

L'identità come strategia. Analisi di una campagna sociale in Polonia

Alessandro Amenta

◇ eSamizdat 2008 (VI) 2-3, pp. 231-241 ◇

LA primavera del 2003 ha segnato indubbiamente un momento di drammatico e intenso cambiamento nella coscienza collettiva polacca grazie alla prima campagna sociale mirata a combattere la discriminazione in base all'orientamento sessuale. Centinaia di articoli apparsi sulla stampa, numerosi dibattiti televisivi e radiofonici, un compatto contrattacco da parte delle forze conservatrici, e soprattutto una fitta serie di discussioni, polemiche e riflessioni suggeriscono la portata di questa campagna. Se la situazione polacca attuale non sembra essersi modificata concretamente in direzione di una maggiore accettazione, un grande risultato è stato tuttavia raggiunto. Nell'arco di pochi mesi una questione così poco affrontata è uscita da un limbo di silenzio, ritrosia e avversione per divenire argomento centrale di confronto sociale e culturale.

In queste pagine vogliamo presentare lo svolgimento di questa operazione e analizzare le reazioni suscitate, esaminando il funzionamento del discorso omofobico e concentrandoci su alcuni aspetti concettuali che caratterizzano la strategia prescelta dagli organizzatori della campagna, che porta il nome programmatico di *Niech nas zobaczą* [Che ci vedano]. Per raggiungere determinati scopi in ambito sociale è stata proposta e creata una particolare immagine omosessuale, normalizzata e positiva. Nelle pagine che seguiranno proveremo a comprendere i motivi di questa scelta nell'ambito del contesto polacco e gli effetti della costruzione di un soggetto omosessuale unitario, definito, concluso. Desideriamo quindi riflettere sull'identità come strategia, e precisamente come strategia politica, presentando

una serie di considerazioni sul rapporto tra teorie identitarie e pratiche di azione politica, allo scopo di ripensare le tattiche di decostruzione del discorso omofobico.

IL CONTESTO

Per comprendere il significato della campagna oggetto della nostra analisi è opportuno delineare brevemente il clima generale e le idee diffuse in Polonia sull'omosessualità. Ci serviremo innanzitutto dei risultati di una serie di sondaggi effettuati nei primi anni del Duemila dal Centrum badania opinii społecznej [Centro di ricerche sull'opinione pubblica], istituto indipendente che effettua ricerche statistiche per conto dello stato. Un dato iniziale piuttosto significativo è costituito dal fatto che la stragrande maggioranza dei polacchi intervistati ritiene l'omosessualità una deviazione dalla norma (88% nel 2001 e 89% nel 2005), mentre solo per una minima percentuale si tratta di un comportamento normale (5% nel 2001 e 4% nel 2005). Tra i primi, una metà circa ritiene tuttavia che si tratti di una deviazione tollerabile (47% nel 2001 e 55% nel 2005)¹. Tradotto in termini numerici, l'omosessualità è considerata come un comportamento normale solo da un intervistato su venti. Simile è la situazione nel caso dei matrimoni omosessuali (sul modello olandese, spagnolo e belga) che vedono un 69% degli intervistati contrari e un 24% a favore². Decisa-

¹ *Postawy wobec małżeństw homoseksualistów*, a cura di M. Wenzel, Warszawa 2001, pp. 2-3; *Akceptacja praw dla gejów i lesbijek i społeczny dystans wobec nich*, a cura di M. Wenzel, Warszawa 2005, pp. 14-15.

² *Postawy*, op. cit., p. 1.

mente negativa è la posizione nei confronti dell'adozione di bambini da parte di coppie omosessuali, accettata soltanto da una minima parte dei partecipanti ai sondaggi (8% nel 2001 e 6% nel 2005) contro una maggioranza schiacciante di parere sfavorevole (84% nel 2001 e 90% nel 2005)³. Un altro dato preoccupante è quello che riguarda la sfera intima. Secondo il 42% dei polacchi intervistati, agli omosessuali dovrebbe essere vietato per legge di avere rapporti sessuali⁴. Il grado di tolleranza dipende direttamente dal livello di istruzione, dall'età, dalla situazione finanziaria, dal luogo di abitazione e dalla religiosità degli intervistati. I giovani con studi universitari alle spalle, provenienti da grandi centri cittadini, non religiosi o non praticanti e con un buon lavoro sono molto più bendisposti e aperti verso gli omosessuali rispetto alle persone anziane, religiose, abitanti in piccoli centri e con introiti ridotti. Da un altro sondaggio apprendiamo che il 76% degli intervistati è contrario alla proposta di convivenza per gli omosessuali, una forma di riconoscimento legale delle coppie di fatto, mentre il 60% è favorevole nel caso in cui riguardi soggetti eterosessuali⁵. Leggermente migliori sono i risultati ottenuti l'anno successivo verso una nuova proposta di legge relativa alla legalizzazione delle unioni civili omosessuali, che vede comunque la maggioranza degli intervistati contrari (56%) e una minoranza favorevole (36%)⁶.

Da cosa deriva la generale avversione della società polacca nei confronti delle persone gay e lesbiche? Una risposta arriva direttamente da un sondaggio effettuato nel 2005, secondo il quale solamente il 16% dei partecipanti dichiara di conoscere personalmente un gay o una le-

sbica⁷. Abbiamo dunque a che fare principalmente con una mancanza di informazione e di conoscenza diretta, connessa a un'ancora scarsissima visibilità nel contesto sociale. Qualche altra informazione deriva inoltre dallo stile di vita, dal grado di religiosità e dal sistema di valori che secondo gli intervistati caratterizzano il popolo polacco e lo differenziano dal resto dell'Europa. Per il 90% degli intervistati il polacco medio è una persona religiosa, mentre solo il 34% pensa la stessa cosa degli altri europei⁸. Il 61% ritiene che per i polacchi la cosa più importante sia la famiglia, e solo il 25% la considera rilevante per gli europei; allo stesso modo il 25% crede che la cosa più importante per i polacchi sia il lavoro, mentre il 52% pensa che questo sia il caso degli europei⁹. Senza trarre conclusioni affrettate e senza entrare nello specifico di un'analisi sociologica, è comunque possibile affermare che gran parte delle idee sull'omosessualità diffuse presso la maggioranza dei polacchi sembra connessa a un sistema di valori conservatore, a uno stile di vita impostato sulla famiglia tradizionale e sulla religione cattolica. Secondo Paweł Leszkowicz,

l'omofobia polacca deriva tanto dall'eredità comunista di omologazione dell'individuo, quanto dall'avversione sessuofobica della chiesa. Queste due forze contrapposte agiscono insieme su questo punto, sono unite, infatti, dalla mancanza di rispetto verso la vita privata delle persone e dalla brutale intromissione con i loro "unici principi validi"¹⁰.

Riprendiamo per un istante il primo sondaggio cui abbiamo fatto riferimento, nel quale leggiamo che

le opinioni su questo tema sono legate alla religiosità dei rispondenti. Tra gli intervistati che frequentano le funzioni religiose ogni settimana o più spesso, il gruppo maggiore

³ Ivi, p. 3; *Akceptacja*, op. cit., pp. 3-4.

⁴ *Postawy*, op. cit., p. 4; *Akceptacja*, op. cit., pp. 6-7.

⁵ *Konkubinat par heteroseksualnych i homoseksualnych*, a cura di M. Wenzel, Warszawa 2002, p. 2.

⁶ *Związki partnerskie par homoseksualnych*, a cura di M. Wenzel, Warszawa 2003, p. 2.

⁷ *Akceptacja*, op. cit., p. 2.

⁸ *Typowy Polak i Europejczyk – podobieństwa i różnice*, a cura di B. Roguska, Warszawa 2004, p. 4.

⁹ *Ibidem*.

¹⁰ P. Leszkowicz, "Przełamując hetero-matrix. Wojna seksualna w Polsce i kryzys praw człowieka", *Homofobia po polsku*, a cura di Z. Sypniewski – B. Warkocki, Warszawa 2004, p. 101.

è costituito da persone contrarie all'omosessualità, mentre tra coloro che frequentano meno o non sono praticanti dominano i favorevoli¹¹.

Il dato religioso è comunque da affiancare ad altri elementi già presentati, come età, educazione e condizione economica. In generale, come affermano gli autori dei sondaggi,

una parte considerevole della società polacca non accetta l'omosessualità e gli omosessuali. Nella percezione di molte persone l'orientamento sessuale di gay e lesbiche influisce su qualunque ruolo sociale da loro svolto, da cui deriva un'avversione anche verso i contatti più distanti [...]. L'avversione o la paura nei confronti degli omosessuali derivano in misura considerevole dalla mancanza di conoscenza. Coloro che conoscono queste persone accettano molto più spesso la loro vicinanza rispetto agli altri, molto più spesso sono favorevoli al riconoscimento di una formalizzazione dei loro rapporti, più spesso si dichiarano favorevoli affinché abbiano diritto a essere presenti nella sfera pubblica¹².

Altre informazioni derivano dai rapporti sulla discriminazione elaborati dalle due principali associazioni LGBT polacche, Lambda Warszawa e Kampania przeciw homofobii [Campagna contro l'omofobia], e finanziati dall'allora ministra per le pari opportunità Izabela Jaruga-Nowacka. Questi documenti fanno parte del progetto di raccolta di informazioni sulla situazione delle comunità LGBT nei paesi candidati a entrare nell'Unione europea, promosso della European region of international lesbian and gay association. Il 14% (2001) e il 12% (2002) degli intervistati dichiara di aver subito violenza fisica a causa del proprio orientamento sessuale, vale a dire un intervistato su sette¹³. Di questi, il 75% ha preferito non sporgere denuncia alla polizia, organo verso cui non ha fiducia la maggioranza dei rispondenti e da cui spesso si ritiene che provengano questi stessi atti di violenza¹⁴. Il 35% (2001) e il 31% (2002), va-

le a dire un intervistato su tre, ha subito violenza psicologica sotto forma di minacce, ricatti e insulti¹⁵. Un 10% (2001) e un 8% (2002) ha subito un qualche tipo di discriminazione sul posto di lavoro; un 13% (2001) e un 10% (2002) lo ha sperimentato in chiesa¹⁶. Anche se in questi rapporti è possibile notare un leggero miglioramento di anno in anno nella situazione presentata, risulta evidente che ancora molti sono i casi di discriminazione in diversi aspetti della vita sociale, lavorativa, comunitaria. Vale la pena notare che tanto i sondaggi del Centro di ricerche sull'opinione pubblica quanto i rapporti delle associazioni LGBT prendono in considerazione solamente le persone gay e lesbiche, mentre non rivolgono alcuna attenzione alle persone transgender, transessuali o bisessuali. Questo è un dato significativo che si riflette direttamente sulla politica e sulle strategie antidiscriminatorie adottate.

La percezione quotidiana dell'intolleranza, l'assenza di leggi contro la discriminazione in base all'orientamento sessuale, la mancanza di un riconoscimento giuridico delle coppie omosessuali, i risultati dei sondaggi del Centro di ricerche sull'opinione pubblica e dei rapporti sulla discriminazione sono stati i motivi principali che hanno spinto gli attivisti LGBT polacchi ad agire per attuare cambiamenti concreti nello spazio sociale. La forma prescelta è stata quella di una campagna di sensibilizzazione dell'opinione pubblica su scala nazionale.

LA CAMPAGNA

La campagna *Niech nas zobaczą* è stata avviata nel marzo del 2003 e si è conclusa nel maggio dello stesso anno. Il principale organizzatore di questa iniziativa è stata la Kampania przeciw homofobii, con la collaborazione di Lambda Warszawa, il patronato dell'allora mi-

¹¹ *Postawy*, op. cit., p. 2.

¹² *Akceptacja*, op. cit., p. 15.

¹³ *Raport o dyskryminacji ze względu na orientację seksualną w Polsce*, Warszawa 2001, pp. 11-12; *Raport o dyskryminacji ze względu na orientację seksualną w Polsce*, Warszawa 2002, pp. 12-13.

¹⁴ *Raport 2001*, op. cit., pp. 18-19; *Raport 2002*, op. cit., p. 18-19.

¹⁵ *Raport 2001*, op. cit., pp. 14-15; *Raport 2002*, op. cit., p. 15.

¹⁶ *Raport 2001*, op. cit., pp. 21-24 e pp. 27-29; *Raport 2002*, op. cit., pp. 21-22 e pp. 24-25.

nistra per le pari opportunità Izabela Jaruga-Nowacka e la sponsorizzazione della cancelleria del presidente del Consiglio dei ministri. Il progetto iniziale prevedeva un duplice percorso: una mostra fotografica itinerante in quattro città polacche (Varsavia, Cracovia, Danzica e Sosnowiec) affiancata dall'affissione di cinquecento manifesti alle fermate dei mezzi pubblici di queste città. Lo strumento testuale della campagna era costituito da trenta fotografie di coppie omosessuali, equamente suddivise in gay e lesbiche, scattate dalla fotografa Karolina Breguła. I numerosi problemi incontrati hanno portato tuttavia a modificare lo svolgimento pianificato, come vedremo nel seguito di questo articolo. Lo scopo della campagna era quello di sensibilizzare i polacchi sulla questione della discriminazione in base all'orientamento sessuale, di promulgare accettazione e tolleranza, di combattere la diffusa omofobia, di permettere agli omosessuali di raggiungere un certo grado di visibilità abituando la popolazione alla loro presenza nel discorso pubblico. Secondo Anna Gruszczyńska, attivista LGBT a capo della sezione della Kampania przeciw homofobii di Cracovia, "doveva essere una seduta di terapia di gruppo, un laboratorio collettivo contro l'omofobia"¹⁷. Il polacco medio

doveva interessarsi, persino offendersi, ma doveva arrivare alla mostra, dove poteva confrontare le sue idee su gay e lesbiche (uno stravagante effeminato in piume color arcobaleno o un donnone sulla Harley) con la realtà. In più, doveva uscire dalla mostra con dei volantini e ottenere informazioni esaurienti sull'omosessualità. Doveva vedere e sentire. Forse, magari, capire. Accettare?¹⁸

Ricordiamo che nei sondaggi presentati soltanto una minima percentuale dei polacchi dichiarava di conoscere direttamente un gay o una lesbica. La battaglia per la tolleranza assume dunque in primo luogo la forma di una campagna informativa attuata tramite la deco-

struzione delle immagini preconette sulle persone gay e lesbiche diffuse tra la popolazione. Come affermano gli organizzatori nel comunicato affisso all'entrata della mostra nelle varie città,

ognuno di noi ha sognato almeno una volta di avere un cappello che rende invisibili. A volte può essere molto utile. Ma immagina di indossarlo e... di non poterlo più togliere. Di diventare per sempre invisibile. Quando una donna ama un'altra donna o quando un uomo ama un altro uomo, ha voglia di scomparire, svanire, nascondersi. Indossa dunque un cappello che rende invisibili. Non è certo una magia. Basta imparare a vivere di nascosto. Dopo qualche anno ci si può anche abituare. A volte per sempre. Vi mostriamo delle persone che hanno deciso di togliersi questo cappello. Di andare a passeggio, tenendosi per mano, come se nulla fosse¹⁹.

Sorgono subito problemi e proteste. La società che gestisce le fermate dei mezzi pubblici rescinde improvvisamente il contratto con gli organizzatori della campagna una settimana prima del suo avvio, costringendoli a ripiegare su una soluzione di fortuna. Le immagini vengono affisse su alcuni cartelloni pubblicitari, dove rimangono però solo quattro giorni a causa di atti vandalici. La galleria di Cracovia che doveva ospitare le fotografie si tira inaspettatamente indietro a quattro giorni dall'apertura della mostra. Viene trovata una diversa collocazione, ma il giorno successivo all'inaugurazione si viene a sapere che ai proprietari del nuovo spazio espositivo era stato revocato il contratto di affitto. Iniziano presto le critiche, spesso violente e feroci, di una parte dell'opinione pubblica, capeggiata in primo luogo dagli esponenti della Liga polskich rodzin [Lega delle famiglie polacche] e della Młodzież wszechpolska [Gioventù polacca], rispettivamente partito politico cattolico e nazionalista di estrema destra e sua ala giovanile. Questi minacciano (e spesso attuano) azioni di disturbo, parlano di offese alla morale, di promozione della deviazione, di tentativi di distruzione della famiglia, e

¹⁷ A. Gruszczyńska, "Kraków, europejskie miasto homofobów", *Homofobia*, op. cit., p. 79.

¹⁸ Ivi, p. 77.

¹⁹ <<http://niechnaszobacza.queers.pl/strony/wystawa.htm>>.

richiedono le dimissioni della ministra Jaruga-Nowacka. Quest'iniziativa di carattere sociale viene utilizzata in contese politiche che smettono a un certo punto di riguardare la campagna stessa: l'omosessualità diviene infatti il pretesto per una propaganda antieuropeista. Ricordiamo che il referendum sull'entrata della Polonia nell'Unione europea ebbe luogo il 7 e 8 giugno 2003. Gli oppositori, capeggiati dalla Lega delle famiglie polacche, parlavano di perdita di identità nazionale, di degrado dei costumi, di negazione della morale cristiana in una "Omoeuropa"²⁰ gestita da una lobby omosessuale in cui aveva luogo una "apoteosi delle deviazioni sessuali, un primato speciale dell'omosessualità nella società e l'uguaglianza di tutte le perversioni di fronte alla legge"²¹. La carta omosessuale diviene dunque, insieme a eutanasia e aborto, il principale elemento della retorica antieuropeista di impronta omofobica, nazionalista e populista:

forse è un bene che la campagna *Niech nas zobaczą* sia partita proprio ora. Forse proprio questo è necessario affinché la gente capisca quale sia il vero volto della UE, nemica delle tradizioni, della fede e di qualunque moralità²².

Un ruolo centrale nel dibattito su questa campagna è stato svolto soprattutto dalla stampa, che si è spaccata nettamente tra sostenitori e oppositori. Centinaia di articoli apparsi nel giro di pochi mesi mostrano quanto controversa fosse (e tuttora sia) la questione omosessuale in Polonia. La strategia linguistica degli oppositori mostra tutti i segnali di un "panico omosessuale"²³, di una paranoia collettiva che si richiama espressamente alla religione e alla morale conservatrice come ultimo baluardo contro il relativismo e la dissoluzione, come appare

nella stampa di destra, cattolica o nazionalista (Wprost, Rzeczpospolita, Nasz Dziennik):

non mancavano argomentazioni sui divieti religiosi, sul peccato, sulla patologia medica, sulla cura degli omosessuali, sul comportamento naturale, sui valori della famiglia, sulla promiscuità e sul pericolo di pedofilia²⁴.

Riprendendo le teorizzazioni di Cindy Patton e Lisa Duggan, Joanna Mizielińska ravvisa in questa situazione un ribaltamento strategico per cui "la maggioranza 'minacciata' occupa la posizione assegnata alla minoranza e usa la sua retorica per rinsaldare il suo dominio"²⁵. Il discorso omofobico maschera il suo carattere di attacco violento e cerca di presentarsi invece come difesa da quella che considera come propaganda e promozione dell'omosessualità, come se questa fosse una malattia contagiosa la cui diffusione deve essere arginata per il bene comune di una società sana. Non sarebbero, dunque, gli omosessuali a essere discriminati, ma è la società a venire minacciata nella sua purezza e integrità. Inoltre

secondo i seguaci dell'ideologia conservatrice di destra, in Polonia i gay richiedono diritti speciali, perché tutti gli altri diritti, vale a dire l'uguaglianza, gli sono garantiti dalla costituzione. Inoltre, questi diritti speciali che i gay e le lesbiche esigono vengono visti come un attacco a quelli degli altri, di coloro che appartengono alla maggioranza²⁶.

Ciò significa innanzitutto che nell'opinione generale la comunità LGBT non ha diritto di accesso allo spazio pubblico. Ricordiamo che in uno dei sondaggi riportati sopra, solo il 16% degli intervistati dichiarava che le persone omosessuali dovrebbero avere il diritto di mostrare pubblicamente il proprio stile di vita e il 20% che dovrebbero avere la possibilità di organizzare manifestazioni pubbliche²⁷.

²⁰ B. Marszewsky, "Niech ich zobaczą, niech się zбочą!", *Polskie Jutro*, 24 marzo 2003, <<http://www.polskiejutro.com/art/a.php?m=w&p=47spolecz&id=1413>>.

²¹ W. Wierzejski, *My wybieramy Polskę!*, Warszawa 2004, p. 39.

²² B. Marszewsky, "Niech ich zobaczą", op. cit.

²³ Si veda G. Hocquenghem, *Le Désir homosexuel*, Paris 1972

²⁴ P. Leszkowicz, "Przełamując hetero-matrix", op. cit., p. 91.

²⁵ J. Mizielińska, "Nasze życie, nasze rodziny, nasze wartości, czyli jak walczyć z moralną paniką w ponowoczesnych czasach?", *Homofobia*, op. cit., p. 118.

²⁶ Ivi, p. 119.

²⁷ *Akceptacja*, op. cit., p. 5.

Non tutta la stampa era caratterizzata tuttavia da posizioni ostili, come possiamo evincere dalla lettura di numerosi articoli apparsi su testate indipendenti o schierate politicamente a sinistra (*Gazeta Wyborcza*, *Polityka*, *Głos Wybrzeża*). In questi giornali l'omosessualità viene spesso utilizzata come strumento di una battaglia generale per la libertà di espressione contro istanze conservatrici e nazionalistiche:

come contrappeso, i difensori di gay e lesbiche utilizzavano un linguaggio che si rifaceva alla democrazia, a una società pluralistica, ai diritti civili, all'uguaglianza e alla tolleranza, alla scienza moderna sulla sessualità umana, a uno stato laico e alla libertà dal gioco religioso²⁸.

Un sostegno alla campagna è venuto anche dagli intellettuali firmatari di una lettera aperta pubblicata sulla *Gazeta Wyborcza*, il maggiore quotidiano polacco, tra cui figurano personaggi del calibro di Julia Hartwig, Zygmunt Bauman, Jacek Kuroń, Jerzy Jedlicki, Maria Janion, Marcin Król, Władysław Frasyniuk. Nella lettera leggiamo, tra l'altro, che “gli ultimi avvenimenti legati alla campagna *Niech nas zobaczą* ci hanno resi coscienti del livello di intolleranza, paura e censura nel nostro paese”²⁹.

La campagna, che si è conclusa come previsto nel maggio 2003, si è svolta dunque in un clima di accesi dibattiti, in cui il confronto ha spesso assunto la forma dello scontro. Il principale successo è stato quello di aver introdotto con decisione l'omosessualità nel discorso pubblico e di aver dato alla comunità LGBT una notevole visibilità. L'importanza di questo avvenimento è enorme, giacché “il potere di nominare equivale a quello di escludere” e per la comunità LGBT è dunque necessario “ottenere il potere sul discorso riguardante i valori e la nomina”³⁰. Difficile parlare però di una reale trasformazione in positivo nella posizione della maggioranza della società, anche se un

risultato concreto è stata l'introduzione nel novembre del 2003 di una chiara formula antidiscriminatoria nel Codice del lavoro³¹. Tra gli aspetti maggiormente negativi bisogna ricordare le ritorsioni e gli atti di violenza (fisica e psicologica) subiti da alcuni degli uomini e delle donne che hanno posato per le fotografie di questa campagna³², che è stata definita, forse non a torto, uno Stonewall polacco³³.

LA STRATEGIA

Lo strumento principale utilizzato nella campagna è costituito da trenta fotografie che veicolano e costruiscono una precisa immagine delle persone omosessuali. Lo sfondo, un grigio paesaggio metropolitano coperto di neve o frammenti di monumenti e luoghi storici, vuole sottolineare il carattere locale dell'ambientazione e delle persone rappresentate. Lo scopo è quello di suggerire, contro la retorica populista e antieuropeista, che l'omosessualità non è una forma di sessualità importata dall'estero, ma è radicata nel contesto polacco. In questo scenario vengono ritratte quindici coppie gay e quindici lesbiche. Anche la scelta della coppia non è neutrale, ma risponde al desiderio di presentare un quadro positivo, serio e affidabile, atto a sfatare lo stereotipo della promiscuità: le persone omosessuali sanno e vogliono vivere felicemente una vita a due, con tutto ciò che questo comporta (impegno, monogamia, pro-

³¹ Nell'articolo 11 del Codice del lavoro polacco leggiamo: “Qualunque discriminazione nell'assunzione, diretta o indiretta, riguardante in particolare il sesso, l'età, l'invalidità, la razza, la religione, la nazionalità, le convinzioni politiche, l'appartenenza a sindacati, la provenienza etnica, la fede, l'orientamento sessuale, e anche relativamente all'assunzione a tempo determinato e indeterminato o a tempo pieno o a tempo ridotto del lavoro, è inammissibile”, si veda la Gazzetta ufficiale del 2003, n. 213, voce 2081.

³² M. Szczygieł, “Nazajutrz po billboardzie. Dziewczyny i chłopcy z plakatu”, *Duży Format*, 15 (supplemento della *Gazeta Wyborcza* del 10 aprile 2003), p. 14.

³³ P. Leszkowicz, “Przełamując hetero-matrix”, op. cit., pp. 85-86.

²⁸ P. Leszkowicz, “Przełamując hetero-matrix”, op. cit., p. 91.

²⁹ “List otwarty w sprawie akcji *Niech nas zobaczą*”, *Gazeta Wyborcza*, 23 aprile 2003, p. 2.

³⁰ J. Mizielińska, “Nasze życie”, op. cit., p. 125.

gettualità, durezza dei rapporti). I ragazzi e le ragazze fotografati sono vestiti senza eccessi o stravaganze, si tengono per mano e sorridono all'obiettivo. Sono scene di banale vita quotidiana che mirano a decostruire cliché e miti omofobici. Robert Biedroń, presidente della Kampania przeciw homofobii e attivista del Sojusz lewicy demokratycznej [Alleanza della sinistra democratica] afferma:

mostriamo persone comuni nelle situazioni più banali, come se fossero appena uscite di casa per andare a comprare il pane. Vogliamo abbattere il mito che l'omosessuale è un deviato, un pedofilo della stazione centrale o un travestito del Gay pride. È così che veniamo ancora visti! È ora di finirli!³⁴

Dobbiamo notare come gli stessi attivisti LGBT facciamo ricorso a una demonizzazione del transessualismo, del travestitismo e del Gay pride, che introduce elementi carnevaleschi e parodici nello spazio pubblico e si pone in evidente contrasto con la strategia di normalizzazione attuata in Polonia: “né criminali, né deprivati, né vittime perseguitate. Non vengono dal Gay pride, non indossano abiti femminili, non sono donnaioli maschili come si immagina la gente”³⁵. Il messaggio che queste fotografie comunicano è che gli omosessuali non sono individui bizzarri o pericolosi, ma persone comuni che hanno un aspetto tranquillizzante e rassicurante, rispettano una serie di modelli e di regole, non costituiscono “altro da sé” rispetto alla società civile. L'effetto ottenuto guardando queste fotografie è quello della monotonia, della ripetitività, della scontatezza:

nelle intenzioni di Karolina Breguła, autrice delle fotografie, le persone raffigurate – in maggioranza giovani – devono suscitare simpatia e hanno un aspetto comune, normale. Le fotografie sono simili tra loro, addirittura monotone, affinché lo spettatore provi una sensazione di noia e pensi

che tutti i giorni incontra per strada centinaia di persone così, che non fanno scalpore³⁶.

Alla base di questa strategia normalizzatrice, caratteristica di alcune fasi dei movimenti di emancipazione in molti paesi, è la convinzione che non esistano differenze sostanziali basate sull'orientamento sessuale: “la campagna ha lo scopo di mostrare che lesbiche e gay non sono diversi dagli eterosessuali”³⁷. Il fulcro del discorso ruota intorno al concetto di “normalità”, interpretato come valore e al contempo come lasciapassare che permette di affrancarsi da un margine sociale per ottenere uno spazio (reale e simbolico) nella società e nel discorso pubblico. Non abbiamo, quindi, a che fare con procedimenti di trasgressione o di valorizzazione della differenza, bensì con una ricerca di approvazione tramite uniformazione e integrazione. Come afferma il sociologo Jacek Kochanowski, questo tipo di procedimento è fondato sulla costruzione di un'immagine positiva delle comunità LGBT: “gli omosessuali sono normali *tanto quanto* gli eterosessuali, gli omosessuali sono persone per bene *tanto quanto* gli eterosessuali, gli omosessuali meritano *lo stesso* rispetto sociale”³⁸.

Oltre che sul piano visivo, il concetto di “normalità” è presente in questa campagna anche su quello verbale, attraverso il linguaggio utilizzato dagli organizzatori e dai loro sostenitori nei mezzi di comunicazione: “che vedano che una lesbica non è un donnone dall'aspetto maschile, ma una ragazza normale”³⁹; “vogliamo mostrare alla gente che viviamo accanto a loro, che siamo normali”⁴⁰; “la nostra campagna mostra donne e uomini normali a cui la società

³⁶ T. Borkowski, “Uprzedzić uprzedzenia”, *Głos Wybrzeża*, 31 marzo 2003, p. 3.

³⁷ “Oswoić lęki”, *Głos Wybrzeża*, 20 marzo 2003, p. 2.

³⁸ J. Kochanowski, *Fantazmat różnicowany. Socjologiczne studium przemian tożsamości gejów*, Kraków 2004, p. 107.

³⁹ B. Pietkiewicz, “Niech nas zobaczą”, op. cit., p. 105.

⁴⁰ M. Szczyrba, “Podpalić ten stos”, <<http://niechnaszobacza.queers.pl/strony/prasa/11.04.2003.htm>>.

³⁴ “Ruszyła akcja KPH...”, *Gazeta Wyborcza Warszawa*, 25 marzo 2003, <<http://niechnaszobacza.queers.pl/strony/prasa/25.03.2003.htm>>.

³⁵ B. Pietkiewicz, “Niech nas zobaczą”, *Polityka*, 19 marzo 2003, p. 105.

rifiuta il diritto di amare”⁴¹. Proprio questo concetto risulta però intollerabile al discorso omofobico, che lo interpreta come sovversione di regole morali, ostentazione di comportamenti ritenuti devianti, attacco diretto alla tradizione culturale, sovvertimento di un ordine prestabilito:

gli ideatori della campagna dichiarano che il loro scopo è quello di mostrare ai polacchi che gli omosessuali sono persone normali, come quelle che incontriamo ogni giorno per strada o sulle scale di casa. Ma questa argomentazione esaurisce il problema? Non credo. Per molti questa campagna è un’aggressione visuale. Le fotografie in se stesse non sono drastiche, ma il loro messaggio – la promozione della normalità del legame tra persone dello stesso sesso – è inaccettabile⁴².

Notiamo che nel discorso omofobico la normalità diventa “trasgressione”, la diffusione della tolleranza si trasforma in “promozione dell’omosessualità”, la ricerca di visibilità diviene “aggressione estetica” (quando non addirittura “pornografia”), a risultare inaccettabile non è la discriminazione ma il tentativo di ottenere un accesso al discorso pubblico. Il piano principale su cui avviene questa battaglia è quindi soprattutto quello linguistico: per alcuni come desiderio del riconoscimento al diritto di manifestare liberamente la propria identità, per altri come negazione di questo diritto, funzionale al mantenimento di un preciso sistema di valori, promulgato come universale e condiviso. L’omofobia è strutturata, infatti, su una strategia che riduce al silenzio i soggetti omosessuali e permette unicamente la presenza di un discorso su di loro proveniente da una prospettiva eteronormativa, secondo un meccanismo di sapere/potere di foucaultiana memoria. Come afferma Paweł Leszkowicz,

in Polonia la discriminazione in base all’orientamento sessuale viene espressa con la voce dell’autorità scientifica,

religiosa o mediatica, e viene trattata come standard sociale e morale, non come istigazione alla violenza o alla persecuzione delle persone⁴³.

Un aspetto importante della normalizzazione come principale strumento di lotta contro la discriminazione è rappresentato tuttavia da due elementi che determinano particolari conseguenze sul piano concettuale in merito alla costruzione delle identità di gruppo.

Il primo è che questa strategia presuppone un certo grado di adeguamento, omologazione, adattamento e interiorizzazione di determinati schemi culturali. Viene costruita un’immagine vendibile, pulita, spendibile nelle negoziazioni tra comunità LGBT e società (eteronormativa o eterocentrica). Di conseguenza i soggetti omosessuali finiscono per utilizzare lo stesso linguaggio (estetico, visuale, identitario) dei loro avversari: rispettano precise regole, agiscono entro determinati confini, accettano le norme vigenti.

Il secondo elemento, che deriva direttamente dal primo, riguarda i meccanismi che sottendono la creazione di questo tipo di soggetto omosessuale e sono impostati su un processo di epurazione interna di tutti quei fattori che non rientrano in una visione normalizzata dell’omosessualità. Joanna Mizielińska parla di “stratificazione del meccanismo di esclusione e trappole delle concezioni identitarie” per cui “i gruppi minoritari [...] nelle loro aspirazioni a definire precisamente il soggetto in nome del quale mirano a raggiungere determinati scopi si ritrovano sempre faccia a faccia con l’emarginazione di altri”⁴⁴. La normalizzazione implica infatti una reiterazione delle dinamiche di esclusione dei soggetti considerati inadatti all’immagine che si vuole proporre:

questo problema diviene particolarmente evidente quando a emarginare e tacere sono gli stessi emarginati, quan-

⁴¹ “Homofoby nie przyjadą”, <http://niechmaszobacza.queers.pl/strony/prasa/15.05.2003_a.htm>.

⁴² P. Semka, “Wolność na wyłączność?”, *Rzeczpospolita*, 28 aprile 2003, p. 12.

⁴³ P. Leszkowicz, “Przełamując hetero-matrix”, op. cit., pp. 94-95.

⁴⁴ J. Mizielińska, *(De)konstrukcje kobiecości*, Gdańsk 2005, pp. 15-16.

do i gruppi oppressi utilizzano lo stesso meccanismo di esclusione usato nei loro confronti. Attingendo agli stessi strumenti, cadono nelle stesse trappole⁴⁵.

Viene dunque prodotta una soggettività che potremmo definire essenzialistica, allo scopo di ottenere un'effettiva integrazione sociale, ma al prezzo della negazione di tutte quelle identità che non rientrano in questo quadro. Viene creato un concetto di identità minoritaria in base alla comune esperienza della discriminazione e all'esclusione di quanto non rientra in quella che è una categoria chiusa, un modello stabile. Secondo Jacek Kochanowski, tuttavia,

questa categoria identitaria stabile che comprende tutti i gay o tutte le lesbiche semplicemente non esiste, in secondo luogo la sua costruzione forzata porta a esclusioni, emarginazioni e dunque alla normalizzazione di gay da parte di gay e di lesbiche da parte di lesbiche⁴⁶.

Vediamo dunque come la necessità di approntare un'azione politica efficace sul piano pratico si scontra con il bisogno di rispettare il pluralismo identitario e la differenza interna alla comunità LGBT sul piano teorico e concettuale. L'immagine degli omosessuali presentata nelle fotografie di Karolina Breguła mira a decostruire stereotipi omofobici, ma costruisce a sua volta una nuova identità che non rappresenta tutti i soggetti in nome dei quali viene portata avanti la battaglia contro la discriminazione: bisessuali, transessuali, transgender o anche omosessuali non mainstream, non normalizzati, che vivono secondo modelli differenti (ad esempio non inquadri in una dimensione di coppia) sono esclusi dal modello proposto.

Esiste un modo per superare questo divario tra teorie identitarie (soprattutto alla luce di quanto elaborato nel campo della teoria queer) e pratica politica? Uno spunto interessante proviene dal campo degli studi postcoloniali e in particolar modo dalle riflessioni di

Gayatri Chakravorty Spivak, che elabora il concetto di "essenzialismo strategico"⁴⁷. Secondo questa teoria è possibile servirsi di una versione semplificata di identità collettiva, efficace nella pratica socio-politica, ma non legittimata sul piano concettuale: questa semplificazione non corrisponde infatti alla realtà identitaria del gruppo che si vuole rappresentare, assai più sfumata e complessa.

Per comprendere meglio questo concetto è necessario analizzare gli elementi di cui è costituito. Per "essenzialismo" intendiamo il fatto che

groups, categories or classes of objects have one or several defining features exclusive to all members of that category. Some studies of race or gender, for instance, assume the presence of essential characteristics distinguishing one race from another or the feminine from the masculine. In analyses of culture it is an (generally implicit) assumption that individuals share an essential cultural identity⁴⁸.

Una delle conseguenze di queste concezioni è la produzione di identità di gruppo come categorie chiuse e unitarie di soggetti che condividono elementi comuni che li distinguono da altri gruppi. Il divario tra teoria e pratica viene risolto dall'essenzialismo strategico partendo dal presupposto che questa nozione compiuta di identità costituisce un "errore necessario", una modalità sbagliata di pensare i soggetti sul piano concettuale, che allo stesso tempo costituisce uno strumento in certi casi utile per potere agire nel sociale, soprattutto nel caso dei gruppi (etnici, sessuali) minoritari:

there are times when it might be advantageous for members of oppressed groups to essentialize themselves. [...] Such universalizing is not intellectually justifiable because one enters the grounds of the essentializer and takes on the same qualities. But as long as one is vigilant and clear as to the provisionality of one's stance, theory can be normed by

⁴⁷ G.C. Spivak, *In Other Worlds: Essays in Cultural Politics*, New York-London 1987, p. 205; S. Danius – S. Jonson, "An interview with Gayatri Chakravorty Spivak", *boundary 2*, 1993, 20 (2), pp. 24-50.

⁴⁸ <<http://mlhopps.faculty.tcnj.edu/GWWTermsDict.htm#Essentialism>>.

⁴⁵ Ivi, p. 258.

⁴⁶ J. Kochanowski, *Fantazmat*, op. cit., pp. 143-144.

practice. It is better to give up theoretical purity than take an impossible position that has no advantages⁴⁹.

È necessario tuttavia non perdere mai di vista due assunti fondamentali di questa teoria. Innanzitutto non deve mai mancare la consapevolezza che si tratta solo di una strategia socio-politica. Dimenticando questo fattore ricadiamo necessariamente in una errata concezione identitaria: “the misuse of the concept of ‘strategic essentialism’ is that less ‘scrupulous’ practitioners ignore the element of strategy, and treat it as simply a union ticket for essentialism”⁵⁰. In secondo luogo, bisogna essere coscienti del fattore temporale e contestuale: l’essentialismo strategico funziona solo in certi contesti e solo sulla breve durata, come soluzione provvisoria e temporanea, ma non definitiva: “the use of essentialism as a short-term strategy to affirm a political identity can be effective, as long as this identity does not get fixed as an essential category by a dominant group”⁵¹.

Alla luce di quanto abbiamo appena detto possiamo cercare di ricontestualizzare le problematiche che sottendono la nostra campagna di sensibilizzazione. Il procedimento di normalizzazione è utilizzato come strategia ritenuta adeguata alla particolare situazione polacca: in un contesto dove sono ancora fortemente radicati intolleranza e stereotipi omofobici è difficile pensare di poter ottenere risultati concreti agendo sul fattore della differenza. A questo scopo viene promulgata invece un’immagine maggiormente efficace e spendibile nelle negoziazioni tra comunità LGBT e società. Decostruire i pregiudizi e depotenziare le paure della collettività mediante una proposta identitaria

non minacciosa ma tranquillizzante è quindi probabilmente la soluzione più adatta nel caso della Polonia. In questo senso il linguaggio utilizzato (visuale, politico) sembra corrispondere alle prospettive dell’essentialismo strategico, sempre attento all’ambito specifico in cui viene utilizzato: “strategic essentialism is thus most effective as a context-specific strategy, but it cannot provide a long-term political solution to end oppression and exploitation”⁵². Sulla lunga durata la semplificazione strategica andrebbe sostituita da soluzioni diverse, maggiormente rispettose del fattore della differenza, del pluralismo e della complessità identitaria della comunità LGBT. La teoria queer suggerisce di ricercare nuove tattiche di opposizione e di resistenza operando tramite procedimenti di sovversione parodica della retorica fallologocentrica, piuttosto che nella introiezione di schemi normativi. Secondo Mizielińska bisognerebbe agire in due direzioni contemporaneamente: sul piano del linguaggio e della cultura da un lato, e su quello della morale dall’altro. Se ci troviamo in una situazione in cui “ciò che è artificiale (il prodotto di un certo tipo di società) viene riconosciuto come naturale e quindi come fondamento inviolabile della vita sociale”⁵³, è innanzitutto necessario smascherare il suo carattere di costruzione culturale. Mostrare dunque che istituzioni come la famiglia rappresentata dall’unione di un uomo e una donna a fini riproduttivi non sono strutture eterne e innate, sempre esistite e sempre valide, ma il risultato di un processo storico le cui origini sono tutt’altro che antiche. Si dovrebbe depotenziare la retorica omofobica mostrando come nella società esistano altre forme di relazioni familiari (donne o uomini single, divorziati/e o vedovi/e che allevano figli da soli, famiglie allargate, famiglie omosessuali), attuando anche coalizioni con altri soggetti discriminati: “solo allora risul-

⁴⁹ W. Kelly, “Postcolonial Perspective on Intercultural Relations: A Japan-U.S. Example”, *The Edge: The E-Journal of Intercultural Relations*, 1999, 2/1.

⁵⁰ M. Kilburn, “Strategic essentialism”, <<http://www.english.emory.edu/Bahri/glossary.html>>.

⁵¹ S. Morton, *Gayatri Chakravorty Spivak*, New York-London 2003, p. 75.

⁵² Ibidem.

⁵³ J. Mizielińska, “Nasze życie”, op. cit., p. 128.

terà che ciò che nel discorso viene attualmente ritenuto come forma naturale è nella sua essenza il prodotto di trasformazioni storiche”⁵⁴. Parallelamente bisognerebbe agire a livello della morale, dimostrando che le persone non eterosessuali non minacciano la società distruggendone il sistema di valori, così come non esiste un unico sistema valido, universale, assoluto. Pertanto sarebbe necessario

mostrare che esistono valori etici oltre la morale tradizionale, mostrare che uscirne fuori non significa in maniera automatica ricadere nel nichilismo o nel relativismo morale, ma solo accettare un altro sistema di comportamenti etici, ugualmente buono e motivato e ugualmente degno di rispetto⁵⁵.

[A. Amenta, “L'identità come strategia. Analisi di una campagna sociale in Polonia”, *Omosessualità e Europa. Culture, istituzioni, società a confronto*, Roma 2006, pp. 160-181. Versione rivista e aggiornata]

www.esamizdat.it

⁵⁴ Ivi, p. 126.

⁵⁵ Ivi, p. 130.