

Lo Stato dell'Arte. Note a margine sulle arti e la comunicazione politica

Federico Boni (Università degli Studi di Milano)

Abstract

L'articolo analizza tre ambiti che raramente hanno incrociato il loro percorso con la *political communication*: l'arte contemporanea, l'architettura e il fumetto. Il tentativo è quello di capire come tali ambiti espressivi ci possano dire qualcosa sulla politica e sulla comunicazione politica, e come essi stessi possano essere utilizzati come mezzi di comunicazione politica, con i loro codici peculiari e le loro specifiche caratteristiche espressive. L'articolo procede partendo da considerazioni generali relative a ciascun ambito, per poi calare lo sguardo su alcune pubblicazioni dell'ultimo decennio (una per ciascuna delle forme artistico-espressive prescelte) che hanno tentato di portare nel dibattito accademico l'attenzione sul ruolo (i ruoli) svolti dall'arte, l'architettura e il fumetto nelle modalità in cui si può fare comunicazione del potere e della politica, o di come si possa parlarne. Ciò che emerge è che il rapporto tra le arti e la comunicazione politica non ci mostra solo il compiuto processo di spettacolarizzazione della politica e di politicizzazione dello spettacolo (nelle forme della "politica pop"), ma anche come proprio il campo delle arti ci possa dire qualcosa sulle forme contemporanee dell'anti-politica e della satira nei confronti del potere.

Parole chiave: arte contemporanea; architettura; fumetti; comunicazione politica.

The article analyzes three areas that rarely have crossed their path with the scholarship of political communication: contemporary art, architecture and comics. The aim is to understand how these areas can say something interesting about politics and political communication, and how they can be used as a means of political communication, with their unique codes and their specific expressive characteristics. The article starts from general considerations relating to each area, and eventually focuses on the analysis of some publications of the last decade (one for each of the artistic-expressive forms chosen) that have focused on the role played by art, architecture and comics in the understanding of political communication. What emerges is that the relationship between the arts and political communication shows the fulfillment of the process of both the spectacularization of politics and the politicization of the spectacle (in the forms of "pop politics"); besides, the field of the arts can say something about the contemporary forms of "anti-politics" and political satire.

Key words: contemporary art; architecture; comics; political communication.

Introduzione

Va bene, abbiamo capito. La politica si è spettacolarizzata, e lo spettacolo si è politicizzato; la politica è pop, e il pop è politico. La comunicazione politica si gioca con codici e stilemi che sono ormai in gran parte mutuati dal mondo dello spettacolo e della *pop culture*, e del resto la comunità accademica ci fornisce negli ultimi decenni puntuali resoconti di come e quanto questa commistione stia avvenendo (sia avvenuta). Eppure qualcosa non torna. Sembra quasi che i codici della comunicazione politica siano esclusivamente quelli di ciò che una volta veniva chiamata la "low culture", e che altri ambiti della produzione culturale – ad esempio quelli appartenenti a ciò a cui ci si riferiva come la "high culture" – siano del tutto estranei o assenti nella definizione del linguaggio e del discorso politico, o nelle stesse logiche della comunicazione politica *tout court*. Insomma, è come se la comunità accademica si concentrasse solo sulla cultura "pop", avendo quasi timore a scomodare altri ambiti. L'interesse delle scienze politologiche e sociali per la cultura è decisamente benvenuto, ma

getta uno sguardo forse troppo miope, del tutto centrato sulla *pop culture* e negando quasi l'esistenza di altre forme di espressione culturale. Siamo insomma in presenza di una sorta di "snobismo al contrario", dove l'interesse è tutto riservato a pratiche e linguaggi pop, mentre tutto ciò che appartiene a quanto possa anche solo avere l'odore di "cultura alta" viene sistematicamente negato o ignorato. Forse si potrebbe passare per borghesi o – peggio – piccolo borghesi? Quanti sono gli studi dedicati al rock e al pop come mezzo di comunicazione politica, e quanti invece all'opera in questo stesso ruolo? Gli studi culturali possono avere la loro parte di responsabilità, con il loro malcelato "populismo accademico" che dedica pagine e pagine di analisi alle soap opera, ma guai a sporcarsi le mani con programmi culturali o di divulgazione del teatro o della danza d'avanguardia. Ecco: lo stesso sembra avvenire nell'ambito della comunicazione politica. Un po' a mo' di risarcimento per questo snobismo a rovescio, e un po' per vedere se anche i settori cosiddetti "alti" della cultura possano dirci qualcosa sul funzionamento della politica e sui modi in cui questa comunica, in questo articolo si vogliono analizzare tre ambiti che raramente hanno incrociato il loro percorso con la *political communication*. E, proprio per evitare di cadere nello snobismo opposto, si indagheranno tre diverse forme culturali che vengono assegnate sia alla "cultura alta" che alla "cultura bassa": l'arte contemporanea e l'architettura, da una parte, e il fumetto, dall'altra.

Quello che vedremo nelle prossime pagine, dunque, è come l'arte, l'architettura e il fumetto ci possano dire qualcosa sulla politica e sulla comunicazione politica, e come essi stessi possano essere utilizzati come mezzi di comunicazione politica, con i loro codici peculiari e le loro specifiche caratteristiche espressive. Lo faremo partendo da considerazioni generali relative a ciascun ambito, per poi calare lo sguardo su alcune pubblicazioni dell'ultimo decennio (una per ciascuna delle forme artistico-espressive prescelte) che hanno tentato di portare nel dibattito accademico l'attenzione sul ruolo (i ruoli) svolti dall'arte, l'architettura e il fumetto nelle modalità in cui si può fare comunicazione del potere e della politica, o di come si possa parlarne. Avendo ben chiaro che se le distinzioni tra cultura "alta" e "bassa" sono davvero desuete, allora non ha senso né isolare particolari aspetti della produzione culturale, né pensarli come granitici monoliti: del resto, l'arte ha cominciato a essere (o a essere pensata come) pop ben prima della comunicazione politica, e tra i regimi discorsivi che determinano il campo del tanto vituperato fumetto compare anche quello del "fumetto d'autore". Certo: per quello che può servire, o voler dire.

1. L'arte del comunicare (la politica)

Che l'arte possa essere propaganda e comunicazione politica non è un mistero per nessuno. Anzi, forse una delle sue funzioni principali è stata proprio quella di divulgare messaggi politici – o comunque legati al potere –, in maniera più o meno esplicita. Del resto, per restare all'arte contemporanea e alle neo-avanguardie, basterà ricordare il ruolo avuto dalla CIA per promuovere la prima vera avanguardia statunitense, l'Espressionismo Astratto, grazie a un'imponente opera di coordinamento e col viatico di fondi e di azioni politiche, in virtù dei quali la coeva estetica sovietica, fondata sul realismo, venne combattuta a suon di astrattismo, visto "come uno stile di forte contrapposizione culturale e come un simbolo di libertà" (Vettese, 2005, p. 45). La CIA ebbe "ingerenze di vario tipo anche nella programmazione del [MOMA di New York], attraverso interventi diretti o per il tramite di soci fondatori influenti" (*ibidem*). Dalla pittura murale di Siqueiros, Rivera e Orozco nel gridare le lotte sociali di comunità emarginate, agli interventi della CIA nella fondazione di una avanguardia statunitense, tutto il canone dell'arte contemporanea ci racconta una storia di legami tra l'arte, la comunicazione e la politica. Fino ad arrivare alla Street Art, alla Sticker Art e alle performance di gruppi come gli

Yes Men, con le loro "azioni dettate da uno spirito militante e politicizzato" (Dal Lago & Giordano, 2008, p. 169).

Ma se questi aspetti sono conosciuti, o quantomeno ampiamente studiati – anche se non direttamente dalla comunità accademica della comunicazione politica, se non in rari e isolati casi –, un campo meno esplorato è quello che studia le modalità in cui l'arte contemporanea riflette direttamente sui linguaggi e sui codici della comunicazione politica stessa. Da questo punto di vista, un volume che indaga tale ambito è il catalogo dedicato a un'opera di video-arte, realizzata da un artista (non casualmente) italiano, Francesco Vezzoli. Ma procediamo con ordine.

Alla cinquantaduesima Biennale d'arte di Venezia, nel 2007, i visitatori del Padiglione italiano si sono imbattuti in una video-installazione di Francesco Vezzoli, *Democracy*, dove venivano proiettati due video, uno di fronte all'altro e in contemporanea. Due spot elettorali, di un minuto di durata ciascuno, di altrettanti ipotetici candidati alle elezioni presidenziali americane del 2008. I due candidati, Patricia Hill e Patrick Hill, sono interpretati da due personaggi famosi, vere e proprie star amate dai pubblici dei media: l'attrice statunitense Sharon Stone e il filosofo mediatico francese Bernard-Henri Lévy. La prima, *sex symbol* di *Basic Instinct* e, più recentemente, protagonista di film "indipendenti" come *Bobby*, di Emilio Estevez (2006) e *Alpha Dog*, di Nick Cassavetes (2007) e il secondo, reduce dal controverso libro *American Vertigo*, del 2006 (un "viaggio nell'America profonda" del "filosofo nuovo" francese, dove appare non a caso anche la lussuosa villa californiana di Sharon Stone), si fronteggiano in una battaglia elettorale di cui al pubblico non resteranno che immagini e suoni spettacolari, perché le parole andranno perdute nella confusione della proiezione contemporanea dei due spot.

La video-installazione di Vezzoli è il frutto di una collaborazione dell'artista con due importanti *media advisers*, professionisti della consulenza politica statunitense. Il primo è Mark McKinnon, del gruppo Public Strategies, già consigliere della campagna elettorale di Bush nel 2004; il secondo è Jim Mulhall, del gruppo Squier Knapp Dunn, *media advisers* di Bill Clinton nella corsa alla Casa Bianca del 1996. Due personaggi noti al grande pubblico; due candidati (un uomo e una donna, due parti politiche avverse); due società di consulenza politica. La par condicio è salva, anche se le opinioni politiche dei *media advisers* non sono necessariamente quelle dei loro clienti, veri o finti che siano.

I due video, che davvero sono costruiti in tutto e per tutto come autentici spot elettorali, rientrano in un'installazione spaziale che appunto, come si è detto, si chiama *Democracy*, come se la regola politica non fosse (più) tanto quella della democrazia, ma di una diffusa *demopazzia*, dove attori hollywoodiani e tele-pensatori si confondono con i leader politici (o candidati a essere tali); dove la propaganda politica si confonde con le luci, i suoni e i colori della messinscena spettacolare; dove, infine, chi sia l'uno e chi sia l'altro non fa più nemmeno differenza, dal momento che i due hanno lo stesso nome, declinato al maschile e al femminile, e anche un nome (intenzionalmente) banale. Del resto, come possiamo leggere nel catalogo dell'opera di Vezzoli, la scelta sembra un'ironica risposta al problema talvolta lamentato dall'opinione pubblica relativamente all'impossibilità di scegliere tra due voci alternative. Come una creatura mitologica, il mostro del potere ha sempre due facce, o meglio due teste, attaccate però a un unico corpo. Se nel suo apparente bipolarismo *Democracy* vuole raccontare un'unica storia monolitica, il punto nodale del discorso torna allora all'infiltrazione di Vezzoli in un sistema e all'esposizione nell'opera di un'inquietante verità, la reale pazzia chiamata in causa nel titolo: un candidato politico può essere fabbricato, confezionato e venduto al pubblico in ogni istante. L'eventuale mancanza di vere doti è un trascurabile difetto, sempre correggibile. Una celebre frase di Gore Vidal definiva il presidente Ronald Reagan come "il trionfo dell'arte dell'imbalsamatore" (Vezzoli, 2007, p. 45).

Lo spettacolo, la politica; la spettacolarizzazione della politica, la politicizzazione dello spettacolo. La video-installazione di *Democracy* ci racconta questo matrimonio che si è celebrato negli ultimi decenni, e che se prima era un fenomeno che – come mostra la stessa opera di Vezzoli – si rendeva più evidente nella politica statunitense, oggi è forse ancora più clamoroso nel nostro paese, dove televisione, politica e spettacolo si sono saldate in un abbraccio fatale.

Altre opere di Vezzoli, precedenti all'installazione veneziana, ci avevano già raccontato di altri connubi fatali nella nostra società, come quello tra la "cultura alta" e la "cultura bassa", nel cinema, nella televisione, nell'arte. In *An Embroidered Trilogy* (1997-1999), l'opera che apre il trittico di video si chiama *OK, the Praz is Right!*, Iva Zanicchi canta *La riva bianca la riva nera* nella casa-museo di Mario Praz, il celebre anglista che alla sua dimora aveva anche dedicato un volume. Mentre la cantante si esibisce in questo suo brano di successo, lo stesso Vezzoli, seduto su un divano, ricama il volto di Praz. Il riferimento è, tra gli altri, ovviamente al popolare format televisivo *OK, the price is right!*, ricordando che la cantante è stata la conduttrice della versione italiana del gioco a premi (targata Fininvest), *OK, il prezzo è giusto!*, dal 1987 al 2000. Il format-game show, la cantante popolare, l'anglista-esteta, l'artista: il pezzo (d'arte) è giusto. E ancora: in *The Kiss (let's play Dynasty)*, del 2000, video ambientato in un appartamento milanese arredato con mobili e suppellettili appartenuti a Ludwig II di Baviera, Helmut Berger (attore che aveva interpretato il sovrano nell'omonimo film di Luchino Visconti) invita (costringe?) Vezzoli a interpretare un dialogo tratto da una puntata di *Dynasty*, il serial dove l'attore aveva interpretato un ruolo da *guest star* per una stagione e che vediamo andare in onda in un televisore nell'appartamento. Berger interpreta il ruolo di Alexis Carrington (la perfida protagonista della serie, interpretata da Joan Collins), mentre Vezzoli interpreta il figlio, Steven, uno dei primi personaggi esplicitamente bisessuali della fiction seriale statunitense. I due inscenano una lite, che si conclude con un bacio. Il cinema "alto", di Visconti, e la televisione "bassa", la soap; a fare da *trait d'union*, l'attore che ha lavorato in entrambi. Infine, nel 2004 Vezzoli propone *Comizi di non amore*, opera costruita come uno spettacolo televisivo, un *reality show* (anzi, per essere più "televisivamente corretti", un *dating show*) sulla falsa riga di *M'ama non m'ama*, *Il gioco delle coppie* o dei più recenti *Uomini e donne* (Canale 5) e *Dismissed* (MTV), con la conduzione di Ela Weber e i concorrenti impegnati nel conquistare le attenzioni di personaggi celebri come Catherine Deneuve, Marianne Faithfull e Jeanne Moreau. L'opera, che si ispira al film-inchiesta *Comizi d'amore* di Pier Paolo Pasolini (1963-1964), è la versione "riveduta e corretta" dell'originale pasoliniano nell'epoca dello spettacolo televisivo. Il sesso, oggetto dell'inchiesta di Pasolini, diviene qui la posta in gioco di un patinato reality show, realizzato, come gli spot di *Democracy*, con la consulenza di esperti del settore: l'artista si è rivolto infatti a una vera casa di produzione, Einstein Multimedia (*Passaparola, Sarabanda...*), mettendo a punto quello che potrebbe essere il pilot, il "numero zero" di un nuovo format televisivo.

Il cinema d'autore, la televisione con i suoi generi e le sue "poetiche" – la *soap opera*, il *reality*, il *game show* – l'arte e la sua "trivializzazione"... Tutti questi aspetti sono centrali nelle opere di Vezzoli, fino ad arrivare all'incontro tra tutti questi elementi più disparati della *pop culture* con la politica, che diviene in questo modo politica-spettacolo. Uno spettacolo che si compone delle narrazioni della soap e della telenovela, dei personaggi popolari e dei beniamini del pubblico di massa, dei giochi dei quiz televisivi e quant'altro. Dove un attore di "serie B" diviene presidente degli Stati Uniti; dove il cyborg di *Terminator* diviene il governatore della California; dove il "traghettatore" delle logiche televisive americane in Italia diviene il Presidente del consiglio del nostro paese.

Ecco. La *demopazzia* di Vezzoli è la traduzione artistica della *pop-politica* (o la sua denuncia, realizzata con gli stessi mezzi – cfr. Mazzoleni & Sfardini, 2009), di cui gli improbabili personaggi delle scorse legislature (e di quelle a venire?) sono i protagonisti incontrastati nella scena italiana. La video-installazione presentata alla Biennale di Venezia si presenta, in definitiva, come un “viaggio allucinante” all’interno di uno dei fenomeni politici e mediatici più interessanti dell’Italia degli ultimi decenni: la spettacolarizzazione della politica e la politicizzazione dello spettacolo, e la loro compiuta mediatizzazione.

2. L’architettura del potere

Anche il rapporto tra architettura e politica, come si è detto all’inizio, è raramente frequentato nell’ambito della politologia o degli studi sociali, mentre sembra essere un campo lasciato in gestione, al limite, agli storici. In campo storiografico, ad esempio – e per rimanere a uno solo tra gli esempi che si potrebbero trovare –, Emilio Gentile ha studiato il “Fascismo di pietra” (Gentile, 2007), dove la parola della propaganda fascista si è fatta pietra nelle strade, negli edifici e nei monumenti di Roma; una sorta di studio su quello che è stato un vero e proprio strumento della comunicazione politica negli anni del Ventennio.

Quanto agli studi politologici, se è vero che, come si è detto, questi non si segnalano per una grande attenzione su tale questione, è anche vero che esistono delle notevoli eccezioni. La principale è forse quella rappresentata da Harold Lasswell, che nel suo libro *The Signature of Power: Buildings, Communication, and Policy* (Lasswell, 1979) si concentrava ad esempio sull’analisi dell’apertura delle “sale del potere” come indicatore della democraticità, o sulla configurazione della skyline di una città come indicatore del potere di determinati gruppi all’interno di una comunità. Dal lavoro di Lasswell emerge un dato importante, e cioè che l’architettura fisica dei parlamenti e dei luoghi del potere è – o dovrebbe essere – di grande interesse per gli scienziati politici, dal momento che questi ci dicono molto sulla cultura politica di un paese. Del resto, questi edifici sono essi stessi degli artefatti della cultura politica, costituendo tra i più evidenti simboli del governo di una nazione. E, sempre per rimanere in un ambito più strettamente legato alla comunicazione politica *tout court*, potremmo aggiungere che un aspetto interessante in relazione allo studio di Lasswell potrebbe essere quello del ruolo sempre più centrale accordato alle riprese televisive di sedute parlamentari particolarmente importanti, che potrebbero rendere queste strutture architettoniche ancora più essenziali per la conservazione, l’espressione e la messa in forma della cultura politica.

Ma queste sono solo possibilità, al momento raramente colte sia in ambito politologico che in ambito architettonico. Anche perché se di architettura e potere ci si occupa, l’attenzione viene posta per lo più sulla questione del rapporto tra edifici e identità nazionale. Del resto, anche questo si lega alla comunicazione politica: un edificio può rappresentare il potere, come già appunto Lasswell ricordava, o può stare per una comunità – locale, nazionale o sovranazionale. Sociologi e culturalisti hanno mostrato, negli ultimi anni, come l’architettura possa contribuire alla costruzione di identità non solo in ordine agli individui e ai gruppi, ma anche in ordine a comunità più o meno ampie, da quelle regionali a quelle nazionali, per arrivare a quelle sovranazionali. In questo senso, l’architettura viene considerata come uno degli attori principali coinvolti nei processi che hanno a che fare con l’invenzione della tradizione e con la produzione di “comunità immaginate”.

In generale, progetti come il Reichstag di Berlino di Norman Foster (Wise, 1998) o il sito di Ground Zero, di Daniel Libeskind (Jones, 2006), sono tutti considerati progetti che funzionano anche come tecnologie politiche dell’identità, grandi macchinari spettacolari che contribuiscono alla produzione e alla riproduzione del senso di appartenenza identitaria di intere nazioni o

parti di esse. E lo stesso vale per comunità sovranazionali: l'Unione Europea, del resto, ha utilizzato gli stili architettonici della sua storia come simboli dell'unità dei paesi membri, in uno dei luoghi più decisivi dello scambio e della comunicazione, le banconote degli euro: ponti a rappresentare l'unione e la comunicazione, porte e finestre a rappresentare apertura e accesso (Delanty & Jones, 2002). Certo, i significati costruiti dall'architettura sono fortemente dipendenti da conflitti e negoziazioni all'ordine del giorno ogniqualvolta si debba discutere su un *landmark project*, e proprio in questa prospettiva si fa esplicito riferimento al loro essere socialmente costruiti – oltre alla loro azione di costruzione sociale. Del resto è lo stesso sociologo Ulrich Beck (1999, p. 115) a definire l'architettura come "la politica con la calce e i mattoni".

Tuttavia, se vogliamo stringere lo sguardo sul rapporto tra architettura e comunicazione politica *tout court*, il desolante panorama accademico è quantomeno illuminato da un volume uscito recentemente in traduzione italiana (Sudjic, 2011) che, ponendo al centro del proprio interesse il rapporto tra architettura e potere, si situa all'incrocio di due tra le dimensioni più affascinanti (e sempre più presenti nelle analisi accademiche) della comunicazione politica: il rituale e il simbolismo politico. Diciamo subito che la prospettiva è resa ulteriormente interessante dal fatto che l'autore, Deyan Sudjic, non è un politologo ma uno storico e critico dell'architettura, già direttore della rivista *Domus* e della Biennale di Venezia (nel 2002), e attualmente direttore del Design Museum di Londra. Quindi, un contributo che arriva da un "non addetto ai lavori" della comunicazione politica, e che tuttavia – in maniera per noi particolarmente significativa – ha deciso di concentrare il proprio sguardo su almeno due delle dimensioni più evidenti del linguaggio – meglio, dei *linguaggi* – dell'architettura: quella relativa alla *rappresentazione* del potere, e quella relativa ai suoi *rituali*, che proprio negli invasi architettonici trovano gli spazi della loro celebrazione.

Sudjic scopre subito le sue carte, sottolineando all'inizio della sua analisi come l'architettura abbia intrinsecamente a che fare con il potere, e di come i leader politici la utilizzino per "sedurre, impressionare e intimidire" (*ibidem*, p. 4). Tra i vari casi che vengono approfonditi, il primo è quello dell'uso della architettura da parte di Hitler, nella sua realizzazione simbolica e rituale del Terzo Reich, coadiuvato dal fido architetto Alberto Speer. La Cancelleria a Berlino, ad esempio, doveva servire non solo a intimidire gli stranieri (come le delegazioni politiche e diplomatiche che vi si recavano), ma doveva soprattutto impressionare gli stessi tedeschi: "all'interno del palazzo si snodava una sequenza di spazi attentamente disegnati per condurre alla presenza di Hitler i visitatori ufficiali, mantenendoli in uno stato d'animo di opportuna intimidazione. Dopo aver percorso quasi quattrocento metri, essi non avevano più dubbi sulla potenza della nuova Germania" (*ibidem*, p. 19). E poi i grandiosi progetti per la nuova capitale del Reich, Germania – il nuovo nome che avrebbe dovuto assumere Berlino –, senza dimenticare la dimensione più legata al rituale, con i progetti per i grandi spazi delle adunate e le parate del partito (in particolare a Norimberga). E quindi, di nuovo: la rappresentazione simbolica e il rituale.

Un altro regime totalitario studiato nel suo rapporto con l'architettura è quello dello stalinismo, con il famoso progetto per il Palazzo dei Soviet, divenuto uno degli esempi di gigantismo architettonico (per fortuna non realizzato). E ancora, il "mondo di pietra" dell'architettura fascista, con le sue rivoluzioni urbanistiche legate a Roma e le sue città di fondazione. Ma se "Mussolini, Stalin e Hitler videro nell'architettura un indispensabile strumento di propaganda politica, utilizzato con entusiastico ed evidente compiacimento per mantenere sotto controllo l'apparato del potere statale" (*ibidem*, p. 75), ciò non significa che il rapporto tra architettura e comunicazione politica non riguardi i moderni regimi democratici. Anzi. L'autore mostra numerosi esempi di come i grandi leader politici delle moderne democrazie occidentali abbiano utilizzato l'architettura come una risorsa essenziale di propaganda politica: dalle grandiose

realizzazioni nella Parigi di Mitterrand alla fallimentare esperienza del Millennium Dome di Londra, che avrebbe dovuto celebrare l'era di Blair e del New Labour. In questi casi, come in innumerevoli altri, davvero l'architettura sembrerebbe incarnare, più di qualsiasi altra dimensione del discorso politico, l'idea di una "campagna permanente": cosa c'è, in effetti, di più "permanente" della pietra, de vetro e del cemento?

D'altra parte, l'architettura assolve anche a una funzione che è non meno importante della mera propaganda politica, ossia quella di "inventare una nazione" e di "immaginare una comunità". E anche qui gli esempi sono molteplici: si pensi solo all'utilizzo di importanti architetti per costruire i "luoghi del potere" in paesi la cui identità era "under construction", come Louis Kahn per l'India o Le Corbusier per Chandigarh (la nuova capitale del Punjab dopo la scissione col Pakistan); ma si pensi anche alla costruzione del nuovo parlamento scozzese, a Edimburgo, o del National Museum di Canberra, "un esempio di quale grado di raffinatezza potesse raggiungere il discorso architettonico sull'identità nazionale anche in un'opera concepita per celebrare l'australianità" (*ibidem*, p. 191).

Ma se questi sono aspetti che la letteratura (almeno quella straniera) ha già esplorato in maniera senz'altro più approfondita (e organica) di quanto non faccia Sudjic, va segnalato un aspetto relativamente inedito, apparentemente marginale eppure di una certa importanza: le biblioteche dei presidenti statunitensi. Da quando il Congresso americano votò per rilevare la biblioteca voluta da Franklin D. Roosevelt accanto alla sua residenza di Hyde Park, nello Stato di New York, ogni presidente degli Stati Uniti ha costruito una biblioteca. Queste biblioteche sono divenute un po' il lascito della presidenza dei vari leader che si sono succeduti alla Casa Bianca, della quale peraltro ogni edificio riproduce la Stanza Ovale. E se questo tipo architettonico ha precedenti illustri, a cominciare dalla Biblioteca di Alessandria (per arrivare alla grandiosa Biblioteca Nazionale di Parigi, voluta da Mitterrand), va anche aggiunto che le biblioteche presidenziali, a dispetto delle loro ambizioni, "sembrano in genere abbastanza fragili da essere spazzate via in ogni momento, senza lasciar nulla dietro di sé. La maggior parte di esse non è nemmeno all'altezza della funzione architettonica che intendeva svolgere" (*ibidem*, p. 265).

Lo studio si chiude, appropriatamente, con l'analisi di un evento che ha dimostrato come il potere iconico e rappresentativo dell'architettura si possa declinare non solo nel processo della *costruzione* degli edifici, ma anche nella loro *distruzione*. Si tratta, ovviamente, dell'attacco alle torri gemelle dell'11 settembre 2001. Non è affatto un caso che siano state scelte le Twin Towers per l'attacco terroristico contro gli Stati Uniti: le torri gemelle newyorkesi costituivano un condensato architettonico dell'identità degli Stati Uniti, nel loro simboleggiare la modernità, la "spinta oltre la frontiera" (nella loro esasperata verticalità) e il potere economico americano – così come il Pentagono ne rappresenta il potere militare. È dunque evidente come un'icona dell'"americanità", le Twin Towers, abbia avuto una portata simbolica tanto più dirompente quanto più era potente e sovradeterminato il significato di quel luogo: ebbene, le immagini dell'attacco dell'11 settembre ci hanno restituito tutta la carica simbolica dell'evento e del luogo.

In definitiva, i casi che vengono esaminati da Sudjic costituiscono un ottimo materiale di riflessione per chi voglia approfondire e interpretare in maniera più completa le dimensioni simboliche e rituali della comunicazione del potere. Ricordando le parole che Winston Churchill pronunciò in Parlamento all'indomani del bombardamento che, nel maggio 1941, distrusse il palazzo di Westminster: "Noi diamo forma agli edifici, e successivamente gli edifici danno forma a noi".

3. La comunicazione politica nel *balloon*

Come già abbiamo ricordato più volte nel corso dell'articolo, è opinione ormai largamente diffusa (e insistita) che oggi stiamo assistendo a un passaggio cruciale nella comunicazione politica, e cioè quello dalla politica-spettacolo (di cui tanto si continua a discutere sia a livello accademico sia a livello di senso comune) alla politicizzazione dello spettacolo stesso. Come dire: con la politica attuale non si ha più tanto quella rappresentazione spettacolare di cui, tutto sommato, quella mediatica non era che la versione più moderna rispetto alle macchine spettacolari approntate fin dalle origini del potere stesso, quanto la rappresentazione dei contenuti mediatici in chiave politica. La politica viene letta oggi nella chiave della *politica pop* (Mazzoleni & Sfardini, 2009), proprio perché le sue rappresentazioni sono tutte interne alla logica della *popular culture*, hanno a che fare con le poetiche mediatiche del reality show, della soap opera, della fiction seriale, del settimanale di gossip, del *cartoon*, del fumetto. E proprio ai fumetti è rivolta l'attenzione all'ultimo volume su cui ci concentriamo in questo articolo: quello di Federico Vergari, che nel suo libro *Politicomics. Raccontare e fare politica* attraverso i fumetti (Vergari, 2009) presenta uno dei primi saggi dove al centro dell'analisi dello studioso di comunicazione politica è un medium a dir poco negletto, soprattutto nelle sue relazioni con la politica. A dire il vero, come sostiene Vergari sin dalle prime pagine, è difficile negare che il fumetto "sia divenuto sia uno strumento per raccontare la politica sia, in varia misura e in vari modi, uno strumento per farla" (*ibidem*, p. 12). E però, se oggi si dedica attenzione a formati e generi mediatici un tempo considerati "bassi", come appunto – li si ricordava prima – i reality show e le soap opera, persino i settimanali di pettegolezzi, si fa fatica a trovare qualche studio che comprenda nelle nuove forme della *pop politics* i fumetti. Questo "medium negletto" nasce già, nella stessa storia della *communication research*, come uno dei generi più ignorati, nella migliore delle ipotesi, e più bersagliati, nella peggiore. Si pensi solo allo studio di Frederic Wertham, *Seduction of the Innocent* (Wertham, 1954), dove già negli anni Cinquanta si teorizza il potere dei fumetti di "sedurre" i giovani e indifesi lettori con immagini legate alla violenza e alla devianza. Pochi altri studi sono stati dedicati a questo medium, a cui è rimasto appioppato questo stigma di "grande seduttore di innocenti"; men che meno nella comunicazione politica, forse perché proprio questo target, i giovani, è stato considerato il pubblico principale del fumetto. Un medium – varrà la pena di ricordarlo – che nasce nel 1895 (con le prime tavole di *Yellow Kid*, pubblicate sul *New York World*), e cioè nello stesso anno di fondazione di altri due media "eccellenti", il cinema (con le prime dimostrazioni dei fratelli Lumière) e la radio (con il perfezionamento degli esperimenti di Guglielmo Marconi).

Tutto questo per dire che un saggio come quello di Vergari è particolarmente importante per lo studio della comunicazione politica, anche perché lo "sdoganamento" del fumetto, avvenuto per lo più in Italia nella seconda metà degli anni Sessanta con autori come Umberto Eco e Oreste Del Buono, ha riguardato il medium in sé, ma senza spingersi ai suoi legami con la politica *tout court*. E il volume mostra come, in effetti, tale legame sia quanto mai complesso e articolato, in particolare negli Stati Uniti, con fumetti come *Doonesbury* e *The Boondocks*, oppure con *graphic novels* come *Maus*, e anche in Italia, grazie soprattutto a una rivista come *Linus*.

"Qual è l'argomento di oggi della striscia di *Doonesbury*?". Questa è una delle domande più frequenti che ci si pone ogni giorno all'interno degli uffici stampa dei palazzi politici statunitensi, del Congresso, del Senato e persino della Casa Bianca" (*ibidem*, p. 19). Ecco, uno degli indicatori dell'importanza del fumetto come medium politico negli Stati Uniti: titoli come appunto *Doonesbury*, o come *The Boondocks*, hanno accompagnato e accompagnano i principali eventi politici americani, sempre con uno sguardo obliquo, tagliente, e si tratta di strisce che – va sottolineato – appaiono sui più importanti e più influenti quotidiani del Paese.

Né si tratta solo di raccontare la politica in senso stretto, ma di fare vero e proprio giornalismo, con reportage illustrati: è il caso della guerra in Bosnia e della prima Intifada in Palestina, con le opere di Joe Sacco (*Safe Area Gorazde* e *Palestine*). Per non parlare di titoli più noti, come *Maus* di Art Spiegelman, dove a venire narrato è l'Olocausto, o *Persepolis*, di Marjane Satrapi, divenuto alcuni anni fa un popolare film, diretto dalla stessa autrice. Per l'Italia, l'analisi di Vergari si concentra su lavori come *My Own Private G8* di Claudio Calia, un documento e una testimonianza delle giornate del G8 di Genova del luglio 2001, senza tralasciare, naturalmente, le tavole "storiche", e tra le più rappresentative del "fumetto politico" italiano, delle *Straordinarie avventure di Pentothal* di Andrea Pazienza, e del lavoro dello stesso autore sulle pagine del *Male* e di *Frigidaire*.

Un aspetto curioso e interessante – che rientra a pieno titolo nello scenario che stiamo tentando di delineare o quantomeno di "mappare" – è quello dell'uso politico del fumetto, in Italia come negli Stati Uniti. In questo caso non si tratta di raccontare la politica, o di fare veri e propri reportage illustrati, e nemmeno di fare entrare la politica in racconti dove apparentemente non c'entrerebbe nulla. Qui si tratta proprio dell'uso del fumetto da parte delle istituzioni politiche o di singoli leader, o candidati tali. Un esempio, americano, è quello del rapporto della Commissione d'inchiesta sull'Undici Settembre, voluta dal Congresso USA e dal presidente Bush nel 2002. In questo caso il rapporto ufficiale è affiancato da una versione a fumetti, dove naturalmente quella che viene raccontata è la verità ufficiale. E ancora, per l'Italia: i fumetti realizzati per Attac Italia, l'associazione per la tassazione delle transazioni finanziarie e per l'aiuto ai cittadini; o i fumetti elettorali realizzati per la campagna di Sergio Cofferati a sindaco di Bologna, nel 2004.

Ma se questi sono strumenti in mano a politici o a organizzazioni per propagandare le loro iniziative, o le loro verità; il discorso andrebbe a questo punto ampliato, in direzione soprattutto di quei fumetti in cui la politica non ce la aspetteremmo. Vergari ci fornisce qualche esempio, come un episodio di *Asterix* (Quando il cielo gli cadde sulla testa) in cui il popolare gallo e i suoi compagni si trovano a combattere contro un misterioso e perfido conquistatore proveniente dallo spazio, *Hubs*, anagramma di Bush; o come in un episodio di *Spider Man*, dove l'Uomo Ragno si trova a soccorrere i feriti dell'attacco alle Due Torri (e dove non manca qualche stoccata all'amministrazione Bush). Ma, appunto, di pochi cenni si tratta: e invece sarebbe il caso di approfondire questo ambito, perché come ormai non si può studiare la politica senza andarla a cercare nei talk show, nei reality e nelle pagine di *Chi* e *Di Più*, allo stesso modo non vanno ignorati i fumetti più direttamente legati alla *pop culture*, senza concentrarsi solo su quelli più direttamente ed esplicitamente "politici". Si pensi solo a *graphic novels* come *V for Vendetta* o *Watchmen*, di Alan Moore (entrambi divenuti film di successo negli ultimi anni), dove i contenuti politici sono predominanti e trattati con una serietà che non ha nulla da invidiare ai commenti dei più avveduti giornalisti politici. Il che, peraltro, non dovrebbe stupire: uno dei linguaggi più specifici del fumetto è la possibilità di *deformare* i personaggi, *caricandone* (mettendone in evidenza) le caratteristiche e i tratti più significativi (Barbieri, 1991). Non ce lo dice solo l'arte contemporanea, ma anche uno dei pionieri della sociologia, Max Weber, con il suo ricorso all'idealtipo (una costruzione che non si dà nella realtà, e che deforma sistematicamente e programmaticamente la realtà): per capirla, e per poterla leggere meglio, la realtà va deformata. In questo, il fumetto è probabilmente il medium che, grazie al proprio specifico linguaggio, può assolvere al meglio tale compito.

Conclusioni

Se c'è un aspetto che accomuna tutti e tre i campi di espressione "artistica" considerati – l'arte contemporanea, l'architettura e il fumetto – è, oltre a quello della loro "eccentricità" rispetto

allo studio della comunicazione politica, quello di un continuo rimando alla morte. Nell'opera di Vezzoli, oggetto dello studio del volume analizzato nel primo paragrafo, la morte fa capolino nei corpi e nei volti dei protagonisti dei video dell'artista, personaggi famosi dello spettacolo "riesumati" come fantasmi dello spettacolo e "riportati in vita" nel "regno dell'arte". Nelle architetture analizzate nel volume su cui ci siamo concentrati nel secondo paragrafo, la morte è consustanziale agli stessi edifici del potere, che hanno un decisivo vantaggio sui potenti e sui regimi politici che li hanno fatti costruire: sopravvivono ai loro corpi e alle loro vicende. Spesso un edificio, costruito per propagandare un determinato regime politico, viene utilizzato dal regime avverso che ne prende il posto, ma, appunto, la pietra rimane immortale. L'architettura "ha l'irriverente proprietà di sopravviverci – ci dice: tu passi e io resto [...]. Poco consola sapere che anche l'architettura stessa, consumata dalle generazioni, finirà con lo scomparire. È, semmai, un ulteriore monito di morte e oblio" (Pigafetta, 2011, p. 79). Quanto ai fumetti: si è citata un'opera importante come *Watchmen* di Alan Moore, al cui proposito Sergio Brancato ha scritto alcuni anni fa che "il supereroe, inserito nella crisi dei pensieri forti della politica, non sa più che cosa abbia senso combattere. Per questo i veri interpreti di Watchmen non siamo altri che noi, invitati da Moore e Gibbons a una *splendida festa di morte*" (Brancato, 1992, p. 88, corsivo mio).

Ebbene, questa dimensione mortifera lega a doppio filo le arti alla comunicazione politica, almeno in relazione a quel sentimento diffuso (di cui l'accademia si sta sempre più occupando) di *anti-politica*. È come se le diverse forme espressive che abbiamo considerato ci volessero suggerire che tra le varie dinamiche del potere e dei modi in cui questo comunica c'è anche quella – fondamentale – della sua negazione. In tempi in cui i politici vengono definiti "morti viventi", "zombie", "cadaveri", le arti riflettono sui nuovi linguaggi della comunicazione politica e ci dicono che, forse, il corpo del Re è quello di un morto vivente. "Il Re è morto, viva il Re" era l'antica formula con cui ci si congedava dal sovrano defunto e si salutava il successore, in una linea di continuità che assicurava lo Stato da crisi di legittimità e dallo *spettro* di pericolosi vuoti di potere. Oggi, forse, questa metafora mortifera è qualcosa di più pregnante e realistico, e non è un caso che siano le forme espressive analizzate (ricordiamoci tutto il campo discorsivo dell'estetica della "morte dell'arte") a farsi carico di ricordarcelo.

Ma gli esempi che abbiamo analizzato nel corso dell'articolo ci dicono anche qualcosa in più: forse il Re non è (ancora) morto, ma sicuramente è nudo. "Il re è nudo", ci dice la satira (D'Andrea, 2012), in un processo di delegittimazione del potente che procede dal "basso" verso l'"alto". Ebbene, gli esempi presentati in queste pagine ci mostrano come arte, architettura e fumetto si prestino a leggere la comunicazione politica nella sua dimensione *satirica*: è evidente negli esempi dell'arte contemporanea e dei fumetti (nella loro sistematica *deformazione* e *caricatura* della realtà), ma lo è anche (forse in maniera meno immediata) nell'architettura, dove la pietra dell'edificio irride la caducità del potente di turno, e anzi si presta a essere successivamente utilizzata da istanze politiche opposte. Le arti dunque non si limitano a dirci qualcosa su come funzionano i linguaggi e i discorsi della politica – e della stessa comunicazione politica –, ma ci mostrano anche tra le righe le logiche di funzionamento dell'anti-politica e della satira, in una sorta di rovesciamento di codici e significati. Del resto, se è vero che l'arte imita la vita, è anche vero che l'arte *irrita* la vita. E forse anche la politica.

Bibliografia

- Barbieri, D. (1991). *I linguaggi del fumetto*. Milano: Bompiani.
- Beck, U. (1999). *Democracy Without Enemies*. Cambridge: Polity Press.
- Brancato, S. (1992). Una splendida festa di morte. In D. Brolli (Ed.), *Il crepuscolo degli eroi* (pp. 81-88). Bologna: Telemaco.
- Dal Lago, A. & Giordano, S. (2008). *Fuori cornice. L'arte oltre l'arte*. Torino: Einaudi.
- D'Andrea, D. (2012). Il re è nudo. La piccola politica e gli affanni della satira. *Comunicazione politica*, 1, 89-96.
- Delanty, G. & Jones, P. (2002). European Identities and Architecture. *European Journal of Social Theory*, 5, 449-463.
- Gentile, E. (2007). *Fascismo di pietra*. Roma-Bari: Laterza.
- Jones, P. (2006). The Sociology of Architecture and the Politics of Building: The Discursive Construction of Ground Zero. *Sociology*, 40, 549-565.
- Lasswell, H. D. (1979). *The Signature of Power: Buildings, Communication, and Policy*. New Brunswick, NJ: Transaction Books.
- Mazzoleni, G. & Sfondini, A. (2009). *La politica pop*. Bologna: Il Mulino.
- Pigafetta, G. (2011). *La più vuota delle immagini. Arte e figure della morte*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Sudjic, D. (2011). *Architettura e potere*. Roma-Bari: Laterza.
- Vergari, F. (2008). *Politicomics. Raccontare e fare politica attraverso i fumetti*. Latina: Tunué.
- Vettese, A. (2005). *Ma questo è un quadro? Il valore nell'arte contemporanea*. Roma: Carocci.
- Vezzoli, F. (2007). *Democrazy*. Milano: Electa.
- Wertham, F. (1954). *Seduction of the innocent*. New York: Rinehart.
- Wise, M. Z. (1998). *Capital Dilemma: Germany's Search for an Architecture of Democracy*. New York: Princeton Architectural Press.