

Federico Paolini, BREVE STORIA DELL'AMBIENTE NEL NOVECENTO, pp. 175, € 14,50, Carocci, Roma 2009

Alle spalle del libro c'è una evidente volontà divulgativa e di taglio introduttivo al tema, finanche manualistica. In poco più di centocinquanta pagine si offre al lettore più preparato e distratto la possibilità di intendere i fenomeni ambientali e la controversa azione umana sul pianeta. Nonostante un corposo apparato statistico, Paolini ci conduce con un buono stile narrativo attraverso gli enormi problemi del carico antropico sull'ambiente del nostro pianeta e, da storico, non si limita alle squilibrate pratiche del Novecento, ma accenna nel primo capitolo anche alle infauste vicende del passato più remoto. Come *memento*, tra i numerosi citati, l'autore ricorda anche le vicende dell'isola di Pasqua, i cui primi abitanti, una volta colonizzato il territorio nel IX secolo dopo Cristo, dissennatamente distrussero l'ambiente che li ospitava, giungendo ben presto e senza scampo al collasso sociale. Alle prese con il problema del surriscaldamento del pianeta, ormai percepibile nella nostra esperienza quotidiana e oggetto di ampia attenzione giornalistica, l'autore rimarca altri rilevanti problemi ambientali, dal buco dell'ozono alla crisi idrica, per giungere al cuore dei problemi, cioè il carico dell'impronta ecologica umana che sopra- vviene da troppo tempo le possibilità del nostro pianeta. Senza usare toni strillati né invocare comprensibili allarmismi, Paolini espone un racconto che è allo stesso tempo geografico, politico e culturale, ricostruendo a grandi linee, ma con partecipata attenzione e con prosa sicura, il dibattito teorico degli ultimi centocinquanta anni sull'ambiente e sull'ecologia. Il testo rinvia a diciannove dense pagine di bibliografia italiana e, ovviamente, internazionale, che garantiscono al lettore di poter adeguatamente approfondire il tema.

MASSIMO MORAGLIO

Francesca Pelini e Ilaria Pavan, LA DOPPIA EPURAZIONE. L'UNIVERSITÀ DI PISA E LE LEGGI RAZZIALI TRA GUERRA E DOPOGUERRA, pp. V-257, € 21, il Mulino, Bologna 2009

Anticipata dal censimento, prima degli studenti stranieri, poi di quelli ebrei irregolarmente iscritti alle università, la legislazione razziale fu imposta in Italia con una risolutezza che nulla ebbe a invidiare alla Germania nazista. Per oltre cinquant'anni, sui rapporti del mondo accademico con l'antisemitismo si è largamente taciuto e di questo silenzio sono stati complici sia le istituzioni sia gli stessi docenti che, a partire da Luigi Russo, tesero ad avallare l'immagine di una sostanziale estraneità dell'alta cultura a certe infamie. Come dimostra il caso dell'Università di Pisa, indagato da Francesca Pelini nella tesi di laurea, ora ampliata e aggiornata, per la prematura scomparsa della studiosa, da Ilaria Pavan, la politica razziale del regime colpì tanto studenti, quanto professori ebrei, che, per salvarsi, ricorsero all'emigrazione o a strategie quali la negazione dell'identità semitica. Passata la bufera del 1938-1939, l'Università di Pisa, grazie al rettore D'Achiardi, che oppose resistenza passiva alle disposizioni emanate dal ministero dell'Educazione nazionale, non diede particolare spazio a tematiche razziste nella didattica o nell'assegnazione delle tesi. Allo stesso modo i Guf, se si mostrarono assai politicizzati alla base, ai vertici mantennero un certo distacco, segno che un margine fra adesione partecipata e semplice adeguamento alle regole imposte era ancora minimamente possibile. Nel secondo dopoguerra, le

tre commissioni epurative vennero via via stemperando la radicalità dei propri intenti, fino a trasformarli in un nulla di fatto, con il paradosso di vedere seduti, fra gli epuratori, convinti ex razzisti quali Funaioli, e restituito il posto, in alcuni casi nominalmente, a solo cinque dei venti docenti ebrei cacciati.

ALESSIA PEDIO

Giambattista Scire, L'ABORTO IN ITALIA. STORIA DI UNA LEGGE, pp. 310, € 22, Bruno Mondadori, Milano 2009

Come ci avverte l'autore nella premessa, il tema è complesso e delicato, oltretutto irto di difficoltà per l'intreccio di "percorsi culturali e sociali" e l'"immensa" mole di pubblicazioni e documenti che ha prodotto. E tuttavia, nonostante gli ostacoli, la "ricostruzione storiografica complessiva" che ci viene qui data del cammino della regolamentazione dell'aborto in Italia costituisce un necessario strumento per chi voglia affrontare l'argomento non solo sul piano storico, ma ormai anche, e di nuovo, su quello politico: come fatti recenti dimostrano, la questione-aborto è l'architrave di un dibattito che riguarda non solo le tematiche sociali o femministe, ma l'intera problematica relativa alla laicità delle istituzioni, nel confronto sempre più aspro che lo stato deve affrontare con chiese ed integralismi quando si toccano i cosiddetti "temi sensibili" (o, più appropriatamente, "diritti civili"). Dopo un "antefatto", nel quale si ricorda in quali condizioni si praticasse l'aborto clandestino e si offre una panoramica su come la questione fu affrontata nei vari paesi, la ricostruzione inizia con la nascita del Movimento di Liberazione della Donna, l'organizzazione politica che fece propria la richiesta, avanzata dal Partito Radicale nel 1970, della liberalizzazione dell'aborto. La nascita del MLD viene rubricata come l'avvio del "dibattito culturale", mentre, secondo l'autore, la vera politica abortista comincerà con la prima proposta - socialista - di legge. È una ricostruzione forzata, e rivela una sottovalutazione del ruolo dei radicali nella loro indefessa, sotterranea, opera di indirizzo, stimolo e raccordo delle iniziative laiche. Vanno poi aggiunti i complessi eventi politici, e religiosi, che segnarono la battaglia fino al referendum del 1981 e sembrano oggi riaccendersi con la ripresa della polemica tra i "prolife" e i "prochoice".

ANGIOLO BANDINELLI

LINGUA E IDENTITÀ. UNA STORIA SOCIALE DELL'ITALIANO, a cura di Pietro Trifone, pp. 383, € 26, Carocci, Roma 2009.

Dedicati a quelli che un tempo si chiamavano linguaggi settoriali, i saggi raccolti nel volume disegnano un accurato profilo socioculturale dell'italiano contemporaneo. L'identità della lingua è oggi problematica nella misura in cui ai limiti storici di sempre (particolarismo dialettale, registro letterario privo di "collante sociale", "duplicità radicale" fra scritto e orale) si aggiunge una crescente liberalizzazione che da un lato omologa ogni registro a un "parlato" medio di origine televisiva, dall'altro favori-

sce regionalismi e dialettalismi come rivendicazioni anche politiche o ideologiche. Incontriamo davvero in queste pagine l'italiano di tutti, anche se coniugato variamente nella moda, nella politica, nella gastronomia e nella burocrazia. Sono però i mass media (radio, televisione e cinema) a dare il tono generale, e in questo caso le diagnosi dei singoli contributi non sono asettiche o impersonali, ma prendono posizione sui fenomeni che descrivono, variando da un malinconico pessimismo a un fiducioso ottimismo. Così, chi studia l'evoluzione del "linguaggio del calcio nelle telecronache" constata un progressivo impoverimento che privilegia "la pretenziosità burocratizzante" e "un precisionismo disinfectato da ogni pathos". Ma chi esamina le varianti di parlato nella "neotelevisione" dà un giudizio positivo sulla lingua "regionale variegata e reale" impiegata nella "fiction seriale", confermando la superiore "potenzialità identitaria" di questo "canale mediatico" nell'elaborare modelli e valori che vengono partecipati dal "paese profondo". È proprio questa diversificazione della nuova identità linguistica italiana, fra piatta superficialità e straordinaria capacità di adattamento alle

nuove realtà sociali, che la raccolta di saggi curata da Trifone documenta fedelmente.

RINALDO RINALDI

Elisa Sassoli, NON SOLO SHOPPING. USI SOCIALI DEI LUOGHI DEL CONSUMO, pp. 132, € 15, Le Lettere, Firenze 2009

Questo agile excursus sui luoghi del consumo è esplicitamente ispirato al pensiero di un veterano della riflessione sociologica come Giovanni Bechelloni, che ha anche firmato la prefazione al libro. Di Bechelloni, Sassoli ricorda il rifiuto delle "tesi della teoria critica che lavorano sull'ipotesi di un'imminente fine del capitalismo", così come delle "tesi post-strutturaliste che, suggestionate dalla grande ondata nichilista, hanno elaborato l'immagine frammentata di una società post-moderna non solo priva di scopo ma anche sbriciolata in una miriade di percorsi di senso privi di significato per gli attori sociali". Sempre sulle orme di Bechelloni, l'autore approda all'idea che il consumo "trova una spiegazione in base al significato che assume in un contesto" e "in questo senso (...) non è distruttore né distruttivo ma fondatore di molteplici stili e combinazioni di beni, creatore di conoscenze, di immaginari condivisi, di nuovi contesti culturali, e con ciò di nuovi significati". Sassoli procede a una rapida, ma efficace, sintesi delle trasformazioni dei luoghi del consumo nel corso del tempo, dalla bottega ai supermarket e shopping centers, e infine ai *points of permanence*, che si sono trasformati da "luoghi d'acquisto" a luoghi "dove recarsi per trascorrere parti del tempo libero". Quindi espone i risultati di una ricerca sul campo, condotta nel 2006 al centro commerciale "I Gigli", collocato tra Firenze e Prato. Una ricerca interessante, ma che non elimina le perplessità che una prospettiva forse un po' troppo ottimistica sul consumo non manca di ingenerare.

FERDINANDO FASCE

Gigi Roggero, LA PRODUZIONE DEL SAPERE VIVO. CRISI DELL'UNIVERSITÀ E TRASFORMAZIONE DEL LAVORO TRA LE DUE SPONDE DELL'ATLANTICO, pp. 152, € 14, ombre corte, Verona 2009

Allievo di Romano Alquati, il sociologo del lavoro cui si devono pionieristiche ricerche su lavoro intellettuale e struttura universitaria risalenti a oltre tre decenni fa, Roggero fornisce un utile percorso propedeutico a una ricerca sull'università in chiave comparata tra Italia e Stati Uniti. La complessa costruzione analitica di Roggero ruota attorno alla nozione di "produzione del sapere vivo", nella duplice accezione di "immediata socializzazione e diretto incorporamento nel lavoro vivo" della scienza e dei saperi e di "potenza produttiva, non solo per il capitale ma anche autonomamente". Di qui, passando attraverso una suggestiva disamina dell'"aziendalizzazione dell'università" e delle lotte dei precari al suo interno, l'autore approda a un'ipotesi di scioglimento della dialettica di autonomia e subordinazione nella quale il "sapere vivo" è incessantemente impegnato a favore di quello che Roggero chiama "il comune", ovvero il "piano di produzione della soggettività e della ricchezza sociale, luogo di composizione del sapere vivo e suo processo di autoorganizzazione". Il linguaggio esoterico e una certa rigidità della contrapposizione fra autonomia e subordinazione (che ricorda *Il dominio e il sabotaggio* di Toni Negri) non impediscono tuttavia di cogliere interessanti spunti di indagine, spunti che è auspicabile lo stesso Roggero sviluppi in futuro, sulle orme di Alquati, mediante una disamina puntuale del ciclo di produzione e delle concrete modalità organizzative dei sistemi universitari.

(F.F.)

Pierluigi Basso Fossali, LA PROMOZIONE DEI VALORI. SEMIOTICA DELLA COMUNICAZIONE E DEI CONSUMI, p. 491, € 32, FrancoAngeli, Milano, 2009.

Ricercatore di semiotica allo IULM di Milano, l'autore disegna un interessante percorso di indagine sulle modalità di "promozione dei valori" (utilitari, o d'uso, ed esistenziali, o di base) nella pratiche di consumo e pubblicitarie. Il libro si compone di due parti. La prima, più teorica, esplora il complesso terreno della costruzione del rapporto fra merce e consumatore, spostando l'attenzione, in una serrata sequenza, dall'universo mediatico della semiosfera alle ragioni del consumismo, al mercato identitario legato agli stili di vita. Di particolare interesse risultano le riflessioni sulla semiosfera e sulla marca. Della semiosfera l'autore indaga le varie articolazioni dello spazio di fruizione: dal contesto specifico nel quale essa avviene, ai filtri culturali e linguistici messi in opera (spazio mediazionale), alla dimensione istituzionale (spazio mediatore) che regola il consumo di beni e immagini. Della marca si sottolinea la funzione di "mediatrice", di "sutura tra ambiente e soggetto" (p. 130) anche attraverso alcune opportune esemplificazioni tratte dal mondo delle mode. La seconda parte, più applicativa, si concentra sulla promozione pubblicitaria in quattro aree: la pubblicità a stampa, gli spot, la promozione musicale e gli oggetti per promuovere (*packaging*) e gli spazi del consumo. L'autore fornisce soprattutto alcune suggestive e provocatorie letture di spot, che confermano come il libro, nonostante a tratti indulga nel gergalismo, può risultare utile al di là della cerchia degli studi semiotici in senso stretto.

(F.F.)