

IL CALCIO E LA POLITICA. LA METAFORA SPORTIVA E LA NEOLINGUA DEI POLITICI

Zora Jačová
Università Comenius di Bratislava

zorajacova@gmail.com

Riassunto. Nel contributo analizziamo il ruolo svolto dalla metafora sportiva (specie del calcio) nel linguaggio dei politici durante la II Repubblica. Dopo avere evidenziato i caratteri più peculiari del linguaggio dello sport, abbiamo sottolineato la funzione unificante della metafora del calcio sul sentimento popolare. Nella fase di transizione della II Repubblica la metafora sportiva rappresenta un elemento innovativo preminente nel nuovo stile discorsivo più semplice e accattivante, introdotto nel 1994 da Silvio Berlusconi, in contrapposizione al vecchio politichese. Abbiamo rilevato le implicazioni semiotiche nel repertorio di metafore sportive utilizzate in una neolingua uniformante, mirata a sovvertire non solo il codice della lingua (come nel romanzo *1984* di G. Orwell) ma anche quello valoriale. Basandoci, in particolare, sui lavori di Bolasco *et alii*, di Porro, Carofiglio e Zagrebelsky, abbiamo messo l'accento sul fatto che la metafora del calcio è il punto di forza di un'operazione di contaminazione di due sfere concettuali inconciliabili (lo sport e la politica) stravolgendo la realtà delle cose.

Parole chiave. Linguaggio politico. Calcio. Neolingua. Metafora sportiva. Contaminare. Mistificazione. Realtà.

Abstract. Football and policy. The sports metaphor and the 'newspeak' of the politicians. The following analysis focuses on the prominent function of sports metaphor (especially footballs) in the language of the Second Republic politicians. Having stressed the most peculiar features of this

language, we emphasized the unifying role of the sports metaphor on national feeling. During the transitional phase of the Second Republic the sports metaphor becomes a powerful tool of persuasion in the context of more simplified and agreeable style of political discourse, introduced by S. Berlusconi in 1994, contrasting with the previous political language. We stressed the semiotic inference in the metaphoric repertoire of homologating newspeak, pointed to blend and subvert not only the meaning of words (like in the G. Orwell's novel *1984*) but also the civic values. With the support especially of study of Galli de' Paratesi, Porro, Carofiglio and Zagrebelsky we remarked that the use of the sports metaphor by the Second Republic politicians is directed to blend two incompatibles spheres: sport and politics, which leads to the mystification of reality.

Key words. Language of politicians. Football. Newspeak. Sports metaphor. Blend. Mystification. Reality.

1. Introduzione

La metafora sportiva rappresenta uno strumento comunicativo privilegiato, largamente impiegato in politica, indifferentemente dalla natura degli schieramenti politici contrapposti. Il ricorso alla suggestione, esercitata dalla similitudine agonistica sull'immaginario collettivo, è il filo rosso che percorre in lungo e in largo il paesaggio politico dall'antica Grecia ai nostri tempi. Specialmente nei regimi totalitari la metafora sportiva (in particolare quella calcistica) costituisce un importante mezzo strategico, usato per rafforzare l'immagine vincente di un'ideologia o di un movimento politico, veicolando l'idea del confronto politico come scontro frontale. Da un punto di vista cognitivo, come meccanismo produttivo di unità lessicali, la metafora è uno strumento preminente di semplificazione concettuale del linguaggio. Un esempio emblematico è l'uso mirato della metafora sportiva durante il regime nazionalsocialista in Germania, come mezzo efficace di semplificazione del linguaggio, adatto a rinsaldare lo spirito popolare. Goebbels fu il massimo teorico di un nuovo linguaggio creato in funzione delle masse. Enunciò il proprio principio guida al 'congresso della fedeltà', chiamato così dopo la repressione della rivolta di E. Röhm ("la notte dei lunghi coltelli"): "Dobbiamo parlare un linguaggio che il popolo capisca. Chi vuol parlare alle persone del popolo deve, come dice Lutero, guardare direttamente sulla bocca" (Goebbels, 1934, in Bolasco, 2006: 93). Non è un caso che il luogo dove Goebbels teneva i suoi discorsi fosse il Palazzo dello Sport di Berlino, facendo un largo uso delle metafore del ciclismo, della corsa dei cavalli, del calcio e del pugilato, capaci di evocare l'idea dello scontro. La complessità del discorso politico veniva nascosta dietro forme metaforiche semplici "attivando un processo di regressione a livello infantile, dietro la cui forma c'è una sostanza che porta dritto alla vacanza della ragione, alla sospensione del giudizio" (Galli de' Paratesi, 2004: 92). Lo scopo era quello di ottenere un'adesione collettiva e una delega totale, facendo leva sull'appello ai sentimenti, portando ad un evidente svilimento della politica (cfr. Klemperer, 1947/1988)¹. Il mezzo strategico principale, funzionale alla costruzione del consenso, si basa sulla contaminazione di due

¹ Negli anni Trenta il filologo tedesco V. Klemperer nel suo tragico diario *LTR [Lingua Tertii Regni, Lingua del Terzo Reich], Notizbuch eines Philologen* (dove illustra il processo esemplare di formazione di una lingua del potere nel suo tempo) afferma: "La legge prima, quella che

ambiti apparentemente inconciliabili: lo sport e la politica. Anche ai tempi del fascismo, che faceva leva sull'appello ai sentimenti (nei libri di scuola dei ragazzi del Ventennio figurava spesso la frase “voler bene al Duce”), troviamo un largo impiego delle metafore sportive, specie quelle legate alla guerra, dotate di forti connotazioni iperboliche. Oltre che alla terminologia mistica e biblica, le metafore sportive erano connesse con l'isotopia della guerra e con i campi semantici legati all'ideologia fascista del vitalismo e della virilità (*maschio possente, gagliardo, poderoso, immane*) della battaglia e del coraggio (*legione, arditò, intrepido, impavido*). L'idea del confronto politico come scontro è la costante che accompagna l'impiego delle metafore sportive da parte dei politici, in grado di fare facile presa sul sentimento popolare, grazie alla suggestione delle loro forti valenze agoniche².

2. La metafora sportiva nel linguaggio politico

Il calcio, più di ogni altro sport, funziona da efficace collettore e tramite privilegiato di diffusione di vocaboli, provenienti da altri ambiti sportivi. Molte di queste espressioni penetrano nel lessico della politica, agganciandosi alla visione del confronto come *match* senza esclusione di colpi. Dall'automobilismo provengono: *pit stop, giro di prova, sorpasso azzardato, finire fuori pista*; dal ciclismo: *battere/bruciare in volata, seguire a ruota*; dal pugilato: *mettere alle corde, mandare al tappeto, stringere all'angolo, gettare la spugna*. A predominare sono però le locuzioni provenienti dal calcio: *scendere in campo, prendere in contropiede, fare autogol, palla al centro, marcare stretto, smarcarsi, spiazzare (nel senso di sorprendere), fare catenaccio, palleggiarsi (le responsabilità), governo di serie B, squadra di governo a tre punte, rifugiarsi in calcio d'angolo, giocare in difesa o all'attacco, salvarsi (o fare gol) in zona Cesarini* (dall'argentino R. Cesarini, che con una certa costanza realizzava il gol decisivo all'ultimo minuto). Ad alimentare il bacino della lingua comune (e, in particolare, di quella dei politici) è soprattutto il lessico del calcio con i suoi vari apporti³, grazie anche all'azione amplificante del medium televisivo e della stampa che diffondono numerose espressioni tecniche, fra cui soprattutto: *essere in palla, dribblare* (gli ostacoli), *entrare a gamba tesa, giocare (o toccare) duro, manovra a tutto campo, fare autogol, rilanciare la palla, rimettere la palla al centro, sedere in panchina* (nel senso di essere messo in disparte), *panchinaro* ('atleta di riserva' e poi 'uomo politico di secondo piano'). Uno dei maggiori punti di forza è la marcata funzione stilistica svolta dall'espressione sportiva (specialmente calcistica) in grado di vivacizzare e drammatizzare l'eloquio, calamitando l'attenzione. L'assunzione di tecnicismi avviene dalle più diverse aree settoriali. La scienza geometrica suggerisce: *area*, il (tiro) *diagonale, rettangolo* (di gioco), *triangolazione, volume* (di gioco), *geometria (della squadra)*. “Per descrivere una partita di calcio bisogna saper trasferire su un piano fantastico ed emotivo

domina su tutte è: non permettere che chi ti ascolta arrivi a formulare un pensiero critico, tratta tutto in maniera semplicistica!” (Klemperer, 1947/1988: 223).

² “La connaturata espressività e plasticità del linguaggio sportivo pone le condizioni per la sua larga penetrazione nella lingua comune, nonché nei linguaggi settoriali, primo fra tutti quello politico” (Stella, 1988: 152).

³ Dal teatro e dal cinema provengono: *cartellone* (degli incontri), *prendere papere, regia e regista, repertorio* (tecnico), *ruolo, stagione, esordiente*; dalla musica *fraseggio e fraseggiare*. Dal burocratese: *valevole* (di partita), *ordinaria amministrazione, trasferta, archiviare* (un risultato).

l'algebra scacchistica dei movimenti del pallone" (Devoto, 1939: 19–20). Non mancano però i vocaboli che hanno compiuto il percorso inverso, passando dal linguaggio politico a quello calcistico⁴. Si segnala specialmente all'attenzione il processo di dilatazione semantica del suffissoide *poli*, che, dopo le vicende giudiziarie dei primi anni '90 (*tangentopoli*), che coinvolsero numerosi personaggi politici, oggi significa soprattutto 'intrigo affaristico criminoso'. Questo fenomeno ha generato per irradiazione deformante molti neologismi giornalistici, formati da composti allogeni modellati sull'inglese ("determinans + determinatum") *calciopoli* o *moggiopoli* (*fino al più recente insultopoli*) o il giustapposto *calcio scommesse*.

Ad avvicinare il calcio e la politica contribuisce la connotazione agonistica del lessico calcistico: *retroguardia*, *tifoseria*, *carica*, *offensiva*, *barricata*, *assedio*, *resa*. Il campo semantico preminente, dove lo sforzo metaforizzante è massimo, è quello militare e guerresco⁵, legato ad una visione bellicistica della competizione sportiva, presente già nel binomio di base *difesa-attacco*. Fra i vocaboli del calcio che richiamano l'idea della guerra vale la pena di segnalare: *traffiggere*, *battere*, *massacrare*, *bomba*, *cannonata*, *siluro*, *scontro all'arma bianca*, *sciabolata*. Dalla strategia militare derivano i vocaboli: *reparti* (*difensivi* e *offensivi*), *manovre di aggiramento*, *retrovie*, *prima linea*, *incursione*, *offensiva*, *assalto*, *espugnare*, *prima linea*, *trincea*. L'aspetto più significativo, in funzione della strategia di costruzione del consenso politico, è la funzione unificante svolta dalle metafore del calcio, capaci di rafforzare l'unità popolare. Grazie al richiamo all'unità nazionale, il calcio racchiude altre importanti implicazioni, legate alla suggestione delle metafore della guerra⁶.

Il calcio, se da un lato funziona (specialmente nei regimi totalitari) da efficace collante, in grado di compattare le masse, dall'altro lato divide il campo in due parti contrapposte, assorbendo le contrapposizioni della società e veicolando la tendenza allo scontro. Al di là dei toni truculenti delle metafore guerresche va però detto che "data la fortissima tendenza del linguaggio sportivo alla fossilizzazione, quello 'guerresco' diviene in genere perfettamente inoffensivo in breve [...] e le sue sigle o cifre passano rapidamente dal rango della espressività magari aggressiva a quello della semi-tecnificazione, simili forse alle formule epiche" (Mengaldo, 1994: 49). L'impiego delle metafore belliche da parte dei politici della II Repubblica sfocia nel linguaggio aggressivo della Lega, definito da Dell'Anna e Gualdo (2004) "il linguaggio della violenza", riflesso di una volontà di rottura con la politica partitica del passato e con il linguaggio involuto e oscuro del vecchio politichese. Espressione del rifiuto della retorica dei vecchi partiti, spazzati via nei primi anni Novanta

⁴ Un esempio tra tutti è il vocabolo *catenaccio* 'tattica rigidamente difensiva', col derivato *catenacciaro*, che riprende il *decreto-catenaccio* (1915).

⁵ "Le metafore belliche sono strumenti tipici, attraverso i quali i politici mirano soprattutto ad effetti fatico-emozionali, piuttosto che alla persuasione ragionevole dell'uditorio" (Dell'Anna, Lala, 2004: 50).

⁶ "L'attività sportiva è una metafora della guerra: il campo di calcio equivale a quello di battaglia. E quindi il parlare di politica in termini di sport è un modo più delicato di quanto non sia adottare una terminologia guerresca. Siamo di fronte a una doppia metafora: il primato sportivo racchiude in sé un'impresa bellica" (Simone, 1999).

da Tangentopoli, è l'anticentralismo leghista, associato a moduli linguistici crudamente espressivi, assai vicini al parlato-parlato⁷.

3. La neolingua della II Repubblica: il discorso della “discesa in campo”

Nella fase di passaggio dalla I alla II Repubblica (al sistema elettorale proporzionale subentra quello maggioritario misto) alcuni studiosi segnalano l'avvento di una 'neolingua', all'insegna di uno stile comunicativo trasgressivo, più semplice e colloquiale. Agganciandosi al paradigma del “nuovo che avanza”, il teorema dell'antipolitichese, basato sul principio della semplicità di linguaggio, implica un'operazione di violento scardinamento del linguaggio e del codice valoriale di riferimento. Dietro la strategia comunicativa spigliata e affabile del 'gentese' (un neologismo coniato negli anni Novanta dalla stampa e riferito all'eloquio di Berlusconi) “si nasconde, sotto forme sintattiche più semplici, una mistificazione da imbonitore” (Galli de Paratesi, 2004: 98), diretta ad alterare e stravolgere i valori delle istituzioni democratiche. La tendenza innovativa verso un uso sempre più frequente della metafora del calcio nella retorica politica si colloca nella fase di passaggio dalla I alla II Repubblica, quando la metafora sportiva si carica di un forte significato di rottura nei confronti del contorto politichese. Come afferma Cedroni, adottando un approccio politolinguistico “nel quadro di una situazione generale di transizione, ancora in atto, del codice di valori tradizionali, la politica oggi sviluppa moduli linguistici e formule di opinione improntate al 'nuovismo' [...] il linguaggio della transizione è il linguaggio della crisi, dell'inesorabile cesura tra un 'prima' e un 'dopo', in una condizione di continua sospensione tra ciò che è stato e ciò che invece sarà o che forse non sarà mai” (Cedroni, 2010: 38).

Una componente fondamentale della neolingua dei politici⁸ è il 'populismo', proprio della democrazia plebiscitaria, che fa appello al popolo sovrano e al rapporto diretto tra leaders ed elettori. L'aspetto più peculiare, legato al lessico, non è però tanto l'affluenza di vocaboli nuovi ma una semantica che veicola l'ideologia di uno schieramento politico, dilatando e spesso rovesciando il significato di base di numerosi vocaboli. Si tratta quindi di un lessico che non si serve tanto di parole nuove ma che punta sul 'riuso' strumentale di vocaboli vecchi, sovvertendone spesso il significato originario. Cedroni parla a questo riguardo di un lessico 'enantiosemico', per cui quando si dice una parola si deve intendere il suo contrario. Un esempio eclatante di riassetto semantico, legato ad un processo di ridefinizione concettuale del lessico tradizionale, è lo slittamento di significato di *federatismo* che nel linguaggio leghista indica piuttosto l'idea di 'secessione', oscurando quello

⁷ La tendenza verso un linguaggio assai crudo e aperto al turpiloquio tocca le punte estreme nell'eloquio sguaiato del leader leghista U. Bossi: “E poi la gente ne ha pieni i 'coglioni' di essere ingannata con le solite duecento parole che fanno il linguaggio politico” (Comizio Lega Nord).

⁸ Il lessico politico tradizionale subisce un processo di riformulazione, con la proliferazione di nuovi simboli e sigle che rimpiazzano le vecchie denominazioni dei partiti della I Repubblica, screditati dagli scandali politici dei primi anni '90. Non sorprende quindi che “il superamento del vecchio sistema dei partiti favorisse la fioritura di simboli botanici e zoologici, seguendo modelli esotici” (Gualdo, 2004: 30). Insieme a *Lega*, *Polo*, *Coalizione*, *Alleanza*, subentrano numerosi simboli botanici o zoologici dalla vita piuttosto breve: *Margherita*, *Cespuglio*, *Ulivo*, *Asinello*, *Elefante o Coccinella*. Il vecchio vocabolo *ideologia* cede il posto a *programma* o *progetto*.

di 'unione'. L'avvento di un nuovo quadro concettuale-politico, associato ad un processo di ridefinizione semantica di un'ampia gamma di significati, rappresenta l'elemento qualificante di una neolingua sprezzante e trasgressiva ("il nuovo che avanza") basata su uno stile comunicativo innovativo, contrapposto al vecchio e ampolloso politichese.

Un elemento inscindibile in tale processo di riformulazione è quello del 'riuso', vale a dire la tendenza a rilanciare formule concettuali del passato⁹, definita da qualche studioso (cfr. Gualdo, 2006) con il termine 'criptomnesia' (derivante dalla psicoanalisi). Il primo mutamento di ordine concettuale è quello che Cedroni definisce "metamorfosi della *politics*" (la categoria della politica nella sua dimensione di sfera del potere) analizzando al suo interno la trasformazione formale della dinamica processuale della politica. Il secondo fenomeno è quello che Cedroni definisce "catarsi della *polity*" (la politica nella dimensione dell'identità della comunità organizzata) legata al carattere performativo del nuovo codice linguistico adottato. Il linguaggio politico diviene quindi l'elemento trainante della catarsi della *polity*, segnalando l'avvento di un nuovo equilibrio politico-istituzionale¹⁰. Una delle implicazioni più significative è quella del discorso 'populista', alla cui matrice appartiene la componente tanto dell'*anticentralismo* e *antistatalismo* becero della Lega Nord, quanto l'*anticomunismo* radicale, professato tenacemente, fin dall'inizio, da Berlusconi e da Forza Italia (ora Popolo della Libertà). All'affermazione del primato delle istanze pragmatiche su quelle etiche, che si traducono nella formula berlusconiana "governo del fare e della solidarietà sociale" (contrapposto al "governo delle chiacchiere e dell'odio delle sinistre") si associa la tendenza a sminuire e squalificare il peso della cultura nella vita politica. Si diffondono forme di linguaggio proprie di una sorta di 'anticultura', tendente a minimizzare il ruolo della cultura nei processi di legittimazione democratica. Insieme alla scomparsa dei valori etici e civili nella politica, il tratto più peculiare del linguaggio della transizione è la forte carica eversiva che si traduce in un linguaggio rozzamente populistico (soprattutto della Lega) con marcate caratteristiche di democrazia plebiscitaria¹¹. All'interno di tale dinamica di sviluppo la metafora sportiva, specie quella del calcio, assume negli anni Novanta un significato esemplare di rottura, tracciando un netto spartiacque fra la I e la II Repubblica.

Il momento della svolta coincide con il *Discorso di autopresentazione* della "discesa in campo" (26 gennaio 1994) del magnate finanziario S. Berlusconi che, all'inizio degli anni Novanta (grazie alla legge Mammi), si impadroniva delle maggiori reti televisive private. Il discorso inaugurale di Berlusconi segna un'inversione di rotta radicale del linguaggio politico, "un prima e un dopo nel linguaggio della politica" (Gualdo, 2004). Esso traccia

⁹ Così, nella campagna elettorale del 2006 si è parlato di *listone* del centrosinistra e si è proposto un *partito unico* del centrodestra, dimenticando però che questi due vocaboli erano stati già utilizzati sotto il regime fascista.

¹⁰ Un altro aspetto importante sotto un profilo politolinguistico è quello che Cedroni chiama "neutralizzazione della *policy*" (la politica, vista nella dimensione dei processi decisionali), ossia l'impossibilità da parte dei politici di tradurre sul piano pratico le *issues* politiche in progetti coerenti, funzionali all'interesse del Paese.

¹¹ Si segnala all'attenzione il continuo appello al "popolo sovrano" e al carattere irrevocabile del mandato politico, ricevuto dagli elettori. Questo indipendentemente da mutamenti dell'indice di consenso, intervenuti nel corso della legislatura, come è emerso chiaramente dall'evoluzione politica in Italia di questi ultimi mesi.

un netto limite di demarcazione fra l'oscuro politichese della I Repubblica, ancorato al modello 'partitocentrico', e un linguaggio politico nuovo (l'antipolitichese), ispirato ad un modello 'leaderistico' e 'candidatocentrico'. Il discorso della "discesa in campo", che segna l'ingresso in politica del Cavaliere Berlusconi, viene subito potentemente veicolato e amplificato dal medium televisivo. Nella sua azione propulsiva di cassa di risonanza e di filtro modellante, tutt'altro che neutro, della comunicazione politica, il mezzo televisivo svolgerà a partire da questo momento il ruolo di elemento propellente per l'attuazione di una strategia di marketing politico, cooperando efficacemente alla costruzione del consenso. La novità più dirompente del Discorso della "discesa in campo" è un impianto discorsivo chiaro ed essenziale, privo di contorti giri di parole e assai vicino al registro parlato. Il suo maggiore punto di forza è la suggestione della metafora del calcio ("discesa in campo").

Sulle ragioni dell'identificazione del calcio con la politica Bolasco osserva: "La prima ragione, quella fondamentale, è la riduzione dell'universo politico a quello del gioco per semplificare i concetti e farsi intendere. Il nuovo linguaggio tende a semplificare ma non ad educare chi ascolta alla complessità del discorso politico reale. Inoltre, l'associazione con un'attività di gioco serve a dare una connotazione positiva al discorso politico dal punto di vista emotivo" (Bolasco et al., 2006: 94). Facendo leva sulla suggestione popolare della metafora calcistica, il Cavaliere Berlusconi cavalca il sentimento di disagio e l'avversione da parte dell'elettorato nei confronti della politica del passato¹², travolta dalle inchieste giudiziarie di Tangentopoli che aveva portato alla dissoluzione dei vecchi partiti. L'approccio comunicativo innovativo, informale e amichevole, introdotto dal Cavaliere nel 1994, è quello di chi incarna di fronte all'opinione pubblica le qualità aziendali del professionista dell'impresa, segnalandosi all'attenzione con la novità di uno stile comunicativo aziendale. Si tratta di uno stile colloquiale basato su modalità comunicative chiare ed essenziali¹³, accessibile a tutti e distante anni luce dal linguaggio fumoso e criptico della I Repubblica (si pensi a 'equilibri avanzati' o a 'convergenze parallele' di Aldo Moro). Il manifesto programmatico della neolingua berlusconiana, all'insegna del 'nuovismo', racchiude i tratti più peculiari dell'oratoria berlusconiana. Anzitutto, il paradigma del rispecchiamento con la gente, attuato attraverso un linguaggio semplice e andante, vicino ai modi del parlato¹⁴, riflesso di una forte volontà di svecchiamento del linguaggio politico precedente. A segnalarsi è soprattutto la novità di un linguaggio allusivo e infarcito di

¹² Galli de' Paratesi sottolinea come la diffusa aspirazione ad un cambiamento radicale del modo di fare politica e del linguaggio dei politici venisse espressa da Berlusconi già in un discorso elettorale nel 1994: *Nel 1993 c'era una gran voglia di rinnovamento del modo stesso di fare politica, una voglia di rinnovamento del modo di esprimersi della politica. Non più quel linguaggio da templari che nessuno capiva: si sentiva il bisogno di un linguaggio semplice, comprensibile e concreto* (Berlusconi, 1994, in Galli de'Paratesi, 2004: 85).

¹³ In apertura di discorso affiora una delle costanti della strategia comunicativa del Cavaliere: l'isotopia della famiglia e il richiamo al nucleo semantico degli affetti, che assicura una forte coerenza semantica nel testo: *L'Italia è il Paese che amo. Qui ho le mie radici, le mie speranze, i miei orizzonti. Qui ho imparato, da mio padre e dalla vita, il mio mestiere di imprenditore* (Berlusconi, *Discorso della discesa in campo*, 26. 1. 1994).

¹⁴ L'avvento di un linguaggio chiaro e concreto, costellato di metafore calcistiche, venne definito dal giornalista Indro Montanelli "lo stile di un alieno che, invece di perdersi nei cieli astratti delle

metafore sportive, adottato da Berlusconi (*squadra di governo, mettere in campo, scendere in campo, Forza Italia, Forza azzurri*) con degli elementi concettuali trasgressivi, tra cui il ‘leaderismo’ e ‘antistatalismo’¹⁵.

4. La metafora del calcio e la ‘neolingua’ di S. Berlusconi

Di fronte al discorso della “discesa in campo”, agganciato al paradigma del ‘nuovo’ e caratterizzato dall’elemento innovativo della metafora del calcio l’esperto di sondaggi Renato Mannheimer ha affermato: “Nella vittoria di Berlusconi oggi non si sa ancora quanto giocasse un ruolo importante o anche decisivo una componente comunicativa e ha vinto perché ha inventato un nuovo linguaggio politico” (Mannheimer, in Bartezzaghi, 2011: 214). Quali sono i principali meccanismi di funzionamento della *neolingua* del Cavaliere, con un largo uso della metafora calcistica? Ci troviamo di fronte ad un processo di commistione in un unico lessico e in un’unica sintassi di due sfere apparentemente incompatibili: il calcio e la politica, fusi insieme in un singolare amalgama. Per effetto di tale operazione di commistione concettuale il linguaggio del calcio diventa la ‘neolingua’ della politica, facendo confluire lo stadio e le tifoserie in Parlamento e viceversa. La lingua del calcio diviene così una componente essenziale della lingua ufficiale della Seconda Repubblica. Un impulso determinante in questo senso lo hanno certamente dato i *media*, specie il medium televisivo¹⁶, quintessenza della comunicazione della nostra società, che trasforma il calcio, con i suoi idoli e passioni nazionali, nell’esperanto della cultura televisiva di massa, spostando il fulcro del dibattito politico dalle sedi istituzionali all’arena mediatica.

L’episodio più clamoroso di populismo mediatico è la firma del ‘contratto’ con gli italiani, sottoscritto solennemente da Berlusconi il 7 maggio 2001 nella trasmissione televisiva “Porta a Porta” di Bruno Vespa, cui fece seguito la sua trionfale vittoria alle elezioni politiche di quell’anno. Una funzione di primo piano all’interno della strategia comunicativa mediatica messa in campo da Berlusconi viene svolta da un ricco inventario di simboli e metafore calcistiche (*mettere in campo, squadra di governo, fare catenaccio, entrare a gamba tesa, convocazione degli azzurri*) capaci di mobilitare e compattare idealmente l’intera nazione come la folla dei tifosi in uno stadio (*Forza azzurri, Forza Italia*). L’ampio utilizzo della metafora sportiva sottintende quindi una scelta strategica di fondo e un’operazione di riassetto del mondo che punta a contaminare e rovesciare gli elementi del codice valoriale di riferimento. A tale riguardo Bolasco osserva: “La scelta che una cultura

grandi strategie ideologiche, affrontava, con parole di tutti i giorni, dei problemi di tutti i giorni” (Montanelli, in Dardano, 2002: 256).

¹⁵ Attraverso il forte appello al rapporto diretto tra leaders ed elettori viene enfatizzato il carattere vincolante del mandato politico: [...] sì, è vero, la legge è uguale per tutti ma per me è più uguale che per gli altri perché mi ha votato la maggioranza degli italiani (“Berlusconi in aula: processo inventato”, in *La Repubblica*, 17. 6. 2003).

¹⁶ Che ‘parlare per immagini’ fosse considerato da Berlusconi caposaldo della sua nuova strategia comunicativa lo testimoniano le parole: *Ricordate che è sempre meglio parlare per immagini. Ogni volta che andate dai vostri clienti parlate per immagini piuttosto che per concetti. La logica convince ma viene presto dimenticata. Invece l’immagine colpisce e viene sempre ricordata* (Berlusconi, in Bartezzaghi, 2011: 212).

fa delle metafore definisce la fisionomia di quella cultura e della sua rappresentazione del mondo che viene cristallizzata nelle formazioni metaforiche [...] attraverso l'impiego della metafora, nell'indicare una cosa con un'altra si opera un avvicinamento, un paragone, si mettono a fuoco alcune caratteristiche di un oggetto, quelle condivise, e in ombra quelle non condivise con l'oggetto che si sceglie come pietra di paragone" (Bolasco *et alii*, 2006: 90–91). La metafora (in particolare quella del calcio) 'giocando' sulla messa a fuoco parziale degli oggetti del proprio discorso, come spostamento selettivo del significato di una cosa nominandone un'altra, rappresenta un'operazione preminente, funzionale alla strategia di costruzione del consenso e all'esercizio del potere. La metafora sportiva del calcio (cfr. Semino-Masci:1996) si sposa con la strategia dell'indeterminatezza, perseguita da Berlusconi, mettendo in ombra, tendenziosamente, le differenze semantiche, nonché uniformando il senso delle cose. Elemento inscindibile della strategia della genericità è l'impiego di 'elenchi' che servono a mescolare e sovrapporre i significati di certi vocaboli, come nel caso dei vocaboli *libertà e liberismo*, presentati da Berlusconi, come interconnessi tra loro solo per il fatto di figurare insieme nella stessa lista¹⁷.

Il calcio per il Cavaliere (proprietario dal 1986 della squadra del Milan) rappresenta, soprattutto agli inizi della sua carriera politica, una formula magica, una sorta di 'totem', in grado di simbolizzare tutto ciò con cui lui idealmente si identifica. 'Squadra' è il gruppo dei collaboratori politici, 'discesa in campo' evoca il momento epico del suo ingresso nell'arena politica, enfatizzando il ruolo di *leadership*, giocato chiaramente fin dall'inizio in termini più verticali che orizzontali¹⁸. Caposaldo della nuova strategia comunicativa è il paradigma del 'rispecchiamento' che punta sulla contrapposizione dicotomica fra 'male' e 'bene', fra 'vecchio' e 'nuovo', fra 'prima' e 'dopo'. La 'discesa in campo' rappresenta "un momento sacro e irripetibile che avrebbe cambiato i destini del gruppo di riferimento dell'enunciatore che si pone come portavoce e interprete di un immenso gruppo di pari, la maggioranza degli italiani" (Statera, 1994: 94). La metafora calcistica compensa l'assenza di una struttura argomentativa (Bartezzaghi parla di "**sostituzione della logica argomentativa con l'evocazione suggestiva**") caratterizzando l'operazione di 'ricreazione' del mondo, con la messa in scena di fatti, reali o fantastici. Alla luce della somiglianza strutturale e funzionale del linguaggio mitico con quello politico, il discorso fondativo berlusconiano, intriso di metafore sportive "è interpretabile come l'equivalente di un mito delle origini. Mentre però il mito genuino rappresenta un momento esemplare condiviso da un intero popolo, il falso mito è utilizzato tendenziosamente dalla propaganda politica per uno scopo politico" (Miceli, 1973: 51).

¹⁷ L'espedito dell'elenco rappresenta un procedimento assai frequente nei discorsi politici. Fairclough, esaminando i discorsi di Tony Blair, afferma: "Il discorso politico del New Labour è pieno di [...] elenchi. I fattori di questi elenchi vengono considerati connessi tra loro solo nel senso che appaiono insieme [...] manca un tentativo di spiegazione che cerchi di specificare rapporti più profondi tra i singoli elementi. Lo scopo finale, è legittimare la logica delle apparenze" (Fairclough, 2000: 41).

¹⁸ "È lui, il cavaliere che 'scende in campo', evidentemente da un luogo più alto, e non è una qualche struttura collettiva a delegarlo [...] può scendere solo chi prima stava in alto, in senso metaforico naturalmente, e quindi questa 'discesa in campo' ha qualcosa della degnazione e della superiorità di chi ha già vinto prima di combattere. Tutta la campagna elettorale di Berlusconi sarà segnata da questa implicatura di superiorità, tacita, ma martellante" (Vulli, 1995: 194).

La metafora sportiva, uno dei maggiori punti di forza della neolingua berlusconiana, associata alla strategia semplificante della vaghezza, si colloca idealmente nella cornice di una tavola mitica fondativa, ancorata ad una visione quasi teocratica della politica che sottintende un accordo fiduciario non negoziabile, quasi plebiscitario. La dimensione mitica, legata all'uso delle metafore sportive, contribuisce ad amplificare il senso di un'adesione collettiva incondizionata al progetto politico di Berlusconi. Un esempio emblematico è il discorso celebrativo, pronunciato a Roma il 24 gennaio 2004 all'EUR (Palazzo dei Congressi), dove l'io narrante dell'oratore si dilata in un *noi* maestatico con funzione 'inclusiva', come somma cioè di tutto il popolo: *Noi siamo scesi in campo non solo per salvare l'Italia e per cambiarla, ma anche per cambiare il modo stesso per fare politica, non ne possiamo più di quello che ho definito come il teatrino della politica.*

La drastica cesura con il passato, implicita nella neolingua, viene attuata attraverso un uso insistente della metafora del calcio, capace di mobilitare l'intera nazione, dando l'*input* ad un progetto di ricreazione del mondo¹⁹, finalizzato ad uniformare il codice valoriale delle cose. Configurandosi come meccanismo cognitivo inscindibile dall'apparato semi-otico del 'berlusconismo' (definito da Bartezzaghi "ontologia del reale") la metafora del calcio diviene il tramite ideale di un'adesione collettiva incondizionata ad un'immagine-mondo, ridotta alle dimensioni di uno stadio. La metafora calcistica, nelle sue forti connotazioni simboliche, acquista così il significato emblematico della discesa dal cielo del salvatore²⁰, investito della missione di cambiare e redimere il mondo, esposto alla minaccia comunista. Si inquadra in tale ottica il potere evocativo, racchiuso nella frase allusiva, inquietante "c'è un pericolo per il paese" contenuta in quello che è stato chiamato *Il primo discorso*, pronunciato a Roma al Palafiera il 6 febbraio 1994. Dell'universo di metafore agganciate alla strategia semplificante dell'indeterminatezza fa parte integrante la figurazione metaforica allusiva "pericolo strisciante" (cfr. Bolasco *et alii*, 2006: 85) con la quale Berlusconi evoca, in modo indiretto e obliquo, un'incombente minaccia comunista²¹, giocando abilmente sul sentimento inconscio della paura, legato all'immagine viscida e ripugnante di un rettile. La minaccia comunista viene evocata nel *Primo discorso* con toni allarmanti, potenziati dall'uso dell'ellissi: [...] *abbiamo deciso invece di dare una risposta diversa, perché abbiamo sentito che si profilava un pericolo [...] c'era nell'aria una grande paura, un grande timore [...] una minoranza che ci avrebbe inflitto un futuro soffocante e illiberale.*

Il ruolo strategico svolto da alcuni slogan anticomunisti, che puntano sul massimo coinvolgimento emotivo del destinatario del messaggio, viene supportato dall'artificio

¹⁹ La metafora calcistica è interpretabile "come il segno qualificante dell'esigenza di risistemare il mondo, in modo da poterci vivere sicuramente e che corrisponde a livello strutturale profondo al bisogno di possederne l'organizzazione" (Miceli, 1973: 52).

²⁰ "Si tratta di teologia politica allo stato puro, cioè trasposizione di schemi mentali e suggestioni dalla teologia alla politica. È una forma mentale perenne e universale, ricorrente nella storia delle irruzioni in politica di tutti i salvatori che si accollano compiti provvidenziali. Gli 'unti del Signore' che gli uomini comuni devono riconoscere, fanno la loro apparizione nella storia in ogni momento di difficoltà" (Zagrebel'sky, 2010: 67).

²¹ La parte iniziale del *Primo discorso* si chiude con la metafora bellicistica, carica di pathos, evocatrice della dimensione agonico-sportiva: "[...] è per questo che abbiamo risposto a questa specie di chiamata alle armi.

retorico dell'ellissi (l'aggettivo *diversa*) che suggerisce un implicito paragone senza specificare il suo secondo termine²². L'uso astuto e privilegiato dell'espedito delle metafore sportive, legate soprattutto al calcio, attiva un costante scambio metaforico di significati fra il mondo del calcio e quello della politica, trasferendo lo scenario di uno stadio in parlamento e viceversa. Quello della metafora sportiva è quindi uno degli artifici retorici più frequenti ed efficaci, utilizzati dal Cavaliere nel contesto di una 'neolingua' che tende ad appiattire e sovvertire il significato delle cose. Ci troviamo di fronte ad un processo simile, come si avrà modo di dire più avanti, a quello che si svolge nel romanzo *1984* di G. Orwell (1948), sotto il segno comune, cioè, della contrazione del linguaggio e di una progressiva inibizione del pensiero. La suggestione esercitata dalla metafora calcistica nell'immaginario collettivo culmina con lo slogan politico-sportivo "Forza Italia". Il calcio diviene così una formula magica totalizzante, capace di incitare la folla di sostenitori-tifosi, identificabile con le classi medio-basse della borghesia del Paese, così come i tifosi di calcio sugli spalti di uno stadio²³. Inscindibilmente fuse con le metafore del calcio sono quelle belliche che svolgono anch'esse la funzione di compensare la carenza di argomentazioni, attivando, attraverso la mozione degli affetti, un efficace meccanismo di rispecchiamento con l'elettorato. Le metafore belliche²⁴, destinate ad intensificarsi con gli anni, soppianteranno sempre più quelle del calcio, con il moltiplicarsi delle vicende giudiziarie di Berlusconi. Assieme alle metafore guerresche (*attacchi più micidiali; impresa temeraria; chiamata alle armi; macchina da guerra*) si segnala soprattutto all'attenzione la frequenza di vocaboli biblici che conferiscono un'aura di misticismo al movimento e ai suoi progetti, collegati con la missione salvifica attribuita da Berlusconi alla propria discesa nell'arena politica. Fra le espressioni più frequenti, legate al repertorio simbolico nella strategia comunicativa del Cavaliere, riflesso della tensione visionaria dell'enunciatore del messaggio, risaltano quelle di ascendenza mussoliniana: *la traversata del deserto, il nuovo miracolo italiano, il credo laico, le missioni del governo*.

Soprattutto nel decennio 1994–2004, che va considerato il periodo più vitale e propulsivo dell'azione politica di Berlusconi (nel maggio 2008 il Cavaliere è stato eletto *premier* per la quarta volta dal suo ingresso in politica) dominano nettamente le metafore

²² Sull'impiego strumentale da parte dei politici dell'ellissi riportiamo alcune osservazioni del linguista Beard, il quale, commentando lo slogan nella campagna laburista ('l'Inghilterra farà meglio col nuovo Labour') osserva: "L'effetto di ellissi è ottenuto usando una forma comparativa senza un vero paragone – meglio di che cosa? [...] il vantaggio di omettere il paragone è che permette a ciascuno di fornire il proprio quadro mentale, di che cosa può essere meglio-certamente meglio di come è adesso, ma in modo non specificato" (Beard, 2000: 62).

²³ Davanti alle porte del parlamento premono minacciosamente le sinistre che *pretendono di essere cambiate, ma portano con sé un retaggio ideologico che fa a pugni con le esigenze di una amministrazione pubblica che voglia essere liberale in politica, liberista in economia. Le nostre sinistre pretendono di essere cambiate, ma non è vero. I loro uomini sono sempre gli stessi* (Berlusconi, *Discorso della discesa in campo*, 26 gennaio 1994).

²⁴ Alcune metafore guerresche, utilizzate dal Cavaliere, evocano direttamente la dimensione agonica di una competizione sportiva: *io il successo me lo sono meritato, come Franco Baresi che si è fatto i suoi miliardi giocando da grande difensore* (7. 4. 1994); *questo esecutivo è da record* (30. 12. 2002); *avete un governo che è retto da un imprenditore e da una squadra di ministri* (21. 5. 2009).

calcistiche. Avversari calcistici e politici sono una cosa sola. L'Italia è "l'azienda Italia" e tutti devono "fare squadra" perché possa funzionare, "chi entra a gamba tesa" o "marcia contro" è un "nemico in campo". Che il calcio e la politica siano per Berlusconi la stessa cosa²⁵ risulta chiaro quando nel 1989 a Barcellona confessa in conferenza stampa di 'aver pregato Dio di far perdere i comunisti della Steaua Bucarest nella finale di Coppa campioni contro il Milan'. L'avversario sul campo di calcio prefigura il nemico assoluto, assegnatogli dal cielo²⁶. La metafora del calcio evoca quindi la dimensione agonistica della vita e una concezione politica leaderistica. La scenografia di uno stadio fa da cornice ad un linguaggio colloquiale e intimistico, come avviene nel discorso celebrativo all'EUR per il Decennale di Forza Italia il 26. 4. 2004, quando cantanti lirici intonano l'inno nazionale e quello del partito.

5. La neolingua di S. Berlusconi e il *newspeak* di G. Orwell

L'avvento della 'neolingua' segna il passaggio "dalla politicizzazione del calcio (paradigma della Prima Repubblica) alla calcistizzazione della politica, come metafora della Seconda Repubblica" (Porro, 1995: 42). Vale a dire, la contaminazione che Berlusconi ha attuato su entrambe, travasandole una nell'altra. Molti lavori in questi ultimi anni hanno analizzato il linguaggio di Berlusconi, i continui prestiti forniti dal pallone e le metafore tecniche sul proprio ruolo ("un grande centravanti al quale non passano la palla"). La neolingua, con la sua ibrida sintassi, infarcita di metafore calcistiche, diviene lo specchio di una sorta di rivoluzione copernicana. Il calcio smette di girare attorno alla politica, ma si fonde con essa in un inseparabile intreccio²⁷. Dietro la tendenza apparentemente innocua di ricorrere alla metafora calcistica si nasconde a giudizio di Galli de'Paratesi "un'operazione di manipolazione ideologica delle parole, creando breccie aperte a mistificazioni e futuri soprusi" (Galli de'Paratesi, 2004: 88). Si tratta, cioè, di una strategia comunicativa, mirata ad appiattire e degradare sia la lingua che il significato delle cose²⁸.

Alla nebbia delle parole oscure del vecchio politichese si sostituisce la nebbiolina di un linguaggio semplice e gradevole, ma fuorviante e vuoto nella sostanza: vino vecchio

²⁵ G.L. Beccaria (2010) ricorda che era stato proprio Berlusconi a dire nel marzo 2006 "Il calcio è metafora di vita: dai successi del Milan la gente ha capito che la mia è una filosofia vincente".

²⁶ Il confronto-scontro negli stadi acquista così un significato totalizzante, fondendosi con la dialettica dicotomica 'vecchio/nuovo', 'male/bene', 'comunisti/liberali': *Possiamo dire che il nostro Paese è stato avvelenato e addirittura insanguinato da una sorta di guerra civile permanente, cinquantennale, che nessun Paese occidentale ha dovuto subire e della quale ancora oggi si stenta a percepire la portata e la tragicità* (Berlusconi, *Discorso celebrativo per il Decennale di Forza Italia*, 24 gennaio 2004).

²⁷ Il Milan-Fininvest diviene "un'impresa politica in gestazione, carica del significato berlusconiano di 'nemico' politico, di matrice tutta calcistica, perfetta per dividere nettamente il campo in due alla luce della logica del muro contro muro" (Porro, 1995: 74).

²⁸ Beccaria, pur riconoscendo il bisogno di svecchiamento dell'oscuro e complesso politichese di un tempo, segnala "l'uso ambiguo, teoricamente (o cinicamente) indifferenziato di parole piene, di quelle parole-guida colme da secoli di contenuti, e diventate improvvisamente dei gusci vuoti, nozioni elastiche buone a tutti gli usi, obbedienti a seconda dei casi alle convenienze: parole sacrosante, voglio dire, e di gran peso come giustizia, libertà, democrazia, improvvisamente distorte, manipolate" (Beccaria, 2010).

in bottiglie nuove. Quando si parla, come ha fatto Renato Mannheimer, di un “nuovo linguaggio”, viene spontaneo pensare al *newspeak*, formulato nel romanzo *1984* di G. Orwell, scritto nel 1948 e pubblicato l’anno seguente. È significativo che alcuni recenti spunti di riflessione del prof. G. Zagrebelsky (2010) coincidano con i risultati dell’indagine compiuta da G. Carofiglio (2010) sull’intreccio tra letteratura, politica ed etica. Entrambi indicano fra i riferimenti bibliografici più importanti G. Orwell che nel romanzo *1984* scrive un’utopia negativa: il mondo dove non vorremmo mai vivere. Il romanzo è la storia di ciò che accadrebbe, se si permettesse a certe ideologie di esercitare il potere in modo assoluto. Nello stato utopico di Orwell il massimo reato è pensare autonomamente. Lo slogan è: “chi controlla il passato, controlla il futuro: chi controlla il presente, controlla il passato”. L’unico pensiero ammesso è quello del *newspeak*, elaborato dai tecnici del Partito (*Soccing*), in cui ogni termine assume solo il significato voluto dal Partito, il cui capo (*Big Brother*) è invisibile ma onnipotente, controllando i membri del Partito attraverso l’occhio attento di telecamere installate nelle loro case. Il carattere peculiare del *newspeak* è “la progressiva riduzione del linguaggio che ha per effetto l’impoverimento e appiattimento, poi una vera e propria inibizione del pensiero” (Carofiglio, 2010: 26). Attuando un radicale rovesciamento del significato di parole chiave (*odio/amore, schiavitù/libertà*), vengono mantenute in vita solo quelle conformi al pensiero unico che viene ripetuto continuamente, in quanto ogni ripetizione allenta la capacità critica e comprime l’orizzonte mentale²⁹.

Nella neolingua omologante del Cavaliere il codice semplificato delle parole del potere riflette un’operazione eversiva che stravolge non solo il senso delle parole ma anche i contenuti delle cose. La ‘neolingua’, così come il *newspeak* di Orwell, restringe e ottunde il pensiero, mescolando e invertendo i significati delle parole (il ‘potere’ è ‘amore’, ‘libertà’ è ‘privilegio’, ‘giustizia’ è ‘arbitrio’). Certi vocaboli chiave, pur mantenendo l’involucro esteriore, vengono erosi, acquistando significati difforni da quello originario (*riforma, libertà, liberismo*). Si tratta “di un uso furbesco di accostamenti semantici, quasi giochi di parole, un modo per esorcizzare la ragione. Le strutture sintattiche semplici servono a formulare in modo comprensibile dei raggiri ingannevoli” (Bolasco *et alii*, 2006: 43). Assumono così un significato ambiguo vocaboli chiave come *stato* o *giustizia*, scindendosi in concetti dissociati, con connotazioni ora negative (‘stato’ *autoritario, padrone, criminogeno*), ora positive (‘stato’ *civile, liberale, moderno*) secondo che “si inquadrino o no nel proprio programma di trasformazione dello stato stesso” (Santulli, 2005: 92). L’obiettivo è quello di ridurre il mondo alle proporzioni di uno stadio, oscurando le differenze fra le cose mediante il largo uso di un frasario di parole consuete, sfruttando la suggestione delle metafore del calcio.

Si segnalano tuttavia alcune significative differenze fra la neolingua del Cavaliere e il *newspeak* di Orwell. La neolingua della II Repubblica è una lingua semplice ed essenziale, gradevole, anche se ripetitiva, basata su alcuni assiomi, giudicati inconfutabili. Un prodotto attraente, destinato ad un consumo di massa ed elaborato in modo da essere facilmente compreso e assimilato anche da persone di bassa cultura. Tutto l’opposto, quindi,

²⁹ Nel romanzo di Orwell l’obiettivo finale dell’operazione di smantellamento della lingua è affermare il dominio della ‘neolingua’, cioè la riduzione estrema del linguaggio e l’ottundimento della mente, grazie a cui si riesca “ad articolare il discorso nella stessa laringe, senza chiamare in causa i centri del cervello” (Orwell, 1948).

della neolingua orwelliana che punta sulla cripticità di un linguaggio, accessibile solo agli iniziati. Quello che più conta rilevare è che nell'universo semiotico berlusconiano ad essere ridotto "non è soltanto il sistema dell'espressione, come accadeva nella neolingua orwelliana o nell'LTI nazista, ma il sistema del contenuto, ovvero l'inventario stesso del dicibile e del comprensibile. Il compito parrebbe implicare una 'hybris' manicomiale ma è potentemente semplificato dal controllo dei luoghi della rappresentazione, in un orizzonte semiotico in cui quel che è vero si vede e quel che si vede è vero" (Bartezzaghi, 2011: 218).

A differenza di quanto avviene nello Stato di Orwell o nel Terzo Reich di Klemperer, nella neolingua di Berlusconi quello che soprattutto conta è mantenere il controllo della catena produttiva di opinione pubblica attraverso l'apparato di rifrazione mediale del potere. Comune ai linguaggi del potere³⁰ è la vocazione autoritaria della lingua, mirata ad alterare e sovvertire il significato delle parole e delle cose³¹, omologando e degradando il codice valoriale dei contenuti di riferimento. L'azione di restringimento e di contrazione del pensiero richiama alla mente le parole di L. Wittgenstein (1918): "limiti *del* mio linguaggio sono i limiti del *mio* mondo". La manipolazione del linguaggio renderà impossibile pensare pensieri diversi da quelli imposti, consentendo il controllo totale del mondo. L'obiettivo finale dell'ideologia del potere (comune sia al *newspeak* di Orwell che alla 'neolingua' del Cavaliere) è un atto d'amore e di dedizione assoluta nei confronti di chi detiene il potere³².

Il successo della strategia di costruzione del consenso, attuata attraverso il mezzo suadente della neolingua, è reso possibile anche dal fatto che chi parla la 'neolingua', in quella che Dell'Anna e Gualdo (2004) hanno chiamato "*faconda* Repubblica", soffre di singolari amnesie. Così c'è una parte dell'opinione pubblica disposta a credere alla fallacia argomentativa (sotto forma di 'presupposizione') che in Italia ci sarebbe stata la dittatura comunista e che il partito che ha più a lungo governato nel dopoguerra è stato quello comunista. "Quella dei politici è una lingua di facili costumi e dalla memoria corta; una lingua che fiuta, insegue e divora le mode del momento. Una delle caratteristiche della comunicazione politica è lo schiacciamento sul presente" (Gualdo, 2006: 48). Il punto di forza della neolingua è l'arma corrosiva della 'vaghezza' che, puntando sul potere connotativo delle metafore del calcio, trasforma lo stadio in nazione, la nazione in stadio e i cittadini-elettori in una folla urlante di tifosi, divenendo così 'metafora del potere'. C'è un universo sportivo e un universo politico da ridefinire, restituendoli ai propri ambiti di

³⁰ Lo slogan dell'amore, assai insistente nella neolingua di Berlusconi, come atto di totale sottomissione all'ideologia del potere, è il sigillo che chiude il romanzo *1984*: "Ora, tutto era definitivamente sistemato, la lotta era finita. Egli era riuscito vincitore su sé medesimo. Amava il Grande Fratello" (Orwell, 1948).

³¹ Un esempio è l'uso ambiguo di 'riforma', il cui spessore semantico si scinde in un'ampia gamma di significati dissociati: 'riforma' è il superamento dell'articolo 18 dello Statuto dei lavoratori; oppure un progetto fiscale di redistribuzione alla rovescia (con un netto vantaggio per i più ricchi) ma è anche un approccio all'immigrazione, improntato a xenofobia. Chi dissente dalle 'riforme', volute dal Grande Semplificatore (e quindi dal popolo) è avversario 'sul campo' e quindi 'va espulso', in quanto 'gioca' contro la 'squadra di governo', cioè contro l'Italia.

³² Al paradigma dell'amore si ispira il volume, dall'evidente intento apologetico, *Noi amiamo Silvio*, edito da Peruzzo nel 2010, che raccoglie una serie di fotografie, momenti pubblici e privati del Cavaliere Berlusconi.

appartenenza. La “neolingua-malalingua”, funzionale all’esercizio del potere, costellata di metafore sportive e di volgari invettive, pone al centro dell’attenzione l’aspetto della funzionalità della parola, corrosa da un linguaggio mistificante. Quello che ci pare più grave è che alla diffusione di modelli disdicevoli di comportamento (non solo linguistici), contrari alla ‘grammatica del rispetto’, contribuisca proprio chi rappresenta al governo i cittadini. “Oggi è politicamente corretto il dileggio, l’aggressione verbale, la volgarità, la scurrilità. È politicamente corretta la semplificazione, fino alla banalizzazione, dei problemi comuni” (Zagrebel'sky, 2010: 52).

6. Conclusioni

Di fronte al progressivo scardinamento del codice della lingua e dei valori civili di riferimento sotto la spinta di una neolingua omologante che trova uno dei principali elementi di forza nell’uso delle metafore sportive, stordendo la coscienza critica del cittadino-elettore, suona quanto mai attuale l’affermazione di Orwell in un articolo del 1946: “combattere contro il cattivo uso del linguaggio significa opporsi al declino della civiltà”. Spetta quindi alla cultura e alla ‘cultura della politica’ il compito di ‘rimettere la palla al centro’, restaurando la giusta misura delle cose, alterate da un uso tendenzioso delle metafore sportive, mirato a stravolgere e degradare il reale. L’obiettivo è quello di recuperare la dimensione prospettica ed etica della politica, senza la quale essa resterebbe schiacciata nella contingenza del presente. Restituire alla politica e alla lingua la dignità e autonomia dei loro reciproci ruoli significa recuperare il codice valoriale delle parole e delle cose, manipolate dalla ‘neolingua’ omologante, su cui fa leva il nuovo stile comunicativo, adottato dal Cavaliere Berlusconi. Senza cedere alle fallacie argomentative, nascoste fra le pieghe di un linguaggio semplice, ancorato al paradigma del *nuovismo* e infarcito di metafore sportive, la via per recuperare la funzione comunicativa della parola è a nostro giudizio quella indicata da Umberto Eco in un saggio sul discorso politico: “Il discorso politico che sostituisce alla dichiarazione persuasiva la formula incantatoria (e peggio se sotto alla formula magica si cela un messaggio segreto da stregone) rappresenta una realtà linguistica e civile che ogni comunità democratica deve corrodere con il limpido esercizio dell’analisi che demistifica” (Eco, 1983: 105).

Resumé. Poukázali sme na osobitnú rolu, ktorú v prechodnej fáze druhej republiky zohráva športová metafora v jazyku politikov, ktorý niektorí talianski lingvisti nazývajú ‘neolingua’. Za inovatívnou, prítlačivejšou formou politického prejavu sa však skrýva zámer prevrátiť nielen jazykový systém, ale aj základnú podstatu vecí.

Bibliografia

- BARTEZZAGHI, S. (2011), “Il nuovo, il solare, il vero nella semiotica del berlusconismo”, in: *MicroMega*, 2, Roma: Editoriale L'Espresso, 209–226.
- BEARD, A. (1999), *The Language of politics*, London: Routledge.
- BECCARIA, G. L. (2010), *Libertà è telefonare al questore*. [<http://www3.lastampa.it/libri/sezioni/parole-in-corso/articolo/1stp/373989/>, cit. 3-12-2011].
- BOLASCO, S., GALLI DE' PARATESI, N., GIULIANO, L. (2006), *Parole in libertà. Un'analisi statistica e linguistica dei discorsi di Berlusconi*, Roma: Manifestolibri.
- CAROFILIO, G. (2010), *La manomissione delle parole*, Milano: Rizzoli.
- CEDRONI, L. (2010), *Il linguaggio politico della transizione. Tra populismo e anticultura*, Roma: Armando Editore.
- DELL'ANNA, M. V., LALA, P. P. (2004), *Mi consenta un girotondo, Lingua e Lessico nella Seconda Repubblica*, Galatina: Mario Congedo editore.
- DARDANO, M. (2002), *La Lingua dei media*, in: *La stampa nell'età della TV. Dagli anni Settanta ad oggi* (a cura di V.Castronovo e N. Tranfaglia), Roma – Bari: Laterza, 245–275.
- DEVOTO, G. (1939), “Lingue speciali. Le cronache del calcio”, in: *Lingua nostra*, 1, 17–21, (ora in: G. Devoto, *Scritti minori*, vol. III, Firenze, 1972: Le Monnier, 164–169).
- ECO, U. (1983), “Il linguaggio politico”, in: *I linguaggi settoriali in Italia* (a cura di Beccaria G. L.), Milano: Bompiani, 93–152.
- FAIRCLOUGH, N. (2000), *Blair, New labour, new language?*, London – New York: Routledge.
- GALLI DE' PARATESI, N. (2004), “La Lingua di Berlusconi”, in: *MicroMega*, 1, Roma: Editoriale L'Espresso 85–98.
- GUALDO, R., DELL'ANNA, M. V. (2004), *La faconda Repubblica, La lingua della politica in Italia (1992–2004)*, San Cesario di Lecce: Manni.
- GUALDO, R. (2006), *Tecniche di scrittura per i media*. [<http://www.unitus.it/scienzepolitiche/programmi/programmi-Isem-06-07/Tecn-scrutt-media.pdf>, cit. 3-12-2011].
- KLEMPERER, V. (1947), *La lingua del Terzo Reich. Taccuino di un filologo*, Firenze: Giuntina, 1988.
- LIVOLSI, M., VOLLI, U. (1995), “Fra assenza e seduzione virtuale. Appunti sulla comunicazione di Silvio Berlusconi”, in: *La comunicazione politica tra Prima e Seconda Repubblica*, Milano: Angeli, 193–197.
- MENGALDO, P. V. (1994), *Storia della lingua italiana. Il Novecento*, Bologna: Il Mulino.
- MICELI, S. (1973), *Struttura e senso del mito*, Palermo: Quaderni del circolo semiologico siciliano.
- MONTANELLI, I., in: Dardano, M. (2002), *La lingua dei media*, in: *La stampa nell'età della TV. Dagli anni Settanta a oggi*, Roma– Bari: Laterza, 245–275.
- ORWELL, G. (1949), *1984*. [<http://bibliotecario.splinder.com/post/21188209>, cit. 4-12-2011].
- PORRO, N. (1995), *Identità, nazione, cittadinanza. Sport, società e sistema politico nell'Italia contemporanea*, Roma: ed. Seam.

- SANTULLI, F. (2005), *Le parole del potere, il potere della parola. Retorica e discorso politico*, Milano: Angeli.
- SIMONE, R. (1999), *La lingua cambia ci pensa il calcio a trasformarla*. [<http://ricerca.repubblica.it/repubblica/archivio/repubblica/1999/04/24/la-lingua-cambia-ci-pensa-il-calcio>, cit. 4-12-2011].
- STATERA, G. (1994), *Il volto seduttivo del potere. Berlusconi, i media, il consenso*, Roma: Seam.
- STELLA, A. (1988), *Il linguaggio sportivo*, in: *I linguaggi settoriali in Italia* (a cura di Beccaria, G. L.), Milano: Bompiani, 141–152.
- VOLLI, U. (2000), *Manuale di semiotica*, Roma – Bari: Laterza.
- WITTENGESTEIN, L. (1921), *Tractatus logico-philosophicus*, Torino: Einaudi, 1992.
- ZAGREBELSKY, G. (2010), *Sulla lingua del tempo presente*, Torino: Einaudi.

Zora Jačová
Katedra romanistiky
Filozofická fakulta
Univerzita Komenského v Bratislave
Gondova 2
SK–814 99 BRATISLAVA
Repubblica Slovacca