

Giano, gli apocalittici e lo straniero.

Rappresentazione, integrazione e disintegrazione di culture in un caso di comunicazione sociale¹

Daniele Dodaro

1. Presentazioni: lui è il corpus, loro i nostri intenti

Il *corpus* di quest'analisi è la campagna per l'integrazione dei migranti lanciata il 5 ottobre del 2008 dal Ministero del lavoro della salute e delle politiche sociali. La campagna, che consiste di due *spot* radiofonici, uno per la televisione e tre affissioni stampa, ha lo scopo di pubblicizzare un *vademecum* per l'immigrazione dal titolo *Immigrazione, come, dove, quando*, rivolto agli immigrati che vivono o hanno in progetto di vivere in Italia².

Se l'intento ultimo dei testi è veicolare la doverosità della conoscenza delle leggi italiane da parte degli immigrati, il nostro è indagare la molteplicità di figurativizzazioni tramite le quali è resa la configurazione discorsiva della legalità, che diventa altro da sé veicolando sempre se stessa. Un tema che si mostra nel suo nascondersi, dando il la a una danza di percorsi figurativi che non smettono di modificarsi nel passaggio da un testo all'altro.

Un'attenzione particolare sarà rivolta alla peculiare costruzione dell'alterità culturale e dell'attore "società" come *Noi collettivo*. Smontare i meccanismi testuali e analizzare la rappresentazione degli attori in gioco ci aiuterà a comprendere come il testo concepisce sia l'inserimento del migrante all'interno della nostra società, che il dialogo culturale tra Stato e immigrati.

2. Il vademecum e le regole di Giano

La guida *Immigrazione, come, dove, quando* consiste di ben 176 pagine, per cui in questa sede non è possibile compierne un'analisi puntuale³. Pertanto, ci limiteremo a evidenziare solo alcuni elementi che emergono dalla presentazione, estremamente importanti per comprendere il senso e la strategia dell'intera campagna. Ovviamente, prendere in considerazione il *vademecum* non significa rendere

¹ Comunicazione presentata al XXXVII congresso dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, "Politica 2.0. Memoria, etica e nuove forme della comunicazione politica", Bologna 23-25 ottobre 2009.

² Tutti i testi che costituiscono il nostro *corpus* sono reperibili sul sito www.lavoro.gov.it.

³ Analisi peraltro non molto interessante. Il testo si limita a elencare spiegazioni su cos'è un permesso di soggiorno e come si ottiene, come funziona un contratto di lavoro ecc.; e lo fa tramite una modalità *Faq* molto asciutta ed esemplificativa. Sappiamo bene come anche – o forse soprattutto – laddove i testi sembrano generati da macchine oggettive possiamo rintracciare precise strategie discorsive. Consci di ciò siamo certi che per buona parte il testo si presenta troppo arido per dirci qualcosa di rilevante.

conto della realtà extratestuale cui si riferiscono gli spot e le affissioni, ma illuminare il collegamento intertestuale che li tiene insieme. Il nostro scopo è capire come i testi pubblicitari azionano quello informativo, quali strategie discorsive mettono in atto: cosa magnificano e cosa neutralizzano. Detto ciò, passiamo all'analisi della guida, di cui riportiamo per intero la presentazione:

Benvenuto in Italia!

Per vivere bene ed integrarsi nella società italiana è importante conoscere le sue regole e l'organizzazione della vita. Questa guida è stata pensata sia per chi deve ancora arrivare in Italia ed ha bisogno di capire come si possa entrare, sia per chi già vi si trova. Anche i datori di lavoro, italiani e stranieri, possono trovare qui indicazioni utili ad accompagnare il lavoratore nel suo percorso d'integrazione. È una guida che può aiutare a risolvere anche i problemi quotidiani: dal contratto di lavoro all'iscrizione dei figli a scuola, dal rilascio della patente all'apertura di un conto corrente in banca. Promossa dal Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali, è uno strumento sintetico, pratico, il più possibile esaustivo e consultabile in 8 lingue. *Buona lettura!*

All'enfatico "Benvenuto in Italia" fa seguito: "Per vivere bene e integrarsi nella società italiana è importante conoscere le sue regole e l'organizzazione della vita". Quali sono queste "regole"? La risposta la troviamo poche righe più in basso: "È una guida che può aiutare a risolvere *anche* i problemi quotidiani: dal contratto di lavoro all'iscrizione dei figli a scuola...". Si parla, quindi, di regole riguardanti l'organizzazione della società italiana, la cui conoscenza è valorizzata come utile alla realizzazione del *Programma narrativo* di "integrazione sociale".

Ma la questione non è così semplice. Perché la presentazione *presenta tutto fuorché ciò che immediatamente la seguirà*. Infatti, a seguire l'introduzione troviamo i primi 54 articoli della Costituzione Italiana, cioè i diritti fondamentali. Emerge una confusione semantica. Si parlava di regole per vivere meglio, di organizzazione della vita, ma si presenta quella che per definizione è la legge fondamentale e fondativa dello Stato italiano. La Costituzione, infatti, non enuncia solamente le regole base della convivenza sociale, ma rappresenta *prima di tutto* il vessillo dell'identità nazionale di un popolo. Tuttavia, nel testo introduttivo non si fa mai riferimento a termini come stato, nazione, ordinamento giuridico. Tramite l'uso del termine "regole" si magnifica il carattere concreto di guida pronta all'uso, narcotizzando l'astrattezza dei principi costituzionali intesi come valori nazionali. Si parla del *fare* e si nasconde l'*essere*. Cosicché, stato e società, norme giuridiche e regole d'interazione culturalmente situate sono aree semantiche rese di fatto intercambiabili dal testo.

Non essendo maestri delle scuole elementari il nostro problema non è l'uso erroneo del termine; anche perché dal nostro punto di vista l'uso è *tutt'altro* che erroneo: è sensato, motivato. Ciò che ci interessa è trovare le tracce di una strategia discorsiva, capire come il testo filtra e discretizza il mondo circostante. Il tema della conoscenza della Costituzione da parte degli immigrati, molto dibattuto nel panorama politico italiano, è irrimediabilmente legato a questo testo, e in generale a tutto il *corpus*. Un discorso che non a caso affiora subito alla mente di fronte ai testi della campagna. Eppure nel *vademecum* l'argomento "conoscenza della Costituzione" è un tabù. Come vedremo, la ritrosia – e l'idiosincrasia – con la quale l'istanza di enunciazione di volta in volta prende in carico questioni di natura giuridica è il vero *trait-d'union* del nostro *corpus*. Questa è solo la prima delle trasformazioni di Giano.

Arrivati a questo punto, bisogna svelare il perché del titolo. Giano è il dio degli inizi, materiali e immateriali, colui il quale presiede tutti i passaggi e le soglie⁴. Giano, dunque, ci dice qualcosa della semiotica. Se essa è la teoria del senso, dei passaggi da un *interpretante* a un altro, delle traduzioni e delle trasduzioni, allora, in quanto "deontologia critica circa la valorizzazione delle descrizioni approntabili sotto sguardi pertinentziali diversificati" (Basso, in Paolucci 2008, p. 295), la semiotica è sempre "sotto il segno di Giano" (cfr. Caputo 1983). Ma Giano ci dice di particolare anche su questo specifico *corpus*, il cui meccanismo di significazione si nutre in modo parossistico di continue

⁴ Il nome Giano, dal latino *Ianus*, deriva da *ianua* (porta). Ma è con Georges Dumézil che il senso si precisa: il nome *Ianus* deriverebbe, infatti, dalla radice indoeuropea *ei-, ampliata in *y-aa- con il significato di "passaggio".

trasformazioni semantiche e di reiterati passaggi di senso. Una macchina di figurativizzazioni cui cercheremo di dare una logica. Ci torneremo.

3. Le affissioni stampa e il vernacolo di Giano

La prima affissione rappresenta un ragazzo senegalese che lavora in un cantiere cittadino. Aziz è intento a manovrare un mezzo da lavoro con fare sicuro e sorridente, e indossa una tenuta idonea: con tanto di elmetto e di giubbotto catarifrangente. A livello visivo la storia è fin troppo semplice: vediamo un uomo che lavora. Non ci sono conflitti in atto. Ciò, però, è indice del fatto che nel testo non è rappresentato nessun tipo di relazione intercorporale. Un'assenza che indubbiamente pesa in una campagna che si propone di parlare d'integrazione. Tanto più che non si tratta di un caso isolato. Anche il pizzaiolo egiziano Wassef è da solo. Da solo col suo lavoro.



Che cosa succede a livello verbale? È qui che il testo sopprime alla banalità della storia. All'interno del *balloon* troviamo la frase in dialetto milanese: "Mi sun chi per laurà" ("Io sono qui per lavorare"), "Aziz / Senegal - Milanese da 5 anni". A ciò fa seguito: "Conoscere e rispettare le leggi sulla sicurezza protegge la tua vita e quella di chi ti sta vicino. Il lavoro è un tuo diritto, renderlo sicuro dipende anche da te".

La configurazione discorsiva "legalità" viene doppiamente figurativizzata: da un lato come "conoscenza e rispetto delle leggi sulla sicurezza" – presente però solo in questo caso particolare – dall'altro come "assimilazione di un codice linguistico vernacolare". Cosa rende possibile questa bizzarra figurativizzazione? Nel testo emerge un'isotopia, quella dell' /apprendimento/, espressa da lessemi quali "conoscere", "apprendi"; isotopia che nel testo seguente si manifesterà in forma magnificata, grazie alla presenza aggiuntiva della frase: "Nisciuno nasce imparato". È questa idea di un percorso di competenzializzazione del soggetto che permette una figurativizzazione di questo tipo. Si apprendono le leggi così come si apprende il vernacolo – è qui che sta il passaggio semantico presieduto da Giano. Un percorso, quello di apprendimento, niente affatto immediato. Per i diritti, infatti, si usa il verbo "scoprire", che sta per "venire a conoscenza casualmente o in seguito ad indagini" (De Mauro Paravia 2007). La scoperta in sé è *singolativa* e non ci dice nulla circa la

lunghezza e la difficoltà del processo che la sottende. Mentre per i doveri si usa il verbo “apprendere”, che accentua l’idea di un processo, di un percorso più o meno lungo da percorrere.

Siamo all’interno di uno schema contrattuale in cui lo Stato è il *Destinante*, artefice della *Manipolazione*, e l’immigrato il *Destinatario*. Ma alla base del contratto non c’è solamente una *modalizzazione deontica*, un *dover-fare*, ma anche una di tipo *volitivo-bulestico*, un *voler-fare*. “Mi sun chi per laurà”, dice un raggianti Aziz. Non è messa in scena una situazione conflittuale, ma un accordo sociale tra le parti – e il sorriso di Aziz è lì a ricordarcelo. Il soggetto, quindi, non ha solamente appreso le leggi, ma la logica che rende doverosa questa conoscenza.

Il processo di apprendimento, dunque, è colto nel suo aspetto *risultativo*. Aziz si è già adeguato alle leggi italiane, un’adeguazione perfettamente figurativizzata dalla sua esemplare tenuta da lavoro. Il secondo caso è ancora più chiaro a riguardo: Wassef, con la sua divisa da pizzaiolo partenopeo, mostra orgoglioso una pizza appena sfornata. Anche qui l’aspettualizzazione è risultativa: la pizza è pronta. Così, il testo ci pone di fronte a degli *exempla*⁵ di integrazione. Si parla di immigrati regolari per parlare *agli* immigrati clandestini.



Ma accanto alla conflittualità “immigrato regolare” vs. “clandestino”, è possibile rintracciarne un’altra: quella tra “straniero” e “comunità di italiani”. A proposito del rispetto delle leggi si legge: “Aiuta a far vivere meglio te e chi ti sta vicino”. Nella campagna c’è una continua enfasi sull’importanza della società e dei doveri che l’immigrato avrebbe nei suoi confronti⁶. Come tenta il testo di neutralizzare quest’opposizione culturale? Due sono le principali strategie in tal senso. La prima è la parziale inclusione dei soggetti nella società: sono milanesi, napoletani, romani. Non “solo” immigrati. Come ricorda una rilettura dei *Quaderni dal Carcere* di Antonio Gramsci: “La struttura della dominazione può essere compresa tenendo conto che si verifica un processo di parziale ricezione e appropriazione da parte dei dominanti delle aspirazioni di coloro che sono dominati. Solo così si può perpetuare la struttura dell’*egemonia*” (Bianchi, Demaria, Nergaard 2002, p. 11). Così, si conferisce a questi immigrati regolari uno statuto di “semi-italianità”, cosa che neutralizza la potenziale conflittualità dell’opposizione. L’opposizione “nazionale” vs. “extranazionale”, quindi, muta nell’opposizione “nazionale” vs. “locale”. Ma un’opposizione rimane.

Non solo. Come viene figurativizzata nel testo l’alterità culturale? Non abbiamo una famiglia, un gruppo di amici, una coppia, ma sempre singole persone: *l’altro è il singolo*. Si parla al *singolo* circa i doveri che ha nei confronti della collettività. Si crea un’opposizione tra un *Noi* e un *Tu*. Il fatto che

⁵ L’*exemplum* è un genere letterario diffuso nel medioevo: un racconto in cui il protagonista, grazie a un dato comportamento, raggiunge la salvezza dell’anima. Gli *exempla* vennero utilizzati come mezzi di cristianizzazione o lotta contro l’eresia. Il nostro uso del termine quindi è più che motivato.

⁶ E ciò è tanto più vero negli altri due testi verbo-visivi, in cui cadendo il riferimento a condotte di lavoro e morti bianche, che lasciano il posto a normali situazioni di vita quotidiana, quell’“aiuta a vivere meglio te e chi ti sta vicino”, acquista un valore ancora più metaforico e quindi generalizzabile.

non si parli direttamente ai gruppi etnici neutralizza la carica di opposizione tra culture, ma per fare ciò è necessario neutralizzare la cultura con la quale ci si confronta; non tematizzarla, non renderla pertinente.

Inoltre, non va dimenticato che in questa fissità nella costruzione ideologica dell'alterità ha un ruolo fondamentale il lavoro. Il nostro soggetto è sempre rappresentato come lavoratore, come se questa fosse la sua essenza. Come ricordano Gilles Deleuze e Felix Guattari in *Millepiani*:

“Il lavoro effettua un'operazione generalizzata di striatura dello spazio-tempo, un assoggettamento dell'azione libera, un annullamento degli spazi lisci, che trova la sua origine e il suo mezzo nell'impresa essenziale dello Stato: la conquista della macchina da guerra” (Deleuze e Guattari 1980, p. 682)

Così, si stria lo spazio nomade secondo una logica che è interna al sistema, e lo si ingloba dentro le proprie logiche culturali. Nel nostro caso l'elemento nomade è l'immigrato, la *casella vuota* che spazia nella struttura senza avere un'identità, un *occupante senza posto* (cfr. Deleuze 1973). L'unico modo per fargli acquisire un'identità è collocarlo in una precisa posizione nel sistema lavorativo. Solo così può uscire dall'anonimato ed essere accettato dalle logiche del sistema. Riassumendo, il testo sembra dirci: “Io parlo con *Aziz*, che è un *operaio milanese*, non un ragazzo senegalese”. La neutralizzazione delle opposizioni culturali, dunque, passa tramite la neutralizzazione *tout-court* dell'Altro e della sua cultura.

E veniamo all'uso del vernacolo. Come già ricordato, la configurazione discorsiva della “legalità” viene figurativizzata come “assimilazione di un codice linguistico vernacolare”. Figurativizzazione che conduce a una doppia trasformazione: la *legge* è rappresentata dalla *lingua*, e un codice *nazionale* da quelli di comunità *locali*. Da un caso per giuristi a uno per sociolinguisti.

I problemi sono molteplici. Innanzitutto, è evidente il carattere *kitsch*, caricaturale, e al tempo stesso crudele di quest'operazione semiotica. Ma non solo. Si parla d'integrazione in Italia, di leggi italiane e invece si prefigura un inserimento localistico. Così, l'unica integrazione nel contesto nazionale che il testo rappresenta e ritiene pertinente è quella – evocata – relativa al sistema di leggi; per il resto, i soggetti s'integrano esclusivamente nella loro città. Il che limita enormemente il senso di questa comunicazione sociale, commissionata – ricordiamo – da un Ministero: ufficio amministrativo dello Stato non di un singolo Comune.

Questo scontro tra nazionale e locale è ben evidenziato nel testo dalla presenza simultanea della lingua italiana per la voce istituzionale, e di quella vernacolare per gli immigrati. Che effetto di senso ha tutto ciò? Ancor prima di poter parlare di problemi nel dialogo culturale bisogna dire che qui non c'è dialogo perché le due parti *parlano due lingue differenti*. E non in senso metaforico. Inoltre, le diverse competenze linguistiche figurativizzano due differenti competenze cognitive, due diversi *sapere*, che sono alla base della relazione simmetrica e gerarchica, e il cui iato non viene colmato neanche di fronte alla piena realizzazione del *Pn* dei soggetti. Così, la solidità della relazione contrattuale è assicurata.

Ma il problema va oltre. Ed è qui che la semiotica, con la sua capacità di lavorare su diversi sistemi semiotici, può dire più di qualunque disciplina. I *balloon* nelle convenzioni del linguaggio fumettistico assicurano che a prendere la parola sia proprio il soggetto raffigurato. Siamo certi, quindi, che a dire “Mi sun chi per laurà” è proprio *Aziz*. Ma nel *balloon* s'inserisce una seconda voce: “Conoscere e rispettare...”. Altro *débrayage* enunciazionale con cui una voce impersonale prende in carico il discorso, così come avviene col narratore nei testi letterari. A parlare ora è la voce istituzionale, quella che nel testo audiovisivo sarà espressa dalla *voice-off*. La differente paternità degli enunciati è marcata in modo esplicito dalla divergenza di lingua: il dialetto dell'attore si oppone all'italiano della voce istituzionale. Tuttavia, queste due voci sono compresenti all'interno dello stesso *balloon* come se fossero enunciate dalla stessa persona. Assistiamo a una crasi tra la comunicazione istituzionale e quella personale, per cui non è ben chiaro chi prenda la parola.

Alla luce del carattere equivoco dell'enunciazione testualizzata, acquistano corpo le ambiguità che emergono dall'analisi dei discorsi diretti del secondo e del terzo testo. Se nel primo caso la presenza del pronome personale “Mi” (cioè “Io”) assicura che a dire “io” nel testo è *Aziz*, negli altri due:

l'assenza di verbi in prima persona, l'utilizzo di conoscenze proverbiali, il rimando a una "saggezza" popolare espressa – per giunta – tramite l'uso di codici vernacolari, danno l'impressione che a parlare non sia il singolo individuo ma la società. Una declinazione nel discorso diretto dell'*indiretto libero*.



Il discorso diretto di Patricia, in particolare, lascia spiazzato il lettore: “Male nun fa’, paura nun ave’”. Il lettore si chiede perché Patricia debba pronunciare una frase del genere. Il testo non ci induce ad attivare una sceneggiatura coerente con la frase – non assistiamo a un’azione potenzialmente dolorosa o pericolosa – e questo è tanto più interessante trovandoci di fronte a una pubblicità, testo la cui comprensibilità è immediata per antonomasia. L’ambiguità è scaricata sull’enunciario, che attiva due percorsi interpretativi: un primo per il quale Patricia direbbe questa frase all’anziana signora preoccupata per il quotidiano giro in carrozzella; un secondo – reso plausibile *non da conoscenze pregresse* circa ciò che gli italiani dicono degli immigrati, *ma dall’ambiguità della strategia enunciazionale*, dal carattere “paludoso” del *balloon* in cui parlano Patricia e lo Stato – per cui a parlare non sarebbe Patricia ma lo Stato⁷.

Concludendo, chiunque avrebbe potuto notare l’ambiguità della frase pronunciata da Patricia – questo è vero – ma sarebbe stata una semplice osservazione coniugata al condizionale, un’ipotesi di lettura non troppo *attestata*. Alla luce della nostra analisi, invece, una volta smontato il meccanismo enunciazionale e dimostrata l’ambiguità della questione “chi parla a chi?”, il carattere ambiguo del *balloon* in cui parla l’Italia e lo straniero, e allora – e solo allora – che è possibile gettare una nuova luce sull’ambiguità di frasi come quelle di Patricia e Wassef. Silenzio. Parla lo Stato.

4. Lo spot radio: Giano a scuola di lingue

Purtroppo per ragioni di spazio non possiamo soffermarci adeguatamente sui due testi audio. La scelta di ridurre l’attenzione su questa parte d’analisi, e non su un’altra, è dovuta all’estrema semplificazione dello spot audio, in cui le conflittualità sono fin troppo evidenti, quasi banali⁸. Ci limiteremo a mettere in luce solo alcuni aspetti estremamente utili per comprendere gli altri testi. Per maggiore chiarezza riportiamo per intero le trascrizioni degli spot⁹:

⁷ E possiamo dire lo stesso per “Nisciuno nasce imparato”, che suonerebbe come una sanzione effettuata dal popolo italiano – in particolare da quello napoletano.

⁸ Non deve stupire che lo spot radio sia il più diretto e crudele. Ciò è dovuto sia alla volatilità del linguaggio audio, che non ha immagini da sfruttare come agganci mnemonici stabili, che all’uso interstiziale e secondario che si fa del mezzo. Questo spiega perché gli spot radio sono spesso caratterizzati da una *logica iperbolica dell’udibile* e dall’uso di frasi semplici e non fraintendibili.

⁹ Ci permettiamo di sottolineare la grande confusione che si fa nelle trascrizione dei testi audio e video, disponibili sul sito www.lavoro.gov.it. I nomi sono confusi: Aziz diventa Lay, Wassef diventa Aziz. La frase in dialetto milanese è scorretta (“mi son chi pe laurà”); molte altre sono modificate. Inoltre, nel testo dello “spot

Soggetto Milano 30”

- Spk femminile: (accento milanese) allora Aziz: “mi sun chi per laurà”
- Spk maschile: (accento africano, cerca di imitare l’accento milanese) mi sun chi per laùra
- Spk femminile: ma no laùra, laurà! come legalità, felicità... dai!
- Spk maschile: mi sun chi per laurà
- Spk femminile: (contenta) ecco, visto che è facile?
- Spk maschile: (contento) te vèz!?
- Spk istituzionale: Aziz è senegalese, ma è anche un po’ milanese. È un immigrato regolare ed ha imparato che la conoscenza e il rispetto delle leggi italiane lo proteggono sul luogo di lavoro e lo aiutano ad integrarsi. Scopri i tuoi diritti, apprendi i tuoi doveri.

Soggetto Napoli 30”

- Spk maschile 1: (accento napoletano) allora Wassef: “nisciuno nasce ‘mparato”
- Spk maschile 2: (accento egiziano, cerca di imitare l’accento napoletano) nissuno...
- Spk maschile 1: no, no, nisciuno
- Spk maschile 2: nisciuno nasce ‘mparato!
- Spk maschile 1: (contento) e bravo a Wassef!
- Spk maschile 2: (contenta) grazie Antonio!
- Spk istituzionale: Aziz è egiziano, ma è anche un po’ napoletano. È un immigrato regolare ed ha imparato che la conoscenza e il rispetto delle leggi italiane lo aiutano ad integrarsi. Scopri i tuoi diritti, apprendi i tuoi doveri

“Finalmente” si mette in scena la figurativizzazione dell’apprendimento delle leggi come apprendimento linguistico, di cui tanto si parla nella campagna. Se lamentavamo nel testo verbo-visivo l’assenza di un secondo soggetto, utile per la messa in scena di una situazione d’interazione, il testo audio ci accontenta “pienamente”. Il *Destinante* è attorializzato e antropomorfizzato. Siamo di fronte a uno *Schema Narrativo Canonico* in miniatura. La manipolazione è implicita. Ciò cui assistiamo è qualcosa a metà strada tra l’acquisizione di competenza, di un *saper fare* e di un *poter fare*, e la performance, il *far essere*. È un *atto*: “struttura ipotattica che riunisce sia la competenza che la *performance*” (Greimas 1983, p. 69). Non solo. Cogliamo questo processo di apprendimento nel suo aspetto durativo, nel suo farsi, ma lo accompagniamo fino alla conclusione. Infatti, a questa prima fase fa seguito la sanzione positiva effettuata dal Destinante, che ritiene raggiunto l’obiettivo: il Pn, dunque, è realizzato. Il clima d’accordo tra le parti e il *voler fare* del Soggetto sono sottolineati dalla contro-risposta che segue la sanzione (“Te vèz!?”): che esprime accettazione circa le “condizioni del contratto”, soddisfazione per la realizzazione del proprio Pn, oltre a essere un’ulteriore conferma dell’apprendimento linguistico. I personaggi, quindi, sono il risultato di una competenzializzazione. Così, se l’opposizione tra clandestino e immigrato regolare è chiara in tutta la campagna, è nel testo radiofonico, in cui l’enfasi è posta sulla costruzione della competenza del Soggetto, che quest’opposizione diventa massima. E, infatti, per la prima volta i soggetti rappresentati sono appellati come “immigrati regolari”.

Ciò che ci preme notare è che questi due testi, se considerati in relazione a quelli precedenti, funzionano un po’ come un “dietro le quinte”, un *making of* che chiarisce le logiche contrattuali e narrative alla base dei primi. Così, se vista con gli occhi “rinnovati e resi impuri” da questa conoscenza, la *vexata quaestio* dei *balloon* è risolta. Quell’ambiguità si scopre essere una “profezia retrospettiva” (Fabbrichesi 2004). C’era qualcosa che faceva traballare la nostra ricerca di sensatezza locale, che ci induceva a pensare che a parlare potesse essere lo Stato – e non i tre stranieri – e questa interpretazione è confermata e resa leggibile retrospettivamente dalle nuove conoscenze che ci dà il

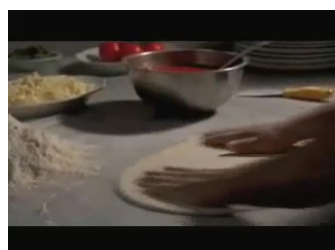
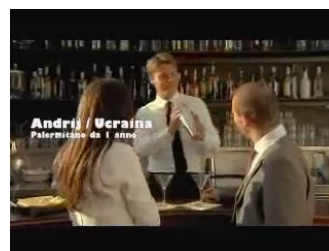
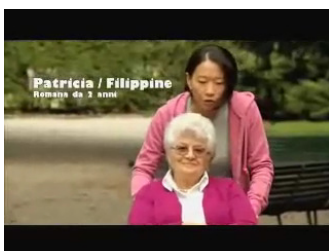
napoletano” alla frase “E bravo Aziz” viene aggiunto: “Mo prova: “Simm’ e Napule paisà”“. Le versioni qui proposte, dunque, sono frutto di una nostra revisione degli originali.

testo radiofonico. Le stesse frasi pronunciate dai tre attori nelle affissioni stampa sono qui oggetto del processo di apprendimento indotto dal Destinante statale. Sono letteralmente insegnate e fatte ripetere.

5. Il video, Giano e il folklore

E giungiamo all'ultimo testo della campagna. È qui che Giano presiede alla più "geniale" delle sue torsioni discorsive¹⁰. Il tema della legalità si carica di una nuova figurativizzazione: non più semplice "rispetto di un codice linguistico vernacolare", ma anche "rispetto di una tradizione musicale popolare". L'assimilazione culturale viene arricchita da tratti folkloristici, divenendo ancora più totalizzante.

Prima di addentrarci nell'analisi, descriviamo brevemente ciò che accade nel video. La prima scena mostra Aziz intento a lavorare in un cantiere e a cantare *O mia bela madunnina*. Una scritta in sovraimpressione dà informazioni sul soggetto e sottolinea la fusione di culture: "Aziz/Senegal – Milanese da 5 anni". Dopo i primi cinque secondi, è la volta di "Patricia/Filippine – Romana da 2 anni", che conduce un'anziana signora in carrozzella sulle note dell'*incipit* del più famoso stornello romano: *La società dei magnaccioni*.¹¹ Poi tocca a un volto nuovo: Andrij, un giovane ragazzo ucraino che agitando lo *shaker* dietro il bancone di un bar canta assorto *Ciuri Ciuri*. Andrij è palermitano. Da un anno per la precisione. A concludere la carrellata c'è Wassef. Egiziano. In Italia – a Napoli, precisamente – ormai da tre anni. A lui spetta il classico della canzone napoletana *Funiculi Funiculà*, che canta mentre fa volteggiare in aria una pizza.



Consideriamo la seconda parte del messaggio: "Ambientarsi in un Paese nuovo può sembrare difficile, ma la conoscenza e il rispetto delle leggi ti aiutano a farlo meglio". Per comprendere a fondo il testo, è necessario riprendere in mano i conflitti. Ma dove sono i conflitti? Grande assente nel testo è l'enfasi sulla legalità e sull'idea di "doverosità" – alla base degli altri testi. Sparisce, infatti, quel "Conoscere e rispettare le leggi italiane fa vivere meglio te e chi ti sta vicino", che ci faceva parlare di contrasto tra un *Tu* e un *Noi*. La conoscenza delle leggi è vista come un Aiutante che permette al Soggetto di realizzare il suo Pn. Più in particolare si dice "ti aiutano a farlo *meglio*": nessun dovere dunque, ma un processo di *aspettualizzazione intensiva* che condurrebbe a un miglioramento del *proprio* stato

¹⁰ Questo massiccio lavoro discorsivo è spiegato dalla specificità del linguaggio audiovisivo. Se lo spot radio richiede linearità e chiarezza, quello televisivo può permettersi di essere più opaco semanticamente, per via del ruolo evocativo delle immagini, che arricchiscono il senso che emerge a livello verbale, compensandone gli eventuali ammanchi. Il testo audiovisivo, dunque, allestisce piccoli mondi completamente *arredati*. Non semplici storie ma *esperienze immersive*. Proprio in virtù del loro spiccato sincretismo, gli spot video godono di una maggiore libertà rispetto a quelli radio.

¹¹ Chissà cosa succederebbe se Patricia arrivasse a cantare: "È mejo er vino de li castelli che de sta zozza società", e soprattutto: "A noi ce piace de magna' e beve, e nun ce piace de lavora" (sic!).

d'integrazione. L'unico problema di cui si parla è l'ambientarsi in un Paese nuovo, che porta con sé l'opposizione potenzialmente conflittuale tra straniero e società che lo accoglie. Tuttavia, questa conflittualità è presentata come un problema apparente: "Ambientarsi in un Paese nuovo *può sembrare* difficile", si dice. Ma, a quanto pare, non lo è.

Il Pn dell'integrazione è pienamente realizzato. Non si mostra la sua realizzazione in corso (spot radio), né la sanzione/auto-sanzione che sigla il raggiungimento dell'Ov (affissioni stampa). Siamo a uno stadio dell'integrazione avanzato: sia perché è rappresentata in modo più inclusivo e totalizzante, sia perché non si sente il bisogno di "glorificare" questo congiungimento, che è visto come qualcosa di semplice e naturale. L'assimilazione culturale è tanto "connaturata" da essere evidente anche nei gesti e nelle azioni quotidiane.

Del resto, i quattro protagonisti lavorano in tranquillità, canticchiando. E canticchiano per giunta canzoni della tradizione popolare del luogo in cui vivono. Il processo è colto durativamente: non guardano in macchina, e ciò enfatizza l'effetto di realismo della scena. L'effetto di senso evocato è che anche in un momento qualunque, in cui pensano di non essere esposti al giudizio di un occhio esterno, i quattro protagonisti mostrano la loro "perfetta" congiunzione con la società che li ospita. Una congiunzione rappresentata in modo fin troppo palese: visibile e *udibile*. I soggetti, dunque, "trasudano italianità" o per meglio dire: "semi-italianità".

Niente scuola d'italiano, niente sanzioni e prove glorificanti. Come direbbe Roland Barthes: qui ci viene mostrato "un mondo già fatto", di cui "si nascondono le tracce di produzione sotto un'evidenza eterna" (Barthes 1957, p. 234 trad. it.). "Il mito trasforma la storia in natura" (ivi, p. 210).

6. Il monologo degli apocalittici. Qualche consiglio su come trasformare la maschera di Pulcinella in una divisa.

È il momento di concludere questa passeggiata nei boschi della pubblicità sociale, e nel farlo cercheremo di rendere conto dei valori profondi messi in gioco dai testi. È il momento di raccogliere dopo la semina. Raccogliere i frutti, ma anche le radici.

In tutta la campagna si mostra qualcosa attraverso il suo mascheramento. Per una *faneroscopia* peirciana l'unico fenomeno concepibile è il segno, che nasconde il suo oggetto, sta al suo posto, e lo rimanda a un *interpretante* che "dice che uno straniero dice la stessa cosa che egli stesso dice" (Peirce CP, 1.553). Ma niente ci assicura che sia così. Non stiamo divagando, anzi, non siamo stati mai così vicini al problema. Il nostro oggetto è la legge. Essa viene di volta in volta rappresentata da un *representamen* diverso. Nell'introduzione del *vademecum* si parlava di "regole" per riferirsi a principi di natura costituzionale. Se vista con gli occhi resi impuri dalle conoscenze che abbiamo acquisito grazie alle analisi degli altri testi, questa forma di mascheramento appare ingenua, quasi innocente.

Tuttavia, nella campagna assistiamo a una continua traslazione del *ground*, che è alla base di un'inesausta rete trigonometrica della significazione. Nei testi pubblicitari il nascondimento più elaborato: la legge diventa lingua vernacolare, poi musica tradizionale. Si dissolve e si ricompone in segni sempre diversi, in *figure* differenti – per ritornare su lidi più greimasiani. Diventa altro da sé veicolando sempre se stessa.

La semiotica, che ha incorporato l'accezione *trascendentale* del *valore* in Saussure, può spiegarci cosa hanno in comune elementi che, sebbene molto differenti tra loro, possono essere scambiati l'uno al posto dell'altro. Nel nostro caso cosa ci permette di passare da un punto all'altro di sistemi così eterogenei? Che cosa spinge Giano a dare il benessere? La categoria semantica che costituisce le fondamenta della nostra unità significativa sta nell'opposizione tra *società* e *individuo*, o per essere più precisi tra *società italiana* e *individuo straniero*. L'*assiologizzazione* è evidente: in tutti i casi si valorizza euforicamente il primo termine a discapito del secondo.

Le leggi italiane, la lingua vernacolare, le tradizioni musicali sono tutti oggetti culturali *tenuti insieme* dalla pienezza del termine *società*. Di più. Sono *tenuti insieme* solo perché si oppongono all'individuo straniero. Sono *non straniero*, *non S₂*. L'intera campagna fa di più che limitarsi a valorizzare *S₁* (*società*) e sminuire implicitamente e secondariamente *S₂* (*individuo straniero*). È più crudele: attacca direttamente l'individuo straniero affermando il termine *non S₂* (*non straniero*), affermando tutto ciò

che egli *non è*. La valorizzazione della società è permessa da un lavoro semiotico precedente che consiste nel fare *tabula rasa* delle culture altre.

Una perfetta figurativizzazione di questo procedimento c'è fornita dal logo. Sullo sfondo sono rappresentati piccoli tondi non perfettamente regolari, di diversa grandezza e di colori che vanno dall'arancione al verde, passando per il giallo. Un modello visivo simile alla *semiosfera* lotmaniana, per intenderci. Cerchi che si affastellano l'uno sull'altro senza che nessuno riesca a emergere dalla massa formando un tappeto multi-cromatico, un'*unità integrale*. È su questo sfondo indifferenziato che si staglia la sagoma dell'Italia, di colore azzurro intenso: un'*unità partitiva* dai confini chiaramente delineati. L'opposizione tra "eterogeneità" e "omogeneità cromatica", rafforzata da quella tra "eterogeneità" e "uniformità eidetica", è suscettibile di veicolare *semisimbolicamente* l'opposizione semantica tra un'identità nazionale precisa, determinata e una evanescente, indefinita. Un *semisimbolismo* marcato dall'ovvio effetto di senso reso dall'opposizione tra primo piano vs. secondo piano.



Se il colore dell'Italia fosse frutto della commistione degli altri tre, sarebbe espressa l'idea di un'osmosi culturale, un'integrazione delle comunità straniere nel processo di formazione dell'identità italiana. Ma così non è. La cultura, le regole sociali e le leggi italiane – che poi in definitiva è ciò di cui di cui si parla – sono stabili, e l'integrazione dell'Altro può avvenire solo come assimilazione, con la neutralizzazione delle sue specificità. Ancora una volta non abbiamo un dialogo tra culture, ma uno scenario – geografico stavolta – in cui un'identità nazionale emerge sulle altre le cui peculiarità non sono pertinenti, in quanto altro da sé. Da un lato l'Italia, dall'altro tante piccole comunità *anonime, indifferenziate, non riconoscibili l'una dall'altra*.

Questo è forse l'esempio più chiaro dell'affermazione nel testo del termine *non S₂*. Ora, come afferma Claudio Paolucci, *non S₂* non è l'assenza di senso, né la banale affermazione di *S₁*, ma "è il luogo della pienezza traboccante, dell'affollamento nelle ore di punta" (Paolucci 2007, p. 117). Nel momento in cui affermo *non S₂*, in cui ho di fronte a me un termine che vaga nel sistema in cerca di una posizione in quanto troppo pieno, potendo essere tutto fuorché *S₂*, è allora, *e solo allora*, che posso attaccargli addosso tutto un insieme di tratti che affermano la mia cultura e la mia società. L'affermazione di *non S₂* è strumentale alla piena affermazione di *S₁*. E così: Wassef è napoletano, tifa per il Napoli, parla in napoletano, canta *Funiculi Funiculà*, è un abile pizzaiolo acrobatico. E potremmo aggiungere un'altra figurativizzazione: potrebbe benissimo essere vestito da Pulcinella. Ma questo è possibile *solo dopo* aver creato un perfetto manichino, dopo aver disintegrato un'intera cultura.

"C'è una ricerca del negro, non si può stare senza di lui, se ne ha bisogno ma solo a condizione che si trovi un modo per renderlo gradevole" (Fanon 1952, p. 99). E nel nostro caso qual è questo modo? Semplice. Annullare tutti i tratti che le caratterizzano, non rappresentarli, neutralizzarli. Parlare di un singolo lavoratore "semi-italiano", estrapolandolo dalla sua famiglia, dal suo gruppo etnico. Del resto, come dice Barthes, nella sua disamina dell'ideologia borghese:

“Il piccolo-borghese è un uomo incapace di immaginare l’altro. Se l’altro si presenta ai suoi occhi il piccolo borghese si rifiuta di vedere, lo ignora o lo nega, oppure *lo trasforma in se stesso*. Nell’universo piccolo-borghese tutti i fatti di confronto sono fatti di riflesso, *ogni altro è ridotto all’identico*” (Barthes 1957, p. 231, corsivi nostri)

Per concludere, sembra utile vedere come queste considerazioni possano collocarsi all’interno di un problema di dialogo culturale tra Stato e immigrati. E per farlo, ci rifacciamo alle conclusioni di un saggio di Anna Maria Lorusso, straordinariamente in linea con la nostra analisi:

“In quanto *scambio* di sapere il dialogo è una forma di comunicazione partecipativa che prevede la reciprocità, ma l’enunciatore istituzionale dei nostri testi non assume mai (anche) su di sé il *dover sapere*: lo attribuisce solo (...) al suo destinatario, in una logica nettamente asimmetrica. (...) Quando si delegittima l’interlocutore di un dialogo è difficile far progredire una conversazione; e l’interlocutore viene delegittimato se lo si liquida come insensato, se lo si priva di individualità e complessità propria, se gli si nega qualsiasi competenza e lo si pone nell’unica condizione di dover sapere. Se l’Altro è lo straniero che nulla sa e che non possiede identità autonoma ma solo doveri, difficilmente il discorso politico può farsi interculturale: potrà farsi al massimo garantista, o preventivo”. (Lorusso in Cosenza 2007, pp. 166-167)

Conclusioni che sembrano scritte per noi. E che si ricollegano benissimo a quanto detto pocanzi circa la rappresentazione dell’Altro come straniero privato della sua identità. Il nostro caso, però, pur (o forse soprattutto) nel suo tono accattivante e colorato, pur (o soprattutto) con i suoi riferimenti al mondo dei fumetti, e pur (o soprattutto) con il suo tentativo di strapparci un sorriso per quelle maschere *così simpatiche* (nelle intenzioni dell’autore al massimo), è ancora più palesamente crudele. A poco servono le edulcorazioni. Perché non c’è dialogo, ma solo un monologo. E ciò è tanto più vero perché la voce istituzionale e quella del soggetto rappresentato parlano lingue differenti; e dunque, l’incomunicabilità è massima. Di più. Perché non c’è una cultura con la quale parlare, ma solo un manichino denudato degli abiti della sua tradizione al quale si fanno indossare i vestiti ormai smessi della nostra tradizione; per poi trasformarli in divise.

pubblicato in rete il 29 marzo 2010

Bibliografia

- Barthes, R., 1957, *Mythologies*, Paris, Seuil; trad. it. *Miti d'oggi*, Torino, Einaudi 1974.
- Basso Fossali, P., 2007, "Interpretazione ed analisi. Perizia e dominio della semiotica", in C. Paolucci (a cura di), *Studi di semiotica interpretativa*, Milano, Bompiani.
- Bianchi, C., Demaria, C., Nergaard, S., 2002, *Spettri del potere. Ideologia, identità, traduzione negli studi culturali*, Roma, Meltemi.
- Caputo, C., 1983, "Sotto il segno di Giano. Semiotica versus epistemologia", in *Il Protagora*, XXIII, IV serie, nn. 3/4, 1983, pp. 47-70.
- Deleuze, G., 1973, "De quoi on reconnait le structuralisme?" in Chatelet, F. (a cura di) *Historie de la philosophie* vol. VIII, Paris, Hachette; trad. it. "Da che cosa si riconosce lo strutturalismo?", in Fabbri, F., Marrone, G. (a cura di), *Semiotica in nuce* vol. II, pp. 91-110, Roma, Meltemi 2001.
- Deleuze, G., Guattari, F., 1980, *Mille plateaux: capitalisme et schizophrénie*, Paris, Minuit; trad. it. *Millepiani*, Castelvechi, Roma 2003.
- Fabbrichesi Leo, R., 2004, "L'abduzione come profezia retrospettiva", in *Semiotiche*, n. 2, Torino, Ananke.
- Fanon, F., 1952, *Peau noire, masques blanches*, Paris, Seuil; trad. it. *Pelle nera, maschere bianche: il nero e l'altro*, Milano, Marco Tropea.
- Greimas, A. J., 1983, *Du sens II*, Paris, Seuil; trad. it. *Del senso II*, Milano, Bompiani 1985.
- Lorusso, A. M., 2007, "Il difficile dialogo interculturale: un opuscolo del ministero delle Pari Opportunità", in Cosenza, G. (a cura di), *Semiotica della comunicazione politica*, Roma, Carocci.
- Paolucci, C., (a cura di), 2007, *Studi di semiotica interpretativa*, Milano, Bompiani.
- Peirce, C.S., (CP) *Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, voll. I - VI edited by C. Hartshorne and P. Weiss, 1931-1935, voll. VII - VIII edited by A. W. Burks, Cambridge, Belknap Press 1958.