

Spettacoli

L'annuncio di un dibattito tv tra Carter e Ford. Sotto, De Mita al trucco prima di una tribuna televisiva



Nessun grassone diventerà mai presidente degli Usa. Anche in Italia la telegenia degli uomini pubblici è sempre più importante. Due libri analizzano il rapporto strettissimo fra politica e mass-media

Politici & Pollici

«La costituzione americana non lo dice, ma nessun ciccone potrebbe oggi correre per un alto incarico politico. Neanche un calvo lo potrebbe. Come pure nessuno che la cosmesi non riesca a rendere telegenico. Con simili affermazioni paradossali Nell Postman, professore newyorkese che si occupa di comunicazione, apre il suo accorato e spiritoso appello contro gli effetti devastanti che secondo lui il medium di massa per eccellenza della nostra epoca, la tv, sta determinando sulla evoluzione — o per meglio dire, involuzione — del discorso pubblico».

Affermare che i politici di oggi devono essere più competenti in cosmetica che in ideologia può apparire eccessivo, ma Postman ha buon gioco nel ricordare le campagne elettorali di Nixon, che dopo la sconfitta subita nel '60 dall'ultratelevisivo Kennedy, appattò ad un gruppo di esperti una completa ricostruzione della propria immagine, così come il fatto che l'attuale presidente degli Usa sia un ex attore di Hollywood e che nell'84, abbia corso per la Casa Bianca un astronauta protagonista di uno dei più spettacolari show televisivi degli anni 60.



Nel suo libro «Divertirsi da morire», Longanesi & C. Postman non esita a teorizzare che, col prevalere della televisione sugli altri mezzi di comunicazione a stampa (e soprattutto sui libri) il contenuto di molta parte del discorso pubblico è diventato pericolosamente privo di senso. La vera e propria crisi ideologica che anima il pamphlet del professore americano — che ha avuto uno straordinario successo di vendite in America e Europa — ha attirato sul suo autore (lo ha fatto per esempio Barbiellini Amidei sul Corriere della Sera) qualche critica sbrigativa di moralismo nostalgico e conservatore. Tuttavia Postman è un «apocalittico» consapevole, che cerca di guardare in guardia non tanto dai rischi di degenerazione autoritaria nell'uso del mass-media (il 1984 è passato, ma che si avverassero le più oscure profezie orwelliane), quanto dalla tendenza a naufragare dolcemente nella televisione, la più grande e la più pericolosa per sua natura ci propina quotidianamente.

Sviluppando non dogmaticamente il fatto che il fenomeno di McLuhan — il mezzo è il messaggio — Postman svolge una sorta di critica epistemologica alla tv: il divertimento è la superideologia di ogni discorso in televisione. Ciò che va deplorato non è tanto il fatto che la tv diverta, ma che pretendendo che qualsiasi argomento sia presentato come divertimento. Questo tipo di spettacolarizzazione, infatti, distrugge la politica, l'informazione, la religione, la scuola. La denuncia di Postman si conclude del resto

con una proposta molto ragionevole e moderata: proprio la scuola dovrebbe occuparsi di fornire alla gente gli strumenti analitici per utilizzare criticamente il linguaggio televisivo, anziché come comincia a succedere in America col beneplacito e gli stanziamenti delle istituzioni governative scalmottate nella didattica semplificazioni e le vacuità del «serial».

Le preoccupazioni di Postman possono sembrarci molto lontane qui in Italia, dove abbiamo un presidente del Consiglio durevolissimo anche se calvo, e dove persino Spadolini passa per un politico dalla buona immagine. Tuttavia l'era della politica-spettacolo sembra alle porte anche da noi: ce ne avverte Gianni Statera in un saggio scritto con intenti divulgativi e pubblicato da Mondadori. Anche Statera cita i classici esempi Usa delle campagne elettorali di Nixon, che vinse nel '68 lo stimato Humphrey grazie all'abilità del suo consulente televisivo McGinnis (il quale affermò all'epoca: «il problema di Nixon era serio: era Nixon stesso»), inducendo il suo avversario a dichiarare: «il più grande errore della mia vita politica è stato quello di non impallare a usare la televisione». Per passare poi a una galleria di politici italiani pionieri della spettacolarizzazione: dal «padre fondatore» Pannella, al «caso Pertini», alla controversa ma alla fine «vincente» immagine di Craxi, all'«effetto Berlinguer», alle prime difficili mosse di Cossiga.

Non sempre le valutazioni di Statera appaiono convincenti, soprattutto laddove cercano di evidenziare relazioni di causa-effetto tra le strategie di immagine più o meno consapevolmente scelte dai partiti e dai loro leader e i risultati elettorali, peraltro scomposti in interessanti campioni geo-sociologici. Ma, appunto, la situazione italiana è più acerbata e forse politicamente più complessa di quella americana: tuttavia, almeno a partire dall'83, il peso dei network televisivi privati e certe scelte della Rai e della stampa (per tutti valgono le «campagne politiche della Repubblica») si è aperta anche in Italia l'era della politica-intrattenimento. Andreotti o Natta al salotto di Raffaella Carrà e Pertini che telefona in diretta a Pippo Baudo ci avvertono che il fenomeno si avvia ad essere molto serio, e che le strategie comunicazionali dei partiti dovranno saperne tenere sempre più conto.

Uno dei punti cruciali, sottolineati da Statera, riguarda infatti il quesito su chi davvero determini il messaggio, i politici o i media? Sono sempre più spesso questi ultimi «a condurre la danza, stabilire i ruoli, definire l'immagine». Statera però non è un «apocalittico»: per lui questa tendenza (che porta inevitabilmente anche i partiti di massa a trasformarsi in partiti «di opinione») è irreversibile e non necessariamente negativa: non è detto che la propensione allo spettacolo tout court «non si evolva in propensione allo spettacolo di qualità, e quindi alla politica spettacolo di qualità».

Speriamo bene. I tempi, comunque, incalzano. Forse non è senza significato il fatto che all'ultima — assai poco spettacolare — crisi di governo, sia corrisposta la crisi di una delle forme tradizionali della comunicazione politica televisiva, lo «struccone» per ora senza alternative credibili. Intanto Comunione e Liberazione va su tutti i giornali affrontando di petto la sfida dell'informazione, e difendendo anche un raffinato spot televisivo) e il Pci «fa notizia» più per l'inserto satirico dell'Unità «Tango» che per le sue proposte programmatiche e di governo. C'è di che riflettere, anche per gli «integrati».

Alberto Leiss

Da oggi la «seconda puntata» della mostra sull'arte orientale fino all'epoca di Marco Polo

La Cina a Venezia, un serial



Figura maschile in terracotta (dinastia Wei). In alto, testa di Bodhisattva in legno (dinastia Song)

Rigo è polemico con i suoi collaboratori. Ma anche l'attuale sindaco, Nereo Laroni, socialista, lo è con lui: alla presentazione della mostra di ieri mattina, ad esempio, non c'era. Non solo: è tornato da poche ore da un viaggio negli Stati Uniti accompagnato da Salvadori, ha allestito una conferenza stampa contemporanea alla vernice della mostra per raccontare l'esito del suo tentativo di riportare i turisti americani in laguna. «Ma non è certo con i viaggi di Laroni e di Salvadori — replica secco Rigo — che si restituisce il turismo statunitense a Venezia».

I cinesi, invece, sono felici: ormai sono ospiti affezionati della città almeno quanto quella storica colonia inglese di stanza a Venezia da un paio di secoli che è stata acquisita dall'iconografia più classica del centro storico. Tra le clausole del contratto con cui hanno messo a punto la gigantesca spedizione dei materiali (14 in tutto, molti dei quali mai usciti dalla grande muraglia) hanno inserito la permanenza pagata, in città, di un gruppo di tecnici ed operatori culturali. Richiesta accolta con piacere: sistemati in appartamenti (dovranno restare fino a marzo, quando la mostra chiuderà), i veneziani li hanno visti aggirarsi tra le botteghe del centro a comprare pentole e posate in vista del lungo soggiorno. L'idea del «fontego», non è così balzana e in molti la accoglierebbero volentieri. La grande macchina culturale veneziana lavora ora a tempo pieno: la vetrina delle offerte è composta; all'appello non manca nessuno. Inaugurata la Cina, in marcia da tempo il futurismo di Palazzo Grassi e della Fiat, in fase di decollo le arti visive della Biennale, stasera il primo film alla Mostra del cinema del Lido: un cartellone così, oggi non lo ha neppure New York. Eppure, forse a causa della grande folla di occasioni, sembra si siano ristrette le disponibilità offerte dal mercato delle sponsorizzazioni nei confronti dell'Iniziativa dell'Ente locale che quest'anno pagherà quasi per intero i circa tre miliardi della mostra sulla Cina. Solo la Lanerossi, e vincendo pare qualche difficoltà, ha deciso di entrare nell'operazione diretta da Rigo mettendo a disposizione appena 150 milioni. Forse, suggerisce qualcuno è la presenza della Fiat, poderosa al punto da scoraggiare la concorrenza, dall'alto di Palazzo Grassi, a poche centinaia di metri di distanza da Palazzo Ducale, a frenare psicologicamente gli altri possibili grandi sponsor.

Toni Jop

Il nostro servizio

URBINO — Nel quadro del disastro ecologico nazionale (falde infette, acque mistate, mare e spiagge putride, boschi in fiamme e infiammati), e della più totale e sconcertante incuria che devasta la più gran parte del nostro patrimonio artistico, beni immobili compresi, che vengono abbandonati persino al marzotto e all'espansione, e così paradossalmente al sicuro (nonostante la probità e la tenacia di tanti amministratori pubblici, centrali e periferici), in questo quadro va segnalata l'iniziativa di piccoli centri, magari celebri e celebrati come Urbino, che intendono ricordare che cosa si fece qui per la salvaguardia del nostro patrimonio artistico nei tempi durissimi della guerra, e quindi imporre all'attenzione nazionale un fenomeno che non ha precedenti nella storia del nostro paese e forse anche di altri.

Urbino racconta le peripezie delle nostre opere d'arte durante l'ultima guerra mondiale

Così salvammo Giorgione

salvataggio delle più importanti opere d'arte italiane dei musei di Milano, Venezia, Roma e delle Marche. È una storia ignorata, meravigliosa, incredibile, perché si pensò a Urbino come sede defilata rispetto alla guerra, ma poi la città venne a trovarsi a ridosso della linea gotica, quindi si dovettero ricominciare gli spostamenti verso il Vaticano. Si pensi che circa duemila opere furono concentrate a Carpegna nel Palazzo Carpegna, a Sassocorvaro nella meravigliosa Rocca di Francesco di Giorgio e a Urbino nel Palazzo Ducale, in sale e depositi debitamente costruiti, attrezzati, e assicurati in condizioni oggettive e di mancanza di tutto. Ma quali opere? Ne citerò solo alcune perché il lettore abbia un'idea del loro valore: il Tesoro di San Marco e la Pala d'oro, la Tempesta di Giorgione, il Donatello dei Frari, da Venezia; da Milano Bramante, lo Sposalizio della Ver-



Un particolare della «Tempesta» di Giorgione

gine di Raffaello e la Madonna con Santi di Piero della Francesca, e altri Tiziano e Veronese, da Roma i Tesori delle Gallerie Borghese e Corsini, il Caravaggio di San Luigi dei Franceschi, ecc.; dalle Marche quasi tutto (Lotto, Crivelli, Piero, Raffaello, ecc.). Avvenuto questo trasferimento fra il '40 e il '43, improvvisamente nel Montefeltro e a Urbino si attestarono concentramenti di tedeschi, che per esempio occuparono il Palazzo Carpegna. Bisognò ricominciare tutto, prendere accordo interminabile, e trasportare questi valori in Vaticano, con pochi uomini volenterosi, pochi «simi autotreni», tutti e tutto nell'illealtà più assoluta sia nei confronti dei tedeschi che requisivano ormai tutto, sia del cosiddetto Stato italiano, ormai al nord, che aveva dimesso questo funzionario perché non si erano trasferiti con la Repubblica di Mussolini. Tutta gente passibile

Advertisement for Schwarzenegger in Codice Magnum Arnold Il Magnifico. Includes a photo of a man in a suit and a small image of a lion.

Livio Sichirolo