

Tesi

PASSA PERFINO DA CALIMERO LA FAGLIA DEL PREGIUDIZIO

di ANTONIO CARIOTI

Chi ricorda la pubblicità televisiva che aveva come protagonista «Calimero il pulcino nero», difficilmente penserà che quel cartone animato riflettesse un «sistema di percezione razzista». Eppure, pensiamoci un attimo. A Calimero non ne va bene una, tutti lo trattano male e lo chiamano «piccolo sgorbio» per via del suo colore. Ma per fortuna non è nero, è solo sporco. Basta lavarlo con il detersivo giusto e i problemi si risolvono. Insomma, il nero è associato al dilugio e il bianco al riscatto. Ma che cosa ne dovrebbe pensare chi è nato con la pelle del colore «sbagliato»?

Non è una domanda oziosa, o generata da un eccesso di «correttezza politica». Di fatto, riferisce Federico Faloppa nel saggio *Sbiancare un etiope* (Utet, pp. 248, € 18), citando un articolo di «Le Monde», l'intenzione di schiarirsi l'epidermide è «una tendenza sempre più diffusa» che si registra «da parte delle cittadine francesi di origine africana e delle abitanti delle ex colonie», che spesso usano a questo scopo prodotti dannosi per la salute. Ne deriva una «piaga sanitaria prima ancora che sociale».

Il libro di Faloppa prende le mosse dall'antichità, quando gli individui originari dell'Africa subsahariana erano definiti «etiopi», e già nell'antica Roma la pelle candida era considerata più bella «e spesso chi ne era sprovvisto provava, oltre alla frustrazione, il desiderio di schiarirsi». Con l'avvento del cristianesimo poi assume un'importanza cruciale la contrapposizione «tra oscurità e luce, e quindi tra nero e bianco». Ne consegue «la progressiva associazione tra colore esteriore, fisico, e caratteristiche interiori, morali». Il demone perciò viene raffigurato tutto nero.

Dietro le disavventure apparentemente ingenui di Calimero c'è insom-

ma una sedimentazione di secoli, che raggiunge il culmine in quell'epoca delle conquiste coloniali che coincide con la diffusione del sapone come simbolo del progresso. Come illustra l'apparato iconografico del libro di Faloppa, il lavaggio dell'africano è un'immagine che torna nella pubblicità dei prodotti per l'igiene, con un sottotono di legittimazione della supremazia europea. Secondo l'autore «furono le réclame le prime a far entrare nella testa di una massa eterogenea di consumatori non solo le politiche coloniali, ma anche nuove ideologie razziste». Fino a un fumetto italiano di epoca fascista «che mostra alcuni "sudici morelli" trasformati in piccoli balilla per mezzo di un bagno "civilizzatore" nell'immane tinozza di legno».

Il razzismo può manifestarsi con i suoi strascichi dove meno ce lo aspettiamo, anche in maniera inconscia. Ha a che fare con un immaginario collettivo che abbiamo profondamente interiorizzato e del quale non è facile liberarsi. Per questo è così comodo e redditizio sfruttarlo per fini politici.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



ma candida era considerata più bella «e spesso chi ne era sprovvisto provava, oltre alla frustrazione, il desiderio di schiarirsi». Con l'avvento del cristianesimo poi assume un'importanza cruciale la

