazione perfetta dei sensi, sia come quel piacere specifico che ne accompagna la percezione (idea questa di origine kantiana). Come ci ricorda Volli, questi diversi significati si sono mescolati e rifusi: in una società in cui la bellezza è diventata un obbligo culturale sempre più diffuso, ciò che ci piace di più ci sembra anche vero, buono e perfettamente misurato.

## Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rinvii ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

- De Lauretis, T., 1999, *Soggetti eccentrici*, Milano, Feltrinelli.
- Demaria, C., "Genere e soggetti sessuati. Le rappresentazioni del femminile", in C. Demaria, S. Neergard, a cura, 2008, pp. 147-186.
- Demaria, C., Nergaard, S., a cura, 2008, *Studi culturali. Temi e prospettive a confronto*, Milano, McGraw-Hill.
- Eco, U., 1979, *Lector in fabula*, Milano, Bompiani.
- Fabrizi, P., Marrone, G., a cura, 2000, *Semiotica in nuce. Volume I. I fondamenti e l'epistemologia strutturale*, Roma, Meltemi.
- Fabrizi, P., Marrone, G., a cura, 2001, *Semiotica in nuce. Volume II. Teoria del discorso*, Roma, Meltemi.
- Fontanille, J., 2004, *Soma et sēma: figures du corps*, Paris, Maisonneuve et Larose; trad. it. *Figure del corpo*, Roma, Meltemi 2004.
- Ghione, P., Turco, F., 2011, "Donne che vanno, donne che vengono in fotografia. Figurazioni vintage", in "E|C. La fotografia. Oggetto teorico e pratica sociale", n. 7/8, pp.28-35.
- Greimas, A.J., Courtés, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette; trad. it. *Semiotica. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Firenze, La casa Usher 1986.
- Greimas, A.J., Fontanille, J., 1991, *Sémiotique des passions. Des états des choses aux états d'âmes*, Paris, Seuil; trad. it. *Semiotica delle passioni. Dagli stati di cose agli stati d'animo*, Milano, Bompiani 1996.
- Landowski, E., 2004, *Passions sans nom*, Paris, Puf.
- Leone, M., 2011, "È di scena l'Italia: vicende storiche e semantiche dell'Italia turrata", in "Storie di posta", n. 3, pp. 11-19.
- Marsicani, F., 2008, "Il corpo", in C. Demaria, S. Neergard, a cura, 2008, pp. 187-221.
- Merleau Ponty, M., 1945, *Phénoménologie de la perception*,

Paris, Gallimard; trad. it. *Fenomenologia della percezione*, Milano, Il Saggiatore 1965.

Pezzini, I., 1991, *Semiotica delle passioni*, Bologna, Esculapio.

Pezzini, I., 1998, *Le passioni del lettore. Saggi di semiotica del testo*, Milano, Bompiani.

Volli, U., 1997, *Fascino*, Milano, Feltrinelli.

Volli, U., 1998, "L'identità difficile", [www.ugovolli.it](http://www.ugovolli.it), consultato il 9 settembre 2011.

Volli, U., 2000, "Il corpo della danza", [www.ugovolli.it](http://www.ugovolli.it), consultato il 9 settembre 2011.

Volli, U., 2002, *Figure del desiderio*, Milano, Raffaello Cortina.

Volli, U., 2006, "Feticismo oggi", [www.ugovolli.it](http://www.ugovolli.it), consultato il 9 settembre 2011.

Volli, U., 2008, "Il pensiero della bellezza", in E. Vaccarino, a cura, *Beauty*, Venezia, Marsilio.



## Amor di Patria amor di guerra: Libia 1911 – Libia 2011 Alessandra Luciano

### 1. Introduzione

Questo contributo si concentra sull'analisi di alcuni articoli, estrapolati dal diario<sup>1</sup> di Giuseppe Bevione<sup>2</sup> corrispondente di guerra del quotidiano *La Stampa* i quali nei mesi di settembre e ottobre 1911 furono pubblicati sul giornale torinese per documentare l'invasione della Libia ed enfatizzare le azioni di guerra dei militari italiani contro la Turchia. Gli articoli, pubblicati con cadenza giornaliera, rappresentano un'interessante testimonianza di un clima passionale, enfatizzato attraverso i media, che subisce la seduzione della guerra di conquista come occasione di affermazione dell'orgoglio e dell'amor di Patria.

L'analisi qui proposta intende cogliere alcune analogie tra ieri e oggi rispetto ai grandi discorsi che sostengono le guerre giuste, necessarie e patriottiche, individuando le passioni collettive che li animano, e di cui soprattutto si alimentano. A tal fine sono stati comparati gli articoli di Giuseppe Bevione (che furono pubblicati sul quotidiano *La Stampa* nei giorni immediatamente precedenti la decisione dell'intervento in Libia nel 1911 e che rappresentano la premessa, o l'antefatto, alla dichiarazione di guerra dell'Italia alla Turchia nel 1911), con alcuni articoli pubblicati sul quotidiano *La Repubblica* nei mesi di marzo e aprile 2011.

Il percorso di analisi, necessariamente schematico, intende comparare le fasi iniziali di rappresentazione di una passione (che è proposta attraverso gli articoli pubblicati su quotidiani nel 1911 così come nel 2011) la quale si dispiega attraverso fasi di disposizione, sensibilizzazione e quindi patemizzazione, e si legittima attraverso una moralizzazione "collettivamente condivisa" che sancisce e installa questa *passione per la guerra* come sentimento intimamente intrecciato ai valori dell'amor

di Patria. In realtà questa *passione per la guerra*, nobilitata dal racconto che ne porgono le pagine dei giornali, maschera una passione opposta, che nasce dalla brama della conquista e legittima il riconoscersi un diritto alla prevaricazione. Si tratta di una "rappresentazione" finalizzata a suscitare un sentire, che supporta la condivisione di un'azione di aggressione in nome della passione che la riveste, il quale offusca ogni altra capacità cognitiva di giudizio critico su motivazioni che moralmente non potrebbero mai essere in alcun modo legittimate.

### 2. Il Diario di Giuseppe Bevione

*La Guerra Italo-turca per la conquista della Libia*, a cura di un veterano 1911-1912 è il diario anonimo di un corrispondente del quotidiano *La Stampa* e documenta quanto avvenne durante i mesi di settembre e ottobre 1911 durante l'invasione della Libia da parte dell'Italia. Questo documento anonimo è stato reperito in una collezione di famiglia dello scrittore Claudio Maddio. Poiché recava due riferimenti ad articoli pubblicati su *La Stampa* la ricerca negli archivi del noto quotidiano torinese non ha faticato a individuare che il documento altro non era che la raccolta dei reportage pubblicati sul periodico da settembre a fine ottobre 1911, i quali erano tutti firmati dal giornalista Giuseppe Bevione, allora corrispondente di guerra per la testata torinese. Il diario raccoglie quindi un corpus di articoli che documentano le imprese dell'esercito italiano in Libia. L'aspetto interessante del diario è che due articoli pubblicati su *La Stampa* e controfirmati con la sigla C., compaiono anche nel diario anonimo, ordinati cronologicamente con gli altri articoli firmati con la sigla G.B. o per intero come Giuseppe Bevione. Gli articoli firmati con la sigla C. (del 30 agosto e del 2 settembre 1911 - Figg. 2 e 3) sono presentati come reportage del corrispondente politico, mentre quelli firmati come Giuseppe Bevione sono proposti come reportage del corrispondente di guerra. In realtà è evidente che si tratta di articoli redatti dallo stesso giornalista<sup>3</sup>.

Non è questa la sede per approfondire la questione storica, ma la possibilità di leggere in un unico documento articoli che sono stati pubblicati su *La Stampa* con due firme diverse, quella di un corrispondente politico e quella di un corrispondente di guerra, consente uno sguardo più disincantato su come si sia rappresentata, attraverso i testi degli articoli proposti dalle pagine del quotidiano torinese, la costituzione di una "passione" atta a sostenere la decisione di invadere la Libia nell'anno che celebra anche i festeggiamenti del primo cinquantenario dell'Unità d'Italia.

L'autore che si firma C. redige infatti da fine agosto a inizio settembre 1911 due articoli che annunciano, come un vero e proprio scoop giornalistico, trattative segrete tra Italia, Inghilterra, Francia e Germania nelle quali l'Italia sostiene sia riconosciuto il suo "diritto" a muovere guerra alla Turchia. L'autore che si firma



Fig. 1 - *La guerra italo-turca per la conquista della Libia, per cura di un veterano*, 1915, Tipografia degli Artigianelli, Torino, biblioteca privata.

G.B. (Giuseppe Bevione) nei suoi reportage che documentano l'arrivo delle corazzate a Tripoli, l'invasione della città e le successive battaglie, propone attraverso una narrazione intrisa di suggestioni estetico-letterarie, il dispiegamento di una passione che si esprime appieno nella realizzazione delle conquiste del suo oggetto: Tripoli e la Libia, quasi una terra promessa che dovrà garantire prosperità e benessere alla giovane nazione italiana che proprio nel 1911 celebra il cinquantenario dell'Unità.

La narrativizzazione di questa passione destinata a sostenere la decisione di una guerra d'invasione (e non di difesa) e azioni di guerra di offesa verso popolazioni civili, evidenzia come in questo specifico contesto il dispiegamento della passione, che deve intridere uno stato dell'essere guerrieri, giochi un ruolo decisivo nel legittimare una discutibile decisione di fare una guerra di conquista, di prevaricazione e offesa, in virtù di una sanzione collettiva positivamente connotata da un'etica del riconoscersi un diritto, il quale scaturirebbe come conseguenza naturale dell'orgoglio nazionale e dell'amor di Patria.

Comparando i passi degli articoli redatti e pubblicati nel 1911 con alcuni passi di articoli pubblicati su uno dei più importanti quotidiani nazionali, *La Repubblica*, tra marzo e settembre 2011, inerenti il recente intervento italiano contro il regime di Gheddafi in Libia, si

evidenzia un percorso patemico sostanzialmente identico a quello già proposto nel 1911, atto a costituire una passione che deve motivare un'azione di guerra. Tale passione è però moralizzata da due diverse modalità di sanzione che la legittimano come giusta e condivisibile: la prima relativa alla guerra del 1911 è una sanzione che si sorregge sul riconoscimento di un diritto il cui esercizio è promessa di prosperità, la seconda relativa alla guerra del 2011 è una sanzione che si sostiene sulla motivazione etica di un assolvimento ad un dovere, il cui esercizio è garanzia di pace.

Al di là degli esiti storici della guerra di Libia nel 1911, e oltre le considerazioni politiche e storiche sugli esiti dell'intervento italiano in Libia, interessa qui cogliere come la costruzione del consenso mediata dalle passioni come dispositivi dell'immaginario bellico (Montanari 2004, p. 58) si proponga, oggi come ieri, non tanto secondo schemi cognitivi atti a supportare un fare razionalmente motivato, quanto sollecitando un "sentire" che tende ad appagare bisogni di consolidamento di identità collettiva, il quale si esprime attraverso azioni "vestite di eticità". In pratica attraverso una "manipolazione" del sentire passionale, in grado di giustificare e legittimare collettivamente azioni che giudicate individualmente molto difficilmente potrebbero qualificarsi come condivisibili, ma che "[...] sono destinate ad essere amplificate dai mezzi di comunicazione di massa per il potere che dimostrano, per il loro eroismo mentre atti più cruenti e vergognosi sono destinati a restare nascosti all'opinione pubblica" (Volli 2000, p.2).

Il percorso si scandirà su una breve sequenza di articoli pubblicati nel 1911 (firmati con la sigla C. e G.B.) e su una serie di articoli pubblicati sul quotidiano *La Repubblica* tra marzo e aprile 2011.

### 3. Costituire la passione. 1911-2011 ovvero della guerra come diritto

Il diario di Giuseppe Bevione si apre con due articoli firmati C., i quali sono anche stati pubblicati sul quotidiano *La Stampa* con i titoli: "Il governo fa sapere a Berlino, Parigi e Londra che l'Italia ha diritti da far valere nel Mediterraneo"<sup>4</sup> (Fig. 2) e "Le potenze europee riconoscono i diritti preminenti dell'Italia sul mediterraneo"<sup>5</sup> (Fig. 3).

Nei due articoli, firmati anche sul quotidiano torinese con lo pseudonimo C., ovvero dal corrispondente diplomatico, (in realtà lo stesso Bevione), s'instilla il sentimento del diritto che spetterebbe all'Italia di essere riconosciuta tra le grandi potenze europee, diritto che dovrebbe concedere all'Italia non solo un riconoscimento morale da parte dell'Europa, ma anche cospicui interessi economici, considerando che la Libia appariva allora come una terra gravida di promesse di benessere e ricchezza:

[...] La mia notizia che l'Italia aveva fatto sapere a Berlino, Parigi e Londra, di aver diritto a compensi nel caso che il

problema marocchino venga risolto nelle conversazioni fra l'ambasciatore di Francia e il ministro degli esteri dell'impero tedesco, riprodotta largamente, ha avuto un'accoglienza lusinghiera [...] L'Italia reclamerà non soltanto in quanto è firmataria dell'atto d'Algesiras, ma benanche e specialmente in quanto essa è la più grande interessata all'equilibrio del Mediterraneo. Nessun'altra potenza ha i diritti dell'Italia ad essere indennizzata per il danno che la minaccia. La Germania non è una potenza mediterranea; l'Inghilterra ha possessi nel Mediterraneo, ma non è una potenza mediterranea. L'Italia invece è la più mediterranea delle potenze comprese Francia e Spagna [...] (*La Stampa* del 2 settembre 1911)<sup>6</sup>.

Ebbene una dichiarazione del presidente del consiglio Silvio Berlusconi rilasciata al quotidiano *La Repubblica* nel mese di marzo 2011, in merito alla scelta di intervento italiano per appoggiare l'insurrezione libica contro il regime di Gheddafi, è inserita in un articolo dal titolo "Bruxelles, la rabbia di Berlusconi"<sup>7</sup>. L'articolo accenna ad un commento del presidente del consiglio riferito ai colloqui intrattenuti con i leader francesi e inglesi, e porge ai lettori considerazioni molto simili a quelle che già nel 1911 costituivano argomento a favore della decisione di entrare in guerra contro la Libia:

Sarkozy e Cameron nel chiuso delle riunioni provano a far passare l'idea di piccoli interventi con truppe a terra in Libia e in conferenza stampa annunciano una nuova iniziativa che taglia fuori l'Italia. "Quei due fanno finta di non conoscere il nostro ruolo a Tripoli", commenta il premier con i collaboratori. "Ma sono ignoranti non conoscono il diritto internazionale e le loro iniziative non vanno da nessuna parte". Nei colloqui riservati si dice certo che l'ostinazione con cui Sarkozy cerca di escludere l'Italia è dettata dal calcolo politico: vuole fare affari nel dopo-Gheddafi "sostituendo la nostra presenza economica e commerciale (*La Repubblica* del 23 marzo 2011).

A questo primo richiamo al presunto "diritto" violato, che escluderebbe l'Italia dai vantaggi di intervenire in Libia, nel 1911 come nel 2011, e che dunque testimonia come la scelta della guerra si legittimerebbe sulla necessità di riparare ad una presunta ingiustizia (che sarebbe stata esercitata, ieri come oggi, da attanti prevaricatori – Francia e Inghilterra – i quali avrebbero inteso accaparrare solo per sé presunti vantaggi dalla guerra), seguono nel 1911 gli articoli scritti da Giuseppe Bevione, firmati dunque dal corrispondente di guerra, che sono pubblicati su *La Stampa* alla vigilia dell'invasione della Libia. Si tratta di due editoriali pubblicati in prima pagina e intitolati: "Il risveglio dell'Italia - Una divisione navale parte da Spezia per Siracusa base d'operazione"<sup>8</sup> e "Dall'alto delle corazzate il tricolore annunzia l'Italia a Tripoli"<sup>9</sup>. Il primo articolo insiste sul valore di una missione di guerra per liberare la Tripolitania dalla dominazione turca, il secondo (Fig. 4) con toni lirici e pregni di *poesia* celebra l'invasione di Tripoli:



Fig. 2 - *La Stampa* del 30 agosto 1911 (© La Stampa.it, Archivio Storico dal 1887).



Fig. 3 - *La Stampa* del 2 settembre 1911 (© La Stampa.it, Archivio Storico dal 1887).

[...] Grandi nuvole nere pendevano immote nell'aria turchinesca piena di stelle. Verso levante una prima luce debolissima erompeva dal mare; una brezza tepida veniva dalla costa africana, increspando leggermente l'onda e recando profumi effusi. Il proiettore ci colpiva sempre in fronte, inondando il ponte e il mare della sua luce stellare. Ascoltavamo quel dialogo fra voci invisibili con il cuore sospeso. Per un momento mi premo il petto: avevo paura di essere tenuto ancora dal sonno, che alcune voci selvagge e quella luce accecante avrebbero pure rotto; temevo di sognare quello che troppo avevo desiderato. Il discorso fra le due navi, sotto le stelle, sul mare tenebroso, tra i fremiti e il riverbero terribile, pareva il colloquio di due divinità [...] Gli arabi sono calmi, indifferenti in apparenza, in realtà acutamente appassionati agli avvenimenti e nel fondo desiderosi di una nostra pronta vittoria [...] Oggi a Tripoli è apparsa così la forza d'Italia e si è compreso quali nuovi tempi si avvicinino. I nostri cuori furono riconfortati fino al profondo e riempiti di un entusiasmo nuovo e di adorazione per la Patria [...] (*La Stampa* del 30 settembre 1911).

La rappresentazione giornalistica della passione scaturita dalla rivendicazione e affermazione di un diritto è virata quindi verso la rappresentazione di una passione per la guerra che si enfatizza attraverso il sentimento dell'orgoglio della propria "forza", presagio di un futuro di grandezza che alimenta entusiasmo e adorazione per la Patria, e quello della dignità di compiere una missione etica di liberazione degli arabi contro i "Turchi



Fig. 4 - *La Stampa* del 30 settembre 1911 (© La Stampa.it, Archivio Storico dal 1887).



Fig. 5 - *La Stampa* del 22 settembre 1911 (© La Stampa.it, Archivio Storico dal 1887).

fomentatori della schiavitù” come enunciato nel sommario dei contenuti appena sotto il titolo dell’articolo pubblicato il 22 settembre 1911 (Fig. 5). Sebbene si possa esser tentati di relativizzare queste dichiarazioni nel contesto storico e culturale dell’Italia del primo Novecento, animato da fervori nazionalisti, in realtà non sono così “altre” o “diverse” le dichiarazioni che sanciscono la decisione di intervenire in Libia pubblicate in aprile 2011, sebbene all’orgoglio della propria forza si sostituisca il sentimento della dignità della propria missione:

*Libia, via libera alla missione* – Frattini presenta così la decisione di intervento: in Libia non si tratta affatto di fare la guerra, ma di impedire la guerra e le sue più nefaste conseguenze. L’azione militare serve ad evitare danni gravissimi per questo ci siamo e ci saremo con piena dignità e faremo valere i principi assoluti di solidarietà e di civiltà, quando li sentissimo messi tra parentesi o addirittura calpestati [...] (La Repubblica del 24 marzo 2011)10.

Nell’articolo del 28 marzo “Napolitano all’Onu: “Libia il mondo non poteva non reagire””<sup>11</sup> anche il capo dello Stato, ribadisce che: “In Libia siamo impegnati a pro-

teggere la popolazione civile e a far rispettare la Carta delle Nazioni Unite, agendo nella piena legittimità internazionale conferita dalla Risoluzione 1973”.

#### 4. La patemizzazione – 1911-2011 – la guerra come passione

Se la fase di sensibilizzazione alla passione per sostenere l’azione di guerra, nel 1911 e nel 2011, ha sollecitato i sentimenti dell’orgoglio e dignità della propria identità nazionale, (passioni che per altro sono state evocate anche dalla celebrazione dei due rispettivi anniversari dell’Unità dell’Italia: il cinquantesimo nel 1911 e il centocinquantesimo nel 2011) l’espressione della passione, la fase di patemizzazione, si rappresenta estetizzando il fascino e la suggestione della guerra, motore al cambiamento secondo l’estetica futurista, necessaria per la pace secondo l’etica politica contemporanea. A questo proposito è interessante comparare un editoriale della prima pagina de *La Stampa* del 10 ottobre 1911, firmato ovviamente da Giuseppe Beviore, con un editoriale di Eugenio Scalfari del 20 marzo 2011 giornalista di ispirazione politica liberale, i cui editoriali spesso propongono importanti riflessioni sulla questione morale, sulla laicità e sono stati decisamente critici nei confronti dell’azione politica del governo Berlusconi. È evidente che anche nel 1911, come del resto nel 2011, ci sono state forti opposizioni alla decisione di intervento in Libia (Orsina 2002, p. 210) ma certo è che la comunicazione dei media, oggi come ieri, ha proposto la questione della guerra come azione istituzionale conforme a valori e diritti sanciti dalla carta costituzionale:

*Tripoli bombardata e presa dai marinai italiani di Giuseppe Beviore*  
 – Il panorama è enorme. Vedo la Tripolitania fino alle montagne più interne, la Tunisia, pallida come una costiera sotto la luna e tanto mare che non discerno dove il suo azzurro si congiunga all’azzurro del cielo. La scena che si prepara è degna di un tale nido di aquile. Il vento a questa altezza corre violento, sfrenato, terribile, fischia fra i sartiami, urla nelle orecchie, arrovescia le ciglia, mozza il respiro, confonde e porta via tutti i suoni nel suo informe clamore insensato. La vita comune appare sospesa, lo spirito pare liberato dal corpo, ridotto ad una pura forza di contemplazione vivente fuori della volontà, fuori del tempo, in comunione fraterna col vento e col mare. Che mare selvaggio oggi impazza da ogni parte! Il suo azzurro cupo si frastaglia di miriadi di creste, di spuma bianca, maligna, convulsa. Il vento lo plasma come una cera in forme mutevoli e vive, lo solleva in cavalloni che si scatenano ai quattro orizzonti, lo scava in abissi trasparenti, lo spiana per un secondo in verdi radure su cui irrompono migliaia di strie livide guizzanti come uno sciame di vipere alla tortura [...] La giornata d’oggi adunque non si può chiamare una giornata di gloria per la nostra marina, per la sproporzione fra le forze avversarie, ma è una giornata che tutti noi dobbiamo benedire perché provò l’efficienza della nostra flotta a difendere i diritti e gli interessi della patria, perché ci aprì le porte della Tripolitania e perché resterà memorabile fra gli indigeni, a prova della nostra forza e a prima base del nostro prestigio [...] (La Stampa del 10 ottobre 1911)<sup>12</sup>.

*Rombano i motori dell'armata dell'Occidente di Eugenio Scalfari* – A Parigi il vertice internazionale dei Paesi interventisti ha deciso l'attacco militare immediato avvertendo Gheddafi che lo stop ai raid è subordinato alla sua resa. Gli aerei delle potenze che agiscono sulla base della risoluzione dell'Onu sono arrivati nelle basi italiane. L'operazione militare è cominciata, ma il dibattito politico in Europa è apertissimo. Aiutare gli insorti, impedire che le milizie del rais libico occupino Bengasi e Tobruk, soccorrere i profughi e arginare l'ondata dei migranti, sono obiettivi condivisi da tutti [...] L'Italia ha una missione da adempiere e una grande occasione da cogliere. Noi ci auguriamo che ne sia all'altezza. Le esortazioni di Giorgio Napolitano ci siano, anche in questo, di insegnamento e di stimolo. In questi mesi la figura del nostro Presidente ha acquistato uno spessore etico e politico che ne fa il punto di riferimento di tutto il Paese. Questa unanimità non è posticcia né retorica, esprime un sentimento e un bisogno. Ci rafforza come nazione. Rafforza i nostri legami europei. Suscita all'estero rispetto e ascolto. Non eravamo più abituati a questa considerazione, avevamo scambiato (alcuni avevano scambiato) la politica delle pacche sulle spalle per considerazione internazionale. Ora non è più così. Abbiamo una guida ed una rappresentanza migliore. Possiamo di nuovo considerare la nostra presenza mediterranea come un punto di forza non solo per noi e per i nostri legittimi interessi nazionali, ma per l'Europa e per l'Occidente [...] (La Repubblica del 20 marzo 2011)<sup>13</sup>.

## 5. Conclusioni

La guerra di Libia nel 1911 si protrasse per un lungo periodo e i suoi esiti, il tradimento degli arabi che preferirono schierarsi con la Turchia contro l'invasione italiana, anche a causa del riconoscimento di un'identità culturale e soprattutto religiosa, non può non essere colta in relazione al fatto che la recente guerra in Libia sia durata ben oltre le ottimistiche previsioni dell'allora ministro degli esteri Franco Frattini che ad aprile 2010 annunciava con ottimismo: "Vi sono ipotesi ottimistiche di pochi giorni altre più realistiche di tre-quattro settimane"<sup>14</sup>. Ma soprattutto non si possono non considerare gli esiti tragici di questa "guerra di liberazione", come l'allarme di Medici senza frontiere che a fine agosto 2011 denunciava come a Tripoli i rifugiati fossero senza assistenza<sup>15</sup>, o i report delle organizzazioni umanitarie che a settembre 2011 denunciavano come i diritti umani fossero stati violati da tutti:

*Rapporto Amnesty sulla Libia Post-Gheddafi* – "I diritti umani sono stati violati da tutti" – Centosette pagine che raccontano il comportamento violento sia delle forze leali al rais di Tripoli sia delle truppe dei ribelli, che si sarebbero lasciate andare a condotte assai poco rispettose dei diritti. Particolari anche sul brutale trattamento dei detenuti [...] (La Repubblica del 21 settembre 2011)<sup>16</sup>.

Come consueto le passioni che poi si esprimono nella considerazione a posteriori sugli effetti di una guerra, che per quanto eticamente vestita, pur sempre guerra è, accompagnate da sentimenti di pena, di orrore e dolore, non si stratificano mai abbastanza nella memoria

per impedire che possano ripetersi guerre e violenze future.

In fondo la "passione" per la "guerra necessaria" di ieri, modalizzata su un "voler – dover fare la guerra" non sembra essere stata poi tanto distante dalla "passione" per la "guerra giusta" di oggi. Anche nel 2011 l'intervento italiano in Libia, pur essendo sostenuto da una passione modalizzata su un "non voler fare la guerra", si è costituito e narrativizzato comunque attraverso un "dover fare la guerra".

Ed altrettanto come nel 1911 le motivazioni reali che hanno giustificato l'intervento italiano in Libia sono state ben altre da quelle di portare aiuto e sostegno ad un processo di liberazione del paese dalla tirannia di Gheddafi. Gli interessi economici in Libia, invece, e la garanzia di non essere esclusi dal partecipare alla gestione politica del dopo-Gheddafi hanno rappresentato le motivazioni razionali alla scelta di intervento:

*Libia, finanze e imprese italiane. Tutti gli interessi del nostro Paese* – L'acuirsi della crisi, con l'escalation militare di queste ore, riporta in primo piano anche gli interessi delle imprese italiane in Libia. Si tratta di investimenti consistenti, grandi appalti, forniture di materie prime e maxi-commesse che rischiano di restare congelati a lungo. O anche di finire in altre mani. Con ripercussioni consistenti sui bilanci delle società e sull'economia italiana. Ecco perché il governo italiano ritiene prioritario per il Paese partecipare a pieno titolo alla gestione del dopo-Gheddafi [...] (La Repubblica del 20 marzo 2011)<sup>17</sup>.

Non interessa in questa sede esporre considerazioni e giudizi sulle scelte e sulle intenzioni, quanto piuttosto porgere alla riflessione semiotica la questione circa la necessità di meglio comprendere su quali dispositivi (moralizzanti e percettivi) si fondi il potere di seduzione e fascinazione che può essere esplicitato attraverso la gestione e manipolazione delle passioni collettivamente condivise. Problema che non concerne solo la questione della politica e della gestione dell'informazione pubblica, ma anche il tipo di coesione che anima la costituzione di gruppi e comunità culturali e religiose, le cui convinzioni sono spesso poggiate sulla condivisione di passioni "eticamente motivate" e moralizzate positivamente, anche se le azioni esplicitate in nome di quelle convinzioni spesso contrastano con i "sentimenti" che le sostengono. Eppure spesso questo scarto tende a sfuggire alla consapevolezza individuale in nome della condivisione di una passione collettiva che garantisca il riconoscimento di sé in un'identità di gruppo, (la religione, la nazione, la patria) e spesso ciò avviene nonostante la consapevolezza razionale dei limiti e delle retoriche che costituiscono la rappresentazione stessa del dispiegamento della passione.

Ecco perché una riflessione della comunità semiotica anche su questi aspetti potrebbe portare il necessario contributo alla comprensione di fenomeni, la cui genesi è ancora non chiaramente esplicitata, come il fanati-

smo, l'esaltazione collettiva, la brutalità delle guerre etniche o intelligenti, la logica del branco, sino alle dinamiche oscure che caratterizzerebbero il "far fare" cioè la manipolazione e plagio psicologico.

## Note

1 *La guerra italo-turca per la conquista della Libia 1911-1912. Per cura di un veterano.* Tipografia e litografia Collegio degli Artigianelli, Torino, 1915. Il documento è stato reperito nella biblioteca di famiglia dello scrittore Claudio Maddio.

2 Giuseppe Bevione era un giornalista del quotidiano *La Stampa* e nel 1911 fu uno dei principali sostenitori attraverso le pagine del quotidiano torinese di un'accesa campagna a favore della conquista della Libia. Tra il 1911 e il 1912 affiancò come corrispondente di guerra le corazzate italiane in Tripolitania e inviò pressoché giornalmente al quotidiano reportage inerenti le azioni di guerra dei militari italiani. Proprio per queste sue posizioni a favore della guerra libica dovette rassegnare le proprie dimissioni dal giornale nel 1915. Giuseppe Bevione negli anni a venire diventò uno dei protagonisti dell'ascesa del fascismo in Italia diventando anche il direttore del quotidiano *Il Secolo* e Senatore dell'Italia fascista.

3 In merito alla questione di individuare uno stesso autore dietro le sigle C. e G.B., che compaiono come firme degli articoli pubblicati sul quotidiano torinese *La Stampa* da agosto a fine ottobre 1911, e che altrettanto compaiono ordinate in successione cronologica anche nel documento reperito presso la biblioteca privata dello scrittore Claudio Maddio, sono ancora in corso le ricerche. Si tratta infatti di dimostrare che la sigla C. è uno pseudonimo con cui usava firmare i suoi articoli di carattere politico-diplomatico lo stesso Giuseppe Bevione.

4 *La Stampa*, 1911, "Il governo fa sapere a Berlino Parigi e Londra", 30 agosto, p.1.

5 *La Stampa*, 1911, "Le potenze europee riconoscono i diritti preminenti dell'Italia sul Mediterraneo", 2 settembre, p. 1.

6 *La Stampa*, 1911, "Le potenze europee riconoscono i diritti preminenti dell'Italia sul Mediterraneo", 2 settembre, p. 1.

7 *La Repubblica*, 2011, "Bruxelles la rabbia di Berlusconi", 26 marzo, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

8 *La Stampa*, 1911, "Il risveglio dell'Italia - Una divisione navale parte da Spezia per Siracusa base d'operazione", 22 settembre, p. 1.

9 *La Stampa*, 1911, "Dall'alto delle corazzate il tricolore annuncia l'Italia a Tripoli", 30 settembre, p. 1.

10 *La Repubblica*, 2011, "Libia via libera alla missione", 24 marzo, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

11 *La Repubblica*, 2011, "Napolitano all'Onu: "Libia il mondo non poteva non reagire"", 28 marzo, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

12 *La Stampa*, 1911, "Tripoli bombardata e presa dai marinai italiani", 10 ottobre, p. 1.

13 *La Repubblica*, 2011, "Rombano i motori dell'armata dell'Occidente", 20 marzo, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

14 *La Repubblica*, 2011, "Libia, la previsione di Fratini "Intervento durerà 3-4 settimane"", 6 maggio, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

15 *La Repubblica*, 2011, "L'allarme di medici senza frontiere", 30 agosto, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

16 *La Repubblica*, 2011, "Rapporto Amnesty sulla Libia post-Gheddafi", 21 settembre, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

17 *La Repubblica*, 2011, "Libia, finanze e imprese italiane. Tutti gli interessi del nostro Paese", 20 marzo, [www.repubblica.it](http://www.repubblica.it).

## Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Del Boca, A., 1986, *Gli Italiani in Libia. Tripoli bel suol d'amore 1860-1922*, Bari, Laterza.

Greimas A.J., 1991, *Sémiotique des passions*, Paris, édition du Seuil; trad. it. *Semiotica delle passioni*, Milano, Bompiani 1996.

Montanari, F., 2004, *Linguaggi della guerra*, Roma, Meltemi.

Orsina, G., 2002, *Anticlericalismo e democrazia. Storia del partito radicale a Roma e in Italia (1901-1914)*, Soveria Mannelli, Rubbettino editore.

Sircana, G., "Bevione Giuseppe", in *Dizionario biografico degli Italiani*, vol. 34-1988, [www.treccani.it](http://www.treccani.it), consultato il 30 marzo 2012.

Volli, U., 2003, *Appunti sulla comunicazione in tempo di guerra*, in [www.ugovolli.it](http://www.ugovolli.it), consultato il 30 marzo 2012.



## L'amata perduta. Identità nazionale, gerarchie di genere e violenza nel discorso nazional-patriottico

Giovanni Leghissa

Più che parlare di mentalità (Le Goff 1974), o di immaginario (Patlagean 1979), potrebbe risultare più fecondo - almeno in prima battuta - parlare di intrecci tra semantiche condivise e pratiche socialmente rilevanti (Luhmann 1980). Tale soluzione offre un vantaggio: invita a tener fermo lo sguardo su testi, documenti, immagini, insomma su oggetti sociali visibili e catalogabili. Per ammissione degli stessi autori che se ne sono fatti promotori, le nozioni di mentalità o di immaginario restano molto vicine alla nozione di inconscio collettivo (Braudel 1969; Vovelle 1982). Ora, capiamo tutti, probabilmente, cosa si voglia intendere con quest'ultima espressione, ma facciamo poi molta fatica a rispondere a domande del tipo: dove stanno gli oggetti che rappresentano l'inconscio collettivo?

Focalizzare l'attenzione sulla semantica condivisa sembra permettere di rendere meglio l'idea di come fun-

zioni la performatività dei discorsi che innervano le pratiche sociali. In questi ultimi si sedimentano, grazie all'iterazione operata sia nella comunicazione quotidiana che in quella istituzionale, assiologie e sistemi di classificazione. Si tratta di una sedimentazione che isola, fortifica e rende sempre disponibili le figure attorno alle quali si costruisce la narrazione delle identità. La cornice istituzionale che amministra la circolazione di tali blocchi narrativi ovviamente non è affatto irrilevante, anzi - e quando si mette l'accento sul fatto che le semantiche sono *condivise*, si intende riferirsi proprio al ruolo giocato dalle cornici istituzionali, le quali filtrano, vietano, inibiscono alcune pratiche discorsive, mentre favoriscono e implementano altre. Solo entro tali cornici - e mai entro la cornice di tutte le cornici, chiamata "società" - gli attori si rapportano, attivamente o passivamente, alla concretezza delle pratiche che, nel loro insieme, formano i vari meccanismi di esclusione o di inclusione, per accettarli, approvarli, subirli, criticarli, metterli in discussione - a seconda dei casi. Più in generale, il nesso tra saperi e poteri individuato da Foucault, non diversamente dal nesso tra semantiche e strutture della società di cui parla Luhmann, trova proprio nell'analisi delle pratiche istituzionali il modo migliore per dare frutti euristici rilevanti (Douglas 1987; Boltanski 2007).

Tuttavia, il funzionamento delle istituzioni non può prescindere dalla disponibilità delle narrazioni condivise che circolano entro circuiti comunicativi più ampi e informali - in quell'ambito, cioè, in cui si forma ciò che Gramsci chiamava senso comune. Si tratta di narrazioni che non hanno lo statuto del sapere e che spesso assumono la forma di ciò che viene *taken for granted* da una collettività storica. È a questo livello, direi, che si misura la produttività di quegli sforzi teorici che sono attenti a cogliere le traiettorie della lunga durata - permettendo così di recuperare l'efficacia della meta narrazione storica che mette a fuoco linee di continuità o di rottura entro ciò che, come abbiamo visto all'inizio, una solida tradizione disciplinare ha chiamato "mentalità" o "immaginario". Suggestivo insomma che molto - se non tutto - dipende dalla scala, ovvero dall'ampiezza della prospettiva che il soggetto della scienza decide di fare propria nel momento in cui assume la posizione dell'osservatore. Ricostruzioni mirate a individuare segmenti specifici, contesti locali, puntano lo sguardo sul modo in cui semantiche e pratiche interagiscono entro i confini - comunque mobili - dell'istituzione. Questo è il conteso specifico in cui gli attori negoziano le proprie posizioni, di volta in volta consolidando il potere raggiunto (in termini di accesso a risorse e informazioni) oppure cercando di superare la propria condizione di subalternità. Ma le retoriche di cui ciascun attore può servirsi non sono il prodotto diretto ed esclusivo dei codici gestiti da istituzioni, bensì sono parte di un patrimonio più ampio, il quale si insedia in modo diffuso entro archivi che nessun attore può pretendere di dominare singolarmente.

Un esempio rivelatore in questo senso ci viene offerto dal modo in cui si formano le identità nazionali. Il loro scopo è quello di permettere la gestione di specifiche forme di inclusione e di esclusione (Luhmann 1994). Senza retoriche condivise, nessuna tonalità emotiva dominante potrebbe associarsi all'identificazione con i sistemi valoriali e simbolici in virtù dei quali tali forme di esclusione e di inclusione vengono esperite come ovvie - o, al contrario, problematiche. E va anche qui sottolineato il fatto che tali retoriche condivise si incistano sì entro i meccanismi che, in un momento dato, istituzioni specifiche mettono in moto per delimitare e amministrare il campo dell'esclusione e dell'inclusione, ma sarebbe impensabile separare questo campo da "strutture del sentire" (Williams 1977) che hanno una circolazione più ampia e diffusa e fungono così da potenti operatori dell'identificazione, atti a semantizzare attraverso immagini e narrazioni sia il "noi" inteso come blocco compatto, sia le fratture e le gerarchie che necessariamente lo attraversano.

Particolarmente interessante, nel caso dell'Italia, il nesso che si instaura tra la figura femminile e l'identità nazionale. D'obbligo ricordare la citazione della famosa terzina dantesca: "Ahi serva Italia, di dolore ostello, / nave senza nocchiere in gran tempesta, / non donna di provincie, ma bordello!" (*Purg. VI*, 76-78). Di contro all'amata perduta, non solo nobile ma anche rispettata da tutti, si erge la meno desiderabile figura femminile della meretrice, che evoca il via vai di genti straniere su e giù per la penisola. Il richiamo alla perduta gloria romana, che la terzina evoca, diverrà in seguito un riferimento costante. Nel Rinascimento, quando il commercio con gli antichi faceva parte della normale formazione dell'intellettuale, risultava ovvio rivestire con i panni dell'antico l'immagine della nazione. Ne dà testimonianza l'allegoria dell'Italia, visibile nella seconda edizione dell'*Iconologia* del Ripa, uscita nel 1603 (la prima edizione, del 1543, non conteneva un apparato iconografico, ma solo descrizioni di immagini). Qui l'Italia troneggia sul globo, a indicare il dominio sul mondo, con la testa turrata - una cifra iconica, questa, che ne accompagnerà la rappresentazione allegorica fino a tempi recenti (Bazzano 2011). Sulle torri che cingono il capo, è posta una stella, che poi si ritroverà nel simbolo della Repubblica Italiana nata dal referendum che condusse, nel secondo dopoguerra, all'abolizione della monarchia. Nella destra regge uno scettro, nella sinistra una cornucopia, che rimanda alla *saturnia tellus* di virgiliana memoria e a quel mito dell'età dell'oro che, nel periodo barocco, avrebbe permesso a molti intellettuali di articolare il desiderio di una trasformazione della realtà italiana dai connotati anche politici (Costa 1972).

Tuttavia, immaginare l'Italia in questo modo è possibile perché all'allegoria spetta ancora il compito di raffigurare un'idea di appartenenza che si situa tutta entro i registri dell'erudizione e del gioco di riferimenti all'antico che permea il vissuto di una ristretta élite. I mem-

bri di quest'ultima abitano per lo più le corti e, abituati a dissimulare, non possono o non vogliono mescolare l'appartenenza alla repubblica delle lettere con i problemi che ci si deve porre non appena si tratti di dare un senso alla posizione propria e altrui all'interno dei confini di uno stato nazionale. Quando anche all'Italia toccherà porsi il problema di come articolare le semantiche dell'appartenenza alla nazione, la femminilità che connota quest'ultima a livello allegorico e simbolico subirà una trasformazione notevole. La posta in gioco di tale trasformazione sarà - niente meno - che la statuzione dell'esclusione del femminile dalla cittadinanza. Si tratta di una questione che, ovviamente, non tocca solo la storia culturale e politica italiana. Anzi, proprio perché l'élite italiana che si fece promotrice del moto risorgimentale si ispirava a modelli di *nation building* già operanti, per comprendere il senso della narrazione identitaria italiana è bene tener presente il più generale contesto europeo. In particolare, riferendosi all'Europa tardo illuminista prima e romantica poi è alla Francia rivoluzionaria e post-rivoluzionaria che bisogna guardare, dal momento che allora chiunque avesse voluto immaginare un percorso che porta i sudditi a diventare cittadini non avrebbe potuto che farsi trasportare dall'entusiasmo suscitato dalla Rivoluzione - entusiasmo che per Kant è addirittura indice sicuro del fatto che l'umanità è incapace di progresso. Si trattava però di un percorso che trasudava tanta più esemplarità quanto più traspariva con chiarezza il fatto che esso doveva terminare con la costruzione della patria dei cittadini - maschi, bianchi, e capaci di padroneggiare la lingua nazionale (Scott 1996; Wahnich 1997; Certeau, Julia, Revel 2002). Possiamo immaginare quanto grande fu la delusione - per dirla in modo eufemistico - di chi pensava che la Rivoluzione fosse invece veicolo di un reale universalismo, capace di sussumere sotto il concetto di "cittadino" donne e individui dalla pelle nera. Basti qui pensare al destino di Olympe de Gouges e di Toussaint Louverture, le cui opere, saldamente intrecciate alla loro azione politica, ben testimoniano la direzione che avrebbe potuto prendere l'universalismo proclamato con la Rivoluzione (Gouges 2009; Toussaint Louverture 1997): la prima fu decapitata nel 1793, il secondo finì i suoi giorni in carcere nel 1803, dopo aver visto la Francia napoleonica reintrodurre la schiavitù abolita nel 1794.

Ma soffermiamoci più dappresso sul modo in cui la relazione tra femminilità e identità patria si esprime attraverso l'uso di codici specifici. L'iconologia, intesa come interpretazione dei motivi di un'opera tesa a rinvenire le forme simboliche che in essi si esprimono (Panofsky 1939), può aiutarci a cogliere in che senso tale identità si sia costruita istituendo una netta subordinazione del polo femminile rispetto al polo maschile. Prendiamo un celeberrimo dipinto del secolo XIX, "La libertà che guida il popolo", di Eugène Delacroix, del 1830. In primo piano si trova una figura femminile, con un fucile in



Fig. 1 - *La libertà che guida il popolo*, Eugène Delacroix, 1830, olio su tela, cm 260x325, Louvre.

mano. Il popolo in armi le sta dietro di un buon passo. Colpisce subito - non solo noi, fruitori odierni dell'opera - il realismo del dipinto.

Proprio in virtù di tale realismo non può sfuggirci un particolare essenziale - del resto, il diavolo si nasconde nei dettagli. Si tratta dei peli sotto le braccia della donna. Molti, allora, si scandalizzarono di fronte a tanta crudeltà nella rappresentazione. Come ha fatto Delacroix, ci si chiese, a mescolare il tono alto proprio dell'allegoria con i toni bassi del crudo realismo? Ma proprio quei peli - al di là delle intenzioni del pittore - resero un ottimo servizio a quanti volevano fossero ben chiari i compiti delle donne entro il corpo sociale. Quei peli, infatti, sono indice di una condizione ben precisa: rimandano al fatto che a prender le armi e a salire sulle barricate della nazione intenta a cacciare il re (per poi ritrovarsi al trono un altro: a Carlo X succede infatti Luigi Filippo) poteva essere solamente una prostituta; una donna, quindi, portatrice di uno stigma sociale che l'autorizzava a infrangere quello che doveva restare per lunghissimo tempo un punto fermo di ogni nazione europea moderna: le donne perbene non partecipano attivamente ai processi sociali e politici, se ne stanno invece a casa ad aspettare che padri, mariti e figli tornino dalla lotta - se vivi, per gioire con loro, se cadaveri, per celebrarli come eroi. E l'eventuale accostamento alla figura di Giovanna d'Arco serve non a negare tale dispositivo di esclusione, bensì a rinforzarlo: Giovanna d'Arco, infatti, entra sì nel pantheon degli eroi nazionali, giocando un ruolo di tutto rispetto all'interno della mitologia francese, ma può farlo solo in quanto figura femminile desessualizzata e de-erotizzata, con forti tratti androgini (Banti 2005, pp. 313-326 e 335-340) - secondo una logica non dissimile da quella che porta il discorso cristiano a unire la verginità di Maria al ruolo da lei giocato all'interno dell'economia della salvezza. Del resto, sin dall'autunno del 1793 i Francesi proibiscono alle donne l'uso delle armi - quindi la partecipazione attiva agli eventi politici (come ricordato



Fig. 2 - *Il bacio*, Francesco Hayez, 1859, olio su tela, cm 110x88, Brera.

poco sopra, nello stesso anno Olympe de Gouges viene decapitata). La proibizione forse mirava, nell'immediato, a indebolire i giacobini, più propensi ad accogliere donne tra le loro fila. Tuttavia, da quel momento ogni rivoluzione nazionale, compresa quella italiana, seguirà l'esempio francese e terrà le donne ben lontane dalla cittadinanza attiva.

Se ora volgiamo lo sguardo appunto all'Italia, più che un esame degli scritti di Mazzini o di Garibaldi, è un'altra celeberrima immagine a venirci in aiuto per proseguire l'analisi qui proposta. Si tratta de "Il bacio" di Francesco Hayez, un dipinto del 1859. Una scena d'amore come se ne vedono tante nella storia dell'arte moderna? Certamente è così.

Il dipinto, a prima vista, non si presta infatti a un uso politico, non pare nascondere chissà quale riferimento al moto risorgimentale allora sul punto di concludersi. Eppure, proprio questo quadro entra in una catena iconica altamente significativa. Due quadri, esposti nel 1862, intendono conferire al bacio appassionato raffigurato da Hayez un significato politico. In un'opera di Girolamo Induno, "Triste presentimento", una ragazza seduta sul letto rivolge uno sguardo pieno tristezza a un medaglione che tiene tra le mani; si indovina la presenza dell'immagine dell'amato lontano incastonata nel medaglione; sulla parete dietro al letto, in una nicchia c'è un piccolo busto di Garibaldi e sopra, appeso alla parete, si nota una riproduzione del quadro di Hayez. Di dimensioni simili è un'altra riproduzione dello stesso dipinto, presente in un quadro di Giuseppe Reina, intitolato "Una triste novella", che ritrae una scena simile alla precedente. Anche qui abbiamo una giovane donna dallo sguardo sconsolato, uno sguardo stavolta rivolto direttamente alla riproduzione de "Il bacio" di Hayez. Considerando il titolo dell'opera, si è indotti a pensare che il bacio raffigurato le ricordi gli incontri con un giovane che ormai non farà più ritorno, in quanto caduto per liberare la patria dallo straniero. La prossimità del quadro di Hayez a queste due giovani donne, evidentemente tristi per l'assenza dell'amato, in-

duce a interpretare il bacio come un bacio di commiato - interpretazione che la vista del quadro in quanto tale non giustifica. A rincarare la dose, vi è uno scritto di Giuseppe Dall'Ongaro, di pochi anni dopo, che interpreta il bacio come "il bacio del volontario". In effetti, nel periodo delle guerre d'indipendenza non saranno stati pochi i commiati tra i giovani che partono per unire l'Italia e le loro sorelle, spose o fidanzate destinate a rimanere in casa ad attenderli. Nell'analizzare questa lettura politica del quadro di Hayez, Banti sottolinea innanzi tutto il rimando al divieto di far seguire al bacio appassionato un ben più intenso amplesso. Tale divieto si connette al rigetto di quella morale libertina, di matrice materialista e illuminista, che aveva caratterizzato la sensibilità dell'aristocrazia settecentesca e che i fautori del moto risorgimentale, legati piuttosto al valore borghese del decoro, intendono rifiutare. In secondo luogo - e come immediata conseguenza - vi è il rimando a quella comunità tutta maschile che unisce gli eroi combattenti: accomiatandosi dall'amata, infatti, l'eroe parte per la guerra e va incontro al suo destino di morte gloriosa (Banti 2005, pp. 271-291).

Non vi è una relazione estrinseca tra la violenza che la costruzione della nazione richiede e la violenza dell'esclusione del femminile. La prima non si giustifica solo con il fatto che per fare l'Italia bisogna combattere. Essa infatti è una violenza essenzialmente maschile, che si caratterizza come tale nel momento stesso in cui viene articolato il discorso sulla nazione, sulla sua integrità e sul suo significato quale comunità attraversata da rapporti di forza e di potere. Di questo fatto le prime testimonianze provengono proprio dalle donne che hanno partecipato al moto risorgimentale come scrittrici, intellettuali, attiviste politiche. Da un lato, costoro si fanno promotrici della causa comune ed esortano le madri italiane a educare i loro figli all'amor di patria - amore che deve culminare con il sacrificio della vita, se necessario. Dall'altro, non possono non denunciare quella violenza di genere che ritengono stridere con gli ideali di libertà e uguaglianza di cui la retorica risorgimentale si era sempre fatta promotrice e che vedono annidarsi ovunque sia nelle pratiche che nei discorsi - una violenza che le toccava direttamente, dal momento che il loro impegno politico e culturale veniva sminuito dai loro sodali di sesso maschile (Banti 2005, pp. 300-306).

Ma sono documenti dell'epoca destinati ad avere una diffusione immediata, sul territorio, come i proclami affissi per le vie delle città, a offrire forse la testimonianza più preziosa di come si fosse sedimentata nel sentire comune la connessione tra violenza di genere e guerra di liberazione nazionale. Prendiamo come esempio un manifesto murale bolognese, "L'Italia ai suoi figli", del 1848:

Bolognesi, Romagnoli, Pontifici, Italiani tutti quanti siete, miei cari figli! L'onore della madre vostra è in pericolo. Sostenetelo! Ogni sacrificio a tal fine deve per voi essere lieve. Tutto dovete a chi vi ha data la vita, a chi vi vuole

serbata la vostra antica gloria e dignità. Chi fra di voi non sarà degno mio figlio, io lo ripudio. Vilipeso, schernito, disonorato, andrà ramingo a piangere il di lui fallo lungi dalla mia famiglia. Chi ne sarà degno, amato da me, stimato dai fratelli, onorato applaudito da tutti, avrà il conforto di sentirsi chiamare magnanimo grande generoso figlio d'Italia; e pieno di gloria potrà mostrarsi altero a qualsiasi Nazione. - Vi siano stampati nel cuore tutti questi miei detti; le parole di una Madre tuonino al vostro orecchio come il rombo del Cannone. Vi sovenga che per conservare la vita e gli agi, perderete le vostre case, le proprietà, le mogli e i figli, e, che più vale, l'onore. I barbari vittoriosi tutti vi rapiranno, tutto vi incendieranno. Le vostre donne stuprate, i vostri figli scherniti e trafitti serviranno di sollazzo e di gioia alle sanguinarie loro brame [...] (cit. in Banti 2009, p. 211).

Madre generosa ma esigente, la (futura) patria in cambio del sacrificio offre beni allora apprezzati e importanti, come l'onore e la rispettabilità (anche esterna, cioè di fronte alle altre nazioni). L'appello suona perentorio e in qualche modo sembra offrire poche opportunità di scelta: se non si vuol perdere quel che si possiede, bisogna predisporre alla lotta. Ma la parte più significativa indica la perdita dell'onore, che si condensa nello stupro delle proprie donne e nell'uccisione dei figli. Il danno al benessere psicofisico delle donne stuprate non viene messo in evidenza, secondo una logica che annette il corpo femminile e la sua integrità all'uomo che di esso è supposto essere il possessore - padre o marito. Risalente alla Grecia antica, tale logica si mantiene intatta nel corso della storia europea moderna. Come pure non deve suscitare sorpresa il legame tra guerra e stupro - un legame accolto universalmente dalla prassi militare. Quel che più conta, tuttavia, è sottolineare come, nel tessuto del discorso nazional-patriottico in quanto tale, il riferimento allo stupro - o, meglio, alla fantasia dello stupro perpetrato dal nemico - permetta di legare saldamente tra loro la pulsione erotica e la lotta condotta per amore della nazione. Dalla loro connessione, il richiamo alla pulsione erotica e quello alla necessità ineludibile della lotta nazionale subiscono un netto rinforzo del loro impatto emotivo, che non sarebbe facile ottenere lasciando operare i due elementi in modo irrelato. L'effetto che ne scaturisce sembra essere quello di rendere il discorso sulla nazione capace di ospitare una specifica declinazione del rapporto tra i generi. Si muore non solo per la patria, ma per difendere le proprie donne - o, inversamente, per stuprare le donne del nemico: immaginare il nemico come sturatore si lascia interpretare benissimo anche come una proiezione. Se si stabilisce che le donne partecipano alla guerra solo come potenziali vittime di uno stupro, in tal modo si sancisce, in modo automatico, la loro inferiorità. Si tratta di una inferiorità fisica a cui viene attribuito immediatamente un significato politico. Incapaci di difendersi, bisognose dunque di essere difese da uomini che sanciscono *in primis* a livello fisico-biologico la propria superiorità, le donne si mostrerebbero incapaci di contribuire alla costruzione della nazione; ma se

non sono capaci di partecipare attivamente all'evento bellico, pena l'esporsi allo stupro, non si vede perché debbano essere loro accordati quei diritti che ne farebbero delle cittadine. Da ultimo, grazie alla retorica dello stupro delle proprie donne inteso come cifra della minaccia suprema, si comunica per contrasto una concezione ben precisa di cosa sia e di come debba essere un'ordinata e ben funzionante comunità nazionale: si tratta di una comunità basata sul possesso regolato delle donne nate sul suolo patrio, il quale permette dunque la riconoscibilità della discendenza maschile e il mantenimento dell'integrità spirituale della nazione.

Gli esempi fatti sin qui attestano la necessità di tenere sempre presenti le indicazioni metodologiche esposte all'inizio a proposito dell'opportunità di non scindere mai i nessi che legano immaginario, mentalità, rappresentazioni collettive, archivi della memoria nel momento in cui il fuoco dell'analisi punta verso le semantiche dell'inclusione e dell'esclusione. Come il caso della formazione delle identità nazionali mostra assai bene, si tratta di semantiche stratificate, diffuse nella cultura alta come in quella bassa, capaci di metamorfosarsi di continuo e di dare vita a sempre nuove combinazioni. Di fronte a tale duttilità, che è poi misura della loro performatività in ciascuno dei contesti dati, lo sguardo critico deve mantenere una costante vigilanza - pena l'assurdità di ogni aspirazione a vivere in una società aperta e inclusiva.

## Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

- Banti, A.B., 2005, *L'onore della nazione. Identità sessuali e violenza nel nazionalismo europeo dal XVIII secolo alla Grande Guerra*, Torino, Einaudi.
- Banti, A.M., 2009, *Il Risorgimento italiano*, Roma-Bari, Laterza.
- Bazzano, N., 2011, *Donna Italia. Storia di un'allegoria dall'antichità ai giorni nostri*, Vicenza, Colla.
- Berding, H., 1994, *Nationales Bewußtsein und kollektive Identität. Studien zur Entwicklung des kollektiven Bewußtseins in der Neuzeit*, 2, Frankfurt/M., Suhrkamp.
- Boltanski, L., 2009, *De la critique. Précis de sociologie de l'émancipation*, Paris, Gallimard.
- Braudel, F., 1969, *Ecrits sur l'histoire*, Paris, Flammarion; trad. it. *Scritti sulla storia*, Milano, Mondadori 1973.
- Certeau, M. de, Julia, D., Revel, J., 2002, *Une politique de la langue: la Révolution française et le patois: l'enquête de Grégoire*, Paris, Gallimard.
- Costa, G., 1972, *La leggenda dei secoli d'oro nella letteratura italiana*, Roma-Bari, Laterza.
- Douglas, M., 1987, *How Institutions Think*, London,

Routledge; trad. it. *Come pensano le istituzioni*, Bologna, Il Mulino 1990.

Gouges, de, O., 2009, *La musa barbara. Scritti politici (1788-1793)*, Milano, Medusa.

Le Goff, J., "La mentalità: una storia ambigua", in J. Le Goff, P. Nora, a cura, 1981, pp. 239-255.

Le Goff, J., Nora, P., a cura, 1981, *Fare storia*, Torino, Einaudi.

Le Goff, J., a cura, 1990, *La nuova storia*, Milano, Mondadori.

Luhmann, N., 1980, *Gesellschaftsstruktur und Semantik*, Frankfurt/M., Suhrkamp; trad. it. *Struttura della società e semantica*, Roma-Bari, Laterza 1983.

Luhmann, N. 1994, "Inklusion und Exklusion", in H. Berding, a cura, 1994, pp. 15-45.

Panofsky, E., 1939, Introduction to: *Studies in Iconology: Humanistic Themes in the Art of the Renaissance*, New York, Oxford University Press; trad. it. *Il significato delle arti visive*, Torino, Einaudi 1962, pp. 29-57.

Patlagean, E., "Storia dell'immaginario", in J. Le Goff, a cura, 1990, pp. 289-317.

Scott, J. W., 1996, *Only Paradoxes to Offer: French Feminists and the Rights of Man*, Cambridge, Harvard University Press.

Toussaint Louverture, F.D., 1997, *La libertà del popolo nero. Scritti politici*, Torino, La Rosa.

Vovelle, M., 1982, *Idéologies et mentalités*, Paris, Maspero; trad. it. *Ideologie e mentalità*, Napoli, Guida 1989.

Wahnich, S., 1997, *L'impossible citoyen. L'étranger dans le discours de la Révolution française*, Paris, Albin Michel.

Williams, R., 1977, *Marxism and Literature*, Oxford, Oxford University Press; trad. it. *Marxismo e letteratura*, Roma-Bari, Laterza 1979.

tempo, si riflette anche nel linguaggio dei testi che codificano la nazione e nelle vite di coloro che la vivono. Ma per Bhabha è proprio nell'impossibile unità della nazione come forza simbolica che risiede tutto il suo impulso culturale:

Nations, like narratives, lose their origins in the myths of time and only fully realize their horizons in the mind's eye. Such an image of the nation – or narration – might seem impossibly romantic and excessively metaphorical, but it is from those traditions of political thought and literary language that the nation emerges as a powerful historical idea in the west. An idea whose cultural compulsion lies in the impossible unit of the nation as a symbolic force. [...]

If the ambivalent figure of the nation is a problem of its transitional history, its conceptual indeterminacy, its wavering between vocabularies, then what effect does this have on narratives and discourses that signify a sense of "nationness"... (Bhabha 1990, pp. 1-2).

Restringiamo questo quesito al caso italiano, caratterizzato da un'ambivalenza accentuata, che si può studiare isolando un nucleo discorsivo: la rappresentazione della storia fondante della nazione.

Il discorso sulla storia nazionale non solo è esemplificativo, ma è centrale nell'economia generale del discorso nazionale. Nello spiegare il carattere dell'ambivalenza del senso della nazione, Bhabha (1990) mette l'accento proprio sul contrasto tra una visione dell'origine della nazione come punto di partenza di un popolo verso la modernità e il progresso, e la percezione della transitorietà dell'assetto socio-culturale della nazione. Il rapporto con l'origine storica è quindi una componente fondamentale del senso di nazione, come osservava Ernest Renan (1882):

A nation is a soul, a spiritual principle. Two things, which in truth are but one, constitute this soul or spiritual principle. One is the possession in common of a rich legacy of memories; the other is present-day consent, the desire to live together, the will to perpetuate the value of the heritage that one has received in an undivided form. [...] To have common glories in the past and to have a common will in the present; to have performed great deeds together, to wish to perform still more – these are the essential conditions for being a people (Renan 1882, p. 19).

Se questi sono gli elementi costitutivi dell'ideologia, intesa nel senso di Greimas e Courtès (1979) come sistema di valori, e del programma narrativo che stanno alla base del concetto tradizionale di nazione, pare che il caso italiano si allontani alquanto dal modello. Non solo l'Italia si trova a fronteggiare spinte separatiste che testimoniano una crisi di volontà unitaria, ma nel discorso di molti Italiani sembra spesso mancare il senso della gloria passata, la coscienza di un momento fondante di cui andare fieri, una lotta coesa per l'unità nazionale.

Una delle conseguenze di questa ambivalenza è lo svi-

E|C

## Italia dolce-amara: l'ambivalenza del discorso letterario nazionale sul Risorgimento

Jenny Ponzio

*Amertume*: «sentiment durable de tristesse, mêlée de rancœur, lié à une humiliation, une déception, une injustice du sort»;

*Rancœur*: «amertume que l'on garde après une désillusion, une injustice, etc.».

Voilà bien des exemples d'une colère «suspendue», d'une insatisfaction et même d'une déception durables qui, cependant, ne se développent pas en un sentiment de manque ayant des suites programmatiques.

*Remarque*: On notera en passant le caractère physiologique, gustatif, l'arrière-gout amer et rance – du noyau sémique de ces dénominations. (Greimas 1983, p. 235).

Secondo Homi Bhabha (1990) l'idea di nazione porta in sé una congenita ambivalenza. Questa caratteristica, determinata dall'essere in divenire della nazione, cioè dal suo inserirsi in realtà culturali che mutano nel

luppo di un nodo passionale complesso degli Italiani nei confronti del loro Paese e di se stessi in quanto popolo. Silvana Patriarca (2010), studiando le rappresentazioni del carattere nazionale, afferma:

In contrasto con l'immagine spesso positiva che altri popoli hanno di se stessi [...], l'idea che gli italiani hanno di sé non è affatto lusinghiera: di qualsiasi gruppo sociale facciamo parte, si descrivono come un popolo di cinici, di individualisti estremi incuranti del bene pubblico, di opportunisti propensi al clientelismo, falsi se non totalmente bugiardi (Patriarca 2010, p. XI).

Questa concezione di sé si ritrova frequentemente nelle rappresentazioni e nelle interpretazioni che gli Italiani danno del periodo fondante principale per l'Italia<sup>1</sup>, il Risorgimento.

Secondo Patriarca, i concetti di carattere nazionale e di identità nazionale

[...] funzionano più o meno come contenitori che differenti interlocutori tendono a riempire di svariati contenuti. Questi contenuti non sono scelti a caso: le discussioni sull'identità nazionale e sul carattere nazionale e la definizione dei due concetti avvengono nell'ambito di modelli discorsivi che spesso hanno una lunga storia e di cui i singoli interlocutori sono il più delle volte inconsapevoli (Patriarca 2010, p. IX).

Ponendoci su questa linea, per studiare il macro-discorso nazionale ci occupiamo qui di un nodo discorsivo (l'interpretazione storica del Risorgimento, dell'unificazione nazionale), osservando in particolare alcuni "modelli discorsivi" attraverso i quali è stato articolato nell'ultimo secolo: griglie narrative, schemi interpretativi, nodi passionali attraverso i quali sono rappresentati gli eventi storici.

Se il discorso nazionale si esprime in una gran quantità di tipologie enunciative, bisogna sottolineare che la letteratura (come sembra riconoscere anche Bhabha 1990, v. sopra) dà un contributo notevole alla creazione e all'espressione del senso di nazione. In particolare, per quanto riguarda la problematica storica, esiste un corpus di romanzi italiani novecenteschi ambientati nel Risorgimento nei quali è possibile ricostruire le interpretazioni del momento fondante della storia nazionale. Analizzando tale corpus, emerge che ad un livello più profondo della ricostruzione dei fatti storici il Risorgimento viene caricato di una valenza ambigua. Consideriamo la definizione di "valenza" di Greimas e Fontanille (1991):

"valence" dans l'acception chimique de ce terme, comme désignant le nombre de "molécules" associées dans la composition d'un corps [et] la seconde définition, de type "psychologique", de la valence, considérée comme une potentialité d'attractions et de répulsions associée à un objet: la valence serait à cet égard le pressentiment, par le sujet protensif, de cette ombre de valeur qui, à la suite de la scission phorique, l'enveloppe comme dans un cocon pour se

manifester plus tard sous la forme plus articulée de l'inchoativité (Greimas e Fontanille 1991, p. 27).

La valenza del Risorgimento è data da un insieme di "molecole". Tali molecole, assemblandosi, formano delle unità che sono i valori. Tali valori sono poi gli stessi che, combinati in sistema, formano l'ideologia nazionale.

Allo stesso modo, è ipotizzabile che nel discorso nazionale esistano delle "molecole" passionali, che vanno a comporre le passioni vere e proprie: anche Greimas e Fontanille mettono la valenza in relazione con la "scissione forica".

Studiando la letteratura di argomento risorgimentale degli anni 1950-70 si nota un nodo passionale ricorrente. In molti romanzi il sentimento patrio è venato sia d'amore sia di un'amarezza simile all'ira. Spesso questa passione ambivalente si esprime nella narrazione mediante una griglia narrativa ricorrente, mediante un'opposizione di attori: idealisti illusi contro furbi.

Questa tensione, nelle sue diverse varianti, si ritrova in molti romanzi, come ad esempio *Noi credevamo* (Banti 1967) o *Il sorriso dell'ignoto marinaio* (Consolo 1976), ma quelli che meglio esprimono la teoria dei furbi sono *Il Gattopardo* (Tomas di Lampedusa 1958), *L'eredità della Priora* (Alianello 1963) che sviluppa il tipo già delineato dal *Gattopardo*, e anche *Piazza d'Italia* (Tabucchi 1975).

I "furbi" sono generalmente borghesi o signorotti locali, figure importanti nel loro ambiente, ricchi e potenti o sulla via per diventarlo, arrivisti, disonesti, intriganti, opportunisti e voltagabbana, che brigano continuamente per far prevalere i loro interessi.

Nel *Gattopardo* questo tipo è rappresentato soprattutto da Sedara, che come dice don Ciccio, è l'"uomo nuovo come dev'essere; è peccato però che debba essere così" (Tomas di Lampedusa 2007, p. 127).

La rassegnazione che sembra trasparire da queste parole è un aspetto di un altro elemento passionale costante nella letteratura sul Risorgimento: la frustrazione, che è un "volere e non potere". La frustrazione di don Ciccio trova piena espressione quando si arrabbia per il sopruso di Sedara, che ha falsificato i risultati del plebiscito che doveva ratificare l'unità nazionale, annullando la volontà e la libertà del popolo.

Un nodo passionale molto simile si trova in un passo di *L'eredità della Priora*, dove il termine disforico "furbi" ricorre spesso e il tipo è delineato nitidamente sia in alcuni personaggi che lo incarnano sia nei pensieri di Andrea Guarna, liberale che si batte per l'unità nazionale:

[Andrea] Era pieno [...] d'un'ira pesante, un'immota angoscia, che gli era calata dentro. Sentiva d'essere all'orlo di qualche cosa, qualcosa spiacevole, disastrosa forse; ch'era caduto in mano ai furbi, quella gente odiosa che ha una lente di ingrandimento per ogni occhio e vede ogni peluzzo del tuo vestito e se ne giova; ma te non ti vede e neanche le cose attorno, gli alberi, i monti, il cielo, ma tutto affonda in una

nebbia opaca e dura che è il suo interesse, la passioncella, il fanatismo, il vizio magari. Sono questi, e lui l'ha sempre detto fin dai giorni del Volturmo e di Gaeta, che hanno fotuto il Reame. E adesso ancora furbi, sempre furbi sulla sua strada, sempre cuori aridi e menti piccine addosso a lui e di quei pochi che non sanno l'arte di fregare il prossimo. Le loro parole melate, i loro ghigni, gli ammiccamenti, l'atroce durezza se niente niente vai a sbattere contro il loro interesse, miele che t'invischia, corde che ti legano, ami che ti uncinano, e tu t'affidi alla tua lealtà di gentiluomo finché un giorno ti ritrovi miez'a na strada, in carcere o sul patibolo e non sai com'è. [...] C'era una rosa gialla nel vaso, dove qua e là la cera s'era screpolata e mostrava la garza grossolana che ci sta sotto e l'anima di fil di ferro; una rosa gialla che dava fastidio alla vista tanto era gialla, coi petali inferiori che si sfumavano di rosso, un rosso pacchiano di pomodoro. E così è questa gente, pensò Andrea [...]; sotto sono di ferro duro e rugginoso, fili di cotonaccio rigidi di colla, e sopra paiono di cera morbida (Alianello 1979, pp. 464-465).

Dunque ancora ira, collera. Secondo Greimas (1983), la collera deriva dal tradimento della fiducia. La fiducia è un nodo fondamentale, espresso molto bene nel *Gattopardo*. Dopo lo sfogo di don Ciccio, il principe comprende la verità sul plebiscito che segna la storia d'Italia:

[Don Fabrizio] adesso sapeva chi era stato strangolato a Donnafugata, in cento altri luoghi, nel corso di quella nottata di vento lercio: una neonata, la buonafede; proprio quella creaturina che più si sarebbe dovuta curare [...]. Sei mesi fa si udiva la voce dispotica che diceva "fai come dico io, o saranno botte." Adesso si aveva di già l'impressione che la minaccia venisse sostituita dalle parole molli dell'usuraio: "Ma se hai firmato tu stesso? Non lo vedi? E' tanto chiaro! Devi fare come diciamo noi, perché, guarda la cambiale! la tua volontà è uguale alla nostra. [...] E i Sedara, da quello minuscolo che violentava l'aritmetica a Donnafugata, a quelli maggiori a Palermo, a Torino, non avevano forse commesso un delitto strozzando quelle coscienze? Don Fabrizio non poteva saperlo allora, ma una buona parte della neghittosità, dell'acquiescenza per le quali durante i decenni seguenti si doveva vituperare la gente del Mezzogiorno, ebbe la propria origine nello stupido annullamento della prima espressione della libertà che a questi si fosse mai presentata (Tomasi di Lampedusa 2007, pp. 123-125).

Il Risorgimento invece di essere un mito delle origini spesso si configura in letteratura come epopea di un tradimento.

I personaggi positivi sono quelli offesi e sconfitti. Questo rende la narrazione nazionale un'ideologia atipica perché mette in atto un processo di identificazione distorto. Alianello, ne *L'eredità della priora* arriva a distillare proprio nell'illusione e nella sconfitta l'essenza dell'Italiano: "Il prototipo dell'italiano, illuso sempre e fottuto sempre" (Alianello 1979, p. 161).

Il senso di malessere non solo nei confronti di chi ha materialmente causato la delusione (i furbi) ma nei confronti di se stessi (illusi), che traspone in questo come in molti altri testi, è ben spiegato da Greimas:

Ce comportement qui, aux yeux du sujet d'attente fiduciaire, était modalisé par un /devoir faire/ n'a pas lieu, et le croire du sujet d'état se révèle du coup injustifié. La *déception* qui en résulte est une crise de confiance d'un double point de vue, non seulement parce que le sujet 2 à déçu la confiance qu'on avait mise en lui, mais aussi – et peut-être surtout – parce que le sujet 1 peut s'accuser de la confiance mal placée (Greimas 1983, p. 233).

Il problema della fiducia si ritrova anche in Tabucchi, che in vari suoi romanzi tocca il tema del potere, rappresentando i regimi che si sono susseguiti nella storia come ciechi oppressori armati di vuota retorica alla quale non si può credere. In alcuni romanzi, l'attenzione dello scrittore si è concentrata proprio sulla rappresentazione della storia italiana. Nella nota alla seconda edizione del *Piccolo naviglio* (pubblicato per la prima volta nel 1978), Tabucchi osserva che in quel romanzo c'è

... la storia senza maiuscole del nostro paese, per il quale continuo a nutrire la nostalgia di ciò che avrebbe potuto essere e non è, mischiata a un senso di colpa per una colpa che non mi appartiene [...]. E soprattutto c'è il fenotipo di molti miei personaggi a venire: un personaggio sconfitto ma non rassegnato, ostinato, tenace. Fedele, come ha detto un poeta, "alla parola data all'idea avuta" (Tabucchi 2011, p. 10).

Il personaggio positivo, quello che continua a credere nei valori (per Tabucchi, libertà e uguaglianza) è il personaggio sconfitto, ma è proprio quello che prevede l'identificazione del lettore. Questo tipo di attore era già presente nella prima opera letteraria di Tabucchi, *Piazza d'Italia*.

Il riferimento a quest'opera consente di aprire una parentesi su un particolare aspetto del problema di fiducia italiano, che si esplica nel rapporto tra gli Italiani e le loro istituzioni: per fare un piccolo esempio, in un episodio di *Piazza d'Italia*, uno dei protagonisti (che rappresenta il "fenotipo" delineato dall'autore), torna al suo paese, osserva la scultura in cui la Democrazia riceve la bambina Italia dalle braccia di Garibaldi, orina contro il piedistallo e osserva "Ci hanno dato un nuovo padrone [...] ma chi ci crede più" (Tabucchi 2001, p. 122).

A ben vedere, anche nel *Gattopardo*, così come ne *L'eredità della priora*, "i furbi" sono quelli che salgono al potere. Il problema di fiducia assume quindi proporzioni maggiori, configurandosi come mancanza di fiducia nelle istituzioni a capo della nazione. Si tratta di un problema grave, perché mina le basi del contratto sociale in senso rousseauiano. Invece che essere fondata su un contratto bilaterale (vedi voce "contratto" in Greimas e Courtès 1979) basato sulla volontà generale, lo stare insieme degli Italiani viene spesso rappresentato come un'imposizione, un contratto unilaterale, anzi neppure un contratto, dal momento che la fiducia di una delle parti è venuta meno.

Soprattutto nel periodo di crisi che l'Italia sta affrontando in questo momento, il problema di fiducia si pone

con particolare forza. Per fare un esempio che prenda in considerazione il punto di vista istituzionale, nel contesto delle celebrazioni del 150° anniversario dell'unità nazionale, i discorsi del Presidente Napolitano hanno spesso messo l'accento sulla fiducia che gli Italiani devono riporre in se stessi come popolo e come Stato. Ancora una volta, spesso questa rivalutazione, o rivalorizzazione dell'unità nazionale, è passata attraverso la proposta di un'interpretazione positiva del Risorgimento come momento fondante<sup>2</sup>.

Tornando alla dicotomia furbi/illusi, essa non è propria solo della letteratura: lo stesso discorso si trova pure nel mondo del giornalismo. Fu sviluppato e diffuso per esempio da Indro Montanelli, come dimostrano due recensioni di sue opere storiografiche scritte da Carlo Casalegno per *La Stampa*. L'una dice:

In tutta la sua storia d'Italia, [...] Montanelli [...] Ha polemizzato contro [...] i vizi nazionali della retorica e della furbizia [...]: questo dialogo intenso e persino rabbioso con il passato è il maggior pregio dei suoi libri (*La Stampa* del 20 novembre 1971, p. 9)<sup>3</sup>.

Ecco quindi che tornano la furbizia e la rabbia. Nell'altra recensione si legge:

Indro Montanelli conduce da anni una pungente campagna contro certi nostri difetti nazionali: il conformismo, la vanità, la furberia, [...] e (peggiore di tutti) l'avversione contro chi li denuncia, subito accusato di lesa patria. [...] Mazzini, [...] e Garibaldi, tanto spesso giocato e tradito per il suo onesto candore, non capirono che anche la rivoluzione, in Italia, doveva riuscire approssimativa, superficiale, sbracata. Eroica, sì, in parecchi episodi, [...] più spesso avvilita dalle manovre, dagli intralazzi, dalla mancanza di una forte coscienza civile. [...] «L'Italia è un paese di furbi; [...]». Per liberarsi da queste tare, noi italiani dovremmo anzitutto imparare che la verità è da preferire al conformismo, [...] alle falsificazioni per ragion di Stato: e Montanelli dà il buon esempio, «ridimensionando» quasi con furore i mitici protagonisti della nostra storia (*La Stampa* del 9 gennaio 1963, p. 9)<sup>4</sup>.

Garibaldi è tradito, l'Italia è un paese di furbi senza coscienza civile, dobbiamo imparare a preferire la verità alle falsificazioni per ragion di stato: Montanelli “con furore” riprende un discorso ben più antico, come dimostra ad esempio un altro articolo de *La Stampa* del 1961, di Galante Garrone, in cui si parla del patriota Gustavo Modena:

[Modena] Compativa Mazzini, che si ostinava a lavar la testa ai ciuchi [...]. «Mazzini, il povero Cristo, predica al deserto [...]: la sua dottrina, se pure trionferà un giorno, sarà subito convertita in bottega dai furbi» (*La Stampa* del 22 febbraio 1961, p. 3)<sup>5</sup>.

La tendenza a leggere gli eventi in un senso simbolico, emblematico, e a riconoscere negli eventi coppie

binarie di valori, incarnati da coppie opposte di attori, sembra creare una griglia narrativa ricorrente che non è confinata alla letteratura, ma fa parte della mentalità, dello stile interpretativo italiano, e rimane costante nel corso del tempo, ben riscontrabile ancora oggi.

Per fare un esempio, il naufragio della Costa Concordia nel gennaio 2012 è stato interpretato dagli Italiani come un simbolo dei problemi della nazione, una parabola che nei personaggi di Schettino e De Falco ha rappresentato lo scontro tra viltà e coraggio<sup>6</sup>.

Che tipo di identificazione instaura questo modello discorsivo binario? Forse che, paradossalmente, la maggior parte degli Italiani si identifica con la minoranza degli idealisti sconfitti (come gli eroi dei romanzi) o di coloro che incarnano i valori positivi? O forse ha ragione piuttosto Audétat, che dalle pagine di *Le Matin* (2012)<sup>7</sup> si chiede se il bisogno di personaggi che incarnino valori e che possano essere una guida sicura (come De Falco) sia dovuto al timore che ogni Italiano sente per la parte di “Schettino” che sa di avere dentro di sé? Lasciamo aperto questo dubbio dai risvolti socio-psicologici, limitandoci a constatare quanto sia complessa e profonda l'ambivalenza del senso che il popolo italiano attribuisce a se stesso.

Dal punto di vista passionale, il senso di “*nationness*” italiano ha una valenza complessiva dolce-amara, paragonabile in senso lato a quella di un amore tradito<sup>8</sup>: il sentimento nazionale italiano è travagliato da un fondamentale problema di fiducia, di cui una delle manifestazioni si ritrova nell'interpretazione del Risorgimento, impossibile mito fondante.

La molecola di questa (ambi)valenza passionale si combina poi in composti che ciascun Italiano declina a modo suo: chi in ira (come Montanelli), chi in rassegnazione (come i personaggi gattopardiani), chi, come Tabucchi, in nostalgia per quello che avrebbe potuto essere e non è stato, e per un personaggio fedele “alla parola data all'idea avuta” che non riesce a trovare il suo posto nel mondo, che rimane un attore puramente virtuale.

## Note

1 Studiando la religione civile americana, Robert N. Bellah (1967) riconosce nella guerra civile un secondo evento fondante per gli Stati Uniti, un momento di profonda riflessione sul significato della nazione. Allo stesso modo, anche nella storia d'Italia si possono riconoscere eventi che hanno plasmato il senso della nazione italiana successivi al primo periodo fondante del Risorgimento, come l'avvento della Repubblica.

2 Cfr. Ponzio 2012.

3 *La Stampa*, 1971, “Il giacobino Montanelli”, 20 novembre, p. 3.

4 *La Stampa*, 1963, “Il «vero» Garibaldi. Tra la storia e la polemica politica”, 9 gennaio, p. 9.

5 *La Stampa*, 1961, “Un bastian contrario del Risorgimento. Cent'anni fa moriva Gustavo Modena”, 22 febbraio, p. 3.

6 La rappresentazione mediatica del naufragio della Costa Concordia e la portata simbolica che ha assunto sono analizzati in modo lucido ed esauriente in un articolo di M. Audétat apparso sul giornale svizzero *Le Matin* del 29 gennaio 2012. Eccone alcuni brani: “C’est un naufrage, c’est une tragedie, mais c’est aussi une parabole. [...] Depuis la nuit fatale du 13 janvier, cette image semble concentrer tous les doutes du pays sur lui-même. Partout on débat: dans les journaux, à la télévision, accoudé au bar. Ce naufrage est comme une histoire emblématique dont on s’acharne depuis quinze jours à déchiffrer le sens. Toute l’Italie est sur le pont: le naufrage est devenu un symbole, mais de quoi? [...] Avec sa confusion, sa panique générale, ses chaloupes qui ne descendent pas, son équipage dépassé et son capitaine à la dérive, le naufrage du «Costa Concordia» paraît devoir exprimer tout ce qui dysfonctionne dans les pays. [...] Sur le plan politique, la presse italienne a souvent comparé le capitaine Francesco Schettino à Silvio Berlusconi. [...] L’un et l’autre ne partagent pas le même cynisme désinvolte culminant dans le déni de la réalité? [...] Schettino est donc venu donner une figure nouvelle au mal italien. «Le naufrage du «Costa Concordia» a fait resurgir tout ce qui était déjà là en termes de lieux communs et d’idées reçues sur le caractère national» commente Hervé Rayner [...] La catastrophe a été interprétée à travers cette grille narrative. [...] Un de ses thèmes les plus prégnants est celui de l’anomalie italienne [...] » [...] c’est partout Schettino le déserteur, l’irresponsable, le pleutre, le lâche... Ce «Berlusconi des mers» donne de l’Italie une image si insoutenable qu’il a fallu recourir à des antidotes. [...] Au fil des jours s’est ainsi développé un appétit grandissant pour les témoignages d’heroïsme au milieu de la débâcle. [...] on a surtout opposé Francesco Schettino à Gregorio De Falco: l’officier qui [...] a passé un savon mémorable au déserteur [...]. Etonnant couple. Des figures à la fois proches et antinomiche. [...] Et désormais associés pour incarner une Italie qui, comme Janus, aurait deux visages. [...] Dans les débats suscités par le naufrage [...], De Falco et Schettino n’ont cessé d’être opposés comme la force à la faiblesse, l’honneur au déshonneur, mais aussi comme le courage à la lâcheté”.

7 *Le Matin*, 2012, “Le naufrage du «Costa Concordia» parabole de la lâcheté et du courage”, 29 gennaio, p. 12.

8 Un nodo passionale in qualche modo paragonabile a quello qui delineato si trova nella poesia d’amore greco-latina, in particolare nel filone rappresentato da Saffo e ripreso da Catullo, in cui la rappresentazione dell’amore dolce-amaro è un *topos*. In effetti, anche l’ambivalente sentimento del poeta latino verso la sua amata era determinato dal tradimento della *fides*, della fiducia, uno dei leit-motiv del *Liber* di Catullo.

## Bibliografia

Nel testo, l’anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell’edizione in lingua originale, mentre i rinvii ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

- Alianello, C., 1979, *L’eredità della priora*, Milano, Feltrinelli.  
 Banti, A., 1967, *Noi credevamo*, Milano, Mondadori.  
 Bellah, R.N., 1967, “Civil Religion in America”, in “Daedalus”, vol. 96, n. 1, pp. 1-21.

Bhabha, H., a cura, 1990, *Nation and Narration*, London & New York, Routledge.

Consolo, V., 1976, *Il sorriso dell’ignoto marinaio*, Torino, Einaudi.

Greimas, A.J., 1983, *Du sens II*, Paris, Seuil.

Greimas, A.J., Courtès, J., 1979, *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, trad. it. *Semiologia. Dizionario ragionato della teoria del linguaggio*, Milano, Mondadori 2007.

Greimas, A.J., Fontanille, J., 1991, *Sémiotique des passions: des états de choses aux états d’âme*, Paris, Seuil.

Fontanille, J., *Mythe et idéologie*, www.unilim.fr, consultato il 20 marzo 2012.

Luhmann, N., 2000, *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*, Stuttgart, Lucius & Lucius; trad. it. *La fiducia*, Bologna, Il Mulino 2002.

Renan, E., 1882, *What is a nation?*, in H. Bhabha, a cura, 1990, pp. 10-20.

Patriarca, S., 2010, *Italian vices. Nation and Character from the Risorgimento to the Republic*. Cambridge, Cambridge University Press; trad. it. *Italianità. La costruzione del carattere nazionale*, Roma-Bari, Laterza 2010.

Ponzo, J., 2012, “I discorsi del Presidente Napolitano sull’unità nazionale come professione di fede. Per uno studio semiotico della religione civile”, in “Lexia”, n. 11.

Rousseau, J.J., [1762] 2012, *Du contrat social*, Paris, Flammarion.

Tabucchi, A., [1975] 2001, *Piazza d’Italia: favola popolare in tre tempi, un epilogo e un’appendice*, Milano, Feltrinelli

Tabucchi, A., [1978] 2011, *Il piccolo naviglio*, Milano, Feltrinelli.

Tomasi di Lampedusa, G., [1958] 2007, *Il Gattopardo*, Milano, Feltrinelli.

E|C

## Una passione collettiva oscura: l’odio di sé Ugo Volli

1. Il suicidio – vero o solo “tentato”, cioè comunicato – ha una evidente dimensione passionale. Ci si uccide (o comunque ci si distrugge, si rovina la propria esistenza e ci si infligge dolore – ai nostri fini l’efficacia finale dell’autodistruzione non è rilevante) per disperazione, per angoscia, per noia ecc.. Mentre nella costruzione narrativa della propria esistenza che ciascuno di noi è chiamato inevitabilmente a fare in ogni momento per dare senso alla propria situazione, il suicida vero o potenziale attribuisce invece alla propria esistenza una valorizzazione negativa, secondo diversi percorsi passionali.

Uno è quello di negare in assoluto l’esistenza di oggetti di valore nel mondo e dunque di trovarsi incapace di concepire una qualunque contrattualità (il disgusto del mondo). Un secondo consiste nel considerare irraggiungibile il proprio oggetto di valore e di rinunciare

con ciò in modo definitivo alla narrazione e con essa alla vita. Un terzo considera in maniera più o meno razionale o emotiva la fine della vita come il male minore rispetto a sofferenze o perdite di dignità future (è il caso del suicidio assistito dei malati terminali, della morte di guerrieri sconfitti che si sottraggono così alla vendetta dei vincitori, come i combattenti di Masada, ecc.). Un altro ancora cerca di sostituire all'oggetto di valore perduto un altro valore, quello dell'onore individuale (la giapponese nobiltà della sconfitta, cfr. Morris 1975), o di ribadire che l'oggetto di valore è stato sottratto in maniera irregolare, tradendo un'aspettativa fiduciaria: il suicidio di Aiace è dunque secondo la teoria delle passioni una forma dell'ira.

Vi è poi il suicidio di chi crede che rinunciando alla vita terrestre non perde tutto, ma al contrario guadagna la vita eterna – un suicidio sacro che spesso è compiuto in maniera parziale, con digiuni, astinenze, auto-torture (il cilicio), mutilazioni più o meno gravi (si pensi alla castrazione che compì su di sé Origene). La passione è qui una sorta di fervore utilitaristico, che supera le barriere dell'autoconservazione in nome di un vantaggio atteso. Qualcosa del genere, anche se con ragioni diverse si ritrova nel piacere masochistico, un punto su cui ha ragionato in maniera originale Gilles Deleuze (1967). Un'altra, più rara ma da un certo punto di vista più interessante modalità del suicidio, è quella che consiste nell'"odio di sé" o piuttosto dal punto di vista della terminologia semiotica, nell'attribuire a se stessi il ruolo di antisoggetto pragmatico rispetto alle valorizzazioni del programma narrativo generale concepito teoricamente, di mettersi cioè in sincretismo passionale con i propri antagonisti e di decidere che la propria eliminazione è auspicabile in vista del proprio stesso progetto narrativo. Si tratta di un punto di vista evidentemente paradossale che si può considerare il caso estremo della "sindrome di Stoccolma". Chi si trova in questa condizione, in sostanza, dà ragione ai propri nemici, a coloro che praticano un programma narrativo che comporta lo sfruttamento o perfino l'eliminazione di se stessi – o peggio si mette in sincretismo con loro, lavora per la propria distruzione, in casi estremi fino al suicidio. È il caso molto noto di Otto Weininger (1880-1923):

nella sua opera *Sesso e carattere* [Weininger 1903], Weininger ipotizza che tutte le persone siano composte di un insieme di sostanze maschili e femminili, e cerca di sostenere il suo punto di vista scientificamente. Il lato maschile sostiene che sia attivo, produttivo, cosciente e logico, mentre il lato femminile sia passivo, improduttivo, inconsapevole e illogico o amorale. [...] In un capitolo separato, Weininger, analizza l'archetipo della donna giudea, e quindi profondamente irreligiosa, priva di individualità e del senso del bene e del male. La cristianità è descritta come "la più alta espressione del più grande destino", mentre l'ebraismo "la più vile codardia". Weininger critica la decadenza dei costumi contemporanei e attribuisce ciò allo spirito femminile, e quindi alle influenze ebre<sup>1</sup>.

Coerentemente con queste idee, Weininger, di origini ebraiche anche se recentemente convertito al protestantesimo, si uccise poco dopo la pubblicazione della sua opera.

2. I suicidi possono essere collettivi e così le passioni che le motivano. Ancor di più in questo caso uso la parola "suicidio" non solo per indicare la vera e propria uccisione di sé, ma anche delle forme di autodistruzione simbolica o di complicità con chi cerca attivamente di eliminare fisicamente o politicamente un gruppo. Gli esempi di suicidio collettivo letteralmente inteso sono piuttosto rari: si può citare il caso di Masada ricordato sopra. Vi sono diversi casi di suicidi religiosi, come quello del 18 novembre 1978, quando 912 persone, seguaci della congregazione religiosa del "Tempio del Popolo", si suicidarono in massa nella loro comune di Jonestown, nella giungla della Guyana, bevendo un cocktail al cianuro, secondo gli ordini del loro capo, il reverendo Jim Jones (Introvigne 1995, pp. 17-36), o quello dei "Davidiani" di Waco in Texas (84 morti, 19 aprile 1993) e parecchi altri casi ancora. Si registrano anche suicidi contemporanei, più che davvero collettivi quando persone motivate indipendentemente decidono di compiere assieme l'atto, forse per aiutarsi a trovare il coraggio, come accade abbastanza frequentemente in Giappone.

Non è però questo il tipo di fenomeni cui intendo riferirmi. Mi interessa qui un altro tipo di passioni collettive di tendenza suicida: innanzitutto quelle in cui l'autoeliminazione è più simbolica che materiale e soprattutto quelle in cui il soggetto della passione è individuale e l'oggetto collettivo, quelle cioè in cui vi è un "io" che cerca di eliminare – in maniera almeno simbolica – un "noi" di cui fa parte o si ritenga generalmente faccia parte. Le premesse di questo atteggiamento sono la svalorizzazione estrema di tale entità e l'impossibilità di uscirne. In genere, se si decide che un'entità collettiva (un partito, un'associazione, un'organizzazione di cui si fa parte sono portatori di disvalore, "vergognosi", ci si distacca da esse, con opportuni gesti giuridici, dimissioni, licenziamento, abiura ecc. Ma vi sono entità "naturali", come una nazionalità, un'etnia, una famiglia, da cui separarsi è impossibile. Questi soggetti collettivi "naturali" possono essere oggetto di pregiudizio. Accade talvolta che il pregiudizio sociale sia così diffuso, l'odio pubblico così pervasivo, che investa e in un certo senso contagi i suoi oggetti più sensibili al discorso pubblico (spesso più sensibili e acculturati) e che quindi il pregiudizio sia almeno in parte condiviso da chi lo subisce. Il soggetto individuale (cognitivo) si contrappone allora al soggetto partitivo che è materialmente lui stesso, senza poter separarsi da esso: se non lo distrugge materialmente, distruggendo al contempo anche se stesso, come nel caso di Weininger, e non può facilmente uscirne, di solito accade che provi a contrapporsi sul piano del discorso. In questo caso vi sono due principali posizioni

possibili: la diffamazione del soggetto collettivo, con la speranza di esserne considerato almeno in parte esterno grazie a queste prese di posizione, e la negazione della sua esistenza.

Quel che ho svolto finora può sembrare un discorso molto astratto e perfino irrealistico, ma in realtà la condizione che sto cercando di indicare è una condizione (e una produzione di discorsi) molto diffusa, che coinvolge spesso minoranze di vario tipo, etniche, religiose, sessuali, e dà luogo a vari meccanismi semiotici. Si pensi, per fare degli esempi elevati, all'ambiguità di Proust nel giudizio sull'omosessualità contenuto nella *Recherche* (Coudert 1998), o all'analisi freudiana dell'umorismo ebraico come autodifesa che assume lo sguardo denegatorio dell'altro per depotenziarlo (Freud 1905).

3. Il caso che mi interessa è per l'appunto quello ebraico, ma nei suoi aspetti seri, politico-culturali, non nelle battute. Esso è particolarmente interessante perché, come mostrano Smith (2008) e Assman (1992; 2000), quell'entità collettiva oggetto dell'odio di sé che sto cercando di caratterizzare è stato recepito nel corso della storia come l'esempio prototipico della "formazione culturale delle nazioni" e come tale funziona da millenni. Anche se non è affatto quella "razza" che pretendevano i nazifascisti, l'appartenenza all'ebraismo si qualifica, per citare la legge che la regola (L. 8 marzo 1989, n. 101, art. 18) come adesione a "comunità" definite "formazioni sociali originarie". Qualunque giudizio si dia di questa definizione giuridica, è chiaro che si tratta di un'appartenenza tradizionale e fortemente sentita, che non è facile spezzare e non è possibile ignorare facilmente nella considerazione della propria identità: questo vale non solo nel contesto istituzionale italiano, ma dappertutto. D'altro canto è ben noto che esiste una "passione antisemita" (Kaplan 2011) tale da rendere fortemente negativa tale appartenenza. È qui che nasce il "doppio legame" (Bateson 1972) che dà origine all'"odio di sé": da un lato l'appartenenza, o piuttosto l'identità che essa determina, è giudicata socialmente in maniera molto negativa, in particolare da modelli forniti di molto prestigio, e questo giudizio tende a essere condiviso per conformismo ed è difficile sottrarsene; dall'altro non è facile staccarla da sé. Se si contrasta il giudizio, questa posizione può essere imputata proprio all'appartenenza negativa; se lo si approva, si giudica negativamente se stessi. Quest'ultima è la via d'uscita scelta da molti. Nel libro di Kaplan (2011) si citano a questo proposito, oltre a Weininger, Karl Marx e Simone Weil; altre fonti moltiplicano molto gli esempi intellettuali, da Karl Kraus a Lombroso. Non ci interessa qui esaminare queste posizioni personali, ma piuttosto notare il loro carattere ricorrente, in ambienti molto diversi. Levin (2005) analizza il forte impatto politico di questo atteggiamento rispetto al dibattito sulla costituzione dello stato di Israele e al suo rapporto col mondo arabo. Vi sono due grandi strade per narrativizzare la passione collettiva

dell'odio di sé. La più semplice consiste in una strategia di occultamento del soggetto enunciatore e del suo rapporto con l'entità collettiva, conducendo una narrazione o un'attività politica che si vuole "oggettiva" nel dare torto all'entità politica di appartenenza e cercare di promuovere i suoi avversari. È il caso di molte delle posizioni analizzate in Levin (2005) e sul piano intellettuale in quella scuola di storiografia revisionista che è stata definita dei "nuovi storici israeliani" (Karsh 1996). Una variante più sofisticata di questa posizione è quella, per esempio, assunta da Buber (2008) e poi da molti altri, per cui il vero ebraismo sarebbe quello altamente morale e giusto dell'autore, mentre le critiche cui egli si univa riguardavano le politiche delle organizzazioni ebraiche concrete. Il soggetto collettivo viene diviso in due, uno astratto con cui l'enunciatore si sente in sintonia, ma che non ha altra sostanza attuale oltre a queste opinioni e un altro che è concreto ma raccoglie tutto il pregiudizio negativo.

Senza entrare qui minimamente in questa discussione che ha una letteratura sterminata, vale la pena di notare che vi sono dei forti parallelismi nel processo di costituzione nazionale ebraico e in quello italiano (Compagna 2010); la differenza è data soprattutto dalla mancanza di un processo di valorizzazione negativa del carattere italiano, che ha reso fortemente minoritari gli atteggiamenti di odio di sé. Ma un'altra diversità consiste nella possibilità di scegliere altri soggetti politici alternativi in cui identificarsi (città, stati, regioni, aree geografiche), per cui i processi di contestazione del processo unitario che si sono sviluppati in luoghi e tempi diversi, come il lealismo borbonico e il banditismo, il separatismo siciliano e quello sudtirolese, il leghismo, ecc. non si sono presentati nella forma paradossale dell'odio di sé, ma hanno dato luogo a forme più usuali di costruzione di un soggetto e di un antisoggetto politici ben distinti, con narrazioni che ne spiegano la contrapposizione e la valorizzazione.

Un'altra strategia interessante proprio per il suo estremismo, consiste nel negare l'esistenza del vincolo con l'entità collettiva valorizzata negativamente spiegando che questa non esiste, è un'invenzione, un trucco e dunque non coinvolge la responsabilità del soggetto in questione, che può liberamente unirsi a coloro che la odiano senza sentirsene coinvolto. Nel caso dell'ebraismo l'esempio più famoso è quello di Sand (2008), che ha suscitato molto scandalo sostenendo l'inesistenza di un "autentico" popolo ebraico, il quale sarebbe invece il frutto di un'"invenzione" ottocentesca. Quel che Sand intende negare non è l'esistenza continua almeno dal primo millennio prima della nostra epoca di persone che si definivano ebrei e la continuità culturale dell'ebraismo; egli insiste sull'incertezza di un legame biologico fra le diverse fasi di questa identità, a causa delle numerose conversioni che ritiene siano avvenute e inoltre nega il carattere di popolo a questa costruzione "artificiale". Di nuovo, non è il caso di discutere qui tali

tesi storiografiche, che sono state largamente criticate dagli specialisti.

Ma la mossa è molto interessante, perché utilizza una tendenza culturale importante nella riflessione storico-politica contemporanea, quella che rifiuta la continuità storica di popoli trasformati nel corso dei secoli in stati-nazioni, e cioè della forma specificamente europea della costruzione politica. Iniziata probabilmente con la celebre antologia curata da Hobsbawm e Terence (1984), è stata rilanciata nel dibattito italiano da libri di successo come Remotti (2001) e Bettini (2011). Il punto sottolineato da questi autori è il carattere “inventato” di storie, memorie, tradizioni e dunque di identità e radici. È facile concedere a questi autori che l’immagine romantica ed essenzialista del popolo come entità continua e ben definita nel corso della storia è insostenibile, e che le nazioni, come pure le entità politiche di minori dimensioni sono frutto di costruzioni culturali, non di destino o peggio di stirpe. E non vi è dubbio che “venerabili” tradizioni, edifici “antichi”, usi “folklorici” ecc. siano in buona parte rifacimenti discutibili, se non proprio invenzioni. Ma questa è la condizione tipica della memoria culturale (Assman 2002), che è ricezione e ricostruzione molto più che trasmissione, e ciò non implica affatto l’inesistenza delle nazioni, come argomenta Smith (2008). La semiotica della cultura sa benissimo che l’aspetto costruito, culturalmente definito, non riguarda solo i singoli oggetti della cultura (gusti, arti, generi ecc.), ma anche la cultura in se stessa. Il che non significa che solo la continuità fisica (etnica) possa garantire la non “invenzione” di un popolo. La linguistica ci insegna che proprio nel flusso diacronico va ricercata la continuità di una lingua; lo stesso va affermato per tratti culturali più complessi. In realtà bisogna vedere anche sotto queste teorizzazioni una passione meno forte, ma caratterizzata nello stesso senso che stiamo discutendo. Dato che la tradizione organizzazione politica nazionale è stata incolpata di molti dei problemi dell’Europa novecentesca e però essa è ancora forte e produce passioni e appartenenza, alcuni autori inevitabilmente coinvolti in questa tradizione per negarla e allontanarsi dalla sua svalorizzazione hanno tentato di stabilirne l’infondatezza, nel senso di una pedagogia collettiva. Che questo stile di analisi si applichi prevalentemente alle entità politicamente sgradite, cioè in certi casi alle nazioni, in altri ai popoli di dimensione infranazionale, in altri ancora a tradizioni collettive sovranazionale (l’identità europea) non fa che confermare il suo carattere politico-pedagogico. Anche questo è un caso di passione negativa con oggetto collettivo di cui l’enunciatore è parte, che meriterebbe un’analisi semiotica profonda. E anche per questa ragione il caso ebraico, così caratteristico, dell’“odio di sé” merita una peculiare attenzione.

---

## Note

---

- 1 [www.wikipedia.it](http://www.wikipedia.it).

---

## Bibliografia

---

Nel testo, l’anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell’edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

- Assmann, J., 1992, *Das kulturelle Gedächtnis*, München, Oskar Beck; trad. it. *La memoria culturale*, Torino, Einaudi 1997.
- Assmann, J. 1997, *Herrschaft und Heil*, München, Carl Hanser; trad. it. *Potere e salvezza*, Torino, Einaudi 2002.
- Bateson, G., 1972, *Steps to an Ecology of Mind: Collected Essays in Anthropology, Psychiatry, Evolution, and Epistemology*, San Francisco, Chandler Pub. Co.; trad. it. *Verso un’ecologia della mente*, Milano, Adelphi 1997.
- Bettini, M., 2011, *Contro le radici*, Roma-Bari, Laterza.
- Buber, M., 2008, *Una terra e due popoli. Sulla questione ebraico-araba*, Firenze, Giuntini.
- Compagna, L., 2010, *Theodor Herzl – Il Mazzini di Israele*, Catanzaro, Rubbettino.
- Coudert, R., 1998, *Proust au féminin*, Paris, Ed. Grasset/Le Monde.
- Deleuze, G., 1967, *Présentation de Sacher-Masoch*, Paris, Minuit; trad. it. *Il freddo e il crudele*, Milano, ES 1991.
- Freud, S., 1905, *Der Witz und seine Beziehung zum Unbewußten*, Frankfurt, Fisher Verlag; trad. it. *Il motto di spirito e il suo rapporto con l’inconscio*, Torino, Bollati Boringhieri 2002.
- Hobsbawm, E.J., Ranger, T., a cura, 1983, *The Invention of Tradition*, Cambridge, Cambridge University Press; trad. it. *L’invenzione della tradizione*, Torino, Einaudi 1987.
- Introvigne, M., 1995, *Idee che uccidono. Jonestown, Waco, il Tempio Solare*, Pessano, MIMEP-Docete.
- Kaplan, F., 2011, *La passion antisémite*, Paris, Ed. du Félin.
- Karsh, E., 1966, “Rewriting Israel’s History”, in “Middle East Quarterly”, vol. 3, n. 2, pp. 19-29.
- Levin, K., 2005, *The Oslo Syndrome*, New York, SKG.
- Morris, I., 1975, *The Nobility of Failure: Tragic Heroes in the History of Japan*, New York, Holt, Rinehart and Winston; trad. it. *La nobiltà della sconfitta*, Parma, Guanda 1985.
- Remotti, F., 2001, *Contro l’identità*, Roma-Bari, Laterza.
- Sand, S., 2008, *Matay we ek humza ha am hayehudì*, Tel Aviv, Resling; trad. it. *L’invenzione del popolo ebraico*, Milano, Rizzoli 2010.
- Smith, A.D., 2008, *The cultural foundations of Nations*, Oxford, Blackwell; trad. it. *Le origini culturali delle nazioni*, Bologna, Il Mulino 2010.
- Weininger, O., 1903, *Weininger, Otto. Geschlecht und Charakter: Eine prinzipielle Untersuchung*, Vienna, Leipzig; trad. ingl. *Sex and Character*, New York, Putnam 1906, ora in [www.theabsolute.net](http://www.theabsolute.net).
- Yadin, Y., 1966, *Masada: Herod’s Fortress and the Zealots’ Last Stand*, New York, Random House.

## Siamo noi questo piatto di grano... L'immaginario gastronomico italiano tra seduzione e incontro amoroso

### Simona Stano

“Maccarone, m’hai provocato e io ti distruggo adesso, maccarone. Io me te magno, ahmm” (Vanzina 1954). Con queste celebri parole Nando Moriconi, l’“americano a Roma” del film di Steno rinuncia temporaneamente alla propria infatuazione per lo stile di vita americano per riscoprirsi pienamente italiano nel rapporto con il cibo.

Proprio il cibo, in effetti, è generalmente considerato dagli italiani come uno degli aspetti più rappresentativi della propria identità nazionale, sentimento che arriva talvolta a sfociare in vere e proprie forme di convinto patriottismo quando non addirittura di aperto sciovinismo.

Se però, da un lato, l’universo gastronomico italiano si articola in numerose varianti regionali e locali irriducibili a un’unica tradizione e a pochi piatti stereotipati, dall’altro, la passione collettiva degli italiani per la “propria” cucina sembra fare riferimento a un immaginario ben preciso e circoscritto, che trova nella *pasta* il suo elemento più rappresentativo.

Perché? In che modo la pasta emerge come Oggetto di Valore in grado di sedurre il Soggetto (“gli italiani”), instaurando il processo amoroso (“amor di patria”)? E quali sono i valori di cui è investito tale Oggetto?

#### 1. Italiani e pasta... qualche cenno storico

Con *La Scienza in cucina e l’Arte di mangiar bene* di Pellegrino Artusi (1891) si assiste al primo tentativo formale di unificazione delle varie tradizioni culinarie della penisola italiana, e dunque alla creazione di “un codice di identificazione nazionale” (Camporesi 1970, p. XVI) che, pur non cancellando le peculiarità regionali, ha il merito di tradurre in una lingua comune i vari dialetti alimentari locali. Una lingua nazionale in cui la pasta non sembra tuttavia avere un ruolo determinante: l’Artusi ricorda la passione italiana per i maccheroni, eppure non li nomina che in due ricette (“colla balsamella” e “col pan-grattato”).

Allo stesso modo, se facciamo riferimento alla storia della cucina – o, meglio, delle cucine – della penisola italiana, ci rendiamo conto che la pasta “rimase per lungo tempo un cibo fra i tanti” (Capatti, Montanari 1999, p. 66): solo a cavallo tra il XVII e il XVIII secolo il consumo dell’alimento inizia a diffondersi ampiamente, mentre bisogna attendere il periodo post-unitario (1880-1920) e l’emigrazione di massa negli Stati Uniti d’America per la sua affermazione come icona dell’italianità.

Ma andiamo con ordine. Prima del 1700 le paste alimentari erano presenti in alcune regioni italiane – per lo più in Liguria e Sicilia –, ma costituivano un alimento per pochi privilegiati. Il cambiamento si ebbe con la cosiddetta “rivoluzione alimentare napoletana”: “l’applicazione su scala di massa di una tecnologia preesistente ma fino ad allora esclusivamente artigianale consentì forse lo sviluppo del primo alimento «moderno» nel nostro paese” (Ortoleva 1992, p. 11). In seguito alla crisi alimentare di quegli anni, infatti, si decise di ovviare agli alti costi di trasporto delle verdure a foglia larga (la cosiddetta *foglia*) – una derrata povera, acquosa e facilmente deperibile che in precedenza aveva costituito la base dell’alimentazione popolare a Napoli – sostituendola con un prodotto secco e facilmente conservabile, il grano. Un ingrediente che, unito all’acqua, poteva essere facilmente trasformato in una massa alimentare nutriente e a basso costo<sup>1</sup>.

La rivoluzione alimentare napoletana si diffuse poi lentamente nelle altre regioni e, gradualmente, dalle zone metropolitane a quelle rurali. Ma fu solo con l’emigrazione all’estero degli italiani all’inizio del ventesimo secolo che la pasta venne a configurarsi come l’alimento “italiano” per eccellenza. In virtù della propria *adattabilità* e *modularità*, ovvero del “fatto [...] di potersi combinare con un numero altissimo di condimenti, di sughi, di ingredienti i più vari, e dunque di sapersi combinare con ambienti anche assai diversi da quelli loro originali” (Galli della Loggia 1998, p. I), la pasta divenne il simbolo identitario di spicco delle comunità di italiani negli Stati Uniti: “a differenza di altri gruppi di forte emigrazione, come gli irlandesi, tenuti insieme dal cattolicesimo, o gli ebrei che sono compattati dall’endogamia religiosa, la religione degli italiani all’estero diventa la «domesticità», la casa” (La Cecla 1998, pp. 55-56). E con essa la pasta, “l’elaborato più preciso di una cucina casalinga, di una cucina della mamma” (*ivi*, p. 56) che richiede un certo grado di conoscenza sui tempi di cottura e sulle modalità di preparazione.

Come ricorda La Cecla,

l’identità italiana, fragile, iniziale e stretta, nelle condizioni dell’emigrazione, dalla morsa di altre identità, si cristallizza nel cibo per eccellenza, nel cibo simbolo in cui le differenze regionali e le opposizioni nord-sud Italia svaniscono. [La] pasta div[ie]ne la bandiera sotto cui un’intera nazione si ripara e nel cui segno si fa avanti nel mondo (*ivi*, p. 58).

Se “l’identità si definisce anche (o forse soprattutto) come *differenza*, cioè in rapporto agli altri” (Capatti, Montanari 1999, p. VIII), la pasta, tratto essenziale di un’identità che deve essere rivendicata e in qualche modo protetta dalle ingerenze esterne, non fa eccezione. E diventa così il simbolo per eccellenza dell’italianità, cui viene a essere associato un universo valoriale imperniato sulle idee di base della domesticità, dell’autenticità, della tradizione e della convivialità.

## 2. Dalla storia all'immaginario collettivo

Al di là delle variabili di matrice storico-materiale che hanno portato alla creazione di un determinato immaginario culinario italiano, è interessante osservare ciò che avviene sul piano della significazione, analizzando il modo in cui la pasta giunge a incarnare i valori dell'“italianità”, postulando così quella “conformità di essenza” tra Soggetto e Oggetto della passione che Roland Barthes descrive come centrale nel discorso amoroso: “io voglio essere l'altro, voglio che lui sia me, come se fossimo uniti” (1977, p. 15).

In una simile prospettiva, assume particolare importanza il linguaggio pubblicitario, specchio e insieme generatore di simili valori. L'obiettivo della presente ricerca è proprio quello di analizzare come, nell'ambito del discorso pubblicitario, a diverse forme di rappresentazione e valorizzazione della pasta vengano a corrispondere particolari messe in scena dell'italianità.

In particolare, rivolgeremo qui la nostra attenzione alle campagne audiovisive di Barilla, leader mondiale nel mercato della pasta.

### 2.1. Barilla, la pasta italiana per “tradizione”

Il marchio Barilla nasce nel 1877, quando Pietro Barilla apre un forno nella città di Parma. Dopo le prime difficoltà, l'attività inizia a ingrandirsi, fino a divenire, nel 1910, sotto la direzione dei figli Gualtiero e Riccardo, la prima fabbrica dotata di un “forno continuo” e di ottanta operai.

Intuendo immediatamente l'importanza della comunicazione pubblicitaria, i due fratelli gettano le basi di quella tendenza che, negli anni, porterà l'azienda parmense a collaborare con i maggiori artisti italiani e internazionali per la creazione di calendari, manifesti pubblicitari, *packaging* accattivanti e spot audiovisivi. L'entrata in azienda di Pietro (nipote dell'omonimo fondatore), poi, segna una svolta decisiva per quel che riguarda la comunicazione pubblicitaria e il marketing del marchio Barilla: la pasta, prodotto dalle origini “umili”, ne emerge come un vero e proprio oggetto di culto, “il simbolo dell'Italia semplice e genuina, fatta di cose raffinate e sincere”<sup>2</sup>.

Tralasciando la produzione pubblicitaria a stampa, ci occuperemo qui di seguito di alcuni spot audiovisivi commissionati dall'impresa parmense, tappa decisiva di questo processo di nobilitazione della pasta e della sua elezione a icona dell'italianità.

### 2.2. Il primo carosello del 1958: Giorgio Albertazzi e Dante

A pochi mesi dal primo Carosello, nel 1958, la Barilla decide di affidare la comunicazione pubblicitaria dei propri prodotti alla televisione. Nasce così il primo Carosello Barilla, affidato al giovane Giorgio Albertazzi che, dopo aver recitato il noto sonetto della *Vita Nova* “Tanto gentile e tanto onesta pare” (Alighieri 1292-1293, p. 80), “cede la parola” alla nuova pastina glutin



Fig. 1 - Logo Barilla, Carosello, 1958 (© Barilla).



Fig. 2 - Girotondo di bambini, Carosello, 1958 (© Barilla).

nata Barilla, presentata da un allegro girotondo di bambini di diverse età intorno a un'enorme scatola di pasta. Molto interessante è, innanzitutto, la scelta di recitare il sonetto dantesco, mettendo in relazione, da una parte, Dante Alighieri, il padre della lingua italiana, e dall'altra, la pasta Barilla, investita in questo modo di un alone di “italianità”.

Un altro elemento rilevante è il logo che apre il Carosello, il cui *font* tondeggiante, unito alla scelta di inserire la scritta Barilla all'interno di un'ellisse, a sua volta circondata da una spirale “luminosa”, richiama la forma dell'uovo, ingrediente base del prodotto reclamizzato, oltre a preannunciare il girotondo che avrà luogo nella scena conclusiva.

Viene dunque a crearsi un interessante parallelismo a livello topologico, con la creazione di un rapporto nei termini di circoscrivente/circoscritto e periferico/centrale tra la spirale-girotondo e il prodotto-logo. Emerge con gran forza la centralità di Barilla, il cui logo risulta così indissolubilmente legato ai due termini usati nella seconda immagine per descrivere il contenuto della scatola (“Pastina glutinata”), oltre che alla figura del bambino. Centrale è, infatti, anche il ruolo rivestito nello spot dall'infanzia (elemento al tempo stesso circoscrivente-periferico e circoscritto-centrale), come chiariscono la voce fuoricampo (“La nuova pastina glutinata integrata con germe di grano. L'alimento sicuro per tutti i bambini e per tutte le età della vita”, Barilla 1958) e, successivamente, il coro di bambini (“Siamo bimbi sani, sapete perché?/La mamma che trovata!/  
71

Mi dà la nuova pastina Barilla/che è pasta glutinata”, *ibidem*). Questo ci porta a cogliere la forte valorizzazione *pratica*<sup>3</sup> del prodotto: la pasta Barilla è qui presentata e lodata per le proprie capacità nutritive, ovvero in base a quei *valori d’uso* che ne fanno “un alimento sicuro per tutte le età della vita”, in grado di fornire all’organismo le energie necessarie a crescere in modo sano. Un’idea ulteriormente rafforzata dal ricorso all’iperbole, per cui la scatola di pasta assume dimensioni gigantesche, riaffermando l’importanza del prodotto per una corretta alimentazione e crescita dei bambini e investendolo quindi di quel carattere “miracoloso” descritto poco prima dai versi danteschi recitati da Albertazzi: “E par che sia una cosa venuta/da cielo in terra a miracol mostrare” (Alighieri 1292-1293, p. 81).

### 2.3. Lo spot *Alta società* – Rigatoni Barilla di Fellini

Nella pubblicità *Alta società* – *Rigatoni Barilla* realizzata da Federico Fellini nel 1986, una raffinata e seducente signora di fronte a un menu ricco di piatti dagli altisonanti nomi francesi, ordina, ammiccando, dei “Rigatoni”. Il *maître* risponde allora “Ah... E noi come un’eco rispondiamo: ‘Barilla’” (Barilla 1986). A seguire, mentre una serie di cerchi concentrici (il rimando è nuovamente all’uovo, oltre che all’idea di perfezione espressa dalla forma circolare) che si illuminano in successione invade l’inquadratura, gli altri ospiti del ristorante ripetono in coro “Barilla”, rafforzando l’effetto di eco preannunciato dal cameriere. Assistiamo qui dunque alla negazione dei valori d’uso esaltati nel primo spot analizzato: la pasta Barilla non è più presentata come prodotto nutriente necessario per crescere sani e forti, bensì come un oggetto di lusso e raffinatezza, che per questo motivo viene preferito ai piatti di una delle cucine convenzionalmente riconosciute come una delle più prestigiose al mondo (quella francese). L’intenzione è dunque quella di nobilitare la pasta, che ne emerge come prodotto non più plebeo (quali sono le sue origini) bensì “chic”, d’alta classe, valorizzato in senso *estetico-ludico*. Eroina *prospettica*<sup>4</sup> dello spot, la donna rifiuta dunque ogni definizione esterna e precostituita, andando controcorrente e portando l’intero gruppo dei commensali a una sorta di estasi orgiastica che, a sua volta, li induce a ripetere in coro, quasi fossero stati folgorati da un’illuminazione, il nome del marchio-divinità appena scelto.

#### 2.4. “Dove c’è Barilla c’è casa”

Tra la fine degli anni 80 e l’inizio degli anni 90 viene realizzata la serie di spot *Dove c’è Barilla c’è casa*, caratterizzata dall’utilizzo del celebre jingle *Hymn* di Vangelis.

##### 2.4.1. La bambina con il K-way giallo (1987)

Nello spot del 1987 una bambina appena uscita da scuola, avendo perso l’autobus, si incammina verso casa protetta dalla pioggia dirompente da un *K-way* giallo.

Nel frattempo, una donna (presumibilmente la madre), in attesa che tornino il marito (che vedremo di lì a poco) e la figlia, è intenta a cucinare della pasta. La macchina da presa si sposta quindi sull’orologio e sull’espressione preoccupata dei due genitori: è quasi l’una del pomeriggio (l’ora di pranzo!) e la loro figliola non è ancora tornata a casa da scuola. Lungo il tragitto, in effetti, la bambina ha trovato un cucciolo di gatto sperduto e infreddolito e si è fermata per metterlo al riparo sotto il proprio K-way e portarlo a casa con sé. Ma ecco che il padre, dalla finestra della cucina, vede la figlia arrivare a casa e corre, insieme alla moglie, ad aprirle la porta. Qui l’espressione preoccupata e quasi di rimprovero dei genitori lascia immediatamente spazio a un momento di ilarità: la bimba estrae il gattino dal K-way e sorride guardando la mamma che, ricambiando il sorriso, la invita a entrare. Lo spot si chiude quindi con la scena della donna che poggia in terra una ciotola di latte per sfamare il piccolo gatto e successivamente abbraccia la figlia, mentre sullo sfondo il padre porta a tavola una pirofila colma di pasta. Compagno quindi la scritta “Dove c’è Barilla c’è casa” (Barilla 1987), ribadita dalla voce fuoricampo, e il logo Barilla (rinnovato, ma sempre plasmato sul rimando alla forma dell’uovo).

Emerge qui con particolare evidenza la rima cromatica tra il giallo del K-way e degli stivaletti della bambina, dell’autobus scolastico in apertura e della pasta (quella rappresentata sulla confezione e quella reale, cucinata dalla madre), che conferisce un senso di continuità alle scene rappresentate e contribuisce a mettere in evidenza il prodotto reclamizzato, relazionandolo al messaggio espresso dallo spot e sintetizzato dallo slogan. Ne risulta una valorizzazione *utopica* della pasta, esaltata in base ai *valori di base* della convivialità, della famiglia, dell’accoglienza. Il mini-racconto che viene presentato, apertosi con tristi scene di solitudine (la bambina che perde il bus e cammina sola per strada, sotto la pioggia; il gattino abbandonato che miagola in cerca di aiuto), ha infatti un lieto fine, manifestazione evidente di quei valori di base che fanno di Barilla, e più in generale della pasta, l’incarnazione della casa, così come generalmente intesa dalla cultura italiana: il focolare domestico, la protezione, l’amore, la gioia di stare insieme.

##### 2.4.2. Viaggi e fusilli (1988)

Un uomo, attorniato dai figli, sta preparando la valigia (capiamo che di lì a breve partirà). Entra poi in scena il prodotto reclamizzato, con la voce fuori campo che commenta: “Fusilli Barilla. Fatti per legare insieme i più bei sapori della tua cucina” (Barilla 1988). Torniamo quindi all’uomo e alla sua famiglia, ripresi mentre mangiano insieme a tavola e poi mentre vanno all’aeroporto. Quando sono in macchina, la bambina inserisce di nascosto un fusillo nella tasca della giacca del papà, per poi lanciare un sorriso di complicità al fratello. Seguono i saluti all’aeroporto, la scena dell’atterraggio e poi l’uomo, ora da solo in una camera di hotel, mentre guarda

fuori dalla finestra con aria triste. Ed è allora che, trovando il fusillo nella tasca, lo vediamo sorridere portando la pasta al naso. Interviene allora la voce fuoricampo che recita lo slogan – come sempre, accompagnato dal marchio – in sovraimpressione: “Dove c’è Barilla c’è casa” (*ibidem*).

Di notevole interesse è, innanzitutto, il contrasto tra i colori caldi delle prime scene, in cui l’uomo è circondato dalla famiglia con cui condivide momenti di ilarità, e le tinte fredde di quelle conclusive, in cui l’uomo appare solo e malinconico. Tinte fredde che, tuttavia, rimandano al consueto *packaging* di Barilla e su cui, proprio come sul *packaging*, irrompe il calore della pasta che, trovata inaspettatamente nella tasca della giacca, riporta il buonumore e permette all’uomo, nonostante i chilometri di distanza, di sentirsi vicino alla propria famiglia (cui rimanda, tra l’altro, anche l’anello nuziale della mano dell’uomo).

Lo slogan torna quindi a ribadire che, a prescindere dal luogo fisico in cui ci si trova, quando c’è Barilla ci si sente a casa.

#### 2.4.3. Pasta e convivialità (1992)

Lo spot si apre in un aeroporto, con l’arrivo di una bambina cambogiana<sup>5</sup>, accompagnata da un’hostess, e un uomo e una donna (probabilmente i genitori adottivi) che la stanno aspettando e la accolgono con gioia. All’allegria dei due adulti, tuttavia, non corrisponde quella della bimba, che appare piuttosto sperduta e triste. Segue una telefonata a casa, dove vediamo un’anziana signora e dei bambini rispondere con gioia al telefono, poi una ripresa del prodotto reclamizzato e l’attacco della voce off: “Spaghetti Barilla, aggiungono sapore a una nuova storia d’amore” (Barilla 1992). Infine, i personaggi sono seduti a tavola, dove la nonna ha appena poggiato una pirofila colma di spaghetti al sugo con basilico. La piccola guarda con aria enigmatica la forchetta, utensile probabilmente a lei sconosciuto, ed è allora che l’altro bambino le mostra come utilizzarla, risucchiando con gioia l’ultimo spaghetti della forchettata appena presa. Allora lei lo imita, integrandosi ora del tutto all’ilarità della scena e regalandoci un grande sorriso. Possono quindi apparire lo slogan e il marchio, come sempre accompagnati dalla voce fuoricampo: “Dove c’è Barilla c’è casa” (*ibidem*).

Di nuovo l’opposizione tra colori caldi e freddi, ora presenti in scene alterne, rimanda alla contrapposizione tra convivialità, collettività e armonia, da un lato, e solitudine e malinconia, dall’altro. Il primo è infatti il caso della nonna con i bambini e della famiglia riunita intorno alla tavola. Il secondo è quello della bimba, appena giunta in un mondo a lei estraneo e sconosciuto. Ed ecco che di nuovo interviene la pasta a unificare le tinte e gli umori, sciogliendo la freddezza dell’arrivo e segnando il trionfo di quei valori di base individuati nel caso precedente: la convivialità, la condivisione, la gioia di stare insieme. Dei valori che sono talmente forti da

cancellare non solo la lontananza fisica, come abbiamo visto nel caso dei fusilli, ma anche le differenze culturali. Molto interessante, inoltre, è la sorta di tricolore che viene a crearsi nella pirofila portata in tavola dalla nonna, richiamo alla tradizione italiana e dunque elemento che torna a marcare la valorizzazione del prodotto in senso *utopico*, nonché a rendere manifesto il regime *posizionale* del discorso pubblicitario in analisi. Ci troviamo infatti in una situazione in cui *si fa ciò che si è*, e quindi si è “italiani” e ci si comporta da tali, ovvero come un popolo conviviale ed allegro, la cui tavola e il cui cuore sono sempre aperti nei confronti dell’Altro.

#### 2.4.4. Lo spot “Tokyo” (1999)

Nello spot “Tokyo” del 1999, è la “casa” a spostarsi: seduta su una terrazza a Roma, un’anziana donna guarda malinconica la fotografia inviatale dal figlio (che si trova in Giappone, come deduciamo dalla busta della lettera, che riporta degli ideogrammi e poi la scritta in inglese “Japan”). Segue un cenno di intesa con il marito e poi, dopo la ripresa di un tabellone aeroportuale (in cui ritorna la commistione tra ideogrammi e alfabeto latino), li rivediamo entrambi mentre escono dall’aeroporto, spersi e un po’ confusi – tant’è che si scontrano con i viaggiatori che procedono in direzione opposta e non riescono a comprendere ciò che il taxista dice loro. Infine arrivano a casa del figlio, che non è ancora rientrato. Ad accoglierli c’è la compagna del giovane uomo, una donna giapponese, che li invita a entrare. E subentra la pasta Barilla a facilitare la comunicazione: linguaggio universale che ben si adatta a ogni situazione – tanto da poter utilizzare le bacchette per cucinarlo e assaggiarlo! –, la pasta è motivo di sorrisi e complicità tra le due donne, in un climax emotivo che giunge al culmine quando il figlio, tornato a casa, trova un pacco di spaghetti ad attenderlo davanti alla porta e i genitori e la compagna ad aspettarlo per cenare insieme con pasta Barilla. Occasione in cui, nuovamente, le due culture dimostrano di non essere più in contrasto – come accadeva invece nella scena dell’aeroporto – bensì in perfetta sintonia: l’uomo saluta i genitori prima con un inchino, secondo le consuetudini giapponesi, e poi si dirige verso la mamma, abbracciandola energicamente, alla “maniera italiana”.

Molto interessante, infine, è la scelta di abolire ogni tipo di commento vocale, lasciando che l’audio sia pervaso dalla colonna sonora di Roberto Molinelli, riadattata per l’occasione in chiave “orientale”, con strumenti a percussione e a corde tipici della sonorità del Sol Levante. E nondimeno assistiamo al “miracolo” compiuto dalla pasta, quello di far sentire a casa propria (sia gli anziani signori, che hanno ormai superato le prime sensazioni di spaesamento; quanto il giovane uomo, che ritrova le proprie origini e la propria casa riabbracciando i genitori e mangiando un piatto di pasta – non a caso, anche in questo caso, tricolore). Nuovamente, dunque, l’enfasi è posta sui valori di base della convi-

vialità, della gioia di stare insieme e della tradizione. Idea, quest'ultima, ulteriormente ribadita dalla presenza dell'elemento che viene a sostituire lo slogan, ovvero una forchetta con degli spaghetti arrotolati – dove torna nuovamente, non a caso, il tricolore – che si erge su una scena dai toni bluastri – a richiamare il moderno *packaging* delle confezioni Barilla.

### 2.5. Gli spot con Mina: famiglia, amicizia, gioia di stare insieme

Nel 2009 Barilla sceglie di affidare l'audio delle proprie campagne pubblicitarie alla voce di Mina, una delle icone del panorama musicale e culturale italiano.

Particolarmente interessante in relazione alla nostra analisi è il *commercial* dedicato alla famiglia. Lo spot si apre con un'inquadratura che ritrae un filo per stendere con alcuni abiti e un orsacchiotto stesi ad asciugare; interviene quindi la voce off della cantante: "è la nostra linea di partenza, è la famiglia. A volte ti protegge, altre ti incoraggia. A volte non vedi l'ora di averne una, altre nessuna. Pensi che da soli si arrivi più lontano, ma quando sei seduto lì in mezzo ti accorgi che, per sentirsi davvero liberi, bisogna avere radici. Lasagne emiliane Barilla, la gioia di stare insieme" (Barilla 2009). Nel frattempo, vengono riprese scene di ilarità familiare tra personaggi più o meno giovani, fino alla scena finale, che li vede tutti riuniti intorno alla tavola e alla pirofila di pasta ancora fumante che il capofamiglia vi sta appoggiando sopra.

Interviene quindi una linea rossa a circondarli, rimarcando il clima di convivialità e, al tempo stesso, preannunciando il logo Barilla, che subentrerà di lì a poco dominando lo schermo.

Nuovamente, dunque, l'accento viene posto sui valori della convivialità e della "gioia di stare insieme", così come sulla tradizione (le "radici"). Una tradizione che, nondimeno, è in grado di unire passato, presente e futuro, come dimostra l'inclusione nello spot di personaggi appartenenti a diverse generazioni e l'ellisse rossa a circondarli tutti, oltre a quanto sancito dalla voce fuori-campo: è proprio dalle radici e dalla famiglia che nasce la libertà individuale.

Ecco dunque che Barilla emerge come vero Soggetto del messaggio pubblicitario, segnando il passaggio dal regime posizionale a quello *multi-prospettico*: capace di essere per gli altri ciò che essi vogliono che sia, la pasta riunisce età e desideri diversi, risolvendo opposizioni valoriali in apparenza insormontabili e raccogliendo allo stesso tavolo tanto coloro che non vedono l'ora di avere una famiglia, quanto coloro che non ne vogliono "nessuna". Di qui l'equazione presentata in chiusura: Barilla, soggetto *seduttore* in grado di mettere tutti d'accordo, è motivo e insieme essenza di quella "gioia di stare insieme" tipicamente italiana celebrata dall'ilarità della scena conclusiva e dal *pay-off*.

### 3. Dalla seduzione all'innamoramento: i "mangiaspaghetti"

Quali forme di italianità, dunque, emergono dalle rap-



Fig. 3 – Forchettata di spaghetti, spot “Tokyo”, 1999 (© Barilla).



Fig. 4 – La famiglia riunita a tavola e l'ellisse rossa, spot “Lasagne Emiliane Barilla”, 2009 (© Barilla/Mediaset).



Fig. 5 – Logo Barilla, spot “Lasagne Emiliane Barilla”, 2009 (©Barilla/Mediaset).

presentazioni e dagli investimenti valoriali della pasta analizzati nei paragrafi precedenti? E in quale modo avvengono simili accostamenti?

Abbiamo visto come, ad eccezione dei primi due casi analizzati, la valorizzazione scelta per il prodotto reclamizzato sia quella *utopica*: più che in base ai valori d'uso, la pasta Barilla viene celebrata in relazione ai valori di base della *convivialità*, della *condivisione*, della *gioia di stare insieme*. Centrali sono, in questo senso, le figure della *casa* e della *famiglia*, spesso ricorrenti negli spot analizzati non solo nelle loro manifestazioni concrete (lo spazio del focolare domestico, le fedi, la tavola, la famiglia riunita) ma anche e soprattutto nel rimando all'idea di

domesticità, semplicità e tradizione. Se però, da un lato, si fa leva sulle radici, mediante un discorso posizionale che lega l'italianità ai valori tradizionali dell'ospitalità, della famiglia e della domesticità, dall'altro si mettono in evidenza anche i riferimenti a sfere valoriali quali la libertà individuale, l'esclusività e la raffinatezza.

D'altronde, non per forza i due versanti devono trovarsi in reciproca opposizione. Come ricorda La Cecla, in effetti,

il caso italiano è [...] singolare. È proprio il suo carattere «modesto», casalingo a farne [...] una cucina [...] che diventa ad un certo punto «Haute Cuisine», esasperando proprio i caratteri del «semplice», «sobrio», «di mamma», giocandosi in maniera sublime dell'effetto ideologico del *simple living* (1998, p. 73).

A questo punto, non dovrebbe più sorprendere troppo l'accostamento pasta – ristorante di gran classe riscontrato nello spot di Fellini (cfr. § 2.3).

Per quanto riguarda, invece, la contrapposizione tra famiglia e individuo, tradizione e innovazione, vecchie e nuove generazioni, essa sembra essere funzionale, come abbiamo visto, alla messa in evidenza della portata seduttiva del prodotto reclamizzato: capace di cogliere i desideri dell'altro e introdursi nei suoi programmi narrativi quale oggetto di valore, la pasta emerge come Soggetto seduttore in continua oscillazione tra valori d'uso e di base, tra dimensione oggettiva e soggettiva, tra posizioni assolute e relative. E assistiamo, quindi, alla prefigurazione del momento dell'incontro amoroso, che Roland Barthes descrive come “una scoperta progressiva (quasi una verifica) delle affinità, complicità e intimità”, in cui “ad ogni istante, [si] scopr[e] nell'altro un altro [s]e stesso” (1977, p. 110).

Un momento in cui lo stesso Nando Moriconi, innamorato dello stile di vita americano, riconoscendo il cibo d'oltreoceano come una “zozzeria” per gatti, sorci e cimici, non può che riscoprirsi pienamente italiano mentre arrotola con gusto i “maccheroni” preparatigli dalla mamma. Un momento in cui l'intera comunità italiana emigrata all'estero, dovendo ridefinirsi e insieme definirsi agli occhi dell'Altro, (r)scopre se stessa nella pasta e in quell'universo di valori in cui si inscrivono tanto la sua preparazione quanto il suo consumo: la tradizione, la gioia di stare insieme, la condivisione, l'incontro, la domesticità, la semplicità, la capacità di adattarsi a condimenti e situazioni di volta in volta differenti. Perché non bisogna dimenticare che, “con il linguaggio, la cucina definisce l'uomo nell'appropriazione di sé e del mondo” (Marin 1986, p. 30).

## Note

1 La pasta così ottenuta era tuttavia ancora ben diversa da quella che conosciamo; non potendo trattare in questa sede l'argomento, si rimanda in particolare a La Cecla 1998.

2 Rai Educational, 2011, “La storia siamo noi”, [www.lastoriamonoi.rai.it](http://www.lastoriamonoi.rai.it), consultato il 23 settembre 2011.

3 Il riferimento è al quadrato delle assiologie del consumo di Jean-Marie Floch. Per ulteriori dettagli cfr. Floch 1983.

4 La classificazione qui menzionata è quella proposta da Guido Ferraro, che distingue quattro regimi del discorso pubblicitario: il regime causale, il regime posizionale, il regime prospettico e il regime multiprospettico. Per ulteriori dettagli cfr. Ferraro 1998, pp. 9-40.

5 A fornirci indicazioni circa la provenienza della bambina è il tabellone degli “Arrivi”, su cui viene inquadrata la scritta “Phnom Phen – atterrato” (Barilla 1992).

## Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rimandi ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

Alighieri, D., 1292-1293, *Vita Nova*, in G.B. Giuliani, a cura, 1863, pp. 1-215.

Artusi, P., 1891, *La scienza in cucina e l'arte di mangiare bene*, Firenze, Landi.

Barthes, R., 1977, *Fragments d'un discours amoureux*, Paris, Editions du Seuil; trad. it. *Frammenti di un discorso amoroso*, Torino, Einaudi 1979.

Camporesi, P., 1970, introduzione a P. Artusi, 1891, pp. XV-LXXVIII.

Capatti, A., Montanari, M., 1999, *La cucina italiana: storia di una cultura*, Roma, GLF editori Laterza.

Cook, I., Crang, P., 1996, “The world on a plate: culinary, culture, displacement and geographical knowledge”, in “Journal of Material Culture”, vol. 1, n. 2, pp. 131-153.

Ferraro, G., 1998, “Il mercato dei desideri”, in G. Ferraro, a cura, 1998, pp. 9-40.

Ferraro, G., a cura, 1998, *L'emporio dei segni*, Roma, Meltemi.

Floch, J.-M., 1983, “Le carré sémiotique. Pour une topographie du sens”, in “Sémiotique & Publicité II”, Paris, Institut d'Etudes et de Recherches sur la Publicité, pp. 57-79.

Galli della Loggia, E., 1998, introduzione a F. La Cecla, 1998, pp. I-II.

Giuliani, G.B., a cura, 1983, *La Vita Nuova e il Canzoniere*, Firenze, Barbera.

La Cecla, F., 1998, *La pasta e la pizza*, Bologna, Il Mulino.

Marin, L., 1986, *La parole mangée et autres essais théologico-politiques*, Paris, Méridiens Klincksieck.

Montanari, M., 2010, *L'identità italiana in cucina*, Roma-Bari, Laterza.

Ortoleva, P., 1992, “La tradizione e l'abbondanza. Riflessioni sulla cucina degli italiani d'America”, Torino, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli.

Sereni, E., 1958, “I napoletani da ‘mangiafoglia’ a ‘mangiamaccheroni’”. Note di storia di alimentazione nel Mezzogiorno”, in “Cronache Meridionali”, n. 4, pp. 272-295, n. 5, pp. 351-377, n. 6, pp. 398-422.

Serventi, S., Sabban, E., 2000, *La pasta. Storia e cultura di un cibo universale*, Roma, Laterza.

Sorcinelli, P., 1999, *Gli italiani e il cibo: dalla polenta ai cracker*, Milano, Mondadori.

Teti, V., 1999, *Il colore del cibo. Geografia, mito e realtà dell'alimentazione mediterranea*, Roma, Meltemi.

## Filmografia

*Alta società – Rigatoni Barilla*, di Federico Fellini, Italia 1986.  
*Carosello*, di Barilla, Italia 1958.  
*Fusilli Barilla*, di Barilla, Italia 1988.  
*Lasagne Emiliane Barilla*, di Barilla, Italia 2009.  
*La bambina con il K-way giallo*, di Barilla, Italia 1987.  
*Spaghetti Barilla*, di Barilla, Italia 1992.  
*Tokyo*, di Barilla, Italia 1999.  
*Un americano a Roma*, di Stefano Vanzina (Steno), Italia 1954.

E|C

## A very simple Neapolitan girl. Sofia Loren, la diva popolana Martina Federico

### 1. Introduzione e premessa al discorso “Sofia Loren”

La presente relazione tenta di spiegare indirettamente i motivi della sua esistenza, e cioè la decisione di parlare di Sofia Loren in quanto attrice più rappresentativa della cinematografia italiana. Tenta quindi di indagare le cause della sua immensa popolarità. Per rendere brevemente l'idea di cosa abbia significato (e significhi) Sofia Loren per l'Italia, basta riportare un frammento di intervista. Nel dicembre 1968, pochi giorni prima che l'attrice desse al mondo il suo primo figlio, Camilla Cederna afferma: “Deploro questa elefantiaca gravidanza che non finisce mai; ma penso che interessi tutti gli italiani, i quali, dopo aver desiderato per anni la signora Loren, si sentono finalmente padri” (*Gente* del 17 dicembre 1968)<sup>1</sup>.

L'ipotesi è che 1) vita privata e vita pubblica, che realtà e finzione della Loren, si siano intrecciate al punto tale da legittimarsi a vicenda; 2) che proprio nello scarto (e concatenamento) tra le “due vite” dell'attrice sia nata la potenza di significato del discorso Sofia Loren; 3) e che, infine, i punti 1 e 2 siano giustificati dal tipo di narrazione di se stessa che l'attrice ha portato avanti nel tempo (e, cioè, di volta in volta, del taglio giornalistico e del taglio documentaristico di turno, dei discorsi, quindi, che su di lei sono circolati). La sinergia tra questi tre elementi appena descritti è, nella presente prospettiva, alla base del successo dell'attrice. Vediamo quindi come si intrecciano e si dipanano.

### 2. La vita

La storia è nota, è *particolarmente* nota<sup>2</sup>. In estrema sintesi, c'è una ragazza della provincia di Napoli di nome Sofia che vive tra stenti e bombardamenti e che vuole a tutti i costi diventare un'attrice.

Ancora più noto è che anche la madre della ragazza, Romilda Villani, vorrebbe fare l'attrice, ma la sua carriera non riesce ad andare oltre l'essere la sosia ufficiale di Greta Garbo. Quale magra consolazione per una donna che ambisce ad arrivare a Hollywood! Oltre a veder svanire i suoi sogni professionali, Romilda ha una vita sentimentale molto difficile. Abbandonata da Riccardo Scicolone, padre di Sofia, è costretta a badare da sola a se stessa e alle figlie. Ma non si arrende: guidata da una sfrenata ambizione porta con sé Sofia a Roma e, riversando su di lei i suoi sogni perduti di attrice, la iscrive a continui concorsi di bellezza e di recitazione. È proprio in un'occasione come questa che la ragazza, ancora giovanissima, viene notata da Carlo Ponti, che la invita ad andare nel suo studio per un provino. Di lì a poco, la futura attrice diventa la compagna del famoso produttore, di più di vent'anni più grande di lei. L'uomo è però sposato con un'altra donna, motivo per cui, prima di congiungersi in matrimonio, la coppia deve aspettare a lungo. Quando le cose si sistemano, Sofia e Ponti vanno a vivere a Villa Marino che, più che una casa, è un castello delle favole. Nel frattempo la sorella dell'attrice, Maria, sposa il figlio di Benito Mussolini, Romano, dal quale ha presto un bambino. Alle vicissitudini coniugali, si aggiunge, per la coppia Loren-Ponti, un nuovo ostacolo: la difficoltà nell'avere un figlio. Sofia subisce due interruzioni di gravidanza. In un'intervista dell'epoca l'attrice dichiara: “Mia sorella aveva quello che io più desideravo al mondo, e cioè un figlio” (*Gente* del 28 gennaio 1969)<sup>3</sup>. Nello stesso articolo, il giornale pubblica la foto della Loren con in braccio Alessandra, la figlia della sorella, accompagnandola con la seguente didascalia: “La Loren si è sempre fatta ritrarre volentieri con i bambini tra le braccia, alimentando nei suoi fan affettuosi sentimenti di solidarietà per le sue tristi esperienze di madre” (*ibidem*).

Il servizio viene realizzato proprio in occasione del tanto atteso parto dell'attrice a cui si riferisce Cederna, che avviene dopo sette mesi di isolamento all'interno dell'*Hotel International* di Ginevra, che resta, per tutto il tempo, interdetto a fotografi e giornalisti.

### 3. La popolarità

Molti degli elementi della vita dell'attrice appena elencati sono mediamente noti al pubblico di ieri e di oggi, con ogni probabilità più del fatto che l'attrice abbia lavorato con Charlie Chaplin e Sidney Lumet.

Finanche da una lettura superficiale dei fatti emerge che non ci sono elementi dell'infanzia/adolescenza della Loren che non siano comuni alla stragrande maggioranza degli italiani (in particolar modo del Sud Italia) di quell'epoca (povertà, bombardamenti). La differenza sta piuttosto nel fatto che, con ogni probabilità, quelle donne non avevano ambizioni artistiche e non hanno avuto una madre che somigliasse a Greta Garbo, e che le portasse ai concorsi di bellezza. Rimanendo su un piano di popolarità, anche nella vita di Anna Magnani

si rintracciano degli elementi in comune, come l'abbandono da parte del padre. Ma è certamente una storia meno nota, (se ne parlava di meno?). D'altra parte la Magnani è stata meno popolare della Loren (c'è forse un rapporto di causa-conseguenza tra i due dati?). Sembra dunque che gli elementi della vita adolescenziale della Loren, presi in sé, non abbiano niente di particolarmente *appassionante*. Eppure finanche l'intervista che Alberto Moravia fa all'attrice sembra piuttosto un'introspezione psicologica basata sui fatti della sua vita:

- In quanti abitavate in quell'appartamento sulla collina?
  - Otto persone: mio zio, sua moglie, mio nonno, mia nonna, mia zia, mia madre, mia sorella e io.
  - Avevate però solo due camere da letto. Come dormivate?
  - In una camera, in un letto dormiva mio zio con la moglie; nell'altra camera, in un lettone grande dormivamo mio nonno, mia nonna, mia zia e io, e in un lettino più piccolo mia sorella e mia madre.
  - [...]
  - Avevate pochi soldi?
  - Pochi assai. Mia zia era dattilografa, mio zio era operaio e mio nonno capoflora. Ma eravamo in molti e stentavamo.
  - [...]
  - Lo vedeva spesso suo padre?
  - Mai più. Non lo vedevo quasi mai, lui non voleva mica venirci a Pozzuoli.
  - [...]
  - Era bella sua madre?
  - Era bellissima. Era la sosia di Greta Garbo. Faceva l'attrice con la Tecla Scarano.
- (*L'Europeo* del 23 settembre 1962)<sup>4</sup>.

Come si spiega questo accanimento? Un altro articolo viene in nostro aiuto.

Ci sia consentito dire che in un mondo tutto luccicante di sentimenti fasulli, il caso di Sofia ha qualcosa di patetico. Era una giovane donna che ha avuto un'adolescenza difficile, aspra, dura, condita di miseria, bombardamenti e fame. Voi sapete che non sono molti gli uomini dal gramo passato che, giunti in cima alla scala sociale, non sanno dimenticare la tristezza degli anni verdi. [...] Il carattere che Sofia ha sortito dalla natura è dei migliori. È una donna senza rancori, di facile umore, amica dei bambini, degli scrittori. I giornalisti concordano nell'affermare che tra le dive il cui nome ha rilevanza internazionale, Sofia è la più simpatica. Gli odierni trionfi non le hanno fatto dimenticare che per molta gente è difficile guadagnarsi un onesto pane. Ha saputo vincere tutte le difficoltà che si oppongono a che una popolana diventi una vera signora. Sofia ha imparato altre lingue, ha imparato a vestirsi e a parlare con Moravia e Pratolini, con una certa competenza della letteratura d'oggi. Forse va ricordato che Sofia viene da Napoli, dove migliaia di padri di famiglia escono al mattino di casa senza sapere con precisione come si procureranno i maccheroni da "calare" a mezzogiorno dalla pentola. Sofia, oltre a un tenero affetto, ha anche per Carlo Ponti, la devozione che sentiva Galatea per Pigmalione. Permettete che vi diciamo che anche nella vita privata Sofia appare come la degna innamorata di un uomo d'azione (*Settimo Giorno* del 6 dicembre 1960)<sup>5</sup>.

L'estratto, se da un lato mette in luce la trasformazione dell'attrice, dall'altro insiste sul fatto che questa trasformazione è solo apparente perché, in fondo, Sofia è rimasta sempre la stessa, "una donna popolana".

Sono allora quelle stesse condizioni della vita adolescenziale dell'attrice che, collegate al periodo successivo (la popolarità), diventano capaci di generare uno scarto così netto che riesce a ospitare al suo interno la trasformazione, l'incedere, la passione, il desiderio (del discorso e degli italiani). La condizione di popolana acquisisce valore perché lei diventa una "vera signora", mentre il successo è a maggior ragione significativo proprio in virtù del suo essere una popolana: la trasformazione è nell'interstizio.

Ma se la "passione" è generata nello scarto, essa è però, come abbiamo detto, garantita costantemente dalla auto-rappresentazione che la Loren fa di se stessa, dalla sua auto narrazione, che funge da memento. In un'altra intervista l'attrice afferma: "i miei ruoli sono sempre stati popolari, semplici, molto umani" (*Epoca* del dicembre 1959)<sup>6</sup>.

Vengono in soccorso all'analisi due testi audiovisivi.

Se il valore favolistico nasce, come abbiamo detto, dal concatenamento dei due segmenti "di vita", che in questo modo si giustificano a vicenda, questo stesso concatenamento riesce a produrre una narrazione già perfetta, talmente perfetta che su di essa sono state realizzate due fiction e un documentario, quest'ultimo a testimonianza dell'effetto di "presenza" strategicamente come vedremo "depassionalizzante" di narrazione di sé operato dalla Loren.

#### 4. Documentari e fiction

Nel 1960 il regista americano Mel Stuart (lo stesso che negli anni Ottanta girerà una fiction divisa in due parti, incentrata sulla vita dell'attrice: *Sophia Loren: her own story*, dove per la prima volta la Loren interpreterà la madre), realizza un documentario dal titolo *Sophia: a self portrait*.

All'apice del suo successo (dopo *La Ciociara*), alla domanda dell'intervistatore che le chiede se crede di essere una *sex symbol*, una star, lei risponde "I am a very simple Neapolitan girl" (Stuart 1968). Se è vero che "le grandi seduttrici o le grandi star non brillano mai per il loro talento, o per la loro intelligenza, ma brillano per la loro assenza. Brillano per la loro nullità e la loro freddezza" (Baudrillard 1979, p. 101), a tutto questo la Loren contrappone (seppure nelle vesti del discorso – in ogni caso consenziente - che le ricama addosso il documentarista) la "concretezza" della donna napoletana. E infatti continua dicendo che alle persone a cui vuole bene fa coincidere dei piatti. A Carlo Ponti, parmigiana di melanzane a Vittorio de Sica spaghetti all'amatriciana, a Marcello Mastroianni minestrone alla milanese. È proprio questa neutralizzazione, questa depassionalizzazione di se stessa che la Loren ribadisce, ciò che a maggior ragione fa impennare la passione dell'Italia

(allo stesso modo, l'evento "gravidanza" è giustificato, come abbiamo visto, dall'ammissione della stessa attrice che era difficile per lei avere un figlio e che invece lo avrebbe molto voluto). E ancora, racconta che da piccola a scuola era trattata come quella che non aveva il padre. Il circolo si alimenta: dalla posizione di diva, ricorda la sua terribile infanzia.

Nel 2010 in Italia viene prodotta una seconda fiction sulla vita della Loren dal titolo *La mia casa è piena di specchi*.

Se il documentario di Mel Stuart evidenzia la depassionalizzazione del personaggio/persona Sofia Loren, quest'ultima fiction è, al contrario, testimonianza dell'altro aspetto fondamentale alla costruzione semantica del "discorso Sofia Loren", ovvero quello che abbiamo chiamato il concatenamento dei due segmenti narrativi.

La fiction è tratta dall'omonimo romanzo scritto da Maria Scicolone, sorella di Sofia, ed è divisa in due puntate, che raccontano la storia partendo dalla fine. La prima parte è completamente incentrata su Maria e la presenza di Sofia è data soprattutto per assenza: lei, ormai famosa, è sempre all'estero. Per lo stesso motivo, questa prima parte "regge" (ammesso che ciò accada) solo a causa del fatto che ne verrà una seconda, solo perché è tangenzialmente collegata a nomi importanti: Sofia Loren, Romano Mussolini (si tratta del periodo in cui Maria incontra Romano Mussolini). La seconda parte invece racconta l'escalation di Sofia a partire da Pozzuoli.

Oltre a spiegare il sistema del concatenamento, la fiction si presenta anche come l'attestazione della totale saldatura tra finzione e realtà, tra discorso pubblico e discorso privato. Figura centrale dell'intera fiction è infatti quella della madre, per la seconda volta interpretata da Sofia. Il compimento definitivo della sua apoteosi come attrice, sta tutto qui. La grande Sofia Loren che va oltre il concetto di tempo, facendo saltare una delle regole base della recitazione (la credibilità dell'identità del personaggio). A tal punto è penetrata la storia privata (non più privata) della Loren nella società italiana che l'effetto straniante che una simile mossa dovrebbe provocare, è invece a mala pena percettibile. Sofia interpreta la madre e nessuno se ne stupisce, perché tutti sanno che, reincarnandosi nella figlia-Loren, la madre riesce finalmente a essere quello che aveva sempre sognato, ovvero un'attrice.

Un discorso che è partito molto lontano: già tutta l'Italia aveva visto nella *Ciociara* la storia della sua vita, lei e la madre a combattere contro tutti.

## 5. Conclusioni

Se in molti dei film della Loren non si può non vedere una continua testimonianza della sua vita precedente, ciò è dovuto come abbiamo detto a un continuo effetto di "presenza", di "concretezza" se non addirittura di "realtà" supportato dalla Loren stessa. E se è "proprio

l'alternarsi di immagine pubblica e privata, di realtà e finzione, che ha contribuito a creare quella 'con-fusione' di ruoli e identità, di percezione di sé e del mondo, sui quali poggia il suo mito" (De Martini 2006, p. 60, riferendosi a Marilyn Monroe che, al contrario, era nota per i suoi "disordini" nella vita privata), per quanto riguarda la Loren, si tratta certamente di una "mitologia" differente, che si allontana molto da quel tipo di passione che è solitamente in gioco nel concetto di divismo in generale (La Loren è stata moglie fedele ed esemplare fino alla fine). Abbiamo infatti detto che il discorso appassionato della Loren condensa tutto il suo potere nello scarto tra povertà e successo, la sua forza si situa all'interno di quel campo semantico che sta nell'oscillazione tra identificazione e non identificazione, e a metà strada tra le due cose. È lì che va a inserirsi l'appassionarsi degli italiani. Perché è lì che (tramite) la Loren elimina(no) lo iato tra voler essere e il saper essere (realizzazione di un desiderio). La capacità di riuscire laddove gli altri non possono (riscatto dalla povertà) di continuare laddove gli altri si fermano, "una possibilità creativa, uno scarto rispetto al reale" (Vulli 2002, p. 17), è ciò che fa sì che al discorso divistico in senso stretto subentri il mito dell'eroina popolare (del popolo)<sup>7</sup>.

## Note

- 1 *Gente*, 1968, "Poi arriva la maternità", 17 dicembre, p. 25.
- 2 Per la ricostruzione si è utilizzato Giacobini 2010; Masi 1985; Mollica, Nicosia, 2006; Moscati 2005.
- 3 *Gente*, 1969, "Sofia si racconta", 28 gennaio, p. 13.
- 4 *L'Europeo*, 1962, "Intervista a Sofia Loren", 7 febbraio, p. 42.
- 5 *Settimo Giorno*, 1960, "Una popolana diventa una signora", 6 dicembre, p. 17.
- 6 *Epoca*, 1959, "Intervista a Sofia Loren", 22 dicembre, p. 7.
- 7 In aggiunta (non poco considerevole), non bisogna dimenticare che la Loren ha avuto più di ogni altra attrice italiana, una forte risonanza anche a causa del suo successo negli Stati Uniti, e non si può certo sottovalutare che il suo da un lato non appartenere a un retroterra benestante e dall'altro il suo rimarcarlo (come abbiamo visto), abbia facilitato proprio in quel paese molto propenso ai rovesciamenti di stato (*American dream*), il riconoscimento della reincarnazione recitativa e femminile di una passione tutta italiana.

## Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rinvii ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

Baudrillard, J., 1979, *De la séduction*, Paris, Éditions Galilée; trad.it. *Della seduzione*, Milano, SE 1997.

Carluccio, G., a cura, 2006, *La bellezza di Marilyn. Percorsi intorno e oltre il cinema*, Torino, Edizioni Kaplan.

- De Martini, R., 2006, "Alice allo specchio: la Marilyn di Miller", in G. Carluccio, a cura, 2006, pp. 59-90.
- Giacobini, S., 2010, *Sophia Loren. Una vita da romanzo: Le verità nascoste*, Milano, Baldini Castoldi Dalai.
- Masi, S., 1985, *Sophia Loren*, Roma, Gremese.
- Mollica, V., Nicosia, A., a cura, 2006, *Scicolone Lazzaro Loren*, Roma, Gangemi.
- Moscato, I., 2005, *Sophia Loren. La storia dell'ultima diva*, Torino, Lindau.
- Volli, U., 2002, *Figure del desiderio. Corpo, testo, mancanza*, Milano, Raffaello Cortina Editore.

---

## Filmografia

---

- Sophia: a Self-Portrait*, di Robert Abel e Mel Stuart, USA 1968.
- Sophia Loren: Her Own Story*, di Mel Stuart, USA 1980.
- La mia casa è piena di specchi*, di Vittorio Sindoni, Italia 2010.

E|C

## L'abito fa... la Patria. Appunti semiotici sul guardaroba dell'Italia Turrìta

### Eleonora Chiais

La breve analisi che segue ha subito un cambiamento sostanziale nel corso della sua stesura rinnegando il primo spunto che voleva proporre un'analisi di quell'abbigliamento che, indossato dagli italiani, contribuisce alla creazione di un'identità nazionale e orientandosi piuttosto sulle variazioni nel *look* della Donna Turrìta, la più nota tra le personificazioni nazionali. Sulle origini e sulla storia di questa allegoria si è già detto e scritto molto, in questa sede dunque l'attenzione si concentrerà esclusivamente sull'abbigliamento con il quale, nel corso dei secoli, è stata rappresentata l'Italia Turrìta andando ad analizzare nel dettaglio solo alcuni casi specifici ed emblematici. Lo scopo, in questo modo, sarà infatti quello di evidenziare come in periodi storici differenti, caratterizzati da mode diverse, anche lo stile di questa personificazione della patria si sia dovuta piegare a "ciò che era in" in un particolare momento. Questo sarà più chiaro grazie agli esempi che verranno analizzati ma fin d'ora potrebbe essere utile sottolineare come e quanto la moda in generale, e nello specifico i cambiamenti di tendenze legati al mondo dell'abbigliamento, si trovino in una relazione di stretta interdipendenza con il contesto socio-economico e culturale in cui sono inseriti. Se questa constatazione, però, vale in generale varrà ancora di più nel momento in cui si considererà la sola evoluzione nello stile di un simbolo nazionale per il quale l'abito è stato e continua ad essere, necessariamente ed immediatamente, il mezzo prediletto per la trasmissione di un'ampia gamma di messaggi da

quelli patriottici in senso lato fino a quelli decisamente propagandistici. Non è questa la sede per ripresentare l'annoso dibattito circa la validità di una semiotica della moda o piuttosto di una semiotica dell'abbigliamento, preme solo rilevare che, procedendo per *cases histories* e guardando al vestiario di un'unica entità, lo scopo sarà qui proprio quello di tentare un'analisi del guardaroba della Donna Turrìta secondo i dettami della semiotica dell'abbigliamento.

### 1. La moda è seduzione

Prima di entrare nel cuore della questione, però, è necessario evidenziare le ragioni che hanno portato alla decisione di inserire, all'interno del discorso amoroso collettivo, una sezione dedicata all'abbigliamento. È chiaro che, fin dalle origini, i vestiti hanno una palese finalità sessuale-seduttiva e addirittura sentimentale. Già a partire dal racconto biblico, nel terzo libro della Genesi (3, 7), si attribuisce infatti proprio al pudore (quindi all'atteggiamento legato all'appena scoperta consapevolezza seduttiva del proprio corpo) la spinta originaria a coprire almeno parzialmente il corpo stesso. Nel momento in cui, però, l'abbigliamento seducente non è più appannaggio del singolo ma diventa appannaggio del simbolo è chiaro che questo va a definire l'identità stessa di una personificazione nazionale (e dunque, tutto sommato, di una nazione) che, deve tra le altre cose, conquistare (in senso più o meno amoroso) tanto i suoi connazionali quanto le altre nazioni. Il medesimo concetto è largamente evidenziato dallo stesso Barthes quando, ne *Il Senso della Moda*, interrogandosi sugli stimoli da cui la moda stessa trae sostentamento consiglia di porre al centro dell'indagine, tra il resto, anche le politiche di dominio e marginalizzazione (1967, p. 38).

### 2. Il guardaroba della Donna Turrìta

Alla luce di quanto precedentemente illustrato varrà comunque la pena di considerare che la quantità di vestiti e accessori nel "guardaroba" della Donna Turrìta è senz'altro numericamente piuttosto limitato e composto sostanzialmente dalla corona turrìta, sormontata dallo Stellone, dal drappo e saltuariamente dal bastone del comando o da un fascio di spighe di grano. Le modifiche proposte di questi pochi oggetti, però, sono state estremamente numerose nelle varie rappresentazioni che si sono susseguite nel corso dei secoli e tutte sarebbero interessanti da considerare nell'ottica di un'analisi più approfondita sull'argomento. Qui di seguito, per oggettivi limiti di spazio, si procederà con un'analisi centrata solo sui casi più emblematici del guardaroba della personificazione nazionale. In un primo momento sarà dunque il caso di tornare velocemente alla rappresentazione storica della divinità anatolica Cibele procedendo poi con l'analisi di due immagini della patria risalenti entrambe al 1802 sul tema della Riconoscenza italiana a Napoleone Bonaparte. Si passerà quindi in

un terzo momento alla rappresentazione di una versione turrata della Regina Margherita datata 1898 per poi concludere con la versione della Donna Turrata proposta sulle passerelle di Alta Roma nel 2011 in occasione della presentazione della collezione primavera/estate della *maison* Gattinoni.

### 2.1. Cibele fashion icon?

Dall'immagine della città di Antiochia, introdotta nel IV sec. a.C. dallo scultore greco Eutichides in cui, per la prima volta, la città fu rappresentata come una figura femminile con il capo ornato da una cinta muraria a rappresentare la realtà cittadina come un'entità chiusa nella sua cinta di mura che la difendono e identificano allo stesso tempo, fu mutuata la rappresentazione classica della dea Cibele rappresentata come una matrona dalla testa cinta di torri. Le sveltanti costruzioni in muratura, da questo momento in poi, diventeranno l'elemento identitario per eccellenza andando a rappresentare, di volta in volta, spazi geograficamente anche molto diversi tra loro. In questo primo caso, ad esempio, le torri rappresentano tutte le città esistenti sulla terra trattandosi dell'immagine della Dea Madre rappresentante, ovviamente, del mondo intero. Questa Dea, in ogni caso, divenne molto popolare durante la seconda guerra punica quando a seguito di una profezia (cfr. Del Ponte 1992, p. 262) i sacerdoti romani la ribattezzarono *Magna Mater*. L'associazione di Cibele con l'Italia divenne poi molto forte in un momento ancora successivo grazie al contributo del poeta Virgilio che le riconobbe il ruolo di protettrice nel viaggio di Enea, impegnato a pacificare e unire i popoli latini sotto Roma. Dal punto di vista che però più direttamente riguarda la nostra analisi questa rappresentazione è importante perché, durante l'impero, le donne della famiglia imperiale presero il vezzo di indossare una corona turrata trasformando quindi un simbolo antico in un accessorio di moda, una sorta di *must have*. Si tratta di una sottolineatura importante perché, come si vedrà in seguito, nei periodi successivi avvenne piuttosto l'inverso con un *re-styling* dell'immagine della donna turrata condizionato dalle mode e non, come in questo caso, condizionante le mode del momento.

### 2.2. 1802: la Donna Turrata riconoscente a Napoleone Bonaparte

Con un salto temporale notevole la prima rappresentazione della Dea Cibele conduce direttamente ad una riproposizione del Diciannovesimo secolo. Nel 1802 furono infatti creati due dipinti egualmente importanti per questa ricerca. Entrambi rappresentano il tema della "Riconoscenza della Repubblica Italiana a Napoleone" ma presentano la repubblica stessa, nelle sembianze ovviamente della donna turrata, in maniera completamente differente.

### 2.3. La Donna Turrata di Giuseppe Bossi

L'opera dall'artista Giuseppe Bossi è considerata dai critici la prima immagine ufficiale, in assoluto, della Repubblica Italiana mutuata, con le sembianze appunto della Donna Turrata, dai modelli antichi (Bazzano 2011, pp. 26-27). Il dipinto, che si credeva perduto ed è attualmente conservato a Milano all'Accademia di Brera, fu vincitore del concorso bandito dall'Accademia di Brera stessa nel 1802 per un dipinto dedicato al tema della riconoscenza della Repubblica Italiana a Napoleone. L'immagine qui proposta dal Bossi venne poi ripresa negli anni successivi da Canova ponendosi alla base della moderna iconografia nazionale. È interessante sottolineare come, in questo particolare momento storico, i colori dell'Italia siano ancora esclusivamente il bianco e il verde, con i quali viene appunto rappresentata la patria, e dunque dal punto di vista prettamente cromatico il ruolo del protagonista venga affidato a Napoleone rappresentato qui tramite l'iconografia che classicamente caratterizza Giove. L'abito dell'imperatore, infatti, appare in quella tinta di rosso che, di lì a poco diventerà il terzo colore della bandiera italiana in rappresentanza del sangue dei martiri ma che, per il momento, è legato indissolubilmente alla rappresentazione del potere. La tunica legata sotto il seno della Repubblica Italiana, invece, simboleggia un rimando alla tradizione classica, così come il drappo verde che cinge le spalle dell'allegoria e altro non è se non un richiamo alle matrone romane, mentre la corona turrata dorata appare come un chiaro rimando alla monarchia. Val la pena di sottolineare che la raffigurazione patria, qui, mantiene un certo decoro e una palese importanza agli occhi dell'osservatore ma anche dell'osservatore rappresentato (Napoleone Bonaparte) anche e soprattutto grazie agli abiti: il drappo è ricamato in oro, la cintura e la corona paiono d'oro e la postura è nobile.

### 2.4. La Donna Turrata di Alberi

Per quanto riguarda invece la seconda tela che, come abbiamo detto fu prodotta nello stesso anno e sullo stesso tema ma firmata in questo caso dal pittore Francesco Alberi, ci sarebbe molto da dire anche in termini molto generali poiché propone una mescolanza di simbologie e modelli variamente accostati. Basti a questo proposito vedere la centrale rappresentazione di Napoleone rappresentato con l'elmo di Minerva, la corazza di Marte e il fulmine di Giove (intento a colpire la Guerra e la Frode). Per quanto invece riguarda l'Italia la troviamo qui sulla parte destra del dipinto nelle sembianze di donna supplicante aiutata dalla Repubblica Francese. L'Italia indossa per la prima volta i tre colori (bianco, rosso e verde) ma rinuncia, forse per ribadire l'evidente sottomissione, alla sua corona turrata. Anche l'abito è mutato abbandonando la foggia del drappo imperiale caratteristico per declinarsi nello stile tipico della vita rurale dell'epoca come d'altra parte confermano

i piedi scalzi che non sono, in questo caso a differenza dell'esempio che abbiamo considerato in precedenza, un rimando alle divinità classiche bensì un evidente indice di indigenza e di una più diffusa condizione disagiata come confermano, del resto, le chiome libere classicamente appannaggio delle schiave. Dal punto di vista cromatico è, invece, un trionfo di rosso: l'abito di Napoleone rimanda tra l'altro al retrostante tricolore di Oltralpe oltre che, ovviamente, alla fascia che cinge questa dimessa italica nazione forse a rappresentare una sorta di tascapane dettaglio che consoliderebbe la tesi sulla natura contadina della nazione. Un'Italia povera e rurale, insomma, anche se le vesti della nazione non sono destinate nell'iconografia a rimanere dimesse a lungo.

### 2.5. La Regina (Turruta) Margherita

A distanza di meno di un secolo ecco infatti che la rappresentazione patria torna a caricarsi della sua aurea di nobiltà come mostra, ad esempio la tela raffigurante la Regina Margherita in versione Turruta. Il dipinto, datato 1898 immortalava la Regina d'Italia con il capo coperto dall'ormai celebre corona turruta all'indomani della feroce repressione dei moti di Milano del 1898 quando Bava Beccaris sparò sulla folla venendo poi insignito di un'onorificenza proprio dal marito di Margherita, Umberto I, che sarà poi ucciso proprio per questo appena due anni dopo dall'anarchico Gaetano Bresci. Questa rappresentazione post-risorgimentale della regina Margherita presentata nelle vesti dell'Italia Turruta in versione trionfante è interessante ai fini di questa analisi poiché gli abiti indossati dalla sovrana richiamano direttamente le fogge dell'epoca. Il livello che più interessa ai fini dell'analisi è dunque prima di tutto quello figurativo che permette un immediato riconoscimento da parte dei fruitori modello della rappresentazione della regina Margherita, riconoscimento che è reso ancora più immediato dal suo abbigliamento che, seppur declinato nelle tinte patrie, è il enunciato vestimentario abituale come si nota facilmente, del resto, dai dettagli e dagli accessori. Tra questi, ad esempio, appaiono di particolare interesse le calzature ma anche e soprattutto i numerosi gioielli, anche loro proposti secondo lo stile dell'epoca e in "modelli" simili a quelli realmente indossati dalla sovrana.

Da questo momento, dunque, chiaramente la raffigurazione dell'Italia si pone in diretto contatto con la realtà dell'epoca anche attraverso una scelta di abbigliamento che si allinea alle mode contemporanee portando ad una declinazione dell'idea stessa di nazione che si ponga in una sorta di ideale continuum con la situazione storica contemporanea alle rappresentazioni proposte.

### 2.6. La Maison Gattinoni per la Donna Turruta del 150° anniversario

Ancora al giorno d'oggi le varianti tradizionali della più classica tra le iconografie nazionali continuano ad

essere utilizzate e riproposte anche, e soprattutto, in occasione di particolari celebrazioni come, per esempio, la ricorrenza del 150° dell'Unità d'Italia festeggiato nel 2011. Tralasciando però le numerose raffigurazioni proposte nel corso dell'anno sui supporti più vari (dai manifesti alle cartoline passando per immagini più strettamente ancorate alla modernità come gli sfondi per *desktop*) parrebbe utile concludere concentrando lo sguardo su un'ultima riproposizione davvero emblematica del nostro tempo. Nel gennaio del 2011, in occasione della presentazione della collezione primavera-estate 2011 in AltaRoma, la maison Gattinoni di Guillermo Mariotto ha infatti proposto un abito tricolore per rendere omaggio all'Unità Nazionale e proporre contemporaneamente un'immagine moderna della donna turruta. È interessante notare come fin dalla scelta della modella (o, come in questo caso forse sarebbe forse meglio dire, della *testimonial*) si sottintenda un forte intento di interazione e integrazione con il tempo attuale: la *testimonial*, infatti, è la Miss Italia allora in carica Francesca Testasecca. Il simbolo della bellezza italiana per eccellenza chiamato qui ad indossare l'abito italiano per eccellenza, vale a dire la bandiera. Il dettaglio che, però, pare più interessante ai fini di questa analisi è il fatto che una decisione di questo genere implichi la volontà di far aderire la rappresentazione proposta al periodo contemporaneo proponendo quindi una rivisitazione di un modello classico in un'ottica strettamente e dichiaratamente contemporanea. L'abito, in crinolina con applicazioni di strisce di organza dipinte a mano, tagliate a vivo, e plastron ricamato con lunghe schegge di cristalli, interpreta oltretutto appieno l'idea della sovrapposizione tra simboli poiché la Miss grazie alla corona turruta rappresenta la personificazione dell'Italia ma anche il drappo classico, qui ovviamente rielaborato, pesando appena 300 grammi rimanda immediatamente al peso della bandiera italiana.

### 3. Conclusioni

Concludendo, quindi, ecco che la tesi iniziale si potrebbe dimostrare con una meditazione circa la decisione di fare indossare l'abito a colei che rappresenta l'immagine della nazione nel 2011, e solo nel 2011, con lo stile proprio di quest'anno, ancorando dunque fortemente questa riproposizione del simbolo alla moda del momento e di conseguenza al momento stesso. Insomma, noi utenti ideali di questa particolare raffigurazione, che rimanda del resto a una aspirazione di palingenesi dalla crisi – come ha sottolineato in un'intervista lo stesso stilista – ma anche al lusso dell'*Italian Style* come testimoniano da un lato il contesto in cui viene proposta e dall'altro la preziosa corona firmata Miluna, proprio grazie ai cambiamenti nell'abbigliamento siamo immediatamente in grado di attribuire al simbolo caratteristiche esclusive e fortemente identitarie riconoscendo, al simbolo stesso, la valenza simbolica ma in mutamento che gli è propria e identificando con ogni tempo la sua

versione specifica della Donna Turrta. Insomma a proposito dello stile della Donna Turrta, inteso qui come uno dei principali elementi identitari nella costruzione dell'idea di patria, si può senz'altro affermare che le numerose riproposizioni dell'abbigliamento di questa personificazione, così dipendenti dal contesto in cui sono inserite, permettono a chiunque tenti una rielaborazione dell'abito di proporre una rielaborazione dell'idea della patria e dunque un'attualizzazione della patria stessa che da simbolo statico si propone in tutto il suo dinamismo divenendo attuale attraverso la sovrapposizione con i fenomeni di moda del momento.

## Bibliografia

Nel testo, l'anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell'edizione in lingua originale, mentre i rinvii ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora nella bibliografia questa sia presente.

- Barthes, R., 1977, *Fragments d'un discours amoureux*, Paris, Éd. du Seuil; trad. it *Frammenti di un discorso amoroso*, Torino, Einaudi 1979.
- Barthes, R., 1967, *Système de la mode*; trad. it *Il sistema della moda*, Torino, Einaudi 1970.
- Bazzano, N., *Donna Italia*, 2011, Costabissara, Angelo Colla Editore.
- Corrain, L., a cura, 2005, *Semiotiche della pittura*, Roma, Meltemi.
- Corrain, L., Valenti M., 1991, *Leggere l'opera d'arte. Dal figurativo all'astratto*, Bologna, Esculapio.
- Del Ponte, R., 1992, *La religione dei romani*, Milano, Rusconi.
- Muzzarelli, M.G., 2011, *Breve storia della moda in Italia*, Bologna, Il Mulino.
- Schapiro, M., 2002, *Per una semiotica del linguaggio visivo*, Roma, Meltemi.
- Volli, U., 1998, *Block modes. Il linguaggio del corpo e della moda*, Milano, Lupetti.

## Sitografia

- [www.archeobo.arti.beniculturali.it](http://www.archeobo.arti.beniculturali.it), consultato il 14 luglio 2011.
- [www.accademia19.it](http://www.accademia19.it), consultato il 12 settembre 2011.
- [www.gattinoni.com](http://www.gattinoni.com), consultato il 12 settembre 2011.
- [www.francescatestasecca.fan-club.it](http://www.francescatestasecca.fan-club.it), consultato il 12 settembre 2011.

## 1. Le passioni della semiosfera

Gli studi semiotici si sono concentrati soprattutto sulla dimensione cognitiva e pragmatica della semiosfera (Lotman 1985; Lotman 2006; Leone 2010a; Lorusso 2010). Ne esiste tuttavia una dimensione patemica (Pezzini 2000; Marrone 2001; Landowski 2004), anch'essa degna d'investigazione. In particolare, è interessante studiare il modo in cui i confini della semiosfera funzionano non soltanto come membrane cognitive-pragmatiche, ma anche come filtri passionali (Calabrese 1987; Volli 2002; Leone 2010b). Ciò si constata soprattutto nella dinamica di queste membrane, quando esse consentono l'introduzione e la traduzione di elementi di senso provenienti da semiosfere differenti (Sedda 2003; Demaria, Violi 2006; Eco 2011). In questi casi, i filtri che insieme delineano la semiosfera, la contengono, e ne consentono la comunicazione e la trasformazione in rapporto ad altre semiosfere, manifestano una sorta di corrugamento che non può essere spiegato soltanto in termini cognitivi e pragmatici. Vi è anche una risposta passionale della semiosfera al nuovo, una risposta che attinge alla *langue* patemica della semiosfera per produrre discorsi di adattamento emotivo alla novità. Essi s'intrecciano alle risposte cognitive al nuovo e al contempo le influenzano, in una sinergia difficile da districare.

Analizzare i corrugamenti passionali della membrana semiosferica è interessante non solo per comprendere la dimensione emotiva dei meccanismi che regolano la permeabilità semiosferica, ma anche perché è proprio attraverso tali corrugamenti che una semiosfera esprime la propria forma di vita patemica (Fontanille 1993; Beyaert-Geslin 2012; Landowski 2012), ovvero il modo in cui un certo gruppo socio-culturale reagisce emotivamente alla novità con un determinato stile di riaggiustamento, il quale, di nuovo, non prevede solo una riconfigurazione dell'articolazione semantica della semiosfera o delle sue enciclopedie di pratiche, ma anche una ristrutturazione del sistema di forme e discorsi patemici (Marsciani 1987; Landowski 2006; Leone 2009). Non si tratta, nella maggior parte dei casi, né di un processo di penetrazione, in cui la nuova entità semiosica sconvolge interamente la mappa passionale di una semiosfera, né di un processo di assorbimento, in cui l'entità viene incasellata nell'articolazione patemica della semiosfera senza minimamente alterarla, bensì di una complessa negoziazione, in cui l'introduzione-traduzione del nuovo scatena declinazioni novelle di uno stile passionale già noto (Torop 1995; Edna Andrews 2008; Torop 2008).

Questo processo di negoziazione patemica è dunque, per lo studioso di semiotica, un'occasione per meglio comprendere non solo il modo in cui il nuovo influenza le passioni collettive di una società, ma anche il modo in cui le passioni collettive di una società influenzano e si rivelano nella loro gestione emotiva del nuovo.

E|C

## Giansenismo e cioccolato: note semio-teologiche sul gusto italico

Massimo Leone

## 2. Comunità sensuali

L'ipotesi generale che ha animato l'atelier "Il gusto della patria, la patria del gusto", che questo intervento conclude, è che i confini di un gruppo socio-culturale si delineano sia attraverso la costruzione, per mezzo di una congerie molto varia di discorsi, di comunità ideologiche cui aderire con convinzione più o meno appassionata e anch'essa manifestata in seno a vari tipi di testi (i quali compongono ed esprimono l'italico 'gusto della patria') (Leone 2011), sia attraverso processi più sfuggenti che consolidano la forma di vita estetico-passionale condivisa da una certa comunità (i quali sostanziano e manifestano la 'patria del gusto' italiana) (Landowski, Fiorin 1997). In parole povere: l'Italia non è fatta solo da coloro che si commuovono cantando l'inno nazionale, ma anche da coloro che, pur cantandolo, e commuovendosi, lo considerano mediocre dal punto di vista musicale se comparato alle vette della storia della musica italiana (Jacoviello 2011). L'adesione emotiva a una comunità estetica non è meno importante di quella a una comunità ideologica.

Dal punto di vista semiotico, l'una e l'altra non si possono fotografare in astratto, attraverso illazioni più o meno raffinate sui confini semiosferici della forma di vita ideologico-estetica di un gruppo socio-culturale (tale è piuttosto l'approccio di vari generi di sociologia qualitativa (Berzano, Genova 2011), ma attraverso lo studio di testi (Vulli 2005; Marrone 2010): quelli che introducono la novità nella semiosfera, abbigliando il nuovo con forme e discorsi che ne consentano la ricezione; ma soprattutto quelli che reagiscono a tale introduzione, attivando schemi passionali condivisi per accogliere o rifiutare la novità in varia misura.

Ecco allora che quelle congiunture socio-culturali in cui un nuovo elemento di senso irrompe, per esempio, all'interno della semiosfera culturale italiana sono straordinarie occasioni per costruire una sorta di barometro patemico, che misuri il grado e le forme di attivazione emotiva con cui la società italiana e le sue diverse collettività plasmano, attraverso reazioni che perlopiù sfuggono alla coscienza individuale, il gusto passionale di tale semiosfera.

Fra gli infiniti processi di questo tipo che si potrebbero analizzare, quelli che concernono il gusto estetico sono particolarmente significativi. Una delle ipotesi dell'atelier "Il gusto della patria, la patria del gusto" è, infatti, che la reattività emotiva delle collettività italiane sia spesso legata alla sensualità, e che siano proprio le diverse passioni del gusto a delineare i confini della forma di vita emotiva caratterizzante la società italiana nei suoi vari rivolgimenti storici. Insomma, si è italiani non solo e non tanto perché si ha il gusto della patria, ma forse anche e soprattutto perché si ha un modo specifico di gestire i gusti della patria (Calabrese 2009; Marrone, Giannitrapani 2012), di appassionarsi in rapporto alla dimensione estetica ed estetica delle proprie vite individuali e collettive. Non è dunque forse un caso che for-

mazioni ideologiche come la Lega, che lavorano sulla decostruzione del gusto della patria, debbano contemporaneamente operarsi per la disgregazione dei gusti della patria, per il sovvertimento, tra biascichi e canotte, della società della sprezzatura (Leone 2011). Dalla sprezzatura alla spazzatura, si potrebbe riassumere.

## 3. Una passione irrefrenabile

A guisa di esemplificazione, la seconda parte dell'intervento, in linea con le curiosità di chi scrive, tratterà di un case-study specifico: l'introduzione del cioccolato nella cultura italiana agli albori della modernità. Tale introduzione dette luogo a una serie di testi — quasi tutti del genere, straordinariamente interessante e straordinariamente trascurato, della trattatistica teologico-morale — che reagivano a questa introduzione per assecondarla, per contrastarla, ma soprattutto per negoziarne la portata cognitiva, pragmatica, e patemica, per regolare, attraverso il meta-discorso moraleggiante, il riaggiustamento della semiosfera italiana del gusto e dei gusti dopo la penetrazione di questo nuovo elemento di senso proveniente dalle Indie già carico di complessi richiami sensuali e connotazioni culturali. L'obiettivo di questa analisi specifica, però, non è solo quello curioso di comprendere la ricezione del cioccolato in Italia, materia per storici della cultura e del gusto, ma di cogliere, attraverso questo esempio, una modalità stilistica di lungo periodo delle passioni collettive italiane. Ecco perché, con gesto irriverente ma profondamente semiotico, la storia della fortunata ricezione del cioccolato in Italia verrà messa in parallelo, passione contro passione, o meglio, appassionamento contro spassionatezza, con la sfortunata ricezione del Giansenismo in Italia. Giansenismo e cioccolato, dunque.

Delle vie attraverso cui le idee gianseniste penetrarono in Italia si è scritto altrove, e non è questa l'occasione per ripetersi (Leone 2010c). Basti ricordare che il Giansenismo italiano s'incarna soprattutto nel rigorismo morale di autori i quali, rifacendosi alle *Provinciales* di Pascal, cercavano di opporsi al lassismo morale della casuistica italiana. Celebre esponente di quest'ultima fu Cassiano di S. Elia, autore del *Centum historiarum examen cum sententia definitiva in utroque iure* (1682). In quest'opera, pubblicata a Bologna nel 1682, il casuista carmelitano sosteneva, fra le altre cose, che un convento può comprare il prezzo di prostituzione di una suora; che il Papa può concedere una dispensa a una donna perché diventi prete; che una donna sposata, messa incinta dal superiore di un monastero, non ne viola la clausura se vi penetra per dar luce al figlio, anche se, nell'attesa del parto, ha ancora dei contatti sessuali con il superiore. Ma il trionfo di questa linea teologico-morale si registra con la *Dissertatio in casus reservatos*, del 1743, in cui il gesuita Bernardino Benzi<sup>1</sup> sostiene che toccare le tette di una suora è un mero peccato veniale, guadagnandosi così il titolo di fondatore di una *theologia mamillaris* (1743).

Il rigorismo filo-giansenista italiano reagisce al lassismo della casuistica italiana senza l'aggraziata ironia di Pascal, ma riproducendo, con segno opposto, la bizzarria degli avversari. Nel 1748, in particolare, Daniele Concina<sup>2</sup>, controversista infaticabile e autore di una *Theologia christiana dogmatico-moralis* in cinquemila pagine (1749-1751), dà alle stampe una piccola perla di rigorismo italico, le *Memorie storiche sopra l'uso della cioccolata in tempo di digiuno* (1748). Nella Chiesa Cattolica si dibatteva di cioccolata, o meglio di cioccolata, almeno dal 1569, quando, secondo la tradizione, Pio V<sup>3</sup>, avendo assaggiato per la prima volta la bevanda americana, e avendola trovata schifosa, aveva dichiarato che con essa non si rompeva il digiuno (Paltrinieri 1999, p. 22); in seguito, il celebre aforisma tomistico *liquidum non frangit jejunum*, "i liquidi non rompono il digiuno", attestato da svariati autori cattolici, fu adottato dal gesuita Antonio Escobar y Mendoza<sup>4</sup> al fine di permettere l'ingestione di cioccolata liquido durante il digiuno. Significativamente, tale soggetto era divenuto materia di morale religiosa in America prima che in Europa: nel 1591, a Città del Messico, Juan de Cárdenas<sup>5</sup> pubblicava i *Problemas y secretos maravillosos de las Indias*, nel quale scriveva: "podemos sacar en limpio que quien pensando que ayuna y usa d'estas bebidas, pecca doblado que si no ayunara: lo uno, en no ayunar, y lo otro, en querer engañar a Dios y a su confessor; haziéndole encreyente que ayuna" (1591, pp. 122v-123r)<sup>6</sup>. Più tardi, nel 1636, questa stessa opinione apparve in Europa in un pamphlet di Antonio de León Pinelo<sup>7</sup> intitolato *Question moral: si el chocolate quebranta el ayuno eclesiastico* (León Pinelo 1636), ma fu contrastato da un'altra opera, pubblicata da Tomaso Hurtado<sup>8</sup> nel 1645, intitolata *Chocolate y tabaco, Ayuno eclesiastico y natural si este le quebrante el chocolate y el tabaco al natural, para la sagrada Comunion* (Hurtado 1645)<sup>9</sup>, ove l'autore affermava l'esistenza di una bolla papale che avrebbe permesso l'ingestione di cioccolata durante il digiuno. In seguito, numerosi teologi europei alimentarono questa controversia fino a che, nel 1664, il cardinale Francesco Maria Brancaccio<sup>10</sup> v'intervenire con l'opuscolo *De chocolatis potu diatribe* (Brancaccio 1664), ove il cioccolato è considerato bevanda *per se*, e non soltanto *per accidens*, ed è dunque ammesso durante il digiuno, come l'acqua e il vino.

#### 4. La resistenza del Concina

Le Memorie di Daniele Concina s'inseriscono in questa serie testuale. Scritte in forma di risposta a un arcivescovo anonimo il quale si domandava se fosse vero che, durante la Quaresima, un predicatore avesse affermato che, chiunque beve una "chicchera di cioccolata", commette un peccato mortale e che poi tale predicatore, accusato di rigorismo, avesse ricusato, Concina vi proclama che, se uno straniero venisse in Italia, esclamerebbe che il rigorismo criticato dai cosiddetti benignisti è una chimera<sup>11</sup>. Quindi propone un sonetto, in cui il cioccolato parla in prima persona delle sue traversie morali:

Colei son io che per l'antica essenza / Ebbi già col digiun  
 sì fiere liti: / Che i maggiori Teologi smarriti / Non sanno  
 a chi di noi dar la sentenza. // Studian del pari il gusto, e  
 l'astinenza / Nella Scuola ambedue de i... / E dice l'un,  
 che i liquidi assorbiti / Frangono, quando v'è l'incontinenza.  
 // Per sedar l'altra i scrupoli consiglia, / Che sia rito  
 civil dell'amicizia, / Se si prende talor senza vaniglia. //  
 Questa tra l'innocenza, e la malizia / Dottrina media accorda  
 a meraviglia / Il digiuno, la gola, e l'avarizia (Concina  
 1748, p. 20)<sup>12</sup>.

Questo componimento, intriso di concettismo gongorista, meriterebbe un'analisi approfondita per il modo in cui si erge a valutazione meta-discorsiva del modo in cui la semiosfera religiosa italica reagisce pateticamente all'introduzione di un nuovo gusto. Ma si proceda oltre.

Nella *pars destruens* del suo opuscolo, Concina mira a demolire le opinioni probabiliste favorevoli al cioccolato in tempo di digiuno, Tomaso Hurtado in primis. È interessante notare che la reazione patemica al cioccolato s'intreccia con quella cognitiva, riguardante la sua categorizzazione. Categorizzazione in quanto materia, in primo luogo. All'epoca, infatti, il cioccolato si consumava come solevano farlo gli indigeni d'America, più o meno diluito con acqua, latte o uova. Così, sostiene Concina, Hurtado e gli altri teologi benignisti ammettono che s'infrangerebbe il digiuno ingoiando a pezzi la stessa quantità di cioccolato che, diluita in acqua e ben riscaldata, non pregiudica invece l'osservanza del digiuno. Proposizione meravigliosa, sostiene Concina, giacché secondo questa logica, chiunque mangia quattro onces di storione arrosto rovina il digiuno, mentre non pecca colui che lo liquefa in un brodo sostanzioso. In secondo luogo, la categorizzazione del cioccolato in quanto bevanda: Hurtado cita Tommaso, Antonino da Firenze<sup>13</sup>, Pierre de la Palud<sup>14</sup>, Durand de Saint-Pourçain<sup>15</sup>, e altri teologi che scrissero tutti prima della diffusione europea del cioccolato a proposito dei cosiddetti elettuari, ovvero conserve che nel Medioevo usava consumare dopo la cena, per facilitare la digestione. Secondo Hurtado, poiché il cioccolato è una bevanda *per se*, sebbene possa nutrire *per accidens*, coloro che la bevono senza l'intenzione di nutrirsi non peccano.

Concina si scaglia contro questa casuistica lassista, cita temerariamente l'esempio morale della Grande Chiesa di Francia<sup>16</sup>, quindi cita il teologo probabilista Zaccaria Pasqualigo<sup>17</sup>, che nel suo *Praxis ieiunii ecclesiastici* (1644) aveva trovato argomenti per dispensare dal digiuno i poveri, i servitori, i viaggiatori, gli sposi deboli, le donne che impallidiscono quando digiunano di sorta che potrebbero dispiacere ai loro mariti, le spose vergini se vi è pericolo che la loro bellezza ne sia offuscata, tutti i calzolaia, i cocchieri, i panettieri, i tessitori, i mugnai, i pellai, gli argentieri, gli orefici, i mercanti di strada, le lavandaie, gli scultori, gli stampatori, i marinai, i soldati coraggiosi e, dopo una lunga lista, persino i professori d'università; ma, continua Concina, anche un teologo

così permissivo aveva condannato i “cioccolatanti”, coloro che bevono cioccolata in tempo di digiuno.

Quindi, nella *pars costruens*, Concina afferma che “La indole, la essenza di questo digiuno è di mortificare la gola, di macerare la carne, di frenare il senso, di soggettare gli appetiti ribelli alla volontà, di umiliare l’uomo avanti il trono della divina Maestà” (1748, p. lxxxvi); cita Agostino<sup>18</sup>, cita addirittura Calvino<sup>19</sup>, sostiene che non vi è alcuna eresia, alcuna setta, né i Turchi né gli ebrei, né i Protestanti, ove il digiuno, come nel Cattolicesimo italiano, ammette tre pasti al giorno, e le delizie più squisite<sup>20</sup>. E poi conclude: “Ma per contrario sarai tu, o Cristiano, così vigliacco, così cieco, di voler arrischiare la tua eterna salute peggio che Esau, per una chicchera di cioccolate?” (ibidem, p. cxxvi).

### 5. La patria del gusto

L’appello di Concina è stato largamente ignorato dalla storia. A questo proposito, sarebbe difficile stabilire se il rigorismo giansenista, e così pure gli altri rigorismi del passato, siano restati delle voci isolate nella società italiana, appena tollerate e persino ridicolizzate, poiché un sostrato profondo della cultura italiana, per ragioni storicamente complesse, si oppone a ogni pensiero del rigore morale; oppure se sia stato proprio lo smacco del rigorismo italiano, il trionfo del benignismo, che ha contribuito a determinare, nel lungo periodo, la lassitudine morale della società italiana.

Certo, vi è qualcosa di familiare nel modo in cui Concina cerca di ridicolizzare gli argomenti dei casuisti a favore del dilagare della passione culinaria per il cioccolato, finanche in tempo di digiuno. Non vi si coglie forse l’eco di un Travaglio contemporaneo, quando ironizza sulle argomentazioni dei Ghedini contemporanei; e la *theologia mamillaris* non ricorda forse i cavilli dell’utilizzatore finale, o quelli che assolvono la prostituzione minorile perché, si osserva, la ragazza pareva ben formata?

La storia, letta con lenti semiotiche, ci conferma che la semiosfera itatica è segnata da un eterno dissidio fra rigoristi e benignisti, fra chi vorrebbe regolamentare le passioni dei sensi e chi, invece, escogita argomenti per sdoganarle anche al di là della dottrina morale e della norma giuridica. Che nel lungo periodo la seconda tendenza sopraffaccia la prima non è un mistero, ma forse non ci si è ancora convinti che la patria del gusto, senza escludere chi scrive, è forse pure questo: un’irrefrenabile tendenza a respingere sempre più in là, in nome della sensualità collettiva e delle sue passioni, i confini del disgusto morale, fino a condonarsi praticamente tutto, dalla cioccolata in tempo di digiuno al meretricio a Palazzo Chigi.

### Note

1 1688-1768.

2 Clauzetto, Udine, 1687 – Venezia, 1756. La biblio-

grafia sul Concina è vasta. Cfr la voce “Concina, Daniele” nel *Dizionario biografico degli italiani*, 68 voll. Fino al 2007, Roma, Istituto dell’Enciclopedia Italiana, vol. 27, pp. 716-722, redatta da Paolo Preto.

3 Bosco Marengo, 17 gennaio 1504 – Roma, 1° maggio 1572.

4 Valladolid, 1589 – 1669.

5 1563-1609.

6 I capitoli settimo, ottavo, e non trattato della questione del cioccolato.

7 1590 – 1660.

8 1589-1659.

9 Cfr Hurtado 1651, vol. 2, pp. 162-187: “De Potione Cocolatica Sumenda, vel non sumenda in die jeciunii ecclesiastici”.

10 Canneto, 1592 – Roma, 1675.

11 “Non griderebbe, che il Rigorismo spacciato da’ Benignisti una chimera, che in pratica nell’Italia non si trova” (Concina 1748, p. vii).

12 Nel testo i Gesuiti non sono menzionati esplicitamente ma evocati implicitamente attraverso la reticenza del sesto verso, il quale termina con tre punti di sospensione; grazie alla struttura metrica del verso e alla sua collocazione nello schema delle rime, il lettore può però facilmente indovinare che tali punti di sospensione nascondono la parola “Gesuiti”.

13 Firenze, 1389 – 1459.

14 Savoia, 1275 – Parigi, 1342.

15 Saint-Pourçain-sur-Sioule, 1270 – Meaux, 1332 o 1334.

16 “Io vo stendendo sotto gli occhi de’ miei leggitori alcuni squarci di Probabilistica Teologia, affinché sempre più persuasi restino, quanto pernizioso, e fatale sia alla cristiana Morale quel Probabilismo che a giorni nostri tutti e quanti i sapienti d’Europa, così Cattolici, come Luterani, e Calvinisti detestano, che tutta la Gran Chiesa di Francia ha condannato, qual velenoso fonte di tutti i mali” (Concina 1748, p. xxxi).

17 Verona, 1600 – 1664.

18 *Ser. 2 in Quadrag.*: “illi qui sic a carnibus temperant, ut alias escas difficilioris praeparationis, & maioris pretii inquirant, multum errant. Hoc enim non est suscipere abstinentiam, sed mutare luxuriam”.

19 “Inepitissimo abstinentiae praetextu cum deo ludere coeperunt”, *Institutio*, IV, xii.

20 “Non v’ha eresia, non v’ha setta che i suoi digiuni non pratici. In niuna di queste sette, sia di Turchi, sia di Ebrei, sia di Protestanti, ritroverassi che i digiuni praticati per umiliarsi avanti a Dio, per placare la divina vendetta, ammettano tre refezioni il giorno, e le delizie più squisite” (Concina 1748, p. xci).

### Bibliografia

Nel testo, l’anno che accompagna i rinvii bibliografici è quello dell’edizione in lingua originale, mentre i rinvii ai numeri di pagina si riferiscono alla traduzione italiana, qualora sia presente nella bibliografia.

Andrews, E., Maksimova, E., 2008, “Semiospheric Transitions: A Key to Modelling Translation”, “Sign Systems Studies”, vol. 36, n. 2, pp. 259-269.

Benzi, B., 1743, *Dissertatio in casus reservatos Venetae dioceseos*, Venezia, apud Joannem Mariam Lazaroni sub signo S.

Cajetani.

- Berzano, L., Genova, C., 2011, *Sociologia dei lifestyles*, Roma, Carocci.
- Beyaert, A., 2012, "Présentation du dossier", in "Nouveaux Actes Sémiotiques", [revues.unilim.fr/nas/](http://revues.unilim.fr/nas/), consultato il 30 marzo 2012.
- Brancaccio, F.M., 1664, *De chocolatis potu diatribe*, Roma, per Zachariam Dominicum Acsamitek a Kronenfeld.
- Calabrese, O., 1987, "Passioni e valori: un'economia dell'esistenza semiotica", in "Versus", n. 47-48, pp. 15-22.
- Calabrese, O., 2009, *L'eleganza maschile: per una filosofia della forma del vivere*, Modena, Consorzio per il festivalfilosofia.
- Cárdenas, J. De, 1591, *Primera parte de los problemas, y secretos maravillosos de la Indias*, Città del Messico, Pedro Ocharte.
- Concina, D., 1748, *Memorie storiche sopra l'uso della cioccolata in tempo di digiuno, esposte in una lettera a monsig illustriss., e reverendiss. arcivescovo N. N.*, Venezia, appresso Simone Occhi.
- Concina, D., 1749-1751, *Theologia christiana dogmatico-moralis*, 10 voll., Roma, prostant venales Venetiis, apud Simonem Occhi.
- Demaria, C., Violi, P., 2006, "Introduzione", in "Versus", n. 100-101, pp. 1-9.
- Di Sant'Elia, C., 1682, *Centum historiarum examen cum sententia definitiva in vtroque iure, & pro vtroque foro*, Bologna, ex Camerali typographia Manolesiana.
- Eco, U., 2011, *Costruire il nemico e altri scritti occasionali*, Milano, Bompiani.
- Fontanille, J., 1993, "Les formes de vie. Présentation", in "RSSI", vol. 13, n. 1-2, p. 5.
- Hurtado, T., 1645, *Chocolate y tabaco, Ayuno eclesiastico y natural si este le quebrante el chocolate y el tabaco al natural, para la sagrada Comunion*, Madrid, por Francisco Garcia.
- Hurtado, T., 1651, *Tractatus Varii Resolutionum Moralium: In quibus multiplices casus ex principiis Theologiae Moralium S. Thomae et [...] Cajetani, metodo brevi, risoluta et clara enumcleantur*, Louvain, Sumpibus Laurentii Anisson, & Soc.
- Jacoviello, S., 2011, "Poropò, poropò, poropòpopòpopò. Noi cantavamo", in E/C, [www.ec-aiss.it](http://www.ec-aiss.it).
- Landowski, É., Fiorin, J.L., 1997, *O gosto da gente, o gosto das coisas: abordagem semiótica*, San Paolo, EDUC, trad. it. *Gusti e disgusti: sociosemiotica del quotidiano*, Torino, Testo & Immagine, 2000.
- Landowski, E., 2004, *Passions sans nom: essais de socio-semiotique 3.*, Parigi, Presses Universitaires de France.
- Landowski, E., 2006, *Les Interactions risquées*, "Nouveaux actes sémiotiques", n. 101-103.
- Landowski, E., 2012, "Régimes de sens et styles de vie", in "Nouveaux Actes Sémiotiques", [revues.unilim.fr/nas/](http://revues.unilim.fr/nas/), consultato il 30 marzo 2012.
- León Pinelo, A. de, 1636, *Question moral: si el chocolate quebranta el ayuno eclesiastico: tratase de otras bebidas i confeciones que usan en varias provincias*, Madrid, por la viuda de Iuan Gonçalez.
- Leone, M., 2009, "Policlastia – Una tipologia semiotica", in "Lexia", n. 1-2, pp. 335-356.
- Leone, M., 2010a, "La sfera e il linguaggio – Topologie della cultura", in E. Gola, G.P. Storari, a cura, *Forme e formalizzazione. Atti del XVI Congresso della Società Italiana di Filosofia del Linguaggio*, Cagliari, CUEC, pp. 67-74.
- Leone, M., 2010b, "Invisible frontiers in contemporary cities – An ethno-semiotic approach", in "The International Journal of Interdisciplinary Social Sciences", vol. 4, n. 11, pp. 59-74.
- Leone, M., 2010c, "Le jeûne et le chocolat: le rigorisme janséniste en Italie", in R. Baustert, a cura, *Le Jansénisme en Europe*, Tübingen G. Narr.
- Leone, M., 2011, "Dall'ideologia linguistica all'ideologia semiotica - Sulla smentita", in "Esercizi filosofici", vol. 6, n. 1, pp. 318-328.
- Lorusso A. M., 2010, *Semiotica della cultura*, Roma-Bari, Laterza.
- Lotman, J. M., 1985, *La semiosfera: l'asimmetria e il dialogo nelle strutture pensanti*, Venezia, Marsilio.
- Lotman, J. M., 2006, *Tesi per una semiotica delle culture*, Roma, Meltemi.
- Marrone, G., 2001, *Corpi sociali: processi comunicativi e semiotica del testo*, Torino, Einaudi.
- Marrone, G., 2010, *L'invenzione del testo: una nuova critica della cultura*, Roma-Bari, Laterza.
- Marrone, G., Giannitrapani, A., a cura, 2012, *La cucina del senso: gusto, significazione, testualità*, Milano-Udine, Mimesis.
- Marsciani, F., 1987, "Note sulla semiotica delle passioni", in "Versus", n. 47-48, pp. 157-162.
- Paltrinieri, E., 1999, "Introduzione" a Colmenero de Ledesma, A., 1631, *Curioso tratado de la naturaleza y calidad del chocolate*, Madrid, por Francisco Martinez; trad. it. *Curioso trattato sulla natura e qualità del cioccolato*, Alessandria, Edizioni dell'Orso, 1999, p. 22.
- Pasqualigo, Z., 1644, *Praxis ieiunii ecclesiastici et naturalis in qua quicquid in hac materia occurrere potest, atque item alia plura dubia ex theologis principiis*, Roma, typis haeredum Francisci Corbelletti.
- Pezzini, I., a cura, 2000, *Semiotic Efficacy and the Effectiveness of the Text - From Effects to Affects*, Turnhout Brepols.
- Sedda, F., 2003, *Tradurre la tradizione: Sardegna: su ballu, i corpi, la cultura*, Roma, Meltemi.
- Torop, P., 1995, *Total'ny perevod*, Tartu, Tartu Ülikooli Kirjastus; trad. it. *La traduzione totale*, Modena, Guaraldi Logos 2000.
- Torop, P., 2008, "Translation as Communication and Auto-Communication", "Sign Systems Studies", vol. 36, n. 2, pp. 375-397.
- Volli, U., 2002, *Figure del desiderio: corpo, testo, mancanza*, Milano, R. Cortina.
- Volli, U., 2005, *Laboratorio di semiotica*, Roma-Bari, Laterza.