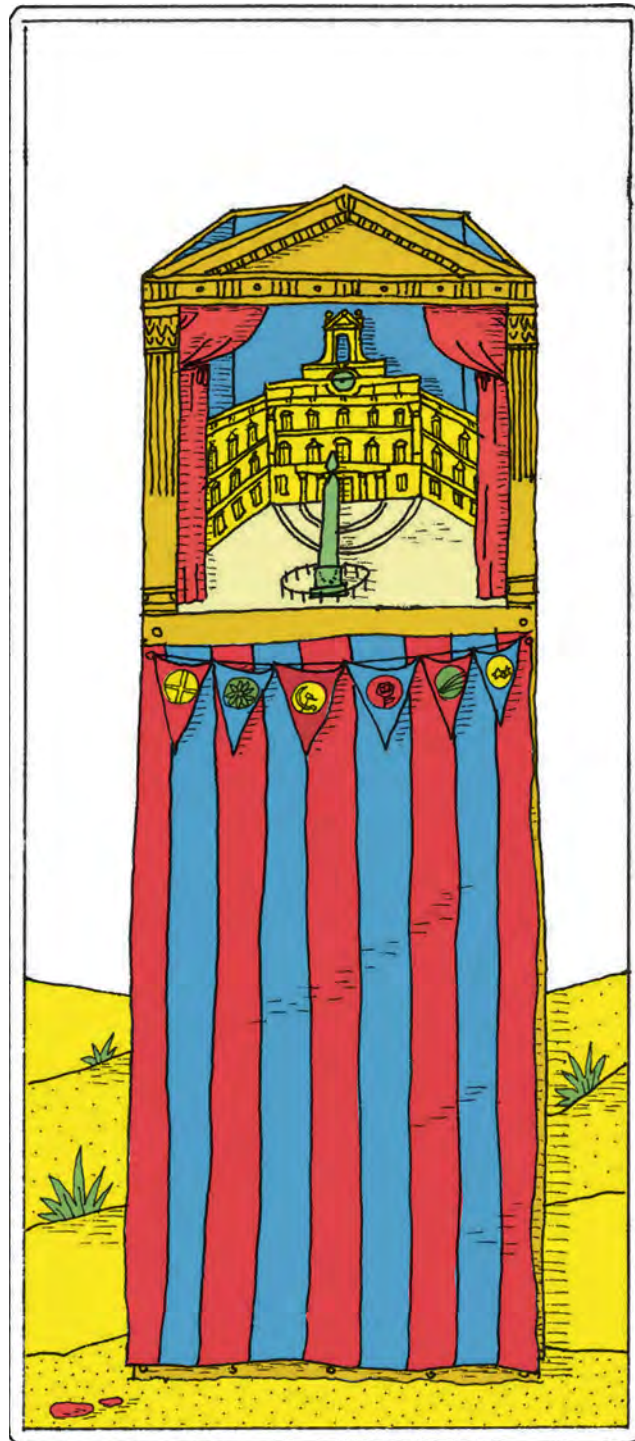


VICEVERSA

Numero 1 - Marzo 2015



Gli Spazi della Politica

a cura di Giovanni La Varra

Direttore

Valerio Paolo Mosco

Vice-direttore

Giovanni La Varra

Redazione

Alberto Alessi

Paolo Conrad-Bercah

Giovanni Corbellini

Davide Tommaso Ferrando

Luca Galofaro

Alberto Iacovoni

Vincenzo Latina

Sara Marini

Alessandro Rocca

Valter Scelsi

Pietro Valle

Responsabili iconografia

Fosbury Architecture

Aiuto redazione

Giacomo Ghinello

Segreteria di produzione

Silvia Codato

Editing e distribuzione

OII+

Grafica

Marta Della Giustina

Gli Spazi della Politica

Editoriale - p.4

Valerio Paolo Mosco

Gli spazi della politica - p.6

Giovanni La Varra

Il potere di non rappresentarsi - p.14

Valerio Paolo Mosco

Il disegno politico di Roma - p.20

Marco Biraghi

“...l'iconografia del partito la decido io. Sempre.” - p.34

Intervista a Filippo Panseca di Nicolò Ornaghi e Francesco Zorzi

La televisione - p.42

Giovanni Corbellini

Luoghi e simboli di sottomissione.

Topografia del potere nel romanzo di Houellebecq - p.52

Elisa Poli

Piazze in tumulto - p.62

Fosbury Architecture

Woodstock senza immondizie - p.68

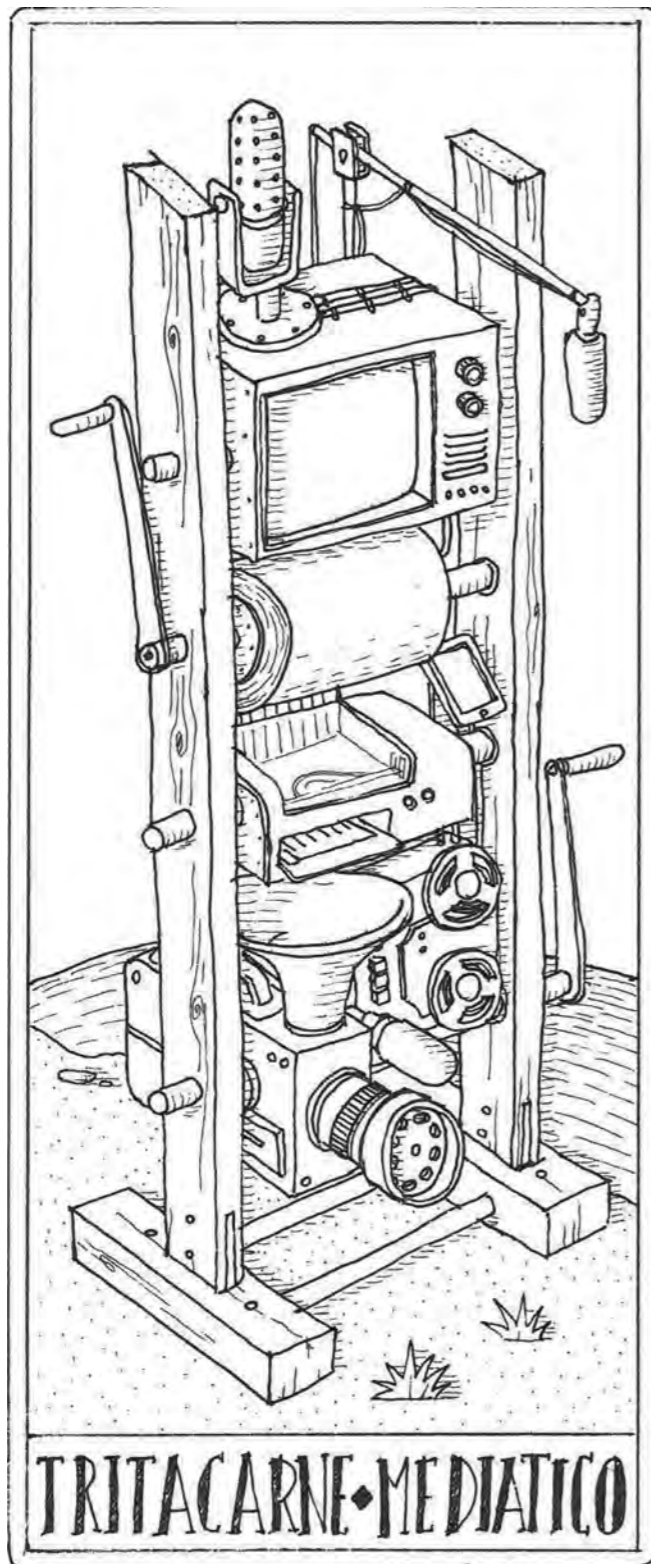
Giovanni La Varra e Anja Visini

La zona rossa - p.74

Alessandro Rocca

LA TELEVISIONE

Giovanni Corbellini



Da qualche anno, le vendite dei televisori sono in calo costante. La crisi economica può essere stata un fattore, ma molto più decisive appaiono le conseguenze dei mutamenti nelle modalità di distribuzione e fruizione dei contenuti culturali, dell'intrattenimento e delle notizie. La mia generazione, quella dei baby boomer, è la prima (e l'ultima, scrive Bartezzaghi su "La Repubblica"¹) a indentificarsi con la traiettoria di questo mezzo. Entrato in casa come oggetto dalla imponente presenza fisica (i televisori avevano le zampe...) ha perso nel tempo consistenza (riducendosi alla superficie degli schermi piatti), centralità (colonizzando progressivamente i vari ambienti della casa fino a migrare su supporti personali e portatili), unità culturale e temporale (passando dal canale unico, attorno a cui si riunivano le famiglie e, di fatto, l'intera nazione, a una offerta frammentata e oggi accessibile a richiesta).

A metà degli anni settanta, quando Enzo Jannacci apre uno dei suoi album più importanti declamando alcune icastiche e profetiche frasi dedicate alla televisione², assistiamo in Italia a uno dei passaggi nodali di questa evoluzione: l'anno precedente la Corte costituzionale aveva autorizzato le tv locali a trasmettere via cavo e di lì a poco avrebbe concesso loro l'etere³. La fine del monopolio Rai segna profondamente la vita del nostro Paese, tanto che, caso unico tra le nazioni cosiddette avanzate, finisce per essere governato a lungo da un tycoon dei media che con la sue reti private aveva rapidamente raggiunto e superato la raccolta pubblicitaria della tv di stato⁴. La resistibile ascesa al potere

finanziario e politico di Silvio Berlusconi è stata minuziosamente analizzata da giornalisti, saggisti, registi e anche da molti giudici, mentre meno esplorate sono le sue conseguenze sullo spazio e sull'immaginario architettonico⁵. La cosa è tutt'altro che sorprendente. Come aveva constatato Benjamin: "L'architettura ha sempre fornito il prototipo di un'opera d'arte la cui ricezione avviene nella distrazione da parte della collettività"⁶. Mussolini, che pure molto investirà nel rappresentare il proprio potere nella solidità della pietra, da buon giornalista si era presto reso conto dell'efficacia di altri mezzi immateriali nel costruire il consenso. Già nel 1922 dichiara che il cinema è "l'arma più forte per lo Stato" e persegue in tutto il ventennio fascista quella che Benjamin individua come "estetizzazione della vita politica"⁷.

Alla formazione e manipolazione delle masse garantite dai sistemi pretelevisivi, la tv commerciale aggiunge alcune caratteristiche peculiari e in qualche misura paradossali, dato che tendono a far coincidere effetti opposti. Caratteristiche che ne accelerano la pervasività e, nel confronto competitivo, svalutano le possibilità dell'architettura di agire come vettore di rappresentazione politica e luogo stesso del confronto collettivo. Emerge anzitutto una dismisura quantitativa. La "famiglia americana media", ricorda David Foster Wallace in un suo fondamentale saggio del 1993, "guarda la televisione per più di sei ore al giorno"⁸. Di fatto, non c'è quasi tempo di fare altro⁹, tantomeno riunirsi e partecipare alla formazione delle idee sulla cosa pubblica. L'esperienza comune si riduce alla testimonianza di quanto affiora sullo schermo, focalizzata sugli eventi trasmessi e insieme, data l'estensione nel tempo, esposta a una necessaria disattenzione: a una forma di ricezione distratta tanto intrinseca al mezzo (si guarda la

televisione per divertimento, per staccarsi dalla realtà quotidiana) quanto efficace nel raggiungere lo spettatore nella vulnerabilità delle sue emozioni, generando comportamenti di dipendenza tossica¹⁰. La continua ripetizione dei contenuti che passano per il piccolo schermo, inevitabile per questioni di mera quantità, si trasforma in una funzione specifica del mezzo, teso alla formazione di un pubblico massificato di consumatori. Questi ultimi, tuttavia, sono raggiunti uno a uno, nelle proprie case¹¹, già spogliati delle proprie difese individuali, fisicamente privati della possibilità di agire come gruppo o classe antagonista e solleticati nelle loro ambizioni a distinguersi¹². In più la televisione introduce una sorta di bidirezionalità, esaltata oggi dalla rete, che ne fa uno specchio di "ciò che la gente desidera vedere"¹³. Un meccanismo di moltiplicazione degli sguardi, di riflessione deformata della realtà che la finestra catodica restituisce fin dagli esordi: da quelli della tv generalista di *Campanile sera*¹⁴ fino ai reality, passando per le prime trasmissioni artigianali di Tele Milano cavo.

Il palinsesto di questa piccola emittente, fondata nel 1974 dal politico Giacomo Properzj ed embrione di Canale 5, integrava gli scarsi contenuti allora disponibili con le esibizioni degli abitanti (e unici suoi spettatori) del quartiere in cui si era insediata¹⁵: Milano 2. Il complesso residenziale sviluppato da Berlusconi, allora solo imprenditore edile, offre a Properzj l'ambiente nel quale insediare una delle prime tv senza affrontare gli esorbitanti costi di infrastrutturazione. Per evitare la "bruttura" delle foreste di antenne sui tetti, il progetto prevede infatti un dispositivo centrale di ricezione che distribuisce via cavo il segnale tv a ciascun appartamento¹⁶. L'ex cavaliere subentra poco dopo nella proprietà di Tele Milano cavo, pagandola una lira e

rilevandone i debiti, in maggior parte contratti verso la sua Edilnord come affitti non pagati.

Si può dire quindi che è stata una preoccupazione fondamentale estetica, architettonica, di decoro urbano, sebbene legata a calcoli di mercato, a proiettare un palazzinaro dal mattone alla televisione e, da qui, ai vertici della politica. L'incontro fatale trova tuttavia un Berlusconi prontissimo ad adattarsi al mezzo e al "Kunstwollen" che esso esprime. Sua emittenza non inventa gran che, ricicla idee e persone seguendo un istinto ampiamente collegato alla "panza" del paese (e alle caratteristiche stesse del mezzo televisivo¹⁷). Non è il primo a sfruttare il talento popolare di Mike Bongiorno o a portare tette e culi in primo piano. Più che ai contenuti, pure graditi a larghi strati di pubblico, il suo successo sembra affidarsi alle protezioni governative, a una attitudine a forzare i limiti legali, a spregiudicate strategie commerciali e, qualcuno ipotizza, a inconfessabili intrecci con la malavita.

Tangentopoli e la caduta del Muro smantellano il quadro politico che aveva garantito a Berlusconi di diventare l'unico reale competitore della Rai. Nel 1994 "scende in campo" e si presenta alle elezioni. L'impegno organizzativo è enorme, ma gli adattamenti culturali, estetici e comunicativi sono quasi automatici: la politica è la televisione condotta con gli stessi mezzi e, soprattutto, per lo stesso "pubblico", martellato da anni di esposizione alla più potente arma di distrazione di massa. Se emerge qualche minima variazione è forse in una ulteriore omogeneizzazione al ribasso, un surplus di correttezza. Il know-how televisivo prende direttamente il potere, anche per quanto riguarda l'organizzazione spaziale. L'ex cavaliere inserisce nello staff governativo Mario Catalano, allievo di Filippo Panseca, il famoso ideatore del tempio che faceva da sfondo al congresso

del Psi a Rimini del 1987 e di altre icone del craxismo. Catalano si fa notare come scenografo di *Colpo grosso*¹⁸, trasmissione di spogliarelli a cui attribuisce una ambientazione navale tutto sommato modernista; alla Fininvest cura le scene, tra gli altri, dei programmi della Carrà, di Gigi e Andrea, della Bonaccorti, di Maria De Filippi; a palazzo Chigi finisce per fare il "braghettone" alla copia della *Verità* del Tiepolo, scelta con supremo sprezzo del ridicolo a fare da sfondo della sala stampa. A lui si attribuiscono gli innumerevoli cieli azzurri con fiocchi di nuvole, accompagnati da arredi immacolati, che decorano le convention di Forza Italia e, meno appropriatamente, rappresentano l'Italia in vari summit internazionali, tra gli altri il vertice Nato-Russia di Pratica di Mare del 2002 e il G8 trasferito all'Aquila dopo il terremoto del 2009. In quest'ultima occasione – indipendentemente da ogni possibile valutazione sui vantaggi contingenti in termini politici, economici o di ricadute reali per questa terra martoriata – la scelta di Berlusconi di affidare nuovamente i luoghi delle più importanti riunioni internazionali all'effimero della scenografia sembra sintomo della volontà di evitare l'architettura, soprattutto l'architettura contemporanea che, progettata da Stefano Boeri architetti, lo aspettava alla Maddalena. Un'attitudine contraria alla nostra disciplina, come tale e nelle sue espressioni più avanzate, che riemerge anche quando l'ex cavaliere costruisce per sé: nell'incarico allo scultore Cascella per il mausoleo di Arcore o nell'immaginario tra Playboy e Batman dei lavori a villa Certosa in Sardegna, con nuraghi, finto vulcano e grotta sottomarina. E che si innesta nella sua irresistibile attrazione per il posticcio (alcuni ricorderanno la statua romana di Marte, temporaneamente trasferita a palazzo Chigi e, per l'occasione, integrata delle parti mancanti: mani e pene),

sperimentata anche su se stesso, con alzatacchi, cerone, tinture, trapianti di capelli e chirurgia plastica, fino ad assomigliare a una sorta di Max Headroom¹⁹. La parabola di Berlusconi pare in fase discendente; i televisori si vendono meno; altri media si stanno espandendo. La nostrana, estrema versione dell'integrazione tra televisione e politica non sembra però mostrare segni di cedimento. A contendersi il potere sono comunque altri prodotti televisivi: da un lato Beppe Grillo, formatosi in una lunga militanza Rai, e dall'altro i due Matteo, entrambi selezionati in gioventù dal casting di Mediaset²⁰. E la televisione, diventata politica, continua a erodere i fondamenti materiali e spaziali di quest'ultima, ne spegne il legame originario con la polis. Di conseguenza ha sempre meno bisogno dell'architettura, se non come costruito meramente visivo, scenografico, legato al punto di vista della telecamera e al tempo istantaneo del consumo.

1. Stefano Bartezzaghi, *Se scompare il televisore così bello e così inutile*, in "La Repubblica", 11.12.2014, pp. 1, 41.

2. "La televisiun la g'ha na forsa de leun. La televisiun la g'ha paura de nisun. La televisiun la t'endormenta cume un cuiun!" Enzo Jannacci, *La televisiun*, in Id. *Quelli che...*, Ultima spiaggia, 1975.

3. La "sentenza n. 225 del 1974 dichiarò sulla televisione via cavo l'illegittimità costituzionale degli artt. 1, 183 e 195 del 'Testo unico', che riservavano allo Stato il monopolio televisivo. Con successiva sentenza n. 226 del 1974 liberalizzava la collocazione sul territorio nazionale dei ripetitori di reti televisive estere (Antenne 2 francese, Tmc-Telemontecarlo, Rsi- Radiotelevisione svizzera di lingua italiana e Tv Koper-Capodistria). L'anno

successivo il Parlamento emanò la legge 103/75 (la 'Legge di riforma'), che autorizzava le trasmissioni via cavo monocanale e anche la ripetizione via etere sul territorio italiano delle emittenti estere (Francia, Svizzera, Montecarlo, Capodistria) ... Nel 1976 la Corte costituzionale, con la sentenza n. 202, autorizzò anche le trasmissioni radiotelevisive via etere in ambito locale".

4.

Per farsi una idea della montagna di denaro coinvolta basti pensare che la quota di raccolta pubblicitaria della televisione è oggi di circa il 60% del totale comprendente radio, giornali e internet. Nel regime di duopolio italiano, significa che Mediaset assorbe circa un terzo dell'intero giro d'affari pubblicitario del nostro Paese.

5.

Deyan Sudjic, *Architettura e potere*, Laterza, Roma-Bari 2011 (2005), lo cita solo una volta e in maniera puramente incidentale riguardo alle vicende dell'involucro dell'Ara pacis di Meier a Roma.

6.

Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 1987 (1936), p. 45.

7.

"Il fascismo vede la propria salvezza nel consentire alle masse di esprimersi (non di vedere riconosciuti i propri diritti). Le masse hanno diritto a un cambiamento dei rapporti di proprietà; il fascismo cerca di fornire loro un'espressione nella conservazione degli stessi. Il fascismo tende conseguentemente a un'estetizzazione della vita politica. Alla violenza esercitata sulle masse, che vengono schiacciate nel culto di un duce, corrisponde la violenza da parte di un'apparecchiatura, di cui esso si serve per la produzione di valori culturali". Walter Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, Einaudi, Torino 1987 (1936), p. 46.

8.

David Foster Wallace, *E unibus pluram*, in Id., *Tennis, tv, trigonometria, tornado e altre cose divertenti che non farò mai più*, Minimum fax, Roma 1999, p. 30.

9.

"Sei ore al giorno è più tempo di quanto la maggior parte delle persone dedichi a ogni altra attività (conscia)". Ivi, p. 46.

10.

"in condizioni di iperdosaggio si verifica una specie di comples-

so scambio psicologico tra la tv e il Pubblico mediante il quale il Pubblico viene prima addestrato a rispondere ai programmi tv triti, ritriti e ottundenti, poi ad apprezzarli, e infine a *pretenderli*". Ivi, p. 54.

11.

Lo slogan di Canale 5 alla fine degli anni settanta era: "Corri a casa in tutta fretta, c'è il biscione che ti aspetta".

12.

"Che gli spot televisivi si siano sempre rivolti agli individui singoli piuttosto che ai gruppi può sembrare curioso alla luce dell'ampiezza senza precedenti del Pubblico televisivo, ma un venditore dotato potrebbe spigarvi che le persone, prese da sole, sono sempre più vulnerabili, dunque impaurite, dunque persuasibili". David Foster Wallace, *Op. cit.*, p. 72.

13.

"Non lo specchio stendhaliano che riflette il cielo blu e le pozze fangose. Ma più qualcosa di simile allo specchio del bagno con la luce sopra, davanti al quale i quindicenni si ispezionano i bicipiti e decidono qual è il loro profilo migliore". Ivi, p. 30. "L'umanità, che in Omero era uno spettacolo per gli dei dell'Olimpo, ora lo è diventata per se stessa. La sua autoestraniazione ha raggiunto un grado che le permette di vivere il proprio annientamento come un godimento estetico di prim'ordine. Questo è il senso dell'estetizzazione della politica che il fascismo persegue". Walter Benjamin, *Op. cit.*, p. 48.

14.

Trasmessa dalla Rai a partire dal 1959 e condotta da Mike Bongiorno, Renato Tagliani (rimpiazzato a un certo punto da Enza Sampò) ed Enzo Tortora. Primo gioco collettivo in cui veniva coinvolto il pubblico dalle due parti dello schermo.

15.

Intervista di Riccardo Esposito a Giacomo Properzj, www.tvlocali.tv/voce/properzj.htm, consultato 18.12.2014.

16.

Sulle vicende di Milano 2, edilizie e televisive, si è concentrata l'installazione "Sales Oddity" di Andrés Jacques, premiata all'ultima Biennale architettura. Vedi Andrés Jacques, *Sales Oddity: Or How Mediaset Challenged Europe*, in "Volume", n. 41, 2014, pp. 106-111.

17.

La tesi di David Foster Wallace nel lungo saggio sopra citato è che la televisione sia stata il vero motore del postmoderno.

18.

Colpo Grosso, Italia 7, 1987-92. "La produzione era a cura della Geit, la realizzazione a cura di Asa Television per conto della Fininvest con cui la syndication Italia 7 all'epoca aveva un contratto per la fornitura di programmi televisivi". *Wikipedia*, ad vocem "Colpo grosso (programma televisivo)", it.wikipedia.org/wiki/Colpo_grosso_%28programma_televisivo%29, consultato 20.12.2014.

19.

Max Headroom, primo personaggio (finto) digitale: annunciava video su Channel 4 nel 1985 per diventare poi protagonista nel 1986-87 dell'omonima serie tv.

20.

Matteo Renzi è stato concorrente della *Ruota della fortuna* nel 1994. Matteo Salvini ha partecipato a *Il pranzo e servito* nel 1993.