



La costruzione semiotica delle ideologie: il caso dei cinegiornali
LUCE e INCOM

David Gargani e Antonella Pagliarulo

Esercizi Filosofici 6, 2011, pp. 281-298

ISSN 1970-0164

Link: <http://www2.units.it/eserfilo/art611/garganipagl611.pdf>

LA COSTRUZIONE SEMIOTICA DELLE IDEOLOGIE: IL CASO DEI CINEGIORNALI LUCE E INCOM

David Gargani e Antonella Pagliarulo

0. *Le ideologie come fenomeno semiotico*

In questa sede intendiamo proporre un modello di analisi semiotica dei processi di formazione, consolidamento e diffusione delle ideologie, intese come sistemi di credenze e valori adottati da un gruppo sociale più o meno ampio. Applicheremo questo modello ai cinegiornali prodotti dall'Istituto LUCE durante il regime fascista e dalla INCOM dal 1946 al 1964. La parola «ideologia» ha una pluralità di sensi, l'uso che ne faremo qui oscillerà fra due famiglie di accezioni: una neutra, in cui il termine è inteso come sinonimo di «mentalità», «visione del mondo», «cultura», «dottrina politica»; l'altra peggiorativa, dove il sistema di idee in gioco appare chiuso e dogmatico in quanto cancella tutte le possibilità alternative. In ogni caso, le ideologie sono sistemi di credenze condivise socialmente che si diffondono, si esprimono e si articolano attraverso discorsi pubblici e/o attraverso testi semiotici complessi, come gli audiovisivi che prenderemo in esame in questa sede. Quando le ideologie si stabilizzano in un gruppo sociale o si estendono all'intera comunità di appartenenza, esse assumono una natura sistematica che dà forma al modo di agire e di pensare del gruppo o della società che le ha prodotte. Procederemo cominciando ad analizzare da un punto di vista semiotico le ideologie in modo a-valutativo come semplici sistemi di credenze.

1. *Ideologia come sistema di credenze non connotato*

Lo studio delle ideologie spesso si è tradotto in un'operazione valutativa, che non permetteva di analizzare la struttura e il processo che davano forma alle ideologie stesse. Uno degli aspetti principali delle *argomentazioni ideologiche in senso deteriore* è quello di attribuire alle credenze di altri gruppi un *pensiero deformante* o *non scientifico* mentre si attribuisce al proprio gruppo un *pensiero obiettivo*. Per questa ragione molti studiosi (Geertz 1964; Eco 1968; van Dijk 2003) hanno ritenuto di dovere sviluppare uno studio *non valutativo delle ideologie*. La nostra prima definizione è molto vicina a quella proposta da van Dijk: *le ideologie sono sistemi di credenze socialmente condivise*. Il linguista testuale si propone di analizzarle dal punto di vista della *struttura cognitiva*,

dell'*analisi testuale* e della *funzione sociale*. Lo studio della struttura cognitiva delle ideologie serve a comprendere come i singoli interpretano i fenomeni sociali e i discorsi che li rappresentano. Le preferenze politiche delle persone sono influenzate da strutture *semantiche* come i *frame*, costellazioni di credenze schematiche legate alle esperienze personali (Lakoff 2002). Van Dijk ritiene che la struttura semantica delle ideologie sia organizzata secondo queste strutture schematiche, Lakoff ritiene che esse governino le valutazioni etico-politiche molto più che l'argomentazione razionale. Lo psicologo Michael Billig non nega che spesso gli esseri umani pensino in maniera irreflessiva, applicando gli *schemi* o *frame* delle *ideologie* di appartenenza, ma succede altrettanto spesso che gli uomini *discutano* le ideologie e che argomentino a loro favore o contro di esse. Riteniamo che le formazioni concettuali schematiche siano all'origine dello sviluppo cognitivo umano ma che siano trasformate dalla semiotizzazione del pensiero (Vygotskij 1934; Gargani 2004). La *capacità di discutere e di argomentare*, dipende da questi sviluppi ed è una parte centrale del pensiero tipicamente umano. Lo psicologo Michael Billig ritiene pertanto che la *psicologia sociale* debba trasformarsi in *psicologia discorsiva*, recuperando gli strumenti di analisi della *retorica antica* (Billig 1986; 1991).

Le ideologie appartengono quindi alla memoria sociale, all'insieme di credenze intersoggettive che danno forma alla cultura. D'altra parte, ci sono insiemi di credenze che non considereremmo ideologie: ad esempio le conoscenze dei meccanici sulle caldaie elettroniche. Le ideologie comprendono le *credenze* che costituiscono il *collante di un gruppo sociale*, che ne *giustificano le pratiche sociali* determinando delle *norme* e che ne definiscono in qualche modo l'*identità*. Possiamo allora dire che le ideologie sono il *sistema di credenze e valori fondamentali di un gruppo sociale, fondato semioticamente*. L'antropologo Clifford Geertz riteneva che le ideologie fossero un sistema culturale nato dal crollo dei sistemi di valori tradizionali. Esse sostituirebbero la religione e il sistema di valori tradizionali nel compito di giustificare e promuovere nuovi assetti politici. La religione stessa costituisce un sistema di credenze e di valori che deve dare un senso alla vita per renderne sopportabili le difficoltà. L'ideologia sorgerebbe quando il mutare della situazione politica porta alla costruzione di un *nuovo ordine sociale e politico*. Sorge allora il problema di dare un'identità alle persone e ai movimenti che hanno portato a questo nuovo ordine. In questo senso l'ideologia svolge almeno in parte le stesse funzioni della religione, contribuendo a dare senso alle azioni e alla vita stessa della comunità. Gli storici, non a caso, parlano a questo riguardo di *religioni civili* e/o di *religioni politiche* nate per motivare la nascita di nuove forme di organizzazione politica e sociale, come fu per la Rivoluzione Francese e per la nascita degli stati nazionali in Germania e in Italia.

La rete di credenze e valori che costituisce queste ideologie deve esprimersi nel sistema semantico. L'idea di considerare le ideologie come le strutture

concettuali più profonde e fondamentali che emergono dal sistema semiotico globale viene sostenuta da Umberto Eco nel libro: *La struttura assente*. In un capitolo intitolato *Retorica e ideologia* Eco include i sistemi di attese retorici nel sistema dei codici che costituiscono una cultura. Tali sistemi sono il depositato dei discorsi e degli altri tipi di testi che sono stati profferiti più volte in una data società e che guidano il modo in cui i parlanti comprendono e producono altri testi. Fra retorica e ideologia ci sono quindi rapporti strettissimi, perché nei modi strutturati di uso della lingua si sono depositati dei modi di pensare la società. Eco sostiene però che «l'ideologia non è il significato». È vero che nella misura in cui si traduce in sistemi di segni, l'ideologia entra a far parte dei codici come significato di quei significanti. Ma è una forma di *significato connotativo ultimo e globale*, totale. Nel testo citato l'universo del sapere viene ancora inteso come una sorta di struttura astratta implicita nei sistemi semiotici, ma in qualche modo ancora esterna ad essi. Non sarà così nei saggi successivi: ogni conoscenza teorica e pratica prodotta da una società sarà inclusa nel sistema semantico globale (vedi Eco 1975). Riteniamo con Rossi Landi che le attività pratiche e quelle semiotiche si intreccino nel processo di riproduzione della vita sociale.

A questo punto del discorso si pone una domanda: che relazione c'è fra le ideologie e gli altri sistemi di credenze e di valori prodotti da una società? Se per ideologie intendessimo le *ideologie politiche*, e quindi solo una parte dei sistemi semantici in cui consiste una cultura, che relazioni si potrebbero stabilire fra queste e il *senso comune* o fra queste e la *scienza*? Vedremo che nel distinguere le ideologie da altri sistemi, la neutralità delle analisi comincia ad essere per così dire *inquinata* da elementi valutativi. La definizione di ideologia di van Dijk tende a contrapporre a quest'ultima il *senso comune*, considerato dal linguista come l'insieme delle credenze basilari e condivise di un'intera società. Si tratta di un insieme di credenze di sfondo, spesso così ovvie da non venire nemmeno esplicitate. Le ideologie, al contrario, sono sistemi di credenze di un gruppo specifico, come tali tendono a contrapporsi a quelle di altri gruppi e a dare luogo a conflitti. Geertz per specificare meglio le caratteristiche distintive delle ideologie politiche, le mette a confronto con le scienze. Le ideologie servono a dare motivazioni per l'azione, per giustificare un assetto sociale o spingere al suo radicale mutamento. Per questa ragione esse devono offrire certezze incrollabili, la scienza al contrario ha come suo scopo la critica, il dubbio razionale e deve sempre rimanere aperta ad una pluralità di prospettive.

Entrambi gli studiosi incarnano una tendenza che è ben più diffusa: quella per cui le ideologie tendono necessariamente ad un punto di vista parziale, cancellando necessariamente una parte delle opzioni possibili. Questo ripropone però la classica analisi delle ideologie come *sistemi chiusi*. D'altra parte, sembrerebbe legittimo chiedere ad una dottrina politica di essere critica ed aperta. Si pone il problema di fondo: si può fare a meno di un approccio politico

in qualche modo «orientato»? Cosa vuol dire essere *obiettivi* in politica? Cercheremo di presentare una risposta nel prossimo paragrafo.

2. *Le ideologie come sistemi chiusi*

Il termine «ideologia» si porta dietro, come abbiamo visto, una connotazione negativa. Il pensiero ideologico viene sempre considerato in qualche modo più parziale, non obiettivo, tendenzialmente dogmatico. Indubbiamente ci sono state e ci sono ideologie che corrispondono a questo modello. Esse sono state oggetto della «critica dell'ideologia». In questa accezione, un'ideologia è un sistema di valori chiuso e dogmatico che presenta il mondo da un unico punto di vista cancellando indebitamente tutte le opzioni alternative. Umberto Eco nel trattato di semiotica generale analizza le ideologie proprio in questa prospettiva. Riteniamo che il suo lavoro sia del tutto attuale e che possa essere usato per dare unitarietà agli altri approcci che abbiamo preso in esame in questa sede. Ogni ideologia rappresenta uno dei possibili punti di vista sul mondo, come tale dà luogo ad una particolare organizzazione del *sistema semantico globale*. Un'ideologia dovrebbe quindi coincidere col modo in cui è strutturata una parte di questo universo semantico: un *sottosistema del campo semantico globale*. Ogni lingua e ogni cultura segmentano diversamente il piano del contenuto fissando differenti confini nel campo dei colori, dello spazio, delle relazioni parentali. La forza che fissa questi confini è la *massa parlante*: le persone che usano le parole e che operano nella società. La formazione delle ideologie passa attraverso processi discorsivi: l'analisi delle ideologie come sistemi chiusi prenderà quindi le mosse dalla retorica e dall'analisi del discorso.

Il teorico della psicologia discorsiva Michael Billig ci ricorda una premessa della retorica antica: attorno ad ogni problema si possono costruire argomentazioni ragionevoli che conducono in direzioni opposte (Billig 1996). Se il *sistema semantico globale* contiene tutte le conoscenze e le reti di credenze sviluppate da una cultura attorno alla sua realtà fisica e sociale, questo implica necessariamente che tale sistema possa contenere reti di interpretanti che si contraddicono fra loro. Attorno ad ogni singola entità o fenomeno del modo possono essere fatti discorsi diversi e quindi possono essere categorizzati in una pluralità di modi. Prendiamo un'entità comunissima come una singola automobile Fiat Punto verde. Il sistema semantico globale della lingua italiana analizzerebbe questo oggetto in primo luogo come uno dei referenti del significato del segno «automobile». La prima accezione del *semema* del segno potrebbe essere espressa dalla definizione verbale spontanea di un bambino di 8-9 anni (Benelli 1989): «veicolo a quattro ruote che va su strada». Espandendo il *semema* del termine potremmo però collegare «automobile» a «motore a scoppio», «industria», «sviluppo economico», «modernizzazione». Questa catena di interpretanti potrebbe giungere a «modernità», «velocità», «libertà»;

d'altra parte potremmo collegare facilmente «automobile» o anche «industria» a «traffico», «smog», «inquinamento», «pericolo per la salute».

Dato quest'insieme di *luoghi comuni* intorno alle automobili, ciascun parlante può costruire discorsi del tutto opposti attorno ad esse, ad esempio: (1) «le automobili sono un prodotto moderno che ci permette di viaggiare velocemente, di raggiungere posti lontani. Esse ci rendono più liberi e indipendenti e quindi sono fonte di progresso»; oppure: (2) «le macchine sono troppe, producono inquinamento e sono un pericolo per la salute; quindi sono fonte di declino». Entrambe le argomentazioni, volutamente costruite in modo schematico, contengono degli elementi di verità. Un'ideologia, nel senso deteriore del termine, sosterebbe unilateralmente una di queste due tesi, cancellando interamente una porzione di realtà. Possiamo quindi considerare ideologici quei sistemi di credenze e di valori che occultano tutte le possibilità alternative, in modo da presentarsi come l'unico sistema sostenibile. L'ideologia, una volta che si struttura, si identifica con un *sotto-sistema semantico che nasconde la complessità e la ricchezza del sistema semantico globale occultandone le parti scomode* (Eco 1975: 359-371). Un *testo ideologico è un testo che occulta la parzialità delle sue premesse escludendo la possibilità di argomentazioni alternative*. L'analisi che abbiamo appena compiuto è a sua volta legata a delle premesse filosofiche ben precise:

(1) la realtà è complessa e può essere analizzata in una pluralità di modi (Wittgenstein 1953; Putnam 1981);

(2) questo dà luogo ad una pluralità di categorie e valori anche all'interno della stessa lingua e cultura (Sen 2006; Amselle 1990).

Nessuno nega l'esistenza di fatti e caratteristiche «reali» del mondo, ma data una porzione qualsiasi di «realtà», ad essa si potrebbero ascrivere una pluralità esorbitante di caratteristiche «oggettive». Pertanto ogni operazione conoscitiva implica sia delle caratteristiche oggettive sia un'operazione soggettiva che è la scelta delle caratteristiche rilevanti per quella particolare operazione conoscitiva (Prieto 1989), per questa ragione le proprietà che consideriamo soltanto naturali sono in questo senso anche sociali (Rossi-Landi 1978). Assegnare proprietà alle cose è una delle parti basilari dei processi di *riproduzione sociale*. L'ideologia tende ad occultare le *pertinentizzazioni* presentando i risultati delle operazioni conoscitive come «naturali» e obbligati.

A questo punto possiamo tornare al nostro quesito originario: è possibile disporre di un sistema di credenze e di valori neutro? I valori non sono neutri per definizione, ma anche le operazioni cognitive implicano una scelta. Se questo è vero, non ha molto senso condannare le ideologie per la loro parzialità, né ha senso contraporle ad un senso comune neutro. Ogni sistema di credenze, del senso comune come della scienza, presuppone un punto di vista, la selezione di certi tratti pertinenti (vedi Prieto 1989; De Mauro 1982; Putnam 1982) e di certi valori (Sen 1987; Putnam 2002) e questo vale anche, e soprattutto, per il

discorso politico e per quello economico, che sottendono diversi sistemi di valori e di interessi. Possiamo auspicare che le dottrine politiche siano «aperte al dubbio» e «critiche» quanto la scienza, ma non possiamo chiedere che «non siano schierate»: per ogni problema sociale si presenteranno necessariamente una pluralità di soluzioni, e la politica deve spiegare perché e da quali punti di vista ritiene che una di queste sia preferibile alle altre.

3. *Media, discorsi e costruzione del consenso*

A questo punto possiamo tornare all'oggetto cui intendiamo applicare queste considerazioni teoriche sull'ideologia: i cinegiornali LUCE e INCOM. Le ideologie si diffondono attraverso testi e discorsi persuasivi, nel nostro caso i testi in questione sono testi audio-visivi. Naturalmente, i processi di propagazione delle ideologie sono fenomeni storici profondamente radicati nel contesto generale in cui si sviluppano. Il contesto storico che ci riguarda è quello del fascismo al potere e delle strategie con cui ha cercato di allargare le sue basi di consenso per stabilizzarsi e raggiungere i suoi obiettivi. All'indomani della Marcia su Roma Mussolini e il PNF avevano il compito di costruire *L'Uomo Nuovo*. L'Italia era effettivamente un paese dall'identità ancora incerta, e il Regime si proponeva di integrare le masse nei processi politici ma in modo del tutto anti-democratico: il popolo poteva diventare una forza positiva solo se integrato in una nazione fortemente gerarchizzata e motivato da forti sentimenti di appartenenza alla Nazione. Per questa ragione si doveva giungere all'identificazione del cittadino con lo Stato fascista e quindi alla sua completa realizzazione nello Stato. Il progetto di costruzione dell'Uomo Nuovo si affidava quindi ad una politica culturale fondata su un'articolata produzione di testi e rappresentazioni semiotiche complesse: le manifestazioni del regime fascista, i cinegiornali LUCE (testi multi-stratificati che comprendono linguaggio visuale, lingua orale e lingua scritta) altro non sono che una serie di testi persuasivi.¹

Ogni atto *comunicativo* richiede che si tenga conto del punto di vista del ricevente, a maggior ragione un atto *persuasivo* «felice» deve tener conto delle credenze, dei valori e delle emozioni del suo uditorio. La retorica, la pragmatica e la semiotica testuale ci insegnano che un atto comunicativo riesce perché tiene conto del *punto di vista dell'interprete*, che userà tutte le conoscenze a sua disposizione per comprendere i messaggi ricevuti. La comunicazione quotidiana ha in larga parte natura *dialogica*: ogni partecipante è sia produttore che interprete di messaggi e i processi comunicativi acquistano quindi un carattere *negoziale*. La *comunicazione dialogica* è spesso aiutata dal fatto che le persone

¹ In questo articolo non approfondiremo gli studi sull'ideologia fascista, né ci addenteremo nel dibattito storiografico sempre aperto sulle interpretazioni del fascismo. Il nostro obiettivo è l'analisi delle manifestazioni dell'ideologia fascista come testi persuasivi.

si conoscono e agiscono in contesti noti. I *testi persuasivi*, invece, si rivolgono ad una pluralità di destinatari, per raggiungere i loro scopi devono essere adeguati al loro uditorio. Quanto detto vale necessariamente per tutti i testi che si rivolgono ad un pubblico ampio, si tratta quindi di una raccomandazione essenziale per tutti i mezzi di comunicazione di massa, ma anche per i testi complessi come racconti e romanzi. In tutti questi casi i produttori dei testi devono tenere conto delle conoscenze di cui, probabilmente, dispone l'uditorio. Eco ha sviluppato la nozione di *lettore modello* nell'ambito della teoria della comprensione dei testi narrativi. Il testo è una *macchina pigra* che prevede la *cooperazione attiva del lettore*: l'autore deve conseguentemente costruire il testo in modo tale che il lettore possa compiere quegli atti che gli permetteranno di comprendere la concatenazione di eventi che costituisce la narrazione. Per fare questo l'autore deve costruirsi un *lettore modello*, il tipo di lettore che ha a disposizione le conoscenze che gli permetteranno la comprensione del testo. Il *lettore modello* è quindi concepibile come l'insieme di conoscenze necessarie alla comprensione del testo. Il testo, d'altra parte, contribuisce alla costruzione del lettore modello fornendogli delle conoscenze supplementari utili al suo scopo finale. Generalizzeremo questa nozione estendendola a tutti i tipi di testi: ogni produttore di testi in qualche modo tiene conto del suo interlocutore costruendo messaggi che presuppongono un qualche insieme di conoscenze. Anche i media costruiscono i loro *spettatori modello*: per avere successo devono tenere conto non solo delle conoscenze, ma anche dei *gusti* e dei *valori* del *pubblico*. Essi si pongono degli obiettivi comunicativi e contribuiscono a diffondere sistemi di credenze e di valori, per questa ragione sono dei potenti mezzi di costruzione del consenso. In questo senso sono *agenti di storia* perché, nell'età contemporanea, costituiscono una delle principali forze che *favoriscono gli eventi storici convincendo e mobilitando le grandi masse*. I media possono svolgere il loro ruolo soltanto quando sviluppano una ipotesi realistica del loro spettatore modello e quindi sono ottime fonti di *storia della mentalità* (De Luna 1993; 2004; Crainz 2003). I testi mediatici e i testi persuasivi hanno quindi alcune caratteristiche in comune: devono essere costruiti tenendo conto del sistema di conoscenze, di preferenze e di valori del loro destinatario collettivo o uditorio. I movimenti e le forze politiche che intendono sostenere un'ideologia devono quindi fondarsi sul sistema di credenze e valori condiviso dal loro pubblico. Essi devono usare i sistemi di rappresentazioni sociali più diffusi e condivisi come base di partenza delle loro argomentazioni e narrazioni, per poi mostrare come l'ideologia che sostengono sia il miglior modo di difendere questi valori condivisi (Perelman e Olbrechts-Tyteca 1958). Si tratta in parte di un paradosso: le ideologie sorgono spesso per cambiare completamente la società, quindi il senso comune e le ideologie possono entrare in conflitto. Ciò crea dei seri problemi ai *costruttori del consenso* che devono scegliere se «snaturare» almeno in parte la loro dottrina o rischiare di perdere consensi.

Vedremo in che modo Mussolini e i fascisti italiani affrontarono il problema e come questo si intrecciò con le vicende dell'Istituto LUCE.

4. Tra cinematografia educativa e propaganda: la nascita dell'Istituto nazionale LUCE

L'Unione Cinematografica Educativa: questo il nome della società fondata nel 1924 con capitale azionario degli enti parastatali per produrre film culturali e di propaganda (Anonimo 1934: 569). Il nome presto si abbrevierà in LUCE (la LUCE, acronimo di genere femminile) e in breve tempo perderà proprio nel nome la traccia dell'origine. Nel 1925 si parla già di Istituto Nazionale LUCE e con questo nome la principale fonte di propaganda del regime fascista sarà conosciuto fino ai nostri giorni in tutto il mondo. Cinematografia educativa, istruzione, propaganda: queste finalità si sovrapporranno nel corso di tutto il ventennio nella costruzione dei testi audiovisivi LUCE, le attualità di informazione e i documentari. Facciamo un passo indietro.

Cinematografia educativa per le classi popolari: nel primo dopoguerra e nei primi anni venti, alla vigilia quindi della fondazione dell'Istituto LUCE, la riflessione sull'uso dei filmati audiovisivi per finalità educative presso i ceti meno istruiti è già avviata. Tra i primi esempi di utilizzazione delle immagini per istruire è la propaganda igienica: in Francia nel 1918, unità composte da gruppi elettrogeni, proiettori, percorsero in lungo e in largo per 5 anni tutto il territorio proiettando documentari sulla tubercolosi tra «personnes simples et non habitués au travail mental» (Taillibert 1999: 35). Grande curiosità – e molte resistenze – suscitò presso gli insegnanti l'idea del cinema per le scuole: un nuovo potenziale strumento pedagogico avrebbe potuto affiancare altri strumenti di ausilio tradizionali come carte, mappamondi, fotografie (Taillibert 1999: 38-40).

In Italia il problema dell'istruzione delle classi popolari si presentava con accenti drammatici. Nel 1921 il 31% della popolazione è analfabeta. Ma è una percentuale ottimistica, che non tiene conto dell'analfabetismo di ritorno. L'Italia degli anni Venti è un paese arretrato, con un'economia prevalentemente fondata sulla campagna, un'industria ancora in fase di sviluppo, poche infrastrutture, e un'agricoltura ancora arcaica nel meridione. Per modernizzare il paese occorrerebbe tra l'altro razionalizzare le tecniche di coltivazione nelle campagne, adottare metodi di lavoro tecnicamente più avanzati per aumentare la produttività di terre impoverite da uno sfruttamento di secoli; anche l'addestramento professionale della manodopera industriale è un passo indispensabile per razionalizzare e migliorare la produzione. In una parola occorre dare a contadini e operai la formazione adeguata alle necessità di una società moderna.

Fu in questo contesto che le idee di un giornalista economico sulle iniziative

da adottare per istruire i ceti popolari si affermarono e, udite da Mussolini, ebbero uno sbocco imprevedibile: la nascita dell'Istituto LUCE. Si tratta di Luciano de Feo, avvocato, esperto di legislazione del lavoro e problemi economici del dopoguerra, collaboratore di Luigi Luzzatti, politico liberale di primo piano spesso impegnato nella promozione di politiche sociali a favore dei più deboli. Il giovane De Feo nel 1919 è nominato consigliere delegato della Cito-Cinema (Laura 2004: 12), una compagnia creata per organizzare l'esportazione dei film italiani nei mercati considerati più difficili (dall'URSS alla Germania di Weimar). Viaggia molto all'estero, approfondisce le sue conoscenze nel settore della cinematografia e matura in questi anni le sue riflessioni sul cinema come strumento educativo per le masse. Nell'aprile 1924 fonda il S.I.C., Sindacato Istruzione Cinematografica, con un programma «ricco di ambizione»: dar vita nell'Italia fascista, «ad un movimento di cultura a mezzo del cinema, di sana e preziosa diffusione dello schermo nelle scuole come ausilio didattico» (De Feo 1936: 7). De Feo sa come dare solide radici al suo progetto: occorre mostrare al Duce le enormi potenzialità del mezzo cinematografico. La piccola società anonima diventa in breve, per volontà di Mussolini, una società con capitale sottoscritto da Enti parastatali e nel 1925 ente statale, con il nome di Istituto Nazionale LUCE.

«Il Regime Fascista seppe per primo, ad opera del suo Capo, limpidamente comprendere e antivedere quello che potesse significare per il popolo, l'arma magnifica e terribile dello schermo, atta a creare e forgiare gli spiriti, o a deprimerli, a volontà, a seconda della mentalità di chi intenda usarla ed a seconda che, allo schermo, si voglia dare una veste di mercantilismo puro od un senso di alta spiritualità» (De Feo 1936: 9): così ricordava De Feo, il padre morale del LUCE, nominato nel '25 direttore generale dell'Istituto. La «primogenitura» dell'Italia nel campo della produzione cinematografica statale – almeno tra i paesi non comunisti (Laura 2004: 51) – l'autorevolezza conquistata dal giornalista nel settore della cinematografia educativa, la sua intraprendenza, furono all'origine della scelta di nominare, tre anni dopo, De Feo alla direzione generale dell'Istituto di cinematografia educativa, un organismo internazionale sorto nel 1928 sotto l'egida delle Nazioni Unite per, recitava lo statuto, «favoriser la production, la diffusion et l'échange entre les divers pays des film éducatifs concernant l'instruction, l'art, l'industrie, l'agriculture, le commerce, l'hygiène, l'éducation sociale» (Taillibert 1999: 83). Il governo italiano ebbe un ruolo di primo piano nella nascita dell'IICE finanziandone interamente le attività, rendendo disponibili due sedi per le riunioni: Villa Falconieri a Frascati ma soprattutto una dépendance della residenza del Duce a Villa Torlonia (Taillibert 1999: 96). L'ingresso era in via Lazzaro Spallanzani. Non è questo il luogo per approfondire le numerose attività di studio, riflessione, svolte dall'IICE nel corso della sua esistenza; qui vogliamo solo evidenziare il ruolo svolto dall'Italia all'interno di un organismo

a forte guida italiana ma davvero cosmopolita (nel consiglio di amministrazione del 1933 che vide Louis Lumière nominato membro d'onore a vita, troviamo rappresentanti indiani, polacchi, ungheresi, accanto al direttore del *British Film Institute*) nella promozione di iniziative scientifiche sulla cinematografia a fini educativi: si consideri a titolo esemplificativo l'inchiesta sugli effetti degli spettacoli cinematografici sui bambini e sugli studenti di tutti i gradi di istruzione, da rilevare attraverso questionari – realizzati da De Feo – inviati nelle scuole rivolti agli allievi e agli insegnanti (Taillibert 1999: 171-177).

La sede di Villa Torlonia fu dotata di cinemateca, biblioteca ed emeroteca; all'interno dei locali si realizzò una vera propria sala di proiezione di 450 posti per permettere la visione di tutti i film conservati dall'IICE. Questa sala fu regolarmente usata da Mussolini per (super)visionare tutti i cinegiornali prodotti dal LUCE: il martedì sera, alla presenza della famiglia, il Duce prendeva posto e assisteva alle proiezioni (Taillibert 1999: 100). Sugli aspetti più ideologici e totalitari che investono la comunicazione nel regime fascista torneremo dopo. Per ora esaminiamo i cinegiornali dal punto di vista della struttura, della quantità, delle modalità di diffusione.

Il «Giornale cinematografico LUCE» nasce nel 1927. Nel primo anno ne furono prodotti 44 numeri, già con l'anno successivo il numero salì a 201, quasi 4 cinegiornali alla settimana; fino al 1931 muti, poi vennero prodotti e diffusi i primi numeri del Giornale Sonoro LUCE; il muto sopravvivrà fino al 1932, affiancando per un anno la produzione di attualità parlate (Anonimo 1934: 36). Costituite da un numero variabile di servizi - che mutò nel corso degli anni - le attualità cinematografiche *apripiano* spesso sulle notizie di politica interna, legate alla propaganda del regime (celebrazioni ufficiali, pose delle prime pietre, manifestazioni delle organizzazioni fasciste etc.) ed erano seguite da servizi sui costumi degli italiani, i paesaggi del belpaese, avvenimenti sportivi, cronache dall'estero. I cinegiornali erano proiettati nelle sale cinematografiche, per obbligo di legge, ma non solo: assieme ai documentari di istruzione venivano trasmessi all'aperto dai *cinemobili*, furgoni equipaggiati di schermo e proiettori pronti a raggiungere le migliaia di piccoli centri disseminati in tutto territorio; o nelle sedi di circoli, scuole ed istituzioni (Laura 2004: 27).

Corrado d'Errico, cineasta futurista collaboratore del LUCE come autore di documentari e di cortometraggi sperimentali (la «Rivista LUCE») in un articolo sullo «Stile LUCE» spiegò le finalità della produzione delle notizie d'attualità: i giornali LUCE nascevano per informare e «per educare.. trasportando lo spettatore in una superiore zona di educazione e cultura... marciando di pari passo con la stampa contribuendo ad integrarla con l'irresistibile fascino dell'immagine»; nello stesso articolo specificava le differenze tra il giornale, che si fermava alla riproduzione dei fatti nella loro «immediatezza cronachistica» e documentario che i fatti li trascendeva «cercando di

interpretarne lo spirito e inquadrandoli nel clima lirico della vita nazionale».² Giornalisti, registi, tutti mostravano perfetta consapevolezza del valore suggestivo delle immagini e della possibilità di informare e educare il popolo attraverso di esse. Mussolini affidò ai notiziari e ai lungometraggi il compito di agire sulle masse, identificate come un gregge di pecore. Occorreva organizzarle, entusiasmarle e «reggerle».³ In una parola costruire il consenso al regime costruendo l'uomo nuovo dell'era fascista.

5. «Notiziabilità» e ideologia nei Giornali LUCE attraverso il «thesaurus»: l'analisi quantitativa

Strumento prezioso per ricostruire il progetto comunicativo ed il sistema ideologico sottostante alla produzione dei testi audiovisivi realizzati dall'Istituto LUCE è il thesaurus, una mappa semantica puntuale.⁴ Il Thesaurus LUCE, realizzato da una équipe di documentalisti e ricercatori per la società *regesta.exe* presso la quale l'autrice del presente articolo lavora, consta al momento di circa 31.900 nomi di persona 15.200 nomi di luoghi 15.740 temi) dei temi ritenuti «notiziabili»⁵ dai cinegiornali LUCE.

L'analisi della struttura del thesaurus circoscritto al periodo storico del Fascismo consente da un lato, il rilevamento delle occorrenze – quanti documenti sono collegati a ciascun lemma del thesaurus – dall'altra ci permette di costruire una geografia fedele dei «luoghi» dell'ideologia fascista. Al tempo stesso acquistano rilievo ed evidenza le mancate occorrenze: l'assenza di documenti e quindi di lemmi sulla crisi economica del 1929 o sulle leggi razziali connota l'ideologia al potere negli anni Venti come sistema chiuso, che elimina la contraddittorietà del piano del contenuto cancellando le porzioni più scomode.

6. Il Thesaurus LUCE sul Fascismo

«Manifestazioni del regime fascista», «Opere pubbliche del fascismo», «Politica

2 Vedi Corrado D'Errico 1936. Sulla figura di Corrado D'Errico vedi Lista 2001.

3 Così Mussolini parlava delle masse nel suo colloquio con Ludwig del 1932, la citazione è riportata in Emilio Gentile 2007: 143.

4 «Vocabolario di un linguaggio di indicizzazione controllato, organizzato formalmente in modo da rendere esplicite le relazioni a priori tra concetti»: questa la definizione del thesaurus secondo la *International Standard Organisation* (cfr. Trigari 1992: 10).

5 Sulla definizione di notiziabilità vedi Volli 1994: 224-227.

coloniale del fascismo», «politica demografica del fascismo», «Politica economica del fascismo», «Politica educativa del fascismo», «Politica rurale del fascismo», «Politica sociale del fascismo», «Sindacalismo fascista», «Storia del fascismo», «Strutture del fascismo»: sono solo alcuni dei lemmi che rendono esplicita la struttura dell'ideologia fascista. Sono voci ulteriormente articolate che gerarchizzano al loro interno altri contenuti. A titolo esemplificativo potremmo navigare il lemma «Manifestazioni del regime fascista» e individuare le voci sottostanti:

- Anniversari della Marcia su Roma,
- Annuale della Fondazione dei Fasci di Combattimento
- Annuale della Fondazione di Littoria
- Decennale del Fascismo
- Festa del Lavoro Italiano
- Giornata della Fede
- Ludi Littoriali

I «Ludi Littoriali» sono ulteriormente navigabili: Littoriali del lavoro | Littoriali del Remo | Littoriali della cultura e dell'arte | Littoriali della neve e del ghiaccio | Littoriali della vela | Littoriali dello sport | Littoriali femminili del lavoro | Littoriali femminili dello sport

Il lemma Organizzazioni fasciste raggruppa gerarchicamente: Fasci giovanili di combattimento | Gioventù italiana del littorio | Opera nazionale balilla.

Opera nazionale balilla è ulteriormente navigabile in: attività dell'ONB/GIL (ulteriormente navigabile a sua volta) | avanguardisti | balilla moschettieri | balilla | Campo Dux | giovani italiane | figli della Lupa | Ludi Juveniles | Marinaretti | piccole italiane.

Quanto alle occorrenze le «manifestazioni del regime fascista» individuano ben 5527 documenti; gli «Anniversari della Marcia su Roma» 312; l'«Annuale della Fondazione dei Fasci di Combattimento» 158; la «Giornata della fede» 92; la «Politica rurale del fascismo», 606; la «Politica educativa del fascismo» 341...

Questi pochi esempi rendono immediatamente visibile l'aspetto religioso del fascismo, impegnato nella costruzione del suo sistema di credenze e riti. Emilio Gentile ne «Il culto del littorio» distingue due fasi nella edificazione del culto (Gentile 2007: 57-92): la prima, finalizzata al consolidamento del potere, prevede la riconsacrazione dei simboli e riti dell'unità nazionale e della patria risorta (dalle immagini sulla festa dello statuto a quelle sulla glorificazione della Grande guerra); nella seconda fase i riti divengono innanzi tutto «atti simbolici di consacrazione della irrevocabilità del potere del fascismo» (Gentile 2007: 141), i simboli della liturgia fascista si fanno liturgia dello stato (gli anniversari della Marcia su Roma sono ormai feste della nazione/stato).

La capillare organizzazione del tempo libero dei cittadini, la costante mobilitazione delle masse, finalizzata all'integrazione nello stato totalitario fascista – affinché il gregge non sia più tale – sono tradotte nelle immagini di centinaia di servizi cinematografici che coinvolgono lo spettatore nelle feste, nelle gare sportive, nelle continue attività promosse dalle diverse organizzazioni giovanili create dal fascismo.

Attraverso il thesaurus si manifesta anche l'altra faccia dello spirito totalitario fascista, quello che, per dirla con Amendola, «non consente all'avvenire di avere albe che non saranno salutate col gesto romano» (Gentile 2007: 85): non solo lo spazio ma anche il tempo è solo fascista. E nell'era scandita dal nuovo calendario di regime il tempo della crisi sparisce: inutile cercare nei cinegiornali servizi d'attualità sul crollo del '29, sulle conseguenze mondiali della crisi. La nascita dell'IRI nel 1933 è del tutto ignorata, mentre il suo presidente, Alberto Beneduce appare solo in un sintetico servizio di 1 minuto e 27 secondi dal titolo piuttosto criptico: «Gli esperti internazionali per l'esecuzione del piano Young» (si tratta del Giornale LUCE B n. 28, edito il 25.12.1931). Anche lo speaker non illustra le ragioni della riunione degli esperti a Basilea, convocata per affrontare problemi legati alla crisi finanziaria e alle riparazioni di guerra dovute dalla Germania.

7. Finalità comunicative e strategie persuasive del testo audiovisivo

Concludiamo questo articolo tratteggiando sinteticamente le diverse strategie discorsive individuabili dall'analisi dei testi audiovisivi LUCE. Orientate alla trasmissione di conoscenza, espressione delle finalità delle origini, sono le pellicole di istruzione, di propaganda agricola, di addestramento tecnico come i documentari prodotti dalla Cineteca industriale «L'arte orafa. Lavorazione di una coppa», «L'arte del cuoio», «L'arte della ceramica».

Nel cinegiornale «Adunata dei rurali a Roma»,⁶ girato all'inizio del novembre del 1928 in occasione di una delle grandi manifestazioni del regime – l'incontro a piazza Venezia tra Mussolini e gli agricoltori provenienti da tutta la Penisola – le riprese indugiano sull'invasione festosa dei contadini. Le donne – «belle figliole di tutti i paesi» spiega la didascalia – sono le protagoniste delle immagini, guardano con curiosità e complicità la macchina da presa. Mussolini apparirà dal balcone soltanto dopo sei minuti (il cinegiornale è interamente dedicato alla manifestazione e dura 10 minuti e 20 secondi) con un discorso dai toni ruralisti («i popoli che abbandonano la terra sono condannati alla decadenza»). L'uditorio rappresentato nell'evento coopera alla costruzione del

⁶ Si tratta del Giornale LUCE A n. 214, dal titolo «Adunata dei rurali a Roma», datato 11/1928. Per visualizzare i filmati, tutti disponibili online, si rimanda al sito dell'archivio LUCE raggiungibile all'indirizzo www.archivioluce.com.

testo, esprimendo con l'esibizione di vestiti e pettinature tradizionali di fronte allo sguardo dell'operatore LUCE, un sistema di valori condiviso.

Negli anni Trenta la distanza tra il Capo del fascismo e la folla si dilata, gli incontri si trasformano in atti di culto.⁷ Nel Giornale LUCE n. 1199 del 1937 «Mussolini visita il cantiere per la costruzione del nuovo edificio dell'Istituto Nazionale LUCE» il popolo è divenuto solo spettatore dell'evento, lo sguardo è di attesa per l'imminente arrivo del Capo, le scenografie si sono fatte imponenti per l'unico protagonista del servizio, l'autoreferenzialità del testo è evidente nel sovrapporsi delle inquadrature del Duce, dal vivo e in un grande ritratto.

A volte nelle adunate lo spettatore non è passivo ma viene «attivato» per confermare l'infallibilità del capo: nel Giornale LUCE n. 1192, del 1937, dedicato alle città di fondazione – «Aprilia. La nuova cittadina della provincia di Littoria» – si assiste al seguente dialogo: Mussolini chiede «Camerati contadini, io comincio il mio discorso per rivolgervi una domanda: la vostra memoria è buona?». Il popolo risponde: «sii!!!!!!» (con acclamazioni). E Mussolini può concludere: «Voi ricorderete allora che un giorno io venni qui, montai su un trattore, tracciai un perimetro e annunciai che Aprilia si sarebbe inaugurata il primo giorno dell'anno XVI dell'era fascista... Ciò è matematicamente avvenuto...».

La strategia retorica dei cinegiornali esalta il Duce e il Regime, e occulta il conflitto.

La guerra doveva invece essere oggetto di propaganda attraverso l'esaltazione delle vittorie e non si poteva certo nascerla, però il volto più feroce della guerra non si vede: sono assenti le immagini di morti, i rastrellamenti e, spesso, il conflitto diventa anche racconto. Citiamo a titolo esemplificativo alcuni cinegiornali prodotti nel contesto della Campagna di Russia tra settembre e ottobre del 1942. Nel pieno della guerra la visita al fronte del segretario del PNF Aldo Vidussoni diventa un racconto in due puntate.

Nel cinegiornale del settembre del 1942 n. 284 la partenza di Vidussoni si trasforma nel racconto corale della preparazione dei pacchi dono per i soldati al fronte.⁸ Dovremo attendere 4 numeri per assistere alla distribuzione dei regali. In mezzo però lo spettatore potrà vedere un Giornale LUCE, il n. 287,⁹ un po' più militaresco: ne «Il Capo di Stato Maggiore della Milizia in visita al fronte russo» si odono i battaglioni della camicie nere *che intonano il «battaglione della Morte»*.

Nel Giornale LUCE n. 288, «Fronte del Don – Il Segretario del Partito reca ai

⁷ In nota Gentile parla di «sentimento di esaltazione collettiva attraverso la scansione del ritmo della cerimonia in gradi e tempi differenti – invocazione, attesa, apparizione – tali da trasformare sempre l'incontro in atto di culto» vedi Gentile 2007: 250 e segg..

⁸ Si tratta del Giornale LUCE C n. 284, «La partenza da Milano del treno dei doni che sono recati ai combattenti in Russia dal Segretario del PNF », del 29/09/1942.

⁹ Il Giornale LUCE C n. 287 è datato 9.10.1942.

combattenti dell'Armir i doni della Patria», del 12 ottobre 1942, il racconto si conclude: qui il segretario distribuisce ai soldati, a suon di marcetta, i doni del treno Ape, visita amorevolmente i feriti e la musica si fa patetico-sentimentale.

A conferma di questa strategia di persuasione-manipolazione per cui il carattere bellico e sanguinoso della guerra viene regolarmente rimosso – ben diversamente dai toni marziali degli UFA della propaganda nazista – si leggano gli *ordini di stampa* dello stesso periodo: «I giornali le riviste evitano di parlare della situazione in cui i civili in Russia, e specie in Ucraina sono venuti a trovarsi per effetto dell'occupazione tedesca; e, in genere, evitano di accennare comunque alle sofferenze reali o pretese delle popolazioni di Paesi occupati dalle truppe dell'Assia. In questo senso si rivedano accuratamente le corrispondenze degli inviati (7 gennaio 1943)» (Tranfaglia 2005: 379).

8. *La costruzione del lettore modello nei cinegiornali LUCE: ingenuità e unanimità*

Piero Gobetti: «Il contrasto dei tempi nuovi come delle vecchie tradizioni non è fra dittatura e libertà, ma fra libertà e unanimità».

Carlo Rosselli: «Il fascismo è stato in un certo senso l'autobiografia di una nazione che rinuncia alla lotta politica, che ha il culto dell'unanimità, che rifugge dall'eresia, che sogna il trionfo della facilità, della fiducia, dell'entusiasmo».

I Cinegiornali LUCE sono stati senza dubbio un importante veicolo dell'ideologia fascista, che assumeva la Nazione come valore totalizzante, mirava ad una società rigidamente gerarchizzata, e aspirava ad una sorta di fusione mistica – culminante nei famosi rituali di massa – fra la popolazione e Mussolini. Nei cinegiornali il Fascismo nasconde il suo volto feroce e mostra l'aspetto rassicurante del «Mussolinismo della gente comune»: l'Italia viene rappresentata come un paese unito che si muove verso un futuro radioso sotto la guida del capo infallibile (Gentile 2007; 2008). In questa visione tranquillizzante il conflitto scompare. Molto simile è stata la strategia adottata dalla politica editoriale della Settimana INCOM durante il dopoguerra in Italia. In un periodo di grandi conflitti politico-sociali il ruolo della INCOM sembra essere stato soprattutto quello di mostrare un paese in ricostruzione, che avanzava verso grandi conquiste sociali ed economiche senza incontrare alcun conflitto reale.¹⁰

In entrambi i casi sembra esserci una differenza essenziale rispetto alla propaganda politica fondata sulla carta stampata (riviste, giornali, volantini,

¹⁰ Ci limitiamo ad un accenno: il descrittore «agitazioni sindacali» viene usato solo 21 volte per parlare di scioperi in Italia (periodo 1946-1964).

manifesti) e sui testi orali dei comizi. Per quanto riguarda il fascismo si ipotizza una vera e propria divisione del lavoro dei media (Argentieri 2000; Guidi 2002): il cinema per le sue caratteristiche dinamiche era impiegato ad entusiasmare le folle per le straordinarie opere del regime e per le grandiose gesta del Duce, ma dobbiamo aggiungere un altro elemento di riflessione che riguarda lo spettatore modello di questi testi. Entrambe le testate hanno fatto azione di propaganda, nascondendo la presenza di possibilità alternative e proiettando un'immagine idilliaca del paese, ritenendo che fosse il modo più efficace per persuadere il pubblico più ampio. Questo sembra confermare il giudizio di Piero Gobetti e Carlo Rosselli che ritenevano che il successo del fascismo si fondasse sulla tendenza degli italiani ad entusiasmarsi per le soluzioni facili e per la loro tendenza all'unanimità. L'ipotesi che intendiamo avanzare è che questo tipo di strategia – come possiamo vedere, allargando lo sguardo anche in periodi molto lontani dal Ventennio – è risultata vincente probabilmente perché rivolta ad un pubblico ingenuo, con un basso livello di istruzione e poco avvezzo alla riflessione critica e al dibattito. Sono le caratteristiche su cui si basa la società democratica, ribattezzata da Amartya Sen: «il governo fondato sulla discussione».

Bibliografia

AMSELLE J.

1990 *Logiques métisses: anthropologie de l'identité en Afrique et ailleurs*, Payot, Paris.

ANONIMO

1934 *L'Istituto Nazionale L.U.C.E.*, «La rivista internazionale del cinema educatore».

ANONIMO

1934 *Origine, organizzazione e attività dell'Istituto Nazionale Luce*, Roma.

ARGENTIERI M.

2000, «L'arma più forte» non fu usata contro gli ebrei, «Cinemasessanta», XLI, 4, 2000.

BILLIG M.

1986-96 *Arguing and Thinking, a Rhetorical Approach to Social Psychology*, Cambridge University Press; trad. *Discutere e pensare. Un approccio retorico alla psicologia sociale*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 1999.

1991 *Ideology and Opinions: Studies in Rhetorical Psychology*, Sage, London; trad. *Ideologia e opinioni*, Laterza, Roma-Bari, 1995.

CRAINZ G.

2003 *Storia del miracolo italiano*, Donzelli, Roma.

DE FEO L.

1936 *Come nacque l'Istituto Nazionale «LUCE»*, «Lo schermo», 7, luglio 1936.

D. Gargani, A. Pagliarulo /La costruzione semiotica delle ideologie:
il caso dei cinegiornali LUCE e INCOM

DE LUNA G.

1993 *L'occhio e l'orecchio dello storico*, La Nuova Italia, Firenze.

2004 *La passione e la ragione. Il mestiere dello storico contemporaneo*, Bruno Mondadori, Milano.

DE MAURO T.

1982 *Minisemantica*, Laterza, Roma-Bari.

DIJK T. VAN

2003 *Ideología y discurso. Una introducción multidisciplinaria*, Ariel, Barcelona; trad. *Ideologie. Discorso e costruzione sociale del pregiudizio*, Carocci, Roma, 2004.

D'ERRICO C.

1936 *Stile «Luce», «Lo schermo»*, 7, Roma.

ECO U.

1968 *La struttura assente*, Bompiani, Milano.

1975 *Trattato di semiotica generale*, Bompiani, Milano.

1979 *Lector in fabula*, Bompiani, Milano.

GARGANI, D.

2004 *La nascita del significato*, Guerra, Perugia.

GENTILE E.

1993 *Il culto del littorio*, Laterza, Roma-Bari.

2002 *Fascismo. Storia e interpretazione*, Laterza, Roma-Bari.

GEERTZ C.

1964 *Ideology as a Cultural System*, in D. Apter (a cura di), *Ideology and Discontent*, Free Press, New York, pp. 47-76.

GOBETTI P.

1964 *La rivoluzione liberale. Saggio sulla lotta politica in Italia*, Einaudi, Torino.

GUIDI E.

2002 *La propaganda antisemita del regime fascista nei mezzi audiovisivi*, tesi di laurea in storia contemporanea, Università di Roma «La Sapienza», A.A. 2001-2002.

LAURA E. G.

2004 *Le stagioni dell'aquila. Storia dell'Istituto Luce*, Istituto LUCE S.p.A., Roma.

LISTA G.

2001 *Cinema e fotografia futurista*, Skira editore, Milano.

PERELMAN C., OLBRECHTS-TYTECA L.

1958 *Traité de l'argumentation. La nouvelle rhétorique*, Presses Universitaires de France, Paris; trad. *Trattato dell'argomentazione. La nuova retorica*, Einaudi, Torino, 1966.

PRIETO L. J.

1989 *Saggi di semiotica*, vol. I, Pratiche Editrice, Parma.

PUTNAM H.

1981 *Reason, Truth and History*, Cambridge University Press, Cambridge; trad. *Ragione, verità e storia*, Il Saggiatore, Milano, 1985.

2002 *The Collapse of the Fact/Value Dichotomy and Other Essays*, Harvard University Press, Cambridge, Mass; trad. *Fatto/valore. Fine di una dicotomia*, Fazi, Roma, 2002.

ROSSELLI C.

1973 *Socialismo liberale*, Einaudi, Torino.

ROSSI LANDI, F.

1978 *Ideologia*, Isedi, Milano.

SEN A.

1987 *On Ethics and Economics*, Blackwell, Oxford; trad. *Etica e economia*, Laterza, Roma-Bari, 1988.

2006 *Identity and Violence. The Illusion of Destiny*. W.W. Norton & Company. London-New York; trad. *Identità e violenza*, Laterza, Roma-Bari, 2006.

TAILLIBERT, C.

1999 *L'Institut International du cinématographe éducatif. Régards sur le rôle du cinéma éducatif dans la politique internationale du fascisme italien*, L'Harmattan.

TRANFAGLIA N.

2005 *La stampa del regime 1932-1943: le veline del Minculpop per orientare l'informazione*, Bompiani, Milano.

TRIGARI M.

1992 *Come costruire un thesaurus*, Franco Cosimo Panini, Modena.

VYGOTSKIJ L.S.

1934 *Myslenie i rec Psichologiceskie issledovanija, Gosudarstvennoe Social'no-Ekonomiceskoe Izdatel'stvo, Moskva-Lenigrad* (1934); nuova trad. di L. Mecacci, *Pensiero e linguaggio. Ricerche psicologiche*, Laterza, Roma-Bari, 1990.

VOLLI U.

1994 *Il libro della comunicazione*, Il Saggiatore, Milano.

WITTGENSTEIN L.

1953 *Philosophische Untersuchungen*, Blackwell, Oxford; trad. *Ricerche Filosofiche*, Einaudi, Torino, 1967.