

Federico Faloppa, *Sbiancare un etiopio. La costruzione di un immaginario razzista*, Milano, UTET, 2022, pp. 250, € 18.

Federico Faloppa, docente di linguistica e Italian Studies presso l'Università di Reading in Gran Bretagna, lavora da tempo sul tema degli stereotipi etnici e della costruzione linguistica della "diversità". In questo volume – che, nella dedica iniziale alle generazioni di domani, l'autore augura possa da loro essere catalogato non tra i libri di attualità bensì tra quelli di storia, perché razzismo e discriminazione saranno ormai superati – ricostruisce, attraverso un affascinante percorso che dai testi delle Sacre scritture giunge fino ai contenuti del linguaggio pubblicitario di oggi, passando per il colonialismo e il fascismo italiani, l'autentica ossessione della cultura e della società europee a porre "il bianco" al centro del proprio orizzonte simbolico e a immaginare "il nero" come elemento innaturale da dominare, quando non da tentare di "sbiancare". Lo fa muovendosi tra racconti, citazioni e un ricco apparato iconografico che permettono di tracciare un percorso tra proverbi popolari, fiabe antiche e commedie secentesche, affreschi medievali e dipinti rinascimentali, vignette satiriche e manifesti pubblicitari, pamphlet politici e romanzi autobiografici, tessendo fili che uniscono i padri della Chiesa ad Erasmo da Rotterdam, la pubblicità di saponi alla propaganda fascista, fino ad arrivare a Calimero, il pulcino nero sbiancato da un detersivo che ha segnato l'immaginario italiano del secondo dopoguerra. Il *topos* al centro del saggio è l'espressione "sbiancare un etiopio", utilizzata per definire un'azione inutile per la sua impossibilità, capace però di evocare un immaginario marcatamente razzista, che nel testo viene approfondito e decostruito. Una prima connotazione razziale si afferma grazie al significato allegorico che la figura dell'etiopio assume negli scritti dei Padri della chiesa: allegoria caratterizzata dall'associazione tra colore nero e male. In un secondo momento, tra il III e il IV secolo, il significato metaforico viene ampliato e il lavaggio dell'etiopio arriva a significare un percorso di redenzione dal peccato, rappresentato dal battesimo. Non a caso il battesimo dell'etiopio raccontato negli Atti degli Apostoli diventa motivo iconografico privilegiato nell'Olanda post riforma protestante, data l'enfasi particolare che la chiesa riformata calvinista poneva sul battesimo – unico dei sette sacramenti a sopravvivere, insieme con l'eucaristia, nella liturgia protestante – e sul conflitto spirituale tra le forze del bene e le forze del male. Ma non va dimenticato che l'Olanda era allora una potenza commerciale interessata a estendere il proprio do-

minio politico ed economico, coniugandolo con una cosiddetta “missione civilizzatrice” e che il *topos* figurativo del battesimo dell’etiope non fu solo appannaggio degli artisti influenzati dalla Riforma: lo troviamo infatti anche nell’arte barocca francese e italiana, dove si adattava perfettamente allo sforzo ecumenico della Chiesa e al sottile legame tra colonialismo ed evangelizzazione, costruiti sullo schema binario colonizzatori, civili, *versus* colonizzati, incivili e perciò da civilizzare.

A questo proposito Faloppa, attraverso l’analisi delle campagne pubblicitarie della *Pear’s Soap*, alcune delle quali riportate nella sezione iconografica del testo, osserva come l’industria del sapone si sia espansa nella fase del dominio coloniale, che associa la pulizia alla civilizzazione dei soggetti colonizzati. Lo sbiancamento delle persone nere, nelle campagne pubblicitarie della *Pears* e non solo, indica la possibilità per i colonizzati di far parte allegoricamente di una civiltà (quella colonizzante) più progredita. Il *topos* iconografico del lavaggio del nero (uso qui il termine utilizzato da Federico Faloppa, che dichiara di aver scelto di ricorrere alla *nword* «consapevolmente ma non senza interrogar[si]», per riportare nella loro interezza e senza censure esempi e citazioni) compare anche negli anni Trenta del Novecento in Italia, all’interno della propaganda fascista, preposta ad esaltare le conquiste imperiali che avrebbero portato all’istituzione dell’Africa orientale italiana (AOI). L’Etiopia appariva allora terra da conquistare e popolare e i suoi abitanti come persone da lavare sia fisicamente, sia metaforicamente per civilizzarle attraverso l’igiene. Il target della campagna di igiene civilizzatrice fascista riguardava prima di tutto i bambini, come ricorda il fumetto delle avventure di *Peperino nell’Etiopia italiana*, di Enrico De Seta, che mostra alcuni “sudici monelli” trasformati in piccoli balilla per mezzo di un bagno “civilizzatore” nell’immane tinocchia di legno. E, fino al 1936, lo sbiancamento della popolazione nativa africana poteva avvenire anche grazie alle unioni miste, che però dal maggio di quell’anno vennero perentoriamente proibite. Ma con la riscoperta cinquecentesca di una fiaba di Aptonio in cui si racconta di un uomo che cerca di lavare un suo schiavo con la pelle nera, credendolo sporco, fino a farlo ammalare, l’accezione che questo *topos* assume è invece quasi opposta alla precedente, anche se comunque caratterizzata da un significato costante: il rappresentare la bianchezza come norma cui è dedicata una delle sezioni più interessanti del testo, nella quale vengono descritte le varie pratiche di sbiancamento messe in atto dalle persone di colore nel corso del Nove-

cento. Contemporaneamente, arricchendo la fiaba di significati moraleggianti, gli intellettuali europei del Settecento la utilizzarono anche come parabola sulla necessità di mantenere l'ordine sociale come limite naturale degli esseri umani. "Sbiancare l'etiope" significava quindi non solo tentare di fare una cosa impossibile e quindi anche inutile, ma anche indicava, più o meno esplicitamente, minare alla base un ordine costituito e spezzare rigide gerarchie sociali.

Graziella Gaballo