

3/2010

STUDI CULTURALI



San Precario
Università globale
Susan Sontag e l'Occidente
Moravia in Africa

rappresentarono una prova importante del rifiuto della svolta eugenista e autoreferente del razzismo fascista post-1938 da parte della comunità scientifica italiana. D'altra parte, come lo stesso De Nicola afferma, ciò che venne a esser criticata fu la deriva totalitaria, e le leggi antisemite e la rottura con il diritto romano che da essa scaturivano, non il razzismo in senso lato. Nessuna reale obiezione venne mai formulata, infatti, contro il razzismo coloniale pre-1938, considerato in sé legittimo, coerente con la cultura coloniale – fondata su principi riconducibili al positivismo giuridico italiano e al darwinismo sociale diffusi nella penisola e nell'Europa tutta e sulla separazione tra le categorie di cittadino e suddito, colonizzatore e nativo interne alla giurisprudenza coloniale (e romana). Il ritorno all'ortodossia universalista – romana e illuminista – rappresentava dunque una chiara opposizione all'ultimo volto del fascismo e la volontà di un ritorno a quel razzismo compassionevole che aveva fatto degli italiani in colonia «brava gente».

Gaia Giuliani

Panarari, Massimiliano
L'egemonia sottoculturale
L'Italia da Gramsci al gossip

Torino, Einaudi, 2010, 146 pp.

Che cos'è il «berlusconismo»? Quali basi culturali o antropologiche vi sono dietro l'incredibile successo elettorale e il radicamento politico del «Cavaliere»? Gli studi sul tema sono ancora abbastanza timidi e incerti: tuttavia si cominciano a intravedere due tesi contrapposte. La prima cerca di radicare Berlusconi in una lunga durata della storia politica italiana, che risale almeno all'Ottocento e per certi versi a molto prima. In questa chiave, il Nostro sarebbe nient'altro che la più recente maschera (per quanto tecnologicamente peculiare) di vizi dalle profonde radici, come la debolezza della tradizione civica, il mai superato clientelismo, la povertà del sistema educativo e la difficoltà degli intellettuali (già notata da Gramsci come una delle basi del fascismo) a creare una solida cultura nazionale e popolare. La seconda tesi colloca invece Berlusconi nella durata molto più breve

della storia della televisione commerciale. È ad esempio la suggestione di un film come *Videocracy* di Erik Gandini. La TV non è solo stata il trampolino di lancio di Berlusconi, la base del suo potere economico e lo strumento della sua propaganda elettorale. Di più, essa ha rapidamente costruito un «tipo» antropologico nuovo, nel quale una certa ideologia e certe forme del potere hanno attecchito con estrema facilità. L'aspetto più rilevante in questo uso della TV sarebbe non tanto (o non solo) il monopolio dell'informazione politica, ma anche e soprattutto la diffusione di forme di spettacolo e intrattenimento: queste ultime avrebbero l'effetto di attingere la coscienza critica dei cittadini-spettatori, svalutando la cultura, distruggendo i sistemi di valori e svuotando di fatto la democrazia.

È quanto sostiene anche questo pamphlet di Massimiliano Panarari, che tuttavia dà spessore alla tesi «televisiva» con un pertinente riferimento alla nozione gramsciana di egemonia. La situazione politica in cui oggi ci troviamo sarebbe il risultato di una schiacciante e apparentemente irreversibile vittoria della destra nella battaglia per l'egemonia culturale. Una vittoria che si profila all'inizio degli anni ottanta con le politiche della Thatcher, di Reagan e, per l'Italia, di Craxi, all'insegna di due parole d'ordine: neoliberalismo senza regole e anti-intellettualismo. In questi anni diviene chiaro che l'egemonia non si costruisce né in fabbrica né nel faticoso e lento lavoro di educazione popolare, come pensava Gramsci, ma attraverso l'occupazione dei media: in particolare, essa «stava prendendo forma all'interno degli studi di una televisione completamente diversa da quella in bianco e nero: la televisione della pubblicità e degli show con le ballerine scosciate» (p. 20). Una strategia che porta a disfarsi degli intellettuali tradizionali (il «culturame», espressione che riecheggia da Craxi a Brunetta), sostituiti con figure di professionisti dello spettacolo e della comunicazione; figure che, pretendendo di fare puro intrattenimento, costruiscono in realtà una pesante cappa ideologica che assicura un consenso diretto e solido come non mai alle forme del potere economico e politico.

Posta questa premessa, il libro si articola prendendo in esame alcuni momenti e figure cruciali di questa egemonia (sotto)

culturale che gli interessi neoliberali sono capaci di imporre – restringendo l'angolo visuale alle vicende della televisione italiana, appunto, dagli anni ottanta a oggi. Si parte dall'analisi di *Drive in*, l'innovativo varietà di Italia 1 che ha lanciato la «controrivoluzione televisiva», per passare alla stampa e ai giornali di gossip che hanno in Alfonso Signorini (il direttore di riviste quali *Chi* e *TV Sorrisi e Canzoni*) il loro «intellettuale organico». Si prosegue con Antonio Ricci e la commistione di news, spettacolo e pubblicità in programmi come *Striscia la notizia* e *Le iene*, con gli show di Maria De Filippi basati sulla esposizione dell'intimità, e quindi con il format del reality e il personaggio di Simona Ventura; per finire con il trionfo dei vip opinionisti in *Porta a porta* di Bruno Vespa.

Il libro è scritto con vigore e intelligenza, inseguendo uno stile non serio – che mantiene leggerezza e ironia anche quando si avventura nella «grande teoria» e nella strumentazione semiologica. Molti degli argomenti avanzati sono condivisibili: in particolare la conclusione, con la critica alla sinistra di aver trascurato questo ambito della battaglia politica, lasciando agli altri il completo controllo dello spettacolo e dell'«immateriale». Con la necessità, dunque, di ripensare contenuti e linguaggi della televisione, senza demonizzarla né considerarla in termini di meccanico «controllo delle coscienze», ma ripartendo invece da un'idea di servizio pubblico e di pedagogia di massa (p. 127). Tuttavia, l'analisi non convince completamente, a causa di quella che a me sembra una contraddizione teorica interna al testo. Una volta enunciata, la tesi dell'egemonia sottoculturale non viene sviluppata nei termini di una (gramsciana) storia della cultura e dei suoi rapporti con la politica. L'autore abbandona subito questo piano per dedicarsi a «quadretti» di analisi di programmi e personaggi – una galleria di mostri in cui emerge tutto il *kitsch*, il *trash*, il «coattume» culturale della televisione di oggi, che si pone però più sul livello della critica di costume che non della storia culturale. In queste pagine, che rappresentano il corpo centrale del libro, i riferimenti teorici cambiano. La problematizzazione del rapporto egemonico-subalterno scompare, sostituita dalle più roboanti critiche filosofiche della cultura di massa, da Debord a Baudrillard, da Derrida a Bauman.

Approcci teorici suggestivi ma non sempre compatibili l'uno con l'altro: e con una certa tendenza iperbolica a dedurre, dalla semplice volgarità dei programmi televisivi, cose tipo la desertificazione del reale e la colonizzazione delle coscienze. Oltre a capire meglio che cosa vuol dire «desertificazione del reale», è possibile descriverla e dimostrarla empiricamente o etnograficamente? È possibile spingersi un po' oltre la mera analisi semiologica dei testi – un metodo i cui limiti sono stati chiariti ormai da decenni di ricerca sociale?

È senza dubbio vero che la televisione gioca un ruolo cruciale nel «plasmare» massicciamente stili di vita e modalità di interpretare il mondo» (p. 127). Ma appare un po' eccessivo pensare al Gabibbo, al *Grande Fratello* e alle ragazze scollacciate dei varietà come agli agenti di una così profonda metamorfosi antropologica degli italiani; e a Ricci e Signorini come alle perfide eminenze grigie di un totalitarismo orwelliano, capaci di determinare a distanza i nostri desideri e le nostre azioni. Non si staranno per caso invertendo le cause con le conseguenze? Che fra il berlusconismo e la televisione commerciale vi sia un rapporto stretto e simbiotico, come quello delle pulci con il cane, è evidente (ricordate il filosofo? Se le pulci avessero dei riti, questi riguarderebbero il cane). Ma non è che l'una «spiega» l'altro o ne «deriva»; così come la crisi culturale della sinistra non è solo frutto del non aver compreso l'importanza della televisione. È utile far vedere i nessi fra questi fenomeni, che però andrebbero compresi tutti insieme nel quadro di una cornice molto più ampia e complessa e – sospetto – anche storicamente più profonda.

Fabio Dei

Del Grosso Destreri, Luigi, Brodesco, Alberto, Giovanetti, Silvia e Zanatta, Sara
Una galassia rosa
 Ricerche sulla letteratura femminile di consumo

Milano, Franco Angeli, 2009, 208 pp.

Il volume affronta un tema poco frequentato in ambito accademico nel nostro paese: quello della letteratura rosa di consumo,