

## Donne in scatola. Il galateo televisivo del velo

Luisella Bolla

La scatola televisiva. Piena di facce, gesti, posture. Imbottita di modelli estetici, di mode, di stili. Inzuppata di emozioni, di desideri, di ideologie. Una scatola che costruisce e mette in scena un vero e proprio galateo televisivo, con i suoi simboli, significati, linguaggi.<sup>1</sup>

La scatola televisiva è l'enciclopedia visiva dei nostri tempi. In continuo aggiornamento, in costante trasformazione. Perché le facce televisive arrivano dappertutto, sono parte del nostro vissuto, sono dentro di noi. Sono diventate il nostro immaginario visivo. Con gli sguardi, i sorrisi, le posture del video creiamo il nostro catalogo fisionomico, un alfabeto di segni condiviso, immediatamente riconoscibile. Una lingua comune, una sorta di esperanto a cui facciamo continuo riferimento, su cui facciamo affidamento. E che spesso riscriviamo sul nostro corpo.

Ma in che modo la televisione assimila saperi ed esperienze e come li restituisce visivamente? Come rappresenta e come riformula i codici culturali? Usando quali metafore, quali simboli, quali icone?

Per raccontare le donne in scatola di questi ultimissimi tempi si può utilizzare una metafora antica e attualissima. La metafora del velo. Una metafora che percorre la linea del tempo e attraversa i confini geografici della televisione. Velo come stratificazione di immagini e di significati: rifugio, libertà, protezione, divieto, subordinazione, attrazione, trasgressione. Velo come seduzione, inquietudine, inconciliabilità. Velo che rievoca in noi sapori di oriente, come le fiabe delle mille e una notte che abbiamo ascoltato nella nostra infanzia, ma che è anche il burqa, un accessorio che abbiamo imparato a conoscere solo in tempi recenti.

Ed ecco che, guardando meglio, si scopre che velare e svelare è stato fin dagli esordi televisivi una modalità visiva per mostrare, per aprire varchi, e insieme per occultare, per offuscare il femminile. E' stato uno stile vestimentario, un habitus provocatorio, una membrana ideologica.

### Vedo o non vedo?

---

<sup>1</sup> Cfr. Luisella Bolla e Flaminia Cardini, *Carne in scatola. La rappresentazione del corpo nella televisione italiana*, Rai-Eri, Roma, 1999.

C'era una volta il corpo in tivù. La paleo-televisione può essere letta come la storia del celare e del mostrare “pezzi” del corpo femminile. Un catalogo infinito di ornamenti studiati per simulare o dissimulare la nudità. Piume, paillettes, frange, pizzi, strass, reggicalze: un postalmart di accessori velati scanditi nel tempo.

1959. Per colpa di una calzamaglia rosa, color carne, e per un corpetto nero troppo aderente, Alba Arnova viene allontanata dal varietà *La piazzetta*. Su quell'innocente costume da prova di balletto il velo della censura cade come una mannaia.

1961. Le gemelle Kessler danzano il da-da-umpa a *Studio Uno*. Nel giro di qualche anno, dalle calze nere alle calze a rete, le loro morbide effrazioni sdoganano le gambe dalla censura.

1971. Raffaella Carrà a *Canzonissima* svela l'ombelico del mondo. Inaugura il sexy di massa. Il tuca-tuca è un balletto di colpetti e sfioramenti su cosce, fianchi, glutei, seno che porta in avanscoperta le zone corporee da affrancare allo sguardo e al tatto.

1978. Il seno procace di Carmen Russo inaugura l'era fast-food del corpo femminile nella sigla di *Colosseum*.

1978. Ilona Staller, ospite di Maurizio Costanzo ad *Acquario*, in una puntata dedicata alla censura chiama “Cicciolino” il pretore d'assalto Salmeri e blandisce languidamente Mauro Bubbico, presidente della commissione parlamentare di Vigilanza.

1991. Dallo sgabello e dalle gambe accavallate, Alba Parietti passa alla guêpière con reggicalze, mimando lo scatenamento dei sensi. E rilascia dichiarazioni inequivocabili: “Nulla è cambiato, fuorché il seno”, alludendo alla parte del corpo che si è “rifatta” chirurgicamente. Rivelare il lifting è un modo di farsi pubblicità (Sandra Milo insegna).

1992. Eva Robbin's a *Prima donna* alza il velo sulla sua transessualità. Inizia la spettacolarizzazione dell'ambiguità dei ruoli sessuali. Insieme ad Amanda Lear (voce mascolina e volto di femmina provocante) diventa sacerdotessa delle metamorfosi televisive. Gli stereotipi della femminilità e della mascolinità che un tempo si cristallizzavano rigidamente nei generi di appartenenza, adesso scorrono liberamente da un sesso all'altro.

1992. Nuovi trasformismi: accanto a Serena Dandini, sotto il trucco e la parrucca c'è il corpo a corpo tra Moana Pozzi e Sabina Guzzanti. Nello scambio tra originale e copia, tra vero e falso, il sesso è diventato un gioco di travestimento che non spaventa e non scandalizza più nessuno.

Trent'anni di televisione ed è caduto un tabù che sembrava inviolabile: l'esibizione di “pezzi” di corpo femminile. Uno zoom progressivo ed ecco che gambe, fianchi, seni, glutei e parti intime passano dalla censura alle piccole seduzioni, e poi alla sfrontatezza, alla provocazione, fino all'ostentazione. La carne ha conquistato la piena visibilità.

## **Cambio o non cambio?**

C'era una volta la paleo-televisione pedagogica. Diceva: “Io ti educerò, mostrandoti il mondo”. Poi è arrivata la neo-televisione edonista. Ha detto: “Io ti catturerò, scoprendoti il corpo”. Oggi la televisione è taumaturgica. Dice: “Io ti salverò, scoprendo il mondo e trasformandoti il corpo”.

Crollata la censura sui veli, caduto il veto sui “pezzi” di carne, estinti il tabù della gravidanza, del parto, del sangue, della morte, lo spettacolo ora è affidato alle metamorfosi del corpo. Sulla scena, non c’è più il *cosa* rivelare, ma il *come* cambiare. La terapia televisiva ci insegna a migliorare, modificare, trasfigurare i corpi.

Non solo. La tv ci promette di cambiare, insieme al corpo fisico, anche la nostra identità profonda. E’ il nuovo patto fiduciario tra chi guarda e chi è guardato, ben visibile nella beauty farm delle rubriche di bellezza, da *Vivere bene. Benessere a Uno mattina*; nei saloni di lookterapia e nelle cliniche di chirurgia estetica della fiction, da *Il bello delle donne a Incantesimo*; negli specchi del varietà, dove il popolo televisivo si ammira dopo essersi sottoposto al lifting, da *Il brutto anatroccolo a Bisturi*.

Sulla scena, adesso c’è il corpo da re-inventare. Le nuove normative del cambiamento sono scritte nei linguaggi somatici: sulle facce, nei gesti, nelle posture delle donne in scatola.

Lilli Gruber. Ha cambiato ma non è cambiata. In studio, ha inventato la postura ravvicinata di “tre quarti”. Sui fronti di guerra, si è messa la pashmina. Ma lei è sempre la stessa. E’ sempre “la rossa”: sono le altre ad imitarla, ad adottare il suo stile.

Irene Pivetti. Il rigore nel trasformismo. Se si decide di cambiare, la cosa va fatta fino in fondo, scegliendo modelli inequivocabili: dalla camicia verde e dai capelli arruffati al foulardino di Hermès della “vergine di ferro” di Montecitorio, fino all’attuale pitonato sadomaso di *Bisturi* ed al tailleur nero e tacchi a spillo da signora omicidi in *Giallo1*. Del resto, anche la sua esposizione televisiva in maternità è stato un inno al trasformismo: come una mutante, si è trasformata mese dopo mese davanti alla telecamera, fino al parto.

Simona Ventura. La sua televisione è tutta un’av-ventura di cambiamenti. Da *Sanremo a Le iene*, da *Quelli che il calcio all’Isola dei famosi*, come una novella Penelope, lei tesse i suoi trasformismi, tra sacro e profano, sul filo dell’ironia. Con aria sbarazzina, da discola, sfoggia nella scollatura crocifissi brillantati ed esibisce sotto gli abiti da sera reggiseni corazzati: ogni occasione televisiva è buona per giocare con il glamour e sovvertirlo in un “format” estetico.

Barbara D’Urso. Non cambia, sia che indossi il camice bianco della *Dottoressa Giò* o le mise scollacciate al *Grande Fratello*. Il suo vestito è sempre “solare”, mediterraneo. E’ l’immagine esteriore del suo imperativo morale: accudire, prendersi cura dei deboli come ginecologa della fiction o come zia Baby degli abitanti della casa del Grande Fratello.

Maria De Filippi. E’ un OTM, un Organismo Televisivamente Modificato. La voce metallica, lo sguardo fisso, il corpo legnoso la fanno somigliare ad una creatura aliena catapultata dall’altro mondo catodico.

Antonella Clerici. Era una gradevole, attraente conduttrice sportiva. E’ diventata una casalinga in perfetta consonanza con il suo pubblico e con l’uovo al tegamino presente ovunque nello studio de *La prova del cuoco*. Il seno straripa sotto i golfini striminziti, i pizzini neri trapelano sotto il grembiule “a pelle di mucca”.

Ognuna di queste donne ha costruito il proprio personale galateo televisivo: una faccia a cui restare fedele, o da aggiustare, o da cambiare radicalmente.

A partire dal look esteriore, dal colore dei capelli. Lilli Gruber è, e resta nel tempo, “la rossa”: aggressiva, eccitante. Trionfano invece le nuances del biondo, in una gamma infinita di gradazioni dal miele, al cenere, all’oro. E’ il “biondo Afrodite”, che si è evoluto prendendo

piede in tutto il mondo, sempre più simbolo di perfezione e bellezza, adottato dalle icone dello star-system televisivo perché funziona bene sullo schermo, ammorbidisce i tratti, ringiovanisce. Il castano invece fa notizia. Paola Peregò, dopo una vita da “falsa bionda” torna al suo colore naturale annunciandolo sulle pagine dei rotocalchi come si trattasse di un ricambio di identità: “Quando Diego Della Palma mi ha mostrato sul computer come sarei ritornata a essere da bruna, non ho avuto dubbi”.

Insieme ai gesti e alle posture, questi elementi identitari diventano la forza vincente di ognuna di loro: è la *personalità* che scrivono sul proprio corpo a “bucare” il video.

Sono facce che guardano in macchina. Guardano noi. Catturano il nostro sguardo eliminando la distanza che, nel galateo culturale del mondo della realtà, marca i confini fisici e governa i contatti. Lo schermo stravolge la percezione consueta dello spazio con la visione ravvicinata, brucia le distanze con il primo piano. La dimensione in scala 1/1 sullo schermo catapulta l’immagine dentro il nostro spazio reale. I nostri sguardi toccano i loro corpi, le loro facce diventano un campo indifeso su cui passeggiano i nostri occhi.

## **Veline**

Dalle facce allo slogan sfacciato: “In fondo siamo tutti un’opera d’arte, siamo tutti veline”. La frase campeggia in chiusura del programma di Antonio Ricci su Canale 5, dove si esibiscono le aspiranti Veline. Un volto femminile riprodotto molte volte in un unico fotogramma, graffito e multicolorato come la serie di ritratti in serigrafia che Andy Warhol ha dedicato a Marilyn Monroe e a molti personaggi famosi. Ritratti che sono diventati altrettanti “manifesti”, icone di un’idea dell’arte riproducibile, accessibile a tutti. Dai colori accesi, luminescenti come pixel: Warhol, del resto, diceva di usare per i suoi ritratti i colori della televisione.

I ritratti di Warhol, che compongono un catalogo dei modi di rappresentare la contemporaneità, condensano i “quindici minuti di celebrità” a cui, secondo l’artista, ognuno di noi ha diritto di godere nella società contemporanea. In ognuno di questi ritratti, la paura e l’ossessione del presente che fugge si incarna in un fotogramma che trasforma il presente in qualcosa di immortale, di eterno. Ieri, il marchio dell’immortalità delle star era il cinema. Oggi, l’icona di Marilyn Monroe diventa lo stampo per la televisione. E le Veline, il loro presente immediato, unico e infinitamente riproducibile, prendono il posto di Marilyn.

Ma c’è dell’altro. La frase: “In fondo siamo tutti un’opera d’arte, siamo tutti veline” che appare sullo schermo di Canale 5 è firmata U. Eco. Il semiologo Umberto Eco tenta disperatamente di restarne fuori, di chiarire la sua estraneità: “Non ho mai detto questa imbecillità”, scrive in una *Bustina di Minerva* su “L’Espresso”. Ma nessuno lo ascolta: se la tv dice che quella frase è stata pronunciata da lui, ha ragione la televisione. Interviene allora Antonio Ricci a puntualizzare: U. Eco non è Umberto Eco, bensì Ugo Eco, “un eremita che vive sopra Cosio D’Arroscia. Il suo vero nome è Ugo Cagna, ma nella valle lo chiamano Eco, per il vezzo di ululare i suoi pensieri al vento, sfruttando le onde riflesse”. Antonio Ricci pesca a piene mani nella cultura postmoderna della citazione, in cui i linguaggi dell’arte e della cultura si mescolano liberamente con le forme popolari della comunicazione. La televisione diventa rivisitazione dell’immaginario figurativo, delle esperienze artistiche, della

pubblicità. E' una pratica espressiva che divora tutto e tutti in una performance fatta di progressivi spostamenti di senso. Che cannibalizza anche gli 'intoccabili', anche Umberto Eco, costretto come tutti ad ingoiare il Tapiro e a rassegnarsi a "scambiarsi di segno" con U. Eco.

E allora, per dirla con U. Eco, che cosa diventa, una volta vampirizzato dalla televisione, il rapporto tra Arte e Bellezza? Possiamo tentare una risposta confrontando il tipo femminile della Velina con un altro esemplare femminile tipicamente televisivo: Miss Italia.

Miss Italia incarna un modello che ispira sentimenti contrastanti, di rispecchiamento e di inavvicinabilità. E' il modello della bellezza mediterranea, bionda o bruna che sia. Ma è anche il modello incantato, il fascino della cenerentola che diventa principessa, come Anna Valle che interpreta *Soraya* nella fiction televisiva e che diventa in questo modo una "vera" principessa delle mille e una notte. Miss Italia è il corpo della moda, la trasformazione della banalità del vestire - del look, del casual - nella magia di una seconda pelle incarnata nella bellezza, nel lusso, nello stile. E' la fiaba dei vestiti, la sfilata come processione degli abiti, quasi religiosa nella sua reverenzialità. Miss Italia è un *tableau vivant*, un quadro statico, una macchina estetico-simbolica.

Al contrario, la Velina non può stare ferma: è una trottola, è il corpo delle mode che cambiano vorticosamente, imprevedibili. La velina non è una dea immortale, ieratica. Il suo tempo è il presente che gira. Funziona come le luci di un semaforo o la pallina di un flipper, accendendosi e spegnendosi in un'alternanza sempre uguale. Non ha bisogno di un apparato scenografico, di un teatro del mondo in cui sistemarsi. La velina basta a se stessa. O meglio, ha bisogno solo della sua immagine speculare: la velina bionda non può esistere senza la velina bruna, e viceversa. Insieme formano una diade. Ed infatti, al contrario di Miss Italia, la corona la indossano insieme, ed è una corona di cartapesta, scherzosa, una citazione della vera corona.

Essere un'opera d'arte, essere veline è la proposta di un certo modo di essere nel mondo: essere al mondo *facendosi guardare*. Restando sulla superficie, misurandosi con il linguaggio visivo della contemporaneità, che è l'arte della istantanea, l'effetto Polaroid che ci fa vedere subito quello che ha appena prodotto, qui ed ora. Il primo piano fulminante. La telegenia che diventa elemento identitario.

"Siamo tutti veline", allora, nel senso che verso queste icone effimere non nutriamo più spirito di emulazione o ricerca di identificazione. Tutte *possiamo* diventare veline: io posso prendere il tuo posto, oscurare la tua fama e agguantare il mio quarto d'ora di celebrità. Per entrare basta mettersi in lista d'attesa, fare *letteralmente* la fila, insieme a migliaia e migliaia di altre ragazze. Basta aspettare il proprio turno: prima o poi toccherà anche a noi. Le veline durano una stagione perché sono un piccolo ingranaggio del grande meccanismo di attesa (e di aspettative) che puntella il loro (e il nostro potenziale) esistere.

E poi ancora, la trasparenza della velina. Velina come mutazione semantica del linguaggio: se sul vocabolario "velina" è il foglio di carta che contiene una comunicazione ufficiosa o ufficiale inviata da fonte governativa alla stampa, nel linguaggio comune indica la forma della comunicazione, il corpo leggero. Il corpo della velina (il medium) è il messaggio.

Le veline sono un "format" che viene riprodotto parzialmente, in maniera più velata, in altri programmi, dove vengono ospitati tutti coloro che vogliono svelarsi nel corpo e

nell'anima. A *Uomini e donne* si balla per sé, per conquistare la propria immagine. Alessandra e Costantino in fondo sono ancora veline, sono una diade piuttosto che una coppia uomo-donna. In *Al posto tuo*, l'essere guardati è dato dal corpo microfonato, da quella sorta di protesi sulla guancia che identifica il soggetto della comunicazione.

Ma se le Veline danzano da sé e per sé, sempre sorridenti perché mai scalfite da quanto avviene attorno a loro, qui invece c'è chi guida le danze. Maria De Filippi, Alda D'Eusanio, Paola Perego sono primedonne che lavorano sulle emozioni usando la personalità del proprio corpo. Sono esse stesse corpi conduttori che vincolano i comportamenti del pubblico alle regole del proprio galateo. Creano una corrente attiva attraverso vestiti e accessori che indossano come indicatori prescrittivi, come strumenti di iniziazione per compiere il rito di passaggio nello specchio magico. Come la famigerata maglietta con la scritta "Dalla" indossata disinvoltamente, qualche tempo fa, da Alda d'Eusanio.

## **Velone**

Sul nastro trasportatore delle veline salgono anche le Velone. La parola Velona manifesta una riappropriazione semantica: le Velone sono grandi e leggere come mongolfiere, sono resistenti alle intemperie, sono le migliori.

Come le Veline, anche le Velone ballano. Si esibiscono le une accanto alle altre. Come le veline, anche le Velone danzano *per sé*. Si presentano in televisione per essere guardate dal mondo 'con altri occhi'.

Ma, al contrario delle Veline, le Velone non devono dimostrare a se stesse di essere seduttive. Piuttosto devono autoconvincersi che possono rimanere giovani esercitando l'arte dello spirito attraverso la fisicità. Eccole quindi disponibili, docili, pronte a mostrare la faccia secondo gli imperativi dell'obiettivo: flessibili, vitali, con i capelli colorati, decise ad indossare la corona carnascialesca. Raccontano il sogno adolescenziale di diventare ballerine. Dicono: siamo eterne ragazze a cui la televisione *oggi* concede la visibilità. Tutto ciò che da giovani abbiamo potuto solo sognare, oggi si realizza.

In un mondo in cui la vecchiaia è sempre più associata a valori fuori moda, fuori mercato, ai margini dei modelli e degli stili di vita e di consumo, il modello "sempre e per sempre giovane" eternizza, fa sì che si possa continuare ad amare e a godere all'infinito del presente. Creando le Velone, la tivù assolve il suo nuovo mandato. Blocca il tempo. Occulta il grigiore della vecchiaia. Esorcizza la morte. Svela il segreto dell'eterna giovinezza: la telegenia come assicurazione sulla vita.

## **Velette**

Anche le storie televisive della guerra disegnano sotto-storie di abiti, accessori e acconciature. Anche le giornaliste vestono divise identitarie che svelano modelli contrastanti, dicotomici.

Lilli Gruber indossa la sciarpa pashmina come Grace Kelly (che ne *La finestra sul cortile* diceva: "Se c'è una cosa che so fare è vestirmi sempre in modo adeguato") e il gilè multitasca da reporter alla maniera della protagonista femminile de *Il Grande Gatsby*

(“Indossava qualsiasi cosa come fosse un abito da sera”). Il suo modello è cinematografico. Lilli è sempre perfetta nel suo stile blasé: non si mischia, non si sporca le mani, le bombe non le cadono mai addosso. Si acquatta nei rifugi talebani e i capelli restano in piega per incanto. Risponde al cliché delle belle della diretta, come Carmen Lasorella, con la voce-corpo impostata anche nei momenti più tragici.

Dall'altra parte della barricata, Giovanna Botteri urla sotto la statua di Saddam Hussein. Senza trucco, i capelli legati malamente, la maglietta slabbrata. Partecipa, si sporca con gli eventi. Attraverso lo scompiglio del suo corpo comunica lo sconvolgimento della guerra: è un modo di parlare il conflitto scrivendolo su se stessa. Allo stile blasé di Lilli Gruber contrappone la postura da pasionaria. Dietro la Botteri scorgiamo l'ombra di Ilaria Alpi e di Maria Grazia Cutuli, le inviate uccise sui fronti di guerra, a Mogadiscio e in Afghanistan.

Infine, attualissima, l'immagine di Lina Zahreddim, la giornalista araba di *Al Jazira*: il volto bellissimo, il sorriso moderno, il tailleur gessato. Veste la divisa di anchorwoman con grazia e modi assolutamente occidentali. Sta annunciando in diretta la liberazione delle due Simone. Afef, la modella tunisina invitata a *Porta a Porta* nella serata dedicata alla liberazione degli ostaggi, non perde l'occasione per sottolinearlo. Dice: guardatela bene la tv che voi occidentali considerate integralista: ecco che svela l'altra faccia.

## **Velate/Svelate**

E' il 28 settembre 2004. Su un sentiero battuto di periferia, due ragazze con i visi coperti dal *niqab* nero, il corpo nascosto da due *galabiye* pesanti grigio-nocciola e i guanti neri di cottonina avanzano lentamente. Alle loro spalle, il tramonto polveroso di Baghdad e una moschea quasi lunare sullo sfondo. Un'atmosfera dai contorni neorealisti. Le voci sono indistinguibili, la ripresa televisiva di tipo amatoriale, con la telecamera mossa. Si sente una voce in inglese e in arabo: “Levatevi il velo!”. Simona Torretta posa la scatola - la famosa scatola con il Corano tradotto, omaggio dei rapitori - e ubbidisce, mostrando il viso sorridente. Simona Pari invece esita, rivolge la testa verso l'obiettivo, impacciata, finché l'altra Simona la aiuta, sollevando il drappo che la copre, e ridandole il sorriso.

L'immagine che resta nella memoria sono le due ragazze che si svelano. Una sequenza ripetuta all'infinito, come già quella delle torri gemelle all'indomani dell'11 settembre. Un'immagine destinata a restare nella Storia visiva del nostro tempo.

Altra sequenza storica. Le due Simone a Ciampino, appena uscite dall'aereo che le ha riportate in Italia. L'obiettivo le mostra di nuovo sorridenti, luminose nel lungo abito orientale ricamato (un altro omaggio dei rapitori), i capelli sciolti sulle spalle, i sandali permutati dallo stile hippy a quello terzomondista. Così bardate, le due giovani donne si dispongono docilmente davanti alle televisioni, attorniate dai familiari e dalle massime autorità. Libere e belle, sono diventate personaggi di una fiaba italiana a lieto fine.

La sceneggiatura della liberazione viene costruita in modo da enfatizzare la cerimonia dello svelamento. Che significa, nello stesso tempo, stendere un velo su tutto il resto: restano fuori campo i bombardamenti, i blitz delle Forze Speciali, le urla, la morte. Vengono invece in superficie nuove inconciliabilità, nuovi velamenti. In un progressivo slittamento semantico, il burqa diventa sinonimo di “nascondere l'identità”, e viene associato a strumento per

delinquere, alle facce di uomini nascoste dal passamontagna. Ma non solo. Con la legge sul velo – che proibisce l'esibizione dei simboli religiosi nelle scuole - approvata dal Parlamento francese, il velo diventa *corpo del reato*. Suona come sfida, terrorismo, kamikaze. Da una parte, è interpretato come una minaccia alla laicità, un simbolo di resistenza alla cultura occidentale; dall'altro, in quanto segno distintivo della cultura di provenienza, viene indossato dalle ragazze che sfilano in Francia e nei paesi arabi come affermazione di identità. Ed ora il velo è una divisa simbolica che instaura nuove differenze, steccati, fratture fra le donne.

E poi ancora, carico di nuove connotazioni ideologiche, il velo abbinato alle tendenze della moda - i pantaloni a vita bassa e l'ombelico scoperto in uso nelle scuole italiane - rientra nel dibattito pedagogico sulla libertà di espressione e sugli abiti "fuorilegge". Nel frattempo, il velo entra di diritto anche nella casa del *Grande Fratello* in onda nel mondo arabo con il titolo *Al Rais*, indossato da una concorrente che viene dall'Iraq. Mentre un transessuale iraniano indossa il velo per scelta, come simbolo di nuova, ritrovata libertà (identità) sessuale. Messaggi contrastanti giocati sul corpo della donna, oggi più che mai elemento esplosivo delle inquietudini e dei conflitti, delle pulsioni e delle emozioni.

Intanto, sui nostri teleschermi, le due Simone passano attraverso un progressivo gioco di cambiamenti: da madriterese a sorelled'Italia, da amiche, figlie e fidanzate della nazione a passionarie dell'Iraq. Quando cominciano a parlare, a dire la loro, la televisione si accorge che non corrispondono all'immagine che di loro è stata costruita durante la prigionia. Anzi, la loro immagine mediatica di rapite fa a pugni con la loro immagine mediatica di liberate. A questo punto la televisione le trasforma in "streghe". Le streghe, un tempo, si mandavano al rogo. Oggi si mandano letteralmente all'inferno, come fanno Giuliano Ferrara e Vittorio Feltri, dipingendole come due ragazzine incoscienti che se ne fregano di chi muore, che sembrano appena tornate da una vacanza e che puntano i piedi perché vogliono tornare a Baghdad. Come se non bastasse, entrambe esprimono la convinzione che è bene che le truppe italiane lascino l'Iraq. Dopo due giorni di polemiche, vengono oscurate. Perché non sono più apparse in televisione? Sotto quale nuovo burqa ideologico si nascondono?

Lo rivela Simona Pari nel diario scritto insieme a Simone Torretta per "L'Espresso": "Probabilmente la nostra gioia (di essere libere, ndr.) ha inconsapevolmente ribaltato lo stereotipo della vittima. Forse, il fatto che non fossimo cambiate, è stato vissuto come un tradimento". Non cambiare di fronte all'esposizione mediatica comporta il processo mediatico. L'accusa è di non aver pianto. La colpa è di aver sostituito le lacrime, la disperazione, il melodramma con un sorriso disarmante. La condanna è l'occultamento: per la televisione sono due donne sbagliate, nel posto sbagliato, al momento sbagliato.

## **Violate**

A questo punto la tv, come un segugio, va a cercare altre vittime all'altezza della situazione, disposte a fare le vittime "come si deve". Sembra un accordo quasi beffardo con il destino il fatto che, qualche giorno dopo la liberazione, la tv si imbatta nell'immagine speculare delle due Simone: Jessica e Sabrina Rinaudo, le due sorelle di Dronero morte nell'attentato terroristico all'hotel Hilton di Taba.



Ancora due giovani donne, ancora due volti sorridenti. Ma solo nelle vecchie fotografie, quella precedenti l'attentato. Ora sono irriconoscibili, sepolte sotto la macerie. Al contrario delle due streghe del pacifismo, loro sono arrivate nel teatro della guerra per caso, senza ideologie, senza velleità umanitarie, non si sono schierate a favore o contro la guerra. Semplicemente, della guerra non sanno nulla. Il loro orizzonte, il loro Mediterraneo, è una vacanza sul Mar Rosso. Una vacanza sognata sui dépliant turistici, un pacchetto-sogno realizzato a poco prezzo, risicato. Loro sono vittime inconsapevoli, "angeli innocenti", non ragazzine incoscienti.

E poi, la loro storia privata ricorda quella di tanta gente comune: una famiglia non troppo felice, la madre che non vede le figlie da otto anni, il paese piccolo e la gente che mormora. Ma che si riconcilia compostamente intorno al lutto.

La Grande Storia adesso sfuma nella cronaca dai contorni edificanti. E la tv può sguazzarci a piacere. Rincorrere la preda nella camera ardente, agguantare le lacrime dei parenti, seguire la fiaccolata e i funerali solenni di Stato. Vuole a tutti i costi essere lei, con la telecamera, a dare l'ultimo saluto alle vittime violate, volate via. Per poi scivolare su altri volti.

## **Velo pietoso**

Dalla Storia con la S maiuscola alle *storie*. Dalla straordinarietà degli eventi alla narrativa quotidiana.

Ed ecco le facce femminili che raccontano l'eclissi della verità. Che sfiorano il velo pietoso. I volti di *Chi l'ha visto?*, della *Vita in diretta*, degli speciali giornalistici. Dove trionfa l'universo delle madri, la rappresentazione tragica del dolore femminile.

Ecco la madre di Angela Celentano, la bambina rapita otto anni fa durante una gita sul Monte Faito, nel napoletano. Da allora, ogni tanto la bambina sembra ricomparire, per poi sparire di nuovo nel nulla. La televisione non perde di vista questa immagine fantasmatica. E intanto moltiplica l'esposizione della *mater dolorosa*, il serbatoio incolmabile di lacrime, la devastazione della sofferenza.

Ecco "la mamma di Cogne", la Medea televisiva. Anna Maria Franzoni entra nel book della contemporaneità con i suoi drastici cambi di immagine: il taglio di capelli sempre più morbido, il trucco sempre più accurato, l'espressione sempre più controllata. Mentre procede la vicenda giudiziaria, evolve anche la costruzione di una immagine materna adeguata ai media. Che diventa un "format": un anello di narrazioni intorno alla maternità e insieme una sintassi fisionomica dell'ambiguità. La madre come vittima e come carnefice. Anna Maria Franzoni esprime i valori femminili tradizionali: le lacrime, la voce bassa, lo sguardo mite che non guarda in macchina. La vittima, insomma. Ma nel contempo, l'aria serafica, la cura ostinata del corpo (dicono sia andata dal parrucchiere il giorno dell'omicidio), e l'esposizione mediatica al *Maurizio Costanzo Show* la fanno oscillare pericolosamente nel cliché della carnefice. Della cattiva.

## Ri/velate

“Le donne sono deboli e cattive... Noi donne non facciamo mai squadra”. E’ il commento lapidario di Barbara Palombelli, mentre nello studio televisivo guarda sul grande schermo quanto sta accadendo sull’*Isola dei famosi*. “Continuiamo a farci del male”, le fa eco Simona Ventura che conduce il reality show ambientato sulla spiaggia di Samanà, nella Repubblica Dominicana. L’isola conferma i luoghi comuni: la solidarietà tra donne non esiste, non esisterà mai.

Sullo schermo, Antonella Elia, Ana Laura Ribas, Carmen Di Pietro, Patrizia Pellegrino riscrivono sul proprio corpo la nuova mitologia televisiva del femminile. Furenti come menadi, esasperate baccanti in bikini. La Pellegrino contro la Ribas. Antonella Elia contro la modella Aida Yespica. Antonella stuzzica Aida, la più bella del reame: la accusa di avere solo un bel seno e un bel sedere da mettere in mostra nei calendari. Le dà uno spintone. Arrivano alle mani. Si prendono letteralmente per i capelli. Interviene D.j. Francesco a separarle. Loro piangono, strillano, continuano a insultarsi.

Una dopo l’altra le donne dell’Isola vengono tutte nominate dai compagni di avventura. Vengono ri-velate, velate un’altra volta. L’unica, l’ultima donna a rimanere sull’Isola è proprio Aida, il corpo del desiderio, il tanga che calamita lo sguardo. La versione televisiva della bella Elena di Troia, che conferma i ruoli, gli stereotipi, i desideri maschili. Sull’isola, Aida ha ricevuto come regalo della produzione televisiva il calendario, fresco di stampa, dove il suo corpo nudo è svelato, immortalato come quello di una dea. E’ la prima volta che lo vede. Si ammira, quasi stupita della propria bellezza, come e di più che davanti ad uno specchio. Incantata dal proprio corpo riprodotto, “rifatto” dall’obiettivo fotografico. Incantata dall’immagine di se stessa. Proprio come le veline che danzano solo per sé, anche Aida vede solo se stessa.

Delle altre, invece, chi si svela è perduta. Patrizia Pellegrino indossa un burqa improvvisato, una grottesca retina verde trasparente per proteggersi dal sole e dalle zanzare. Oltre il Mediterraneo, ecco il disincanto dei Tropici. Addio all’immagine cinematografica dell’isola esotica, addio al mito del ritorno alla natura, all’origine, all’amore, al sesso (ricordate la *Laguna blu* di Brooke Shields? Era il 1980). L’isola dei famosi ora si rimpasta con le vignette della “Settimana enigmistica”, con la coppia di naufraghi che bisticciano sotto l’unica palma dell’isolotto.

Queste meteore dello spettacolo sono lontane anni luce dallo star-system e dal divismo degli intoccabili. Sono ex veline, soubrettine, miss, presentatrici televisive. Appannate dal tempo, invecchiate visivamente, rifatte chirurgicamente. Sono sbarcate sull’isola alla ricerca della notorietà perduta e sono disposte a tutto pur di non farsi cancellare dallo schermo. Vogliono resistere sul video. In ballo c’è la sopravvivenza della propria immagine. La visibilità. Forse questa è la loro ultima possibilità.

La televisione offre sempre un’ultima possibilità. Basta accettare di sottoporsi ancora una volta al gioco delle trasformazioni. Dopo aver cambiato i connotati, dal *lifting* al *total look*, rimane l’ultima spiaggia del reality show. Con la sua drammaturgia esasperata: qui la telecamera non solo svela, ma affonda nella carne, come un bisturi. Fa riemergere non solo gli

inestetismi e le rughe, ma anche le ferite, il sangue, la materia organica purulente. Qui viene meno tutto quel corredo di accessori che di solito aiuta ad esaltare la femminilità e ad occultare i difetti. Qui, da belle - o almeno carine, curate, agghindate - ci si ritrova brutte. Brutte, sporche e cattive.

Qui ci si snuda nella primitività corporale. “Non voglio andare via... Ho paura di venire via di qui”, dice Antonella Elia, che è stata nominata, mentre sta per abbandonare l’isola. “Ma perché? Che cosa ci fai lì?”, le chiede la mamma, accorata, in collegamento telefonico. “Faccio l’animale”, risponde lei. Ed ecco svelata la vera natura del gioco delle metamorfosi: le abitanti dell’isola sono qui per rimettersi in gioco come *animali televisivi*, come tigri, pantere, leonesse dello spazio scenico. In questo spazio recintato possono portare in superficie la pura istintualità, mettendo a nudo le emozioni, gli stati d'animo, il coinvolgimento passionale. Usando quel codice di smorfie, atteggiamenti, posture, espressioni che ‘sono loro’.

Ma chi sono loro? Antonella Elia è nata tra le lolite di Gianni Boncompagni a *Non è la Rai*, ha proseguito con Mike Buongiorno alla *Ruota della fortuna* e con Raimondo Vianello a *Pressing*. Lei non vuole, non può ritornare alla vita reale, perché non ha realtà: è tanto più autentica quanto più resta dentro il video, quanto più riesce a dare sostanza, a dare corpo, al miscuglio di candore e malizia che ha costruito in un lungo lavoro virtuale sotto i riflettori della televisione.

## **Svilite**

I languori allo stomaco possono cambiare il destino. E allora: resistere alla *fama* o resistere alla *fame*? Le donne sull’isola si sviscerano, per fama o per fame. Il corpo femminile ora è lambito da ferite simboliche, da segnali maledetti.

Antonella Elia vuole resistere alla fama: in ginocchio davanti a una pentola vuota, alza il coperchio e giura a Kabir Bedi che digiunerà e andrà a caccia tutte le notti purché lui non la nomini. Si predispose all’anoressia purché non le venga tolta la visibilità.

Carmen Di Pietro, invece, non resiste alla fame. Piange, ha paura di non farcela, mangia voracemente, bulimicamente. Alla fine si fa “nominare” dagli altri concorrenti che la escludono dall’isola per aiutarla, per non farla morire di fame.

Il cibo, dunque. Donne che si rifiutano di mangiare e donne che mangiano troppo. Ma anche donne che nutrono e donne che diventano cibo per gli uomini. Un’altra metafora antica e attualissima che percorre la linea del tempo e attraversa i confini geografici della televisione. Che avvolge le donne in scatola, come dispositivo del desiderio e come strumento di costruzione del corpo docile.

Si potrebbe ritessere il galateo televisivo proprio a partire da questo altro lembo del velo s-velato, che porta con sé nuove rappresentazioni e inquietanti (insanabili?) interrogativi: mangiare, fare da mangiare, o essere mangiate?