Alcune osservazioni sulla "forza della parola"

Stefano Bartezzaghi
30 Novembre 2019

"*La forza della parola*" *è il tema che gli organizzatori del festival Kum (Ancona, 18-20 ottobre 2019; ideatore e direttore: Massimo Recalcati) hanno proposto al latinista Ivano Dionigi e a me, per un dialogo che si è infatti tenuto la sera del 19 ottobre. Sono qui raccolte alcune delle schede che avevo preparato per l'occasione e alcune annotazioni prese successivamente*.

La parola parola*.*

Parola, si sa, è una parola e fra le parole è una delle meno univoche. La parola è il vocabolo ("*ossesso* è una parola palindromica") ed è l'impegno del locutore nel proprio discorso ("ti do la mia parola"); è la facoltà ("il dono della parola") ed è il diritto di parlare ("do la parola a ..."); è un'affermazione, una presa di posizione nel discorso ("avere l'ultima parola") ed è un indirizzo ("la parola del maestro"); è il vacuo succedaneo dei fatti ("solo a parole") ed è un modo di parlare ("avere la parola facile"): nella sua variabilità semantica, la parola *parola* allude alle virtù oscillatorie del linguaggio. Data l'instabilità della relazione fra questo unico significante e i suoi molteplici esiti semantici, quando due persone parlano di *parola* almeno in linea di principio non possono dirsi certi di star parlando del medesimo argomento.

La parola forza*.*

Anche la parola *forza* ha uno spettro oscillatorio (nessun termine ne è in effetti privo). Ma questo è assai più limitato. Che si parli di vigoria fisica ("usare la forza"), di violenza ("per amore o per forza"), di insieme di individui ("una forza politica", "le forze armate") o di influenze tra entità fisiche (la "forza gravitazionale"), si ha sempre a che fare con la capacità di intervenire e modificare uno stato di quiete: la capacità di causare effetti. Gli effetti che

conseguono a qualcosa che possiamo chiamare "forza" sono perentori e irreversibili. Anche quando il vocabolario definisce "la forza della parola" come "il suo potere, o la sua efficacia persuasiva o dimostrativa" (Zingarelli 2020, alla voce *forza*, §5) della persuasione e della dimostrazione coglie il lato oppositivo e impositivo, cioè la necessaria capacità di affrontare (opporsi) e superare (imporsi sopra) le resistenze che si incontrano. Il ragionamento quando è forte vince; non è però detto che convinca. Persuade, si fa seguire; non è però detto che venga fatto proprio. La sua è la persuasione come resa, diversa dalla persuasione come adesione (o addirittura "abbraccio" di una causa).

Prova di forza.

La forza è in sé cieca, monodimensionale. Già in Omero, la forza è sconfitta solo da una forza diversa, contraria e superiore (Achille ed Ettore), oppure dall'astuzia (Ulisse e Polifemo), che però non la batte ma la aggira. La forza, ogni forza, si conosce e si misura infatti solo dalle forze a lei opposte. La forza è per noi il parametro di confronti di tipo agonistico-competitivo, che non richiedono cioè arbitrati, così come la vittoria sul ring per ko annulla i voti di merito dei giudici.

La parola è certo capace di forza; chi ne dubitasse può convincersene ogni volta che le sue parole risultano deboli, restano *parole* e non costituiscono l'*ultima parola*, non vengono prese come *parole d'ordine* o *parole* d'indirizzo; non verrà egli creduto *sulla parola*, sarà stato bravo – come tutti sanno essere – *solo a parole*.

Ma per il principio enunciato poco sopra, come per tutte le altre forze anche per parlare di "forza della parola" dobbiamo interrogarci su quali altre forze la parola incontra, a quali si oppone e viene opposta. Questo non in un orizzonte generale e metafisico, ma proprio nelle pratiche semiotiche correnti, nei campi comunicativi oggi dati. A cosa capita di sentire contrapposta la parola? Quali forze sono ritenute capaci di rintuzzare la sua? Quali sono, insomma, le prove di forza della parola?

Alla prova dei fatti / 1. La forza delle cose.

Le cose, i fatti, la realtà (detta anche "la dura realtà"), diverse manifestazioni di una medesima istanza, sono i primi e forse più ovvi oppositori della forza della parola, nelle pratiche semiotiche correnti. L'idea saussuriana di segno come

entità psichica e relazione fra ciò che significa e ciò che ne è significato non è mai stata comunemente accettata sino al punto di sostituire il paradigma classico che oppone *res* e *verba*. Separato il "mondo" della significazione (virtuale, illusorio, artificioso) dal "mondo" propriamente detto, quello "delle cose" (naturale, autonomo, indifferente), è sempre possibile accusare le parole di non esserlo, cose. Nelle dispute trova perciò ruolo di salvifico espediente proprio la feconda stratificazione semantica di *parola*. L'accusa e l'ingiuria, per esempio, sono "cose" fatte di "parole" e nella misera retorica dei nostri giorni è molto comune accusare o ingiuriare prima, per poi esortare l'avversario che protesta a non fermarsi alle parole (e magari non accusarlo nuovamente di non sapere stare allo scherzo, di non aver capito la battuta).

In generale una forma particolarmente perversa di nominalismo vuole che le parole siano nomi convenzionali, indifferenti e pressoché neutri, e quello che importa sono le cose. È l'argomento classico che si usa per obiettare all'elitismo. Secondo questa visione del mondo, le parole sarebbero dalla parte delle *forme* e le cose dalla parte delle *sostanze*: la parola come bottiglia in cui il naufrago ha arrotolato e impermeabilizzato il suo messaggio. Tenere in considerazione la bottiglia anche dopo averne estratto il messaggio sarebbe appunto indugiare nel formalismo e non "badare al sodo".

Alla prova dei fatti / 2. L'evidenza.

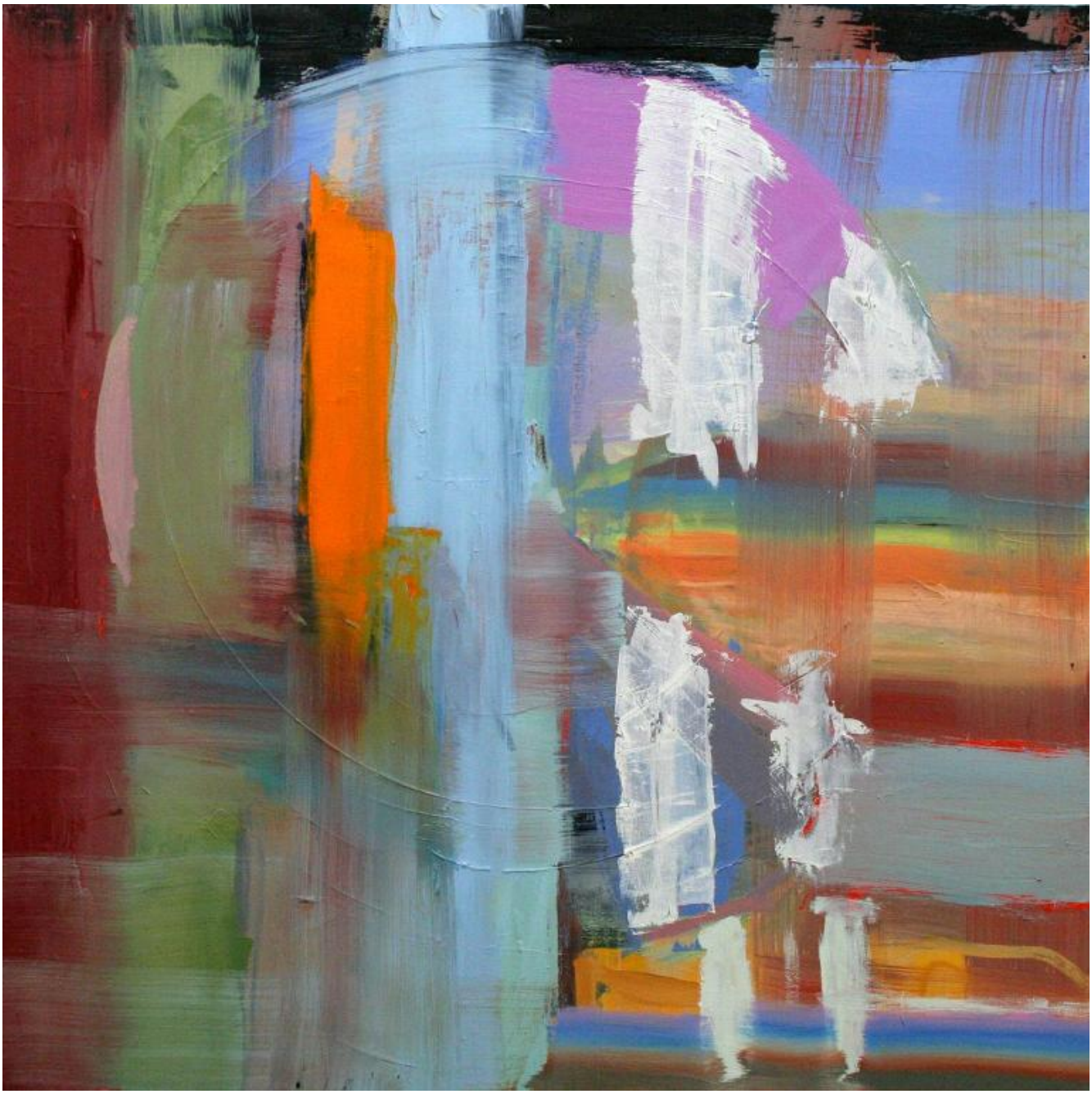
Le parole, si dice ancora, non sono fatti: annunciano, raccontano, deformano i fatti ma non possono annullarli. Gli spettatori, gli elettori, le persone non vogliono parole, vogliono fatti, dove il verbo "volere" sembra esorbitare dalla più comune accezione letteralmente volitiva a quella, quasi deontica, della richiesta implicita incorporata in una data materia (per cui in culinaria si dice che un certo taglio di carne "vuole essere cotto" in un certo modo o in grammatica che un certo costrutto "vuole" il verbo al congiuntivo imperfetto).

La parola viene così presentata come il sotterfugio che maschera i fatti, non potendoli appunto abrogare. Si può forse negare l'evidenza? Anzi, proprio "evidenza" (e proprio in quanto parola!) ha da qualche tempo associato ai suoi significati l'accezione (prestata dall'inglese) di "prova di un reato" o "attestazione di un fatto". Quel che la parola può fare ai fatti è cercare di imporne casomai un'interpretazione. A volte lo fa proprio la parola intesa non come facoltà di linguaggio ma come singolo vocabolo: chiamare i migranti "clandestini" è un modo di schierarsi e di proclamare una visione del mondo, senza affermarla ma

mostrandola direttamente in atto. È quello che succede sempre ai talk show, che del resto iscrivono la dimensione verbale del "talk" in quella esibitiva dello "show". Dall'annnoso precetto "show, don't tell" ricavano la possibilità dello show all'interno dello stesso "telling".

Questa parola opposta ai fatti è appunto una parola ridotta alla sua nuda forza: è il nome imposto dal martellamento dei media, il branding di leggi e decreti (vedi ad esempio il "decreto-dignità"), l'appellativo ingiurioso gridato a ripetizione nei talk-show. "La mia parola contro la tua": è la battuta che riduce le potenzialità della parola alla sola dimensione della forza. "Questo lo dici tu": è il truismo che riporta ogni enunciato al suo enunciatore, come il cane riporta il bastone a chi glielo ha tirato lontano. Tutto è soggettivo, nulla può perforare la barriera che separa *verba* da *res*, niente di detto può aspirare all'oggettività dei fatti.

L'evidenza diviene così la munizione che carica l'arma del realismo, funzionale a entrambi i suoi possibili impieghi: alle parole degli attacchi altrui, contrappone l'evidenza di una realtà non verbale; in funzione invece offensiva, impone alle proprie parole l'evidenza valoriale del loro significato eufemistico ("si chiama *dignità* ed è dunque un buon decreto"; "si chiama *casa propria* ed è dunque fuori discussione il diritto di *difenderla*", eccetera). Quest'ultimo aspetto della questione è molto spesso l'unico che viene considerato. Si potrebbe chiamare: "effetto Klemperer" e non è certo privo di ambiguità



Opera di Diana Copperwhite.

Una digressione sulla lingua che impone il pensiero.

Per tutto il periodo in cui il nazismo restò al potere in Germania, il filologo Victor Klemperer prese annotazioni sulla lingua del regime, che denominò LTI, *Lingua Tertii Imperii* ("lingua del Terzo Reich"). Le principali operazioni compiute dalla LTI sul tedesco tradizionale erano *selezione*, *deformazione* e *ripetizione*. Per esempio: «I termini *fanatico* e *fanatismo* non sono un'invenzione del Terzo Reich, che ne ha solo modificato il valore e li ha usati in un solo giorno con più frequenza di quanto non abbiano fatto altre epoche nel corso degli anni» (Victor Klemperer, *Lti. La*

lingua del Terzo Reich. *Il taccuino di un filologo* [ed. orig.: 1947], trad. it. di Paola Buscaglione, Giuntina Editore, Firenze 1999). Il *fanatismo* era in precedenza connotato negativamente, come ossessione religiosa antirazionale; il nazismo ha scelto questo termine (selezione), lo ha riconvertito a un valore positivo, di fedeltà cieca e devota al regime (deformazione), lo ha reiterato incessantemente. Qual è il risultato? «Se per un tempo sufficientemente lungo al posto di *eroico* e *virtuoso* si dice *fanatico* alla fine si crederà veramente che un fanatico sia un eroe pieno di virtù e che non possa esserci un eroe senza fanatismo».

Klemperer ha posto la sua analisi sotto il segno di un verso di Friedrich Schiller riferito alla "lingua che crea e pensa per te". La forza della parola nazista era imposta dal controllo assoluto dei mezzi di comunicazione e certamente arrivava alla letterale negazione dell'evidenza e all'imposizione di un oblio collettivo. Oggi sono ricorrenti i timori che qualcosa del genere si stia manifestando anche nelle società contemporanee, in altre forme, e si può dire sulla base di sospiri anziché di detonazioni. Certamente però quelle tecniche di selezione, deformazione e ripetizione tipiche della propaganda dei totalitarismi del primo Novecento sono state poi riprese dal marketing e di qui sono tornate alla politica di fine Novecento, sia pur depurate dagli ideologismi espliciti.

Se la diagnosi di Klemperer dà tuttora spunti molto utili, non si possono però trarne indicazioni prognostiche di sia pur vaga efficacia. Oggi per l'"effetto Klemperer" siamo portati a ritenere che le parole, intese come singoli vocaboli, siano cartine di tornasole che rivelano il nostro pensiero e lo tradiscono. Tutta l'attenzione all'"importanza" delle parole e alla loro forza si risolve però nello scrupolo con cui si evitano termini tabù e si censura socialmente chi "sbaglia" a parlare, poiché li usa. Ma basta non usare "fanatico" in senso positivo per scongiurare i germogli del neonazismo? Evidentemente, no. Non è sufficiente e non è neppure detto che sia necessario.

Fallimur imagine.

La prima forza che si oppone alla parola è quella dei fatti, che viene armata contro la parola, ma a parole, tramite il richiamo a un'*evidenza*. L'evidenza è la parola che si fa fatto e il fatto che si fa parola. Ma, ibrida come è fra il fattuale e il visuale, la nozione contemporanea di *evidenza* è anche il fulcro comune alle due forze che si oppongono principalmente alla parola: se la prima era costituita dai fatti, la seconda è costituita appunto dall'immagine.

"Siamo ingannati dall'immagine", sostiene il motto di un'impresa cinquecentesca di Giovanni Battista Rota (citata e riprodotta in: Mario Praz, *Studi sul concettismo*, Sansoni, Firenze 1934). Nell'opposizione classica fra *res* e *verba* le immagini non venivano considerate affini (per artificiosità semiotica) alle parole ma decisamente poste dalla parte delle cose, con una sorta di sopravvalutazione della somiglianza morfologica (pur proiettata sul piano bidimensionale). Casomai era compito di una precettistica filosofica e anche teologica ("*Videmus nunc per speculum, in aenigmate*, [...]", Paolo, I *Cor.* 13, 12) ricordare la possibilità che l'immagine fosse *phantasmaton*: realtà ingannevole; senza poi considerare che nel mito platonico della caverna è addirittura la realtà stessa a essere costituita da immagini.

Oggi Instagram ha sopravanzato Facebook, e a volte ciò è considerato un sintomo assai probante. È però da ben prima che ciò succedesse che si è cominciato a parlare di civiltà dell'immagine. Le tecnologie fotografiche, di stampa, cinematografiche, televisive e poi telematiche hanno progressivamente migliorato la possibilità di produrre, elaborare e distribuire immagini. Per fare all'immagine quello che Gutenberg ha fatto alla parola, rendendola tecnologicamente manipolabile e moltiplicabile, c'è voluto mezzo Ottocento e tutto il Novecento, da Niépce a Photoshop. Anche l'accennato passaggio di egemonia nei social network da Facebook a Instagram si è determinato in seguito (e in conseguenza) della comparsa di dispositivi sempre più raffinati per la produzione, l'elaborazione e la diffusione di testi visivi da parte di singoli utenti non specializzati.

Una foto.

L'esempio più impressionante della forza dell'immagine lo ha dato Ilaria Cucchi quando ha dichiarato che a cambiare il corso, che pareva ormai segnato, della vicenda processuale a proposito della morte di suo fratello era stata la decisione di mostrare, con la massima evidenza, la fotografia del suo volto e di parte del suo corpo esanime, sul lettino dell'obitorio: «Parlai con Anselmo e lui mi disse “la prima cosa è scattare foto al corpo”. Io pensai: che strani questi avvocati del Nord, ci sarà l’autopsia e tutto andrà come deve» (intervista rilasciata a Fiorella Sarzanini, "Ilaria Cucchi e il coraggio di mostrare il corpo del reato"; www.corriere.it, 7 agosto 2019; ultima visita: 25 ottobre 2019). L'ostensione di questo documento visivo non era certo nelle intenzioni della famiglia, ed è stata decisa come *extrema ratio.* Di conseguenza è mutata la disposizione non solo dell'opinione pubblica ma anche dei testimoni e di almeno alcuni dei superiori

militari degli indagati: «Senza la foto del volto pesto, tutto si sarebbe fermato. Vedendola, tutti hanno capito cosa era stato fatto a Stefano e la solitudine che ha provato quando è morto» (*ivi*). Le indagini che stavano inclinando verso una forma di insabbiamento e minimizzazione hanno dovuto prenderne atto e il decorso processuale che ne è conseguito ha eluso i depistaggi e imputato persone che sino a quel momento erano state protette dalle gerarchie.

Opera di Diana Copperwhite.

Il caso suggerisce certamente riflessioni fortemente problematiche, a proposito della formazione dell'opinione pubblica e della sua influenza sul corso della giustizia. Ma ai nostri fini il punto interessante è che, fuori da ogni semplificazione giornalistica, non si può sostenere che la fotografia sia effettivamente bastata. Era la foto di Stefano Cucchi, la sua pertinenza al caso passava da un nome e il nome è lingua. Non si scambi questa nostra affermazione per un rozzo escamotage retorico. Molti dei casi discussi a proposito di "fake news" infatti riguardano immagini fotografiche o video, inequivocabili nella loro denotazione iconica ma verbalmente riferiti a qualcos'altro: era *davvero* un gabbiano intriso di petrolio ma *non* proveniva dal Kuwait; era *davvero* un cumulo di spazzatura in una piazza, ma *non* era stato lasciato da una manifestazione di studenti ambientalisti, e cosi via.

Al di là delle possibilità tecniche di manipolazione diretta delle immagini (tecniche che dal vecchio fotomontaggio si sono evolute e diffuse come e quanto è da tutti noto) è difficile che un'immagine non abbia necessità di una didascalia per trovare, nel contesto, il proprio senso. Lo si vedeva nella rubrica "Eveline" del programma *Schegge* (RaiTre), dove i filmati internazionali di agenzia normalmente usati dai telegiornali a copertura di servizi in audio venivano mandati in onda così come venivano trasmessi, senza alcun commento verbale e ottenevano un effetto fortemente straniante con il mostrare, per esempio, scene di guerra fra bande, senza che lo spettatore potesse collocarle in alcuno scenario geopolitico determinato.

Alleanze, inimicizie, gregarietà della parola.

Come si è visto, sia nel caso dei fatti sia in quello delle immagini, quelle che vengono opposte alla forza della parola sono altre forze con cui essa può però combinarsi e anzi di fatto si combina. Nella vita quotidiana della parola, i suoi asseriti nemici sono alleati. A dar senso a una fotografia come a una notizia o a qualsiasi racconto di fatti è la collocazione all'interno di un discorso che almeno in parte prevedrà l'uso della parola.

Dire che le parole non sono le cose non solo cozza contro la circostanza altrimenti pacifica per cui le parole sono cose come tutte le altre. Nega anche il fatto che non c'è cosa che non sia parlata e che non trovi il proprio senso nel suo rapporto con la parola.

D'altra parte, contrapporre parole e immagini nega il carattere figurato della lingua verbale e più in generale le complesse ibridazioni possibili fra i due linguaggi.

Da questo confronto con i suoi due principali oppositori possiamo vedere come la parola disponga di una forza *gregaria*: negli scontri di forza può vincere se si allea alla forza dei fatti e alla forza delle immagini. Se rinuncia agli effetti di realismo e di figurazione la sola parola continuerà a scontare l'handicap della sua "artificiosità" sullo sfondo della pretesa "naturalità" di fatti e immagini.

La parola ripetuta.

Un bambino ripete una parola mentalmente o, se non lo sente nessuno, con la voce: "divano divano divano divano divano...". Dopo un po' gli parrà di dire "vànodi, vànodi vànodi" e la parola diventerà un aggregato di tre sillabe, privo di consistenza lessicale. Il gioco infantile costituisce un piccolo esperimento di accelerazione di particelle linguistiche, che ha l'effetto di frantumare l'unità della parola (questo feticcio, l'unità, che linguisticamente risulta indefinibile) e soprattutto di scinderne la metà che significa dalla metà che ne è significata.

I fatti e le immagini sono istanze che alla forza della parola si contrappongono – o meglio: vengono contrapposte – dall'esterno. Ma è anche dall'interno che la forza della parola viene minacciata e non a caso se ne attribuisce la responsabilità a fenomeni che a volte vengono descritti con metafore a veicolo patologico (come "la peste del linguaggio"). Si parla di "lingua povera", "lingua di plastica", "lingua vuota" e si allude con questo all'uso di anglismi, gerghi settoriali, tormentoni diffusi da *media* vecchi e nuovi, mode di origine varia e soprattutto giovanilismi o pseudogiovanilismi. Il maggior fastidio è dato dalla *ripetitività* della parola altrui. Il nostro prossimo parlerebbe "male", anche perché usa "poche parole": si diffondono statistiche (a volte inventate o fraintese) sul numero delle parole che sono note alla media dei parlanti e sulla drammatica diminuzione della loro quantità.

Bisogna considerare che è proprio la ripetizione a togliere il significato, non solo nel gioco infantile ma anche nel "gioco" sociale della parola. Il tormentone è una parola che non ha mai avuto senso o pertinenza a un contesto (come il "Patroclo!" ripetuto ad *Alto gradimento*) o è una parola che lo ha avuto e poi lo ha perso nel suo decorso iterativo. Ma come insegna Klemperer la ripetizione, anche coatta, è anche il modo per fissare una parola nella memoria dell'uditorio (e

dell'elettorato). La ricorrenza – cioè la ripetizione di un termine nel discorso pubblico con una data frequenza – è infine il parametro principale nello studio di una parola e nella determinazione delle sue marche d'uso.

Allo stadio fisiologico, la ripetizione forma la parola, come parte della lingua condivisa. A uno stadio strumentale e artificioso, la ripetizione enfatizza la parola, anche in funzione di marketing e di propaganda. La ripetizione svuota la parola dal suo significato quando l'impiego artificioso arriva a uno stadio patologico.

La parola vuota.

Sarebbe però semplicistico concludere che la parola vuota sia debole. La "supercazzola" è un esempio metalinguistico di tormentone: è un tormentone che descrive un tipo di linguaggio. È il nome (in sé pieno) di una pratica linguistica (in sé vuota). L'umoristica trovata cinematografica della "supercazzola" risale al film *Amici miei* (1976) ma è stata accolta dai vocabolari negli anni '10 del XXI secolo, cioè ben più di un quarto di secolo dopo il suo conio: solo allora, cioè, ci si è resi conto di quanto sia entrato nell'uso quotidiano il discorso intenzionalmente nonsense ai fini di frastornare l'interlocutore e mascherare la propria totale mancanza di argomenti. Così si è cominciato a usare la parola principale del discorso del conte Mascetti come nome del genere discorsivo: "gli ho fatto la supercazzola".

La supercazzola è il nome (in sé pieno) di una pratica linguistica (in sé vuota). Nella scena comunicativa sociale la parola vuota è forte, la malattia è più forte della salute. Da qui discendono i ripetuti presagi ferali nei confronti della lingua italiana, della lingua in genere, della civiltà.

Valori.

Quanto ciò abbia esasperato la vocazione vittimistica degli autoproclamati cultori della parola invece piena sarebbe superfluo sottolineare. Né qui si vuole entrare direttamente nel discusso campo della *political correcteness*, che pure non è certo estraneo alla nostra prospettiva. Ai fini del presente scritto basterà invece delineare come proprio la ripetizione sia uno dei dispositivi di svuotamento della parola e come, di conseguenza, le prime a rischiare di essere svuotate sono proprio le parole valoriali al centro della contesa.

Le parole valoriali sono quelle che si ritiene abbiano il significato maggiormente *pregnante*: *libertà*, *dignità*, *onestà*, e simili. La loro ripetizione toglie loro forza e quindi la loro "difesa" non può consistere in una semplice ripetizione invece "virtuosa" e "appropriata". Ma nella contesa politica contemporanea è possibile *rinunciare* all'evocazione verbale dei valori, e quindi anche alla funzione retorica (in termini di *captatio benevolentiae*) di tale evocazione? Come impiegare la forza delle parole senza con ciò (e proprio per questo) diminuirla?

Forza e potere.

Il diagramma delle forze in campo vede quindi la forza della parola contrapposta a quella della realtà e a quella dell'immagine (dall'esterno) e inoltre minacciata (dall'interno) dalla forza della parola vuota (ripetitiva, mediale, generica). Alla parola forse serve altro che la forza, allora.

In un testo intitolato "La lingua, il potere e la forza" (*Alfabeta*, maggio 1979; ora in *Sette anni di desiderio*, Bompiani, Milano 1983) Umberto Eco ha commentato la celebre "Leçon" inaugurale tenuta da Roland Barthes al suo debutto sulla cattedra del Collège de France, discutendone le tesi alla luce delle analisi condotte da Michel Foucault. Eco ha introdotto così una distinzione fondamentale e l'ha offerta a un dibattito pubblico italiano ancora fortemente concentrato sui rapporti allora di cruciale importanza fra movimenti di protesta, società e politica. Si tratta della distinzione fra i rapporti di forza e i rapporti di potere e consiste nel carattere *simbolico* di questi ultimi. La forza è *pura causalità*, dice Eco, ed è irreversibile: è il fulmine che causa l'incendio dell'albero. Il potere è invece diffuso, rizomatico, ed è casomai l'istanza che riesce a combinare le forze contrapposte; deriva quindi dai rapporti di forza ma in qualche modo li sublima. Eco usa qui Foucault e Deleuze e Guattari, ma nella sua analisi sembra agire anche un vago richiamo addirittura lacaniano. Lo possiamo approfondire dicendo che la forza appartiene all'ordine del Reale, aggiungendo che le immagini appartengono (come è ovvio) all'ordine dell'Immaginario e che, se il potere è simbolico come dice Eco, la parola si trova dunque in quell'ordine, dove del resto l'ha pensata anche Lacan. Eco la dichiara "modello" del potere poiché la parola ricava la propria coercitività da un consenso sia pure riluttante: "è prodotto sociale, nasce come apparato costrittivo proprio a causa del consenso di tutti, ciascuno rilutta a dover osservare la grammatica ma vi consente e pretende che gli altri l'osservino perché vi trova il suo comodo".

Confondere la forza (monodimensionale, irreversibile, quantitativa) della parola con il suo potere sarebbe certamente un errore. La forza della parola è un'arma esibitiva, per battaglie verbali, è volta a vincere più che convincere, cioè alla persuasione della resa più che a quella dell'adesione. Il potere della parola è invece reversibile, pluridirezionale, contendibile, esercita anche la forza ma non si inibisce alcun altro mezzo. Dispiega la molteplicità della parola in tutta la sua possibile estensione. La forza della parola trova il suo fondamento nelle credenze radicate, nelle tradizioni, nelle ideologie profonde. Il potere della parola ha un impatto enormemente inferiore nel momento immediato dello scontro, ma si rivolge al pensiero "lungo", mobile ed evolutivo.

Possiamo essere preoccupati della perdita di forza della parola. Ma dovremmo certamente essere più attenti a che la parola non perda – come pure sembra destinata a fare – il suo potere.

57743.jpg

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e SOSTIENI DOPPIOZERO