

Sabine Schwarze (Augsburg)

“CICLOSTILATO IN PROPRIO”: LINGUA E STRATEGIE COMUNICATIVE
DI UN CORPUS DI VOLANTINI PISANI
DEL MOVIMENTO POLITICO-SOCIALE DEGLI ANNI 1960-70

1. *Riflessioni preliminari*

Il *volantino* (ted. *Flugblatt*) si presenta con la sua dimensione, di solito limitata ad un singolo foglio cartaceo, come un prototipo del genere *testi brevi*, inteso come categoria testuale definendosi innanzitutto in chiave quantitativa¹. I suoi anni d'oro come genere prediletto della propaganda politico-ideologica si concentrano senz'altro nel periodo in cui fu prodotto il piccolo corpus che diede origine alle riflessioni seguenti, cioè il periodo del movimento politico-sociale stimolato dal cosiddetto '68. Il ricordo di alcuni parametri linguistici dei volantini di questo periodo sembra in ogni modo interessante, sia per vedere possibili analogie con la produzione testuale del dissenso politico manifestato in epoca odierna, sia per evidenziare alcuni sviluppi nella tipologia testuale a cominciare dalla denominazione, solo parzialmente registrati nella lessicografia italiana contemporanea.

Cominciamo con la notazione del termine nei dizionari italiani più recenti. Nella definizione data nello *Zingarelli* («Foglietto volante distribuito al pubblico, contenente informazioni di vario genere, propaganda, pubblicità e sim.: *lancio di volantini da una macchina, da un*

¹ Il nome categorizzante *testi brevi* difficilmente trova un suo termine analogo (letteralmente sarebbe “Kurztexte”) nella terminologia della linguistica testuale tedesca, dove apparentemente l'aspetto quantitativo è finora marginale come criterio descrittivo. L'efficienza descrittiva della categoria resterebbe quindi da discutere. Un qualche interesse suscita sì la dimensione testuale come aspetto descrittivo dal momento che diventa un aspetto significativo della produzione testuale di un determinato periodo. Un tale caso presenta la comunicazione scientifica settecentesca con un novero impressionante di *testi brevi* come *annotazioni, discorso, dissertazione, ragionamento, riflessioni* (nella categoria di *Kleintextsorten*, cfr. Schwarze, 2004: 335, termine di Raible, 1996) la cui diversa denominazione si deve senz'altro più al principio di variazione stilistica che al tentativo di caratterizzare il tipo testuale.

aereo», Zingarelli, versione elettronica del 2005) si riferisce sia al mezzo di trasmissione sia alla doppia funzione comunicativa - quella informativa e quella persuasiva, l'ultima delle quali si ritrova in due campi discorsivi, quello della politica e quello della promozione di un prodotto in vendita. Questi aspetti si trovano anche nella definizione fornita dal *GDLI*, che aggiunge l'aspetto mediale («foglietto stampato» *GDLI*: XXI, 978) senza riferirsi al modo di distribuzione, menzionato invece nel lemma *foglio volante*, in uso precedentemente a *volantino*². Sono inoltre indicate le derivazioni *volantinaggio* e *volantinare* di origine abbastanza recente³.

Davanti all'attuale variazione denominativa per indicare il mezzo (il *Dizionario dei Sinonimi e contrari* di De Mauro indica *foglietto*, *manifestino*, *stampato*, *locandina*, *ciclostilato*, *stampiglia* e il francesismo *dépliant*, De Mauro, 2002: 1082) siamo tentati di presumere all'interno del genere anche una rispettiva diversificazione formale e/o funzionale⁴. L'ampio uso dei volantini nel settore pubblicitario sembra, in effetti, comportare una specificazione denominativa e tipologicamente rilevante (anche se si tratta di una diversificazione non ancora compiuta del tutto). Si nota ad es. nell'auto-presentazione delle aziende specializzate nel settore della tecnologia comunicativa. Il seguente esempio è tratto dalla pagina web dell'azienda bergamasca *Openimage* che menziona fra i suoi prodotti *depliant*, *flyer* e *volantini pubblicitari*.

Più avanti si parla di “volantini pubblicitari” elencando la serie:

«*volantino*, *pieghevole* e *flyer*, che rappresentano il sistema più veloce ed economico per farsi conoscere, oppure per promuovere i propri prodotti e servizi. Grazie alle ridotte dimensioni (di solito poco più di una cartolina) sono distribuibili in qualsiasi occasione

² Il *Dizionario etimologico* di Battisti/Alessio (1975: 1675) colloca il primo uso di *volantino* nel 1927, preceduto da *foglio volante* (in uso dal secolo XIX) come «traduzione del tedesco: Flugblatt». Il termine 'Flugblatt' assieme a 'Flugschrift' fu creato dal tedesco Christian Friedrich Daniel Schubart tra il 1787 e il 1788 sul modello unico francese «feuille volante» e sostituisce in seguito come concetto retrospettivo anche nomi tradizionali come *Broschüre*, *Pamphlet*, *Pasquill* (cfr. Haude, 1999: 817; Wilhelm, 1996: 33).

³ Si tratta di due concetti applicati ormai prevalentemente a contesti non politici, vale a dire in riferimento alla distribuzione di volantini pubblicitari, attività ai margini del mercato lavorativo odierno. Mentre l'oggetto cambia nome (*flyer* sostituisce sempre di più il *volantino* tradizionale), la denominazione dell'azione rimane ancora stabile.

⁴ L'ipotesi fu già relativizzata da Raible nel 1980 con la constatazione che un “ventaglio” denominativo non necessita l'esistenza effettiva di un sistema di sottotipi testuali.

e al tempo stesso veloci da consultare: poche immagini e qualche riga di testo, nella giusta formula, danno un'idea immediata del messaggio che si vuole proporre» (Openimage)

Per quanto riguarda *flyer* come neologismo dall'inglese, fra i dizionari italiani, lo menziona solamente De Mauro e lo definisce «piccolo volantino pubblicitario, pl. flyers» (De Mauro, 1999: 1169)⁵. Nell'uso quotidiano, la denominazione metaforica *volantino* continua tuttavia a coprire un genere testuale eterogeneo e plurifunzionale, senza essere però diventato un termine efficace per la tipologia testuale. Occorre quindi un breve discorso sui possibili approcci descrittivi.

2. Il volantino come genere testuale storico

Lo studio del *volantino* (*Flugblatt*) come genere testuale è stato promosso innanzitutto nell'ambito della germanistica tedesca che lo abbina alla *Flugschrift* (come equivalente italiano usiamo d'ora in poi *opuscolo*). Gli studiosi sottolineano l'eterogeneità sia formale sia linguistica del genere ed evidenziano per *opuscolo* e *volantino* uno sviluppo funzionale divergente. Il periodo di massimo successo dell'*opuscolo* come «Leitmedium» durante il periodo della Riforma si spiega con il suo carattere argomentativo (tendenzialmente inteso come più «serio» e vicino alla scrittura scientifica con citazioni, indicazione delle fonti e dibattito, cfr. Schwittalla, 1983; 1999). In seguito, però, cade quasi in oblio. Il *volantino* invece, mantiene la sua efficacia propagandistica e pubblicitaria attraverso i secoli. Il *volantino illustrato* (*illustriertes Flugblatt*) conosce un massimo uso come testo ironico, parodistico fra il 1550 e il 1650, per vivere poi, qualche secolo più tardi, un ultimo successo giustamente nel movimento studentesco del '68.

Gli studi italianistici sull'argomento sono decisamente più rari e meno ambiziosi (a prescindere dal lavoro di Wilhelm, 1996, su un gruppo eterogeneo di testi del Cinquecento sul quale è applicabile il concetto della *Flugschrift*)⁶.

⁵ Nel tedesco, questa diversificazione denominativa sembra più avanzata. Mi riferisco in proposito ad un progetto di ricerca sui cosiddetti *Party-Flyer*, definiti da Janis K. Androutsopoulos le forme configurative più creative nate all'interno della cultura Rap e Tecno nell'ultimo decennio (cfr. Androutsopoulos, 1999).

⁶ La trasposizione del concetto sulla situazione italiana parte dall'ipotesi che possa servire a delineare un campo testuale finora quasi del tutto trascurato, dimostrando la sua specificità.

Per quanto riguarda i volantini del periodo che qui c'interessa, si nota l'esistenza di archivi ampi e numerosi, sfruttati però quasi esclusivamente come fonte storica⁷. Da parte dei linguisti, l'interesse per i volantini fu scarso negli anni stessi dei movimenti e lo rimase anche in seguito. Se possiamo constatare in epoca attuale un notevole accrescimento della tipologia del genere con la nascita di tutta una «cultura testuale» legata a certi movimenti di cultura giovanile (cfr. Androutsopoulos, 1999), la cultura testuale del movimento politico-sociale degli anni 1970 si rivela meno diversificata e meno plurisemiotica, benché l'uso del ciclostile (cui si riferisce la citazione della formula «ciclostilato in proprio» nel titolo dell'intervento) e di minimi elementi grafici marcarono il distacco anche a livello linguistico-testuale dalla cultura tradizionale. L'unico a considerare poi il volantino come mezzo comunicativo integrale fu Michele Cortelazzo (cfr. Cortelazzo, 1975). Il saggio inizia giustamente con una riflessione sul perché di questo scarso interesse specialmente da parte di chi si occupa della lingua dei mass-media⁸: «Questo silenzio è strano, se si pensa che il volantino è [...] il vero e proprio mezzo di comunicazione di massa, anzi il mezzo di comunicazione *delle masse*» (Cortelazzo, 1975: 57). In quanto produzione testuale non di un'istituzione dell'industria mass-mediale ma dello stesso consumente che si rivolge ad un interlocutore collettivo, il volantino sembrerebbe destinato a servire da specchio della lingua quotidiana in uso.

3. *Tipologia testuale e matrice analitica*

A partire dagli studi di Gülich/Raible degli anni 1970, all'interno della linguistica del testo si nota una svolta con l'aumento dell'interesse per la tipologia testuale (cfr. ad es. Gülich/Raible, 1972). Una proposta che include in maniera esplicita il volantino è quella di Cortelazzo e Paccagnella, che proposero nel 1981 una tipologia del testo politico, basata «non più su categorie non linguistiche, ma su criteri lingui-

⁷ Per l'Italia è in corso un lavoro, finanziato dall'Ufficio centrale per i beni archivistici, che produrrà una Guida alle fonti per la stagione dei movimenti.

⁸ Il saggio può riferirsi al modello di Sobrero che inserisce il volantino nella lista dei mass-media di prima rilevanza nel processo di italianizzazione: «La televisione accelera questo processo già in atto [la spinta all'italianizzazione] allineandosi accanto ai mass communications già operanti (giornali, fumetti, pubblicità, volantini, teatro, ed anche cinema e radio)» (Sobrero, 1971: 179).

stici e testuali». Per testo politico intendono «un testo la cui sfera concettuale pertiene alla teoria e alla prassi della vita sociale, nel quale predomini la funzione conativa e che identifichi il destinatario come soggetto politico (cittadino, compagno di partito o gruppo, avversario, elettore ecc.)», la sfera argomentale è dichiarata come «condizione ineliminabile per cui un testo sia politico». Sulla base di questa definizione si escludono dal genere «le istruzioni [...] per la confezione di un molotov, che pure hanno funzione conativa e si rivolgono a un destinatario definito come rivoluzionario», ma che «dal punto di vista testuale non sono diverse dalle istruzioni per l'uso dell'aspirina» (Cortelazzo/Paccagnella, 1981: 206-207). La serie dei testi politici comprende poi accanto al volantino e al manifesto la relazione, l'appello, lo slogan, la parola d'ordine, l'articolo e l'intervista in quanto espressione di opinione politica dello scrivente oppure dell'intervistato (Cortelazzo/Paccagnella, 1981: 209-210). La spiegazione di cosa siano *il volantino* e *il manifesto* si limita alla constatazione che «sono largamente noti», segue poi l'appello al lettore di distinguere il volantino come «tipo di testo» dal termine che indica «il mezzo che li trasmette».

A livello funzionale i volantini del nostro corpus dimostrano una diversificazione ben più ampia della funzione conativa (la sola menzionata in Cortelazzo/Paccagnella). È valido applicare alcuni parametri del modello tipologico sviluppato da Lavinio (1990) sulla base di Werlich (1976), che associa, in un'ottica cognitivista, a ogni tipo testuale un *focus* o centro principale di interesse e una determinata *matrice cognitiva*. Tale modello, assunto come punto di riferimento, consente di cogliere da un lato la complessità costitutiva attuale del volantino, dall'altro la mutazione di questo genere testuale nel corso dei secoli. In particolare, analizzando i volantini, prodotti da gruppi politici di massima eterogeneità, si può vedere come nel discorso rivolto ad un pubblico definito in termini generici secondo classe sociale, età, sesso, si articolino e si intreccino la funzione espositiva, argomentativa e quella regolativa.

Un assaggio può esser proposto con un volantino del «Movimento studentesco» di novembre 1968, che inizia con uno slogan di carattere puramente regolativo riguardante il futuro comportamento del destinatario, cui si richiede di opporsi alle vecchie tradizioni accademiche della vita studentesca⁹.

⁹ Qui: il trattamento delle matricole, la goliardia. Si noti l'errore di battitura nel titolo *No alla goliardia*.

FIGURA 1. Volantino del novembre 1968 *Movimento studentesco*

NO ALLA GOLARDIA

M A T R I C O L E

Una delle tradizioni della nostra Università è quella di sottoporre le matricole a balzelli materiali e morali di vario genere da parte degli anziani. Questo andava bene quando l'Università era costituita dai figli della aristocrazia e della ricca borghesia, destinati a conseguire in un tempo più o meno lungo, qual titolo che avrebbe costituito il trampolino di lancio per una futura brillante carriera.

Il rito della matricola era una sorta di iniziazione che sanciva l'ingresso della matricola stessa in questa élite.

Oggi l'Università è ancora, nelle sue strutture, quella che fu voluta dalla riforma fascista, né ha perso il suo carattere classista, ha solo aperto le porte a un numero maggiore di persone. Su questa nuova massa perdurano ancora le vessazioni di una ristretta élite di studenti che proseguono in questo assurdo rito e si danno a vere e proprie manifestazioni di violenza sotto lo sguardo divertito di quelle stesse persone così pronte a scagliarsi contro gli studenti quando le idee che li muovono sono quelle della libertà e della democrazia. E' ora di far capire a questa gente che gli studenti di oggi non sono disposti a diventare succubi di quattro perditempo.

E' necessario quindi che le matricole non si lascino impressionare né impaurire e si organizzino girando in gruppi perché di fronte a una risposta precisa i goliardi non potranno far altro che alzare i tacchi. Gli stessi gruppi se riusciranno ad affiatarsi ricomponendo l'isolamento cui è condannato lo studente universitario e in particolare la matricola, saranno molto utili per far fronte a tutte le altre forme di violenza organizzata che l'Università non mancherà certo di esercitare su di voi.

Ciel. 'in proprio
Pisa, novembre 1968

MOVIMENTO STUDENTESCO

stampato in proprio

Possiamo identificare una sezione espositiva ossia informativa, che dà conto degli avvenimenti: «Una delle tradizioni della nostra Università è quella di sottoporre le matricole a ... ecc.». Segue una sezione argomentativa che li spiega e li giudica: «Il rito della matricola era una sorta di iniziazione [...] Oggi l'Università è ancora, nelle sue strutture, quella che fu voluta dalla riforma fascista [...] ha solo aperto le porte a [...] perdurano ancora le vessazioni di una ristretta élite [...]». Nell'ultima parte troviamo una sezione regolativa che pianifica i comportamenti delle matricole: «È necessario quindi che le matricole [...] ecc.». A livello pragmatico interessano quindi la funzione dominante

oppure l'intreccio di diverse funzioni (espositiva, argomentativa, regolativa) come anche l'eventuale informazione sull'identità dell'emittente, su quella del destinatario e sul loro rapporto (integrati nello stesso gruppo identitario o no).

La struttura "no a + sintagma nominale" sembra essere la più diffusa per esprimere il dissenso e l'appello di condividere la contrapposizione; si trova sia all'inizio del testo sia, come riassunto, alla fine, come è il caso nell'esempio seguente che rappresenta la conclusione sul secondo di due fogli.

FIGURA 2. Volantino del maggio 1974 *La Lega dei Comunisti*



A livello testuale e linguistico invece, i parametri che sembrano più pertinenti sono la struttura mono- o pluritematica del testo; l'uso accanto al codice verbale di altri codici come quello grafico; il grado di codificazione della struttura testuale (cioè la ricorrenza di formule di inizio / di chiusura, di metafore, parallelismi ed elementi ritmici), il grado di esplicitazione dei concetti chiave e l'uso di registri più o meno elaborati della lingua.

Vi si dovrebbero aggiungere alcuni tratti sociolinguistici, come la consapevolezza della competenza comunicativa del destinatario oppure il rispetto delle regole della comunicazione pubblica ufficiale,

vale a dire la trascuratezza intenzionale delle regole (ad es. tramite l'inserimento di elementi informali oppure substandard).

4. *Il corpus di volantini pisani nel movimento politico-sociale degli anni 1960 e 1970*

La mia analisi si appoggia su un piccolo corpus di ca. 200 volantini di fonte privata, colti al volo fra dicembre 1968 e dicembre 1974¹⁰. Il corpus comprende volantini prodotti da movimenti politici di estrazione ideologica diversa: dalla sinistra tradizionale¹¹ alla cosiddetta «nuova sinistra» extra-parlamentare, cioè gruppi e gruppuscoli, che si presentano come momento di rottura rispetto alla tradizione (culturale, universitaria, politica-statale), essendosi staccati dai partiti della Sinistra tradizionale per posizioni più radicali, ma anche dai partiti del governo per posizioni più liberali¹².

Nasce in questi movimenti l'esigenza di comunicare attraverso media alternativi alla stampa tradizionale. Da un lato, si cerca di realizzare una produzione autonoma di materiale informativo, dall'altro, di «smascherare» l'informazione istituzionale che indirizza l'opinione pubblica. Sono strategie definite anche come *controinformazione*. In Italia, la controinformazione nasce con le prime lotte studentesche contro l'autoritarismo accademico e l'organizzazione burocratica del sapere nell'università. Volendo fissare una data, possiamo stabilirne la nascita l'8 febbraio 1967, giorno in cui alcuni studenti occuparono l'università di Pisa rimanendovi per quattro giorni, fino allo sgombero da parte della polizia. A questa prima occupazione ne seguirono immediatamente altre in tutti gli atenei italiani. Sulla base di queste lotte studentesche, si diffondono i primi manifesti e i primi documenti contenenti le tesi su cui poi si svilupperà il movimento studentesco negli anni seguenti e che s'incentrano innanzitutto sulla lotta contro la struttura classista e gerarchica dell'università, ma che già pongono temi più generali come la democrazia e il collegamento con la classe operaia. Si ebbe coscienza che un certo tipo di comunicazione non può

¹⁰ Ringrazio Gigliola Cecchini per avermi messo a disposizione il materiale.

¹¹ I partiti parlamentari della sinistra dell'epoca - PCI, PSIUP, PSI.

¹² Mi limito a nominarne in veste di esempio *Il Movimento studentesco pisano, Lotta continua, Il Potere Operaio, I Nuclei Comunisti, Avanguardia Operaia, La Lega dei Comunisti, Centro Karl Marx, I Giovani Liberali, Forze Nuove Sinistra DC*.

passare attraverso la convenzione culturale tradizionale e che, per esempio, la riflessione politica e l'analisi sociologica possono assumere, a seconda delle circostanze, l'aspetto della rivista e dei suoi saggi, ma anche della lettera-pamphlet, del giornaleto, del volantino, della comunicazione orale. Il volantino è quindi uno dei mezzi più caratteristici dell'informazione alternativa.

4.1. Nonostante la loro eterogeneità, si possono individuare alcune costanti nella struttura testuale dei volantini. Si tratta di solito di un semplice foglio ciclostilato. Qualsiasi organizzazione o gruppo, se dispone di un ciclostile, può realizzare un volantino, soprattutto per via dei costi contenuti e della mancanza di autorizzazioni (è sufficiente infatti la dicitura «ciclostilato in proprio», con indirizzo e data). L'esecuzione è semplice, ma soprattutto rapida. Appena venuti a conoscenza di una notizia, diventa possibile, nel giro di poche ore, rispondere con un volantino di controinformazione. Esso ha inoltre la caratteristica di poter arrivare, all'interno di un ambiente limitato (un quartiere, una fabbrica, una scuola ecc.), a tutti gli appartenenti al gruppo in maniera capillare¹³.

Il volantino parte con un titolo e/o (quando il destinatario è identificato) un'allocuzione iniziale (solitamente l'appellativo *compagni, studenti, operai* oppure *cittadini* quando si rivolge alla cittadinanza di Pisa in genere), seguito da una sezione espositiva e/o argomentativa, che contiene l'argomento centrale, e infine una sezione a funzione regolativa con la proposta d'azione che costituisce la parte conclusiva. Segue la firma del movimento.

Il titolo può essere composto dal nome del movimento (*Lotta continua*), da uno slogan oppure da una parola d'ordine («no alla golar dia[sic]», «no all'aumento dell'affitto», «Lotta dura senza paura»). Spesso lo slogan è ripetuto in conclusione. Si nota a proposito che i volantini dei partiti della sinistra tradizionale a differenza di quelli extraparlamentari iniziano con titoli simili a quelli dei giornali, ad es.: «nessuno si faccia illusioni», «Che cosa c'è dietro la 'centralità' dc».

I volantini monotematici si occupano di un argomento che può essere la denuncia di una notizia particolarmente rilevante oppure la convocazione di una riunione o di una manifestazione, la mobilitazio-

¹³ Va notato che alcuni gruppi come *Forza Nuova Sinistra DC* dispongono di possibilità di stampa vera e propria con risultati naturalmente più convincenti.

ne per ottenere obiettivi determinati oppure più generali e meno circoscritti. Il tema, spesso, si anticipa con un titolo. Sono particolarmente interessanti i casi in cui lo stesso titolo e lo stesso schema sono usati con lo scopo opposto. È quanto avviene nei volantini che riproducono il facsimile della scheda per il referendum sopra menzionato e che, a seconda del movimento politico autore del volantino, esortano il destinatario ad apporre la croce sul *sì* o sul *no*.

Quando invece l'appello è diretto su una contrapposizione generica del destinatario contro lo stato e la sua politica («lottiamo per una nuova politica ed un governo che affronti alla radice i problemi ...»), «rilanciamo la mobilitazione antiimperialista») abbiamo spesso a che fare con volantini pluritematici con l'enumerazione di possibili azioni multiple, «mobilitiamoci nelle fabbriche, nelle scuole, nei quartieri per spazzare via questo governo assassino!»; «rispondiamo in modo fermo e unitario alle provocazioni fasciste: scioperi, mobilitazioni e manifestazioni in piazza». Così il volantino della *Lega dei comunisti* (cfr. figura 2) lancia un appello al rifiuto totale dello stato e quindi del partito dirigente (*DC*), di uno dei massimi esponenti politici (*Fanfani*), della classe della borghesia in genere (*i padroni*), della loro ideologia (*padroni* uguale a *fascisti*), delle loro leggi (*abrogazione della legge*). Più raramente l'appello si esprime in valori positivi: «per la difesa del posto di lavoro, per una nuova politica di lavoro, per l'unità delle masse popolari» (volantino del 20/01/1972 *Nucleo Studenti dc Pisa*).

Nei limiti della tecnologia dell'epoca, una serie di volantini ha carattere plurisemiotico. A scopo d'immediata efficacia persuasiva essi si servono della struttura grafica, del rilievo dei caratteri tipografici oppure di scritte in stampatello a caratteri più rilevanti. L'uso di disegni e di vignette rimane invece ancora limitato ai volantini che si rivolgono alla grande massa, come si è già visto nella figura 2, dove il messaggio si esprime tramite combinazione di codice visuale (il pubblico avvisato – cittadini, lavoratori, studenti – è rappresentato da disegni dell'ambiente dove abitualmente è localizzato) e costruzioni ellittiche per verbalizzare l'appello che gli si rivolge. Simbolo iconografico cui si ricorre più spesso è il pugno, simbolo tradizionale del movimento e della forza della classe operaia. Si ritrova anche nel logo che identifica un gruppo politico, com'è il caso per Lotta continua.

Un gran numero di volantini ricorre invece esclusivamente al codice grafico, spesso a piccoli caratteri e con pochissimo rilievo tipografico, con lunghe analisi teoriche poco adatte ai tempi di rapida lettura che il volantino richiede. Deviazioni grammaticali ed ortografiche

(abbastanza rare in confronto ai testi prodotti in tempo breve con il sopporto delle nuove tecnologie odierne) nascono dalla fretta e dalla scarsa cura con cui i volantini sono spesso stilati e non dalla scarsa competenza linguistica oppure da una precisa volontà di infrangere le norme di una grammatica tradizionale. Come sottolinea anche lo stesso Cortelazzo, pare che in sostanza anche i volantini della sinistra extraparlamentare continuino i modelli linguistici della propaganda politica tradizionale.

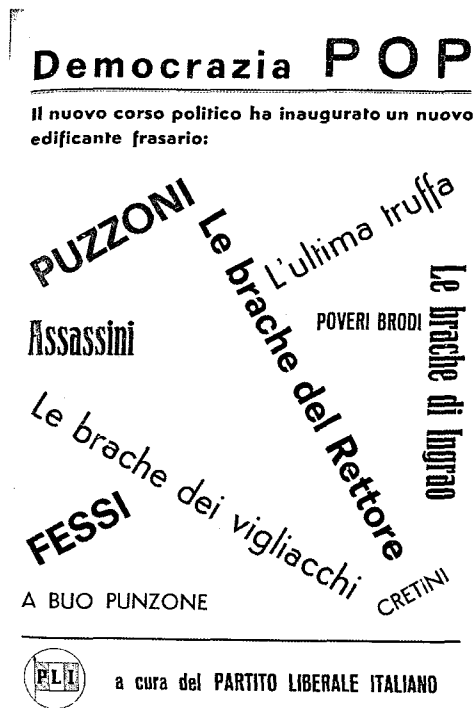
4.2. Raramente si ha l'impressione che il testo sia scritto per essere compreso dalla massa – dagli operai ma nemmeno dallo studente medio. È abbastanza raro nel corpus l'uso dell'allocutivo *tu* (molto frequente invece negli slogan odierni in occasione di manifestazioni politiche). Fanno eccezione alcuni rari esempi, tra i quali un volantino distribuito nel primo periodo della contestazione da *Il Potere operaio*, movimento fondato a Pisa nel 1966. A differenza del suo quasi omonimo *Potere operaio*, esso usa un linguaggio comprensibile e informale quando si rivolge all'uomo del popolo comune. A cominciare dall'allocutivo *tu* e dalla struttura dialogica che include il destinatario, vi troviamo periodi brevi, strutture paratattiche oppure subordinate elementari (per lo più relative e causali), parallelismi, espressioni tratte dal parlato, modi di dire, giochi di parole semplici e un lessico enfatico. Cito in veste d'esempio la parte iniziale di un volantino distribuito agli operai pisani intorno al Natale del 1968 per svelare in modo sarcastico l'ideologia del consumismo.

«È di nuovo Natale: la festa di Gesù Bambino e dei Grandi Magazzini. La festa del padrone, che ti dà la tredicesima, e te la riprende cinque minuti dopo nei suoi supermercati, lasciandoti in cambio centoquattordici pacchettini colorati pieni di cose inutili che ti faranno sentire idiota e felice. E così, passata la festa, vuotate le tasche, lavato il cervello, sarai pronto per il nuovo anno, pronto a regalare al tuo padrone un altro anno di fatica, di OBBEDIENZA, di SFRUTTAMENTO [...]» (volantino del 23/12/1968 *Il potere operaio*)

Ricorrono tuttavia anche qui termini tecnici dell'economia politica (diventati stereotipi nei discorsi basati sull'ideologia marxista) come *sfruttamento*, *monopolio*, *meccanismo produzione-consumo*, ma il testo non soffre dell'astrattezza di tanti altri discorsi della sinistra extraparlamentare.

Quest'ultima fa anche spesso ricorso all'ingiuria, sia quella più prettamente politica sia quella ottenuta attraverso l'uso di termini vietati, spesso introdotti in formule che possono essere scandite collettivamente come «Fascisti, carogne, tornate nelle fogne» (volantino del marzo 1970 *Lotta continua*). Rispetto alle espressioni tabuizzate per la loro volgarità (come *incazzamento*, *merda* ecc.) prevalgono, però, insulti politici. In cima alla lista sta l'accusa rivolta alle forze politiche al potere di essere *fascisti* e *assassini* (non rara è la figura del climax: *padroni – fascisti – assassini*), accusa da cui si trae la legittimazione di reazioni violente e quindi dell'uso di un lessico semanticamente adeguato con ad es. slogan del tipo *schacciare i fascisti, schacciare questi infami assassini*. L'uso inflazionato, però, di tali insulti porta anche alla loro stereotipizzazione. A riconoscere e a criticare questa tendenza (già nei primi periodi della contestazione) sono pochi. Il seguente volantino, dove viene ironizzato l'uso massiccio degli insulti, rimane una eccezione.

FIGURA 3. Volantino del gennaio 1969 *Partito Liberale Italiano*



Il volantino, distribuito da studenti di Economia e di Lingue e firmato *Partito Liberale Italiano*, presenta tutta una lista di insulti, in uso specialmente nell'ambiente universitario, compresi sotto un titolo che implica anche un netto aspetto ludico: «Democrazia POP».

In altri volantini si trovano, nel medesimo periodo, testimonianze per l'uso di un linguaggio con inserti informali («POVERETTI, gli è andata male!») e metaforici («LE DOGLIE DEL FRU COGESTANTE»), titolo di un volantino del 12/01/1969 *Movimento studentesco*, Economia - Lingue) a scopo d'ironizzare il comportamento descritto. Decisamente, il linguaggio usato richiede una cultura linguistica e intellettuale alta e la sua comprensibilità si limita all'ambiente per cui è stato prodotto.

Un tale linguaggio diventa problematico nel caso dei volantini che si rivolgono sia ad un pubblico molto eterogeneo («A tutti i cittadini», «lavoratori, operai, studenti») sia esclusivamente agli operai. Formule di stile abbastanza elevato come «I lavoratori della Saint Gobain si battono dal 1968, quasi di continuo, contro questo disegno e sono impegnati in una lotta per difendere il proprio posto di lavoro e per costringere la Saint Gobain – Pont à Mousson ad investire nuovi capitali per dilatarne l'attività produttiva [...]» (volantino del 22/12/1971 *Federazione Giovanile Socialista Italiana*) oppure «Questi sporchi individui pur di ingrassare alle nostre spalle si attaccano ad ogni pretesto» (volantino del 29/03/1972 *Comitato Proletario per la casa*) non tengono conto della competenza linguistica del pubblico avvisato. Non raramente questa scarsa comprensibilità va di pari passo con un'alta stereotipizzazione (sono le caratteristiche attribuite dagli studi sul linguaggio politico dell'epoca alla sinistra extraparlamentare in generale). Basta citare in veste d'esempio la prima frase di un volantino dell'*Avanguardia operaia* con il titolo «Rilanciamo la mobilitazione antiimperialista»:

«L'offensiva delle forze popolari vietnamite ha fatto fallire i progetti di Nixon di sconfiggere la guerra popolare e di spezzare l'unità tra popolo ed esercito di liberazione e di realizzare le parole d'ordine della vietnamizzazione (creazione di un esercito mercenario) e della pacificazione (deportazione della popolazione civile nei villaggi strategici, cioè in campi di concentramento).» (volantino del 15/05/1972, *Avanguardia operaia*)

La difficoltà di lettura deriva principalmente dalla prevalenza di discorsi programmatici e di analisi teoriche, condotte con un linguaggio estremamente tecnico e specialistico (termini astratti in *-ismo* come *opportunismo*, *revisionismo*, *sciovinismo* oppure formazioni in *-izzazione* come *fascistizzazione*, *militarizzazione*, *proletarizzazione* etc.). Questa standardizzazione del lessico porta all'uso ripetitivo e cristallizzato di espressioni e sintagmi chiave, ormai divenute formule rigidamente fissate¹⁴. Sono formule caratteristiche anche dei partiti tradizionali della sinistra, che più spesso ricorrono ad un linguaggio burocratico non adattato alle esigenze della grande massa. La formalizzazione linguistica raggiunge gradi alti con l'aumento dell'ufficialità dei testi. Comunicati dell'ufficio stampa del P.C.I., spesso distribuiti su volantini, lasciano un forte dubbio sulla loro comprensibilità presso il popolano, come dimostra il brano seguente.

In relazione a voci non controllate, secondo le quali la Federazione Comunista Pisana avrebbe aderito ad una manifestazione antifascista per domani Giovedì 9 maggio, l'ufficio stampa della Federazione smentisce nel modo più netto e categorico qualsiasi adesione o partecipazione dei comunisti a manifestazioni che non sono state né discusse né tanto meno concordate con chicchessia. [...] Si coglie l'occasione per ribadire l'invito a vigilare contro qualsiasi provocazione e prima di tutto ad isolare i fascisti nel disprezzo e nell'indifferenza, affinché la campagna del referendum possa concludersi senza incidenti e senza turbamento. (volantino del 08/05/1974, P.C.I., federazione di Pisa)

Non si può quindi riconoscere una chiara distribuzione di tratti pertinenti in dipendenza dell'utente avvisato. La stereotipizzazione o gergalizzazione della lingua, insieme alla sua continua e massiccia emissione, è responsabile dell'usura del medium volantino che lo rende inefficace con l'effetto di diminuzione della capacità informativa. Un processo analogo riguarda anche le espressioni d'intensa forza emotiva. Il fatto che gruppi sempre più numerosi, e con frequenza sempre maggiore, ne facciano uso, fa perdere al volantino la sua spe-

¹⁴ È fra l'altro anche una caratteristica del linguaggio utilizzato da una gran parte dei giovani dell'epoca coinvolti nei movimenti politici. Per quanto riguarda la fase che va dal Sessantotto al Settantasette, non si può individuare «una varietà giovanile vera e propria bensì un linguaggio che cerca di esprimere concetti e valori alti, caratterizzato dalla massiccia presenza della terminologia politico-sindacale, sociologica, psicanalitica accanto ad espressioni cristallizzate di derivazione colta [...]» (cfr. Ambrogio/Casalegno, 2004: viii).

cifica efficienza¹⁵. Le tecnologie moderne hanno contribuito invece alla sua rinascita per lo più in contesti non politici ma pubblicitari, dove altri codici, come quello visuale, spesso prevalgono su quello strettamente verbale. La funzione sociale è marginalizzata a favore del valore estetico e della configurazione grafica.

Bibliografia

- AMBROGIO, RENZO / CASALEGNO, GIOVANNI, 2004, *Dizionario storico dei linguaggi giovanili*, Torino, UTET.
- ANDROUTSOPOULOS, JANNIS K., 1999, *Textsorte Flyer*, Online Paper, <http://www.archetype.de/flyer/flyer.html> (23/05/2006).
- BATTISTI, CARLO / ALESSIO, GIOVANNI, 1975, *Dizionario etimologico italiano*, Firenze, G. Barbera Editore.
- CORTELAZZO, MICHELE A., 1975, *Note sulla lingua dei volantini*. "versus", 10: 57-77.
- CORTELAZZO, MICHELE A. / PACCAGNELLA, IVANO, 1981, *Tipologia del testo politico*. In: D. Goldin (a cura di), *Teoria e analisi del testo*, Padova, CLEUP: 205-220.
- DE MAURO, TULLIO, 1999, *Grande dizionario italiano dell'uso*, Torino, UTET
- DE MAURO, TULLIO, 2002, *Dizionario dei Sinonimi e contrari*, Verona, Mondadori.
- GLI = 1961-2004, *Grande dizionario della lingua italiana*, diretto da Salvatore Battaglia, poi da Giorgio Bàrberi Squarotti, 21 voll. + Supplemento a cura di Edoardo Sanguineti + Indice degli autori e delle opere, Torino, UTET.
- GÜLICH, ELISABETH / RAIBLE, WOLFGANG (a cura di), 1972, *Textsorten – Differenzierungskriterien aus linguistischer Sicht*, Frankfurt am Main, Athenäum.
- HAUDE, SIGRUN, 1999, *Geschichte von Flugblatt und Flugschrift als Werbeträger*. In: Leonhard et Al. (1999): 820-824.

¹⁵ Cortelazzo parla di un «processo di logoramento» subito dal volantino in quanto *medium*, e da come esempio un manifesto diffuso alla fine del 1971 in un liceo padovano per fare gli auguri di Natale ad allievi ed insegnanti con perfino un commento sul genere testuale (qui *manifestino*): «Approfittando di questo nuovo mezzo di comunicazione che è diventato il manifestino, auguriamo BUON NATALE a tutti gli studenti del Tito Livio nonché al preside ai professori e ai bidelli» (*L'altra grafica*, Almanacco Bompiani, 1973: 138, cit. in: Cortelazzo, 1975: 70, n. 18).

- Openimage = www.openimage.it/com_visiva_brochure_immagine_coordinata.php (30/05/2006).
- LAVINIO, CRISTINA, 1990, *Teoria e didattica dei testi*, Firenze, La Nuova Italia.
- LEONHARD, JOACHIM-FELIX ET AL. (a cura di), 1999, *Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen*, Berlin, New York, De Gruyter.
- RAIBLE, WOLFGANG, 1980, *Was sind Gattungen? Eine Antwort aus semiotischer und textlinguistischer Sicht*. "Poetica", 12: 320-49.
- RAIBLE, WOLFGANG, 1996, *Wie soll man Texte typisieren?* In: S. Michaelis / D. Tophinke (a cura di), *Texte – Konstitution, Verarbeitung, Typik*, München, Newcastle, Lincom Europa: 59-72.
- SCHWARZE, SABINE, 2004, *Sprachreflexion zwischen nationaler Identifikation und Entgrenzung. Der italienische Übersetzungsdiskurs im 18. und 19. Jahrhundert*, Münster, Nodus Publikationen.
- SCHWITALLA, JOHANNES, 1983, *Deutsche Flugschriften 1460 - 1525. Textsortengeschichtliche Studien*, Tübingen, Niemeyer.
- SCHWITALLA, JOHANNES, 1999, *Präsentationsformen, Texttypen und kommunikative Leistungen der Sprache in Flugblättern und Flugschriften*. In: Leonhard et Al. (1999): 802-816.
- SOBRERO, ALBERTO, 1971, *Effetti linguistici dei mezzi di comunicazione di massa*. "Parole e metodi", 1: 167-189.
- WERLICH, EGON, 1975, *Typologie der Texte. Entwurf eines textlinguistischen Modells zur Grundlegung einer Textgrammatik*, Heidelberg, Quelle & Meyer.
- WILHELM, RAYMUND, 1996, *Italienische Flugschriften des Cinquecento (1500-1550). Gattungsgeschichte und Sprachgeschichte*, Tübingen, Niemeyer.
- Zingarelli = Lo Zingarelli 2005. *Vocabolario della lingua italiana*, cdrom, Bologna, Zanichelli.