

# Comunicazione-guerriglia

**Tattiche di agitazione gioiosa e resistenza ludica all'oppressione**

Titolo originale Handbuch der Kommunikationsguerrilla. Jetzt helfe ich mir selbst. No copyright  
Verlag Libertäre Assoziation (Hamburg), Shwarze Risse (Berlin), Rote Strasse (Göttingen), 1997  
Verlag Libertäre Assoziation, Lindenallee 72, D – 20259 Hamburg, Germania  
Traduzione dal tedesco di Mirna Campanella ed Elena Modolo

## Prefazione

Nell'ottobre 2000 la britannica "The Face", principessa sul pisello delle riviste trendaiole-patinate, cadeva giù dalla sua pila di materassi e, con diversi anni di ritardo, rendeva conto di una "nuova scena", quella di chi preferisce la gioiosa sovversione dal basso (in inglese si userebbe la parola "grassroots", radici dell'erba, cioè il livello della gente comune) al consumo coatto di merda presuntamente glamorous. Il "prestigioso" rotocalco di moda, musica e club culture informava i suoi lettori che nel mondo operano migliaia di pranksters, attivisti della burla mediatica, e che nuove forme d'azione agitano il conflitto sociale. In un articolo intitolato "Pranking is Anarchy" [Le beffe sono anarchia], tale Christian Koch inanellava finti scoop, fraintendimenti e citazioni di quarta mano cercando di descrivere molti dei gruppi e fenomeni che l'Autonome a.f.r.i.k.a. gruppe aveva descritto in tempi non sospetti nel libro che avete in mano. Questo per dire che l'argomento non è soltanto attuale, è addirittura à la page.

Non c'è dubbio che la situazione attuale sia favorevole alla sperimentazione di tattiche e strategie di resistenza ludica all'oppressione e alla barbarie neoliberista. Ma l'Handbuch der Kommunikationsguerilla è stato scritto alla metà degli anni Novanta, quando - nonostante i prodromici exploit francesi e chiapanechi - un movimento come quello odierno non ce l'immaginavamo neppure. È importante dirlo.

Dopo l'ormai leggendaria "battle of Seattle" del 30 novembre 1999, i "Mr. Jones" di tutto il mondo - mi si perdoni la trivialità della citazione dylaniana - si sono accorti che "i tempi stanno cambiando". Per tutto l'ultimo anno non c'è stata mobilitazione internazionale che i media italiani non abbiano commentato parlando del "popolo di Seattle". Tale espressione era vaga, onnicomprensiva, oltremodo irritante, ma era comunque un indicatore dell'efficacia icastica della prassi del movimento: scattava quando il giornalista incocciava in inedite forme di propaganda e azione diretta. Il primo esempio che mi passa alla mente sono le "Tute Bianche", i cui arieti di gomma e scudi di plastica (oltre al beffardo détournement di espressioni come "disobbedienza civile") stanno rivoluzionando il modo di stare in piazza e affrontare le forze dell'ordine, prevenendo la demonizzazione e scompaginando le categorie interpretative dei cronisti.

Dopo la "battaglia di Praga" del 26 settembre 2000, e dopo alcune mobilitazioni difficili da ricondurre allo schema visto a Seattle (per esempio le dimostrazioni antiamericane di Okinawa), l'espressione è stata sostituita da una altrettanto imprecisa ma meno caramellosa: "il movimento antiglobalizzazione".

A chi fa ancora lo schizzinoso per via di parole d'ordine un po' troppo "umanitarie", frequenti mediazioni "al ribasso" e, non ultima, la presenza di qualche prete tra le fila dei contestatori, io rispondo che sono abbastanza vecchio per essermi sucato gli anni Ottanta e tutti i suoi giorni di merda, smarrimento e frustrazione che un Dio sadico mandò in terra e i suoi baciapile definirono in blocco "Riflusso". Il teenager che ero si sarebbe succhiato un gomito per avere condizioni come quelle odierne, mentre intorno c'era l'hardcore punk e poco altro, voci di una ribellione talmente pessimistica da somigliare al proprio contrario.

Oggi invece mi sembra si cerchi di andare oltre la pura testimonianza, per incidere sulle decisioni prese dai "Grandi". Limitatamente, ci si riesce. Si è in grado di produrre l'effetto di prospettiva comunemente definito "opinione pubblica". Alle giornate Mobilitebio di Genova (24-26 maggio 2000) è seguita una presa di posizione del governo italiano in sede europea contro la sperimentazione sugli Organismi Geneticamente Modificati.

Si incide anche e soprattutto sul morale delle controparti. Cito un bell'articolo di Javier Moreno, inviato del quotidiano "E1 Pais" (28 ottobre 2000) sulla battaglia di Praga:

La pressione di migliaia di manifestanti nelle strade e le critiche devastanti incassate in questa settimana si sono sommate alla crisi del Fondo monetario internazionale e della Banca mondiale, che ieri hanno deciso di anticipare di un giorno la cerimonia di chiusura... Quando la decisione è stata annunciata, la desolazione è scesa nella sala delle assemblee plenarie, semivuota, dato che

erano pochi i delegati che, dopo i tumulti di martedì, avevano voluto correre il rischio di essere presi a pietrate all'uscita degli hotel o di restare chiusi di nuovo nella sede dell'assemblea... Com mosse per gli avvenimenti di martedì, le autorità di ambedue gli organismi hanno deciso che la pressione era insostenibile, in una riunione d'urgenza convocata ieri la mattina presto, secondo le nostre fonti... si è deciso di metter fine al calvario in cui si stava trasformando la riunione. Le orde degli oppositori hanno immediatamente gridato al successo, e Alice Dvorska, una delle portavoci di Inpeg... si è mostrata felice dell'esito finale della riunione e del danno inflitto all'élite del capitalismo: "Non so se questo sia conseguenza diretta della nostra vittoria di ieri - ha detto - ma sicuramente abbiamo contribuito". Il movimento mondiale contro la globalizzazione annota così, dopo Seattle e Washington, un altro trionfo. Una vittoria seria, anche, perché le proteste non sono solo riuscite a interrompere l'assemblea. Funzionari della Banca e delegati hanno ammesso in privato che i costi e la tensione di questo tipo di riunioni internazionali cominciano a essere troppo alti. La capacità di pressione e organizzazione dei manifestanti anticapitalisti presuppone, di più, un aumento di tensione che impedisce di tenere normalmente un'assemblea, sottoposta al fuoco incrociato di uova e insulti. "Forse dobbiamo riunirci ogni due anni", rifletteva un alto funzionario che chiede l'anonimato... Perfino le Ong accreditate come interlocutori del Fmi e della Bm hanno espresso critiche di tale ferocia da ferire l'animo dei funzionari. Ieri, in una riunione con Jubilee 2000 - una delle Ong più serie in favore del condono del debito ai paesi più poveri - Koehler e Wolfensohn hanno ricevuto a sorpresa delle croci come simbolo dei 19 mila bambini che ogni anno muoiono e che potrebbero essere salvati con i soldi del debito che l'Occidente rifiuta di annullare.

Sapere che si può incidere è un vero sollievo: alzi la mano chi non era stanco di "vittorie morali". Come scrisse Jaroslav Hasek: "Raggiungono la vittoria morale tutti coloro a cui l'avversario spacca una gamba. Tolstoj una volta ha detto che la vittoria morale è una cosa luminosa e Masaryk stima altamente la vittoria morale, ma né Tolstoj né Masaryk hanno mai avuto il naso rotto". (1) Certo, la sperimentazione deve rimanere tale, aperta e imprevedibile. Già mostrano la corda diversi schemi e trucchetti a cui il movimento è ricorso nell'ultimo anno, ivi compresa la formazione "a testuggine" delle Tute Bianche. Si badi bene: non sto parlando di "recupero", categoria paranoica di cui dovremmo liberarci una volta per tutte, buttarla nel cesso assieme alla dittatura spirituale postuma di chi l'ha introdotta (2). Sto parlando di soggettività, del connubio di efficacia e godimento, dei rapporti di forza su un "mercato dell'attenzione" oggi più che mai "sovraccarico" (Franco Berardi).

Il fatto che nella vetrina di Bollini (boutique bolognese di streetwear e moda giovanile) un manichino indossi tuta bianca, anfibi, bandana e maschera anti-gas non è necessariamente negativo. Tutto questo per dire che un testo come l'Handbuch, al di là di molte pesantezze - o weh! - tipicamente teutoniche, è forse più utile nell'Italia di oggi che nella Germania di tre-quattro anni fa. Rispetto all'edizione originale, invero cervelotica, il libro ha subito diverse ristrutturazioni e alterazioni. Da "ipertestuale" che era, l'impaginazione è diventata lineare. Non pochi paragrafi sono stati espunti perché avrebbero necessitato di un abnorme apparato di aggiornamenti, spiegazioni e rettifiche. Un intero capitolo è stato tagliato perché mi sembrava ripetere in maniera pedante - addirittura con le stesse identiche parole - concetti già espressi in altre parti del libro. Tutti i riferimenti (in Italia triti e ritriti) al nostro movimento del '77 sono stati eliminati. In quanto editor del libro, mi assumo personalmente la responsabilità di questo remix.

Non so se esiste un "profilo medio" del lettore o della lettrice dei saggi di "Derive Approdi", io me ne sono fatto un'idea, forse completamente sbagliata ma in base alla quale diramo un consiglio: non leggete questo "manuale" con l'approccio di chi vuole spaccare in quattro il capello di Virno (che tra l'altro è quasi pelato) o cercare una certa macchiolina sugli occhiali di Negri. Non curatevi del fatto che nel libro non troverete i concetti e vocaboli più in voga in certi milieux italiani, tra compagni/e che, con tutto il rispetto, a volte scrivono come Bartezzaghi in overdose da funghetti. La caratteristica più importante e interessante dell'Handbuch è senz'altro la fitta aneddotica, decine e decine di azioni e interventi ludici, anche e soprattutto da scene politiche e contro-culturali di cui in Italia si sa ben poco. Assaporate il retrogusto ruvido, leggermente "torbato" di questo piccolo best-

seller dell'ultrasinistra germanica. Buona lettura.

Wu Ming Yi (Roberto Bui)  
Bologna, ottobre 2000

## Premessa tecnica

La lingua tedesca sembra fatta apposta per celare informazioni importanti. L'abitudine di mettere i verbi in fondo alla frase ne è un esempio: non si riesce a capire subito dove uno vuole andare a parare ma si è costretti ad ascoltare pazientemente tutto, fino in fondo...Noi da veri italiani tuttocore, il verbo, insieme a tutte le nostre chances, ce lo giochiamo subito. Con i tedeschi invece non si può giocare d'anticipo, ma bisogna ascoltare, sempre, TUTTO.  
CAROLINA CIAMPAGLIA - ETTORE PEROZZI,  
Come sopravvivere ai tedeschi

Questa la sensazione che ci ha accompagnate nei lunghi mesi occorsi per tradurre l'Handbuch der Kommunikationsguerilla. Costruzioni sintattiche (volutamente) intricatissime, "elevate" stilisticamente da ossessionanti latinismi, giochi di parole, allusioni e neoformazioni che non ci hanno dato un attimo di tregua. D'altronde il tedesco è una lingua estremamente flessibile che non solo permette di creare a proprio piacimento un'enorme quantità di neologismi, ma consente anche di sfruttare parole già esistenti semplicemente mettendole unadiseguitollaltracosì. Il simpatico risultato è l'introduzione di concetti interamente nuovi, molto spesso intraducibili: abbiamo "semplicemente" cercato di renderli nel modo più fedele e plausibile.

Anche i colleghi latino-americani del collettivo editoriale Virus sono quasi pronti con la versione spagnola del manuale, che però uscirà decurtata e arricchirà di esperienze legate a gruppi locali. Nel frattempo, sono già in programma le traduzioni in inglese e francese.

Il manuale è stato scritto dall'Autonome a.f.ri.k.a. gruppe, collettivo della Germania meridionale, attivo anche sotto gli pseudonimi multi-uso Sonja Brünzels e (più famoso) Luther Blissett. La prima edizione tedesca è della primavera del 1997. Il libro ha avuto un innegabile successo: numerose recensioni, due ristampe e un tour di presentazione durato più di due anni. Già nei primi mesi di vita ha suscitato l'interesse dei media tedeschi istituzionali meritandosi, tra l'altro, un lungo servizio su "Der Spiegel".

Pochi mesi più tardi, la conservatrice Motorbuchverlag di Stoccarda, editrice di una popolare collana di manuali sul fai-da-te, si accorse che l'Handbuch der Kommunikationsguerilla aveva una copertina e una veste grafica praticamente identiche a quella di un suo libro. Viste le minacce di adire le vie legali contro gli autori Luther Blissett e Sonja Brünzels (!), e visto che la provocazione aveva ampiamente raggiunto il proprio scopo, la successiva edizione uscì comunque con una diversa copertina.

Un ringraziamento da parte mia e di Elena a Klara Buhr, Eleonora Negrin, Elena Braiato per le consulenze forniteci e, last but not least, a Sonja Brünzels, a cui facciamo i migliori auguri per il nuovo libro sulle "rapine d'autore" appena uscito in terra germanica.

Das war's.

Mirna Campanella  
Bologna, ottobre 2000

## Premessa degli autori

La miglior sovversione non consiste forse nel distorcere i codici, anziché nel distruggerli?  
ROLAND BARTHES

Ciò che si tenterà di fare in questo libro è paradossale. Esporremo, nel modo più serio possibile, la secca teoria di una prassi che non si limiti a essere sovversiva ma crei anche piacere e divertimento. Gli autori e le autrici di questo libro non ne possono più di aridi volantini e del preconcetto (diffuso anche tra gli autonomi) secondo cui la sinistra può al massimo apprezzare la satira politica, ma deve pur sempre portare al braccio il lutto per le ingiustizie nel mondo. Vogliamo allontanarci da una prassi politica che giudica la propria rilevanza in base all'astrazione e alla serietà delle prese di posizione. Ma conosciamo noi stessi, la coscienza sporca con cui dovremmo fare i conti se, anziché dare finalmente alle stampe questo testo teorico sullo straniamento, ce la spassassimo per due notti di fila; sappiamo che, al di là della nostra voglia di scrivere, è la protestante etica del lavoro che ci spinge a sedere pallidi di fronte al computer anziché starcene ai bordi della piscina ad abbronzarci (alla faccia del buco nell'ozono); ci è ben familiare la scrupolosità con cui s'esaminano le asserzioni sulla corretta linea politica.

"Non c'è vita giusta nel falso", si dice. Eppure molti vorrebbero vivere una vita in cui non ci sia posto solo per la competizione e la produttività, una vita che sappia essere affascinante. La comunicazione-guerriglia potrebbe essere un mezzo per raggiungere tale scopo.

Analisi, strutture concettuali, vaglio di diversi principi, metodi e tecniche... Tutto ciò può rendere arida anche la più bella delle azioni. Per questo faremo molti esempi pratici, racconteremo storie e avvenimenti senza sezionarli e pesarne le parti sul bilancino. Altrettanto grave sarebbe considerare i concetti teorici qui proposti precetti e norme da seguire ciecamente, finendo per soffocare la propria esperienza, senza possibilità di desiderio incontrollato, di piacere e di godimento.

A ogni modo, anche se non ci sarà unanimità sulle valutazioni proposte e sugli esempi utilizzati, il fine di questo libro è preparare una cassetta degli attrezzi che il lettore possa utilizzare, che offra vocaboli, metafore e immagini, che stimoli a riflettere da soli su analoghe possibilità nella propria esperienza. E così che si sviluppa la prassi. Si tratta inoltre del miglior contributo a una futura teoria della sovversione.

### Sulla comunicazione-guerriglia

La politica radicale e la critica sociale di estrema sinistra hanno fama di voler portare avanti le proprie istanze di emancipazione principalmente tramite la spiegazione razionale e la divulgazione di un'univoca verità. Gli autori dei testi qui raccolti non dispongono di alcuna verità simile, ragion per cui non possono ficcarla in testa ad altre persone di sinistra o a qualche "miscredente". Con il concetto di comunicazione-guerriglia vorremmo stimolare ad altre forme di confronto politico, che appartengono già da molto tempo alla prassi dei gruppi di sinistra, ma che troppo spesso sono state sminuite come burle da non prendere sul serio, relegate ai margini del lavoro politico propriamente inteso. Questo "manuale" discute di tali forme dell'attività politica sovversiva, delle loro condizioni, possibilità e limiti.

Ci guarderemo bene dal riproporre storiche controversie tra diverse correnti di pensiero, dal contrasto tra marxisti e anarchici a quello tra critica all'eurocentrismo e fedeltà a valori universali. Per il momento, di comune accordo, ci soffermeremo sull'incerto terreno della critica dei rapporti sociali. Dai dubbi e dalla consapevolezza di quanto siano obsoleti i progetti politici tradizionali è sorta la necessità di sviluppare esperienze politiche adeguate alla situazione contemporanea, ma che al tempo stesso non rinuncino a un'impostazione di fondo che risale alla sinistra non dogmatica degli anni Settanta e Ottanta.

Il punto di partenza comune era ed è - accanto alla persistente inconciliabilità con il modo di produzione capitalistico e con strutture di potere e forme di socializzazione che disprezzano le

persone - l'insoddisfazione per una prassi politica di sinistra radicale che oscilla tra militantismo incondizionato, Realpolitik pragmatica e pura critica dell'ideologia. Il disagio nei confronti di queste forme politiche tradizionali e chiuse della sinistra (apparentemente in contrapposizione tra loro) si è acuito in una fase storica nella quale da più parti ci si lamentava della crisi della sinistra e se ne enumeravano i punti deboli teorici e pratici. Partendo da tale situazione discuteremo modi e condizioni di una prassi che non (fra)intenda più la "militanza" nell'accezione militare, ma che nemmeno s'impantani nelle alternative apparenti, la pura critica dell'ideologia o la RealPolitik pragmatica.

Quando poniamo attenzione allo spazio intermedio fra politica esplicita e intervento simbolico-culturale, e quando attacchiamo le forme dettate da una certa seriosità protestante che alberga a sinistra, ciò va inteso come critica costruttiva, rivolta principalmente a noi stessi. Vogliamo contribuire ad arricchire le forme politiche in un clima sociale che dagli anni Settanta è cambiato molto, e non certo a nostro favore. Corriamo sempre più il rischio che l'utopia di una società diversa venga non solo rifiutata in quanto illusoria, ma addirittura proibita in quanto inconcepibile. La comunicazione-guerriglia non fornisce un concetto teorico impermeabile né regole precise per la concreta elaborazione di una prassi di liberazione. Essa risponde all'esigenza di ripensare contemporaneamente alle nostre diverse pratiche e alla critica della società supportata da una teoria, di fare riferimenti incrociati affinché i due modi di procedere si stimolino a vicenda anziché contrapporsi l'uno all'altro. Dalle nostre riflessioni su pensieri e pratiche, sono scaturite nuove idee per azioni e iniziative, che a loro volta danno vita a nuovi vocaboli, concetti e teorie. Il concetto di comunicazione-guerriglia è parte di un processo, nel quale vengono criticati e attaccati i rapporti di dominio, i nuovi e vecchi nazionalismi, il sessismo/patriarcato, il razzismo e il modo di produzione capitalistico che sta dietro a tutto ciò. La comunicazione-guerriglia studia la naturalizzazione di tali rapporti sul piano dei discorsi sociali e nelle forme di grammatica culturale, e riflette su come metterle in discussione.

La comunicazione-guerriglia vuole spazzare via la supposta naturalezza e ovvietà dell'ordine dominante. Il suo potenziale sovversivo consiste in primo luogo nel mettere in questione la legittimità del potere, e con ciò aprire spazi per nuove utopie. Il fine è trasformare discorsi chiusi in situazioni aperte, nelle quali, in improvvisi momenti di smarrimento, il naturale e l'ovvio siano messi in discussione. Presa singolarmente, ciascuna azione è un passo attraverso il confine. Quanto più spesso gruppi politici aprono spazi invece di chiuderli e recintarli, tante più possibilità avremo di prefigurare alternative alla società esistente. In simili momenti, può accadere che di punto in bianco i soggetti agiscano in modo diverso dal solito, che sviluppino pratiche, che l'esperienza li faccia cambiare non solo in ciò che dicono, ma anche in quello che fanno.

Nella ricerca di simili forme d'intervento, gli autori si sono ispirati a persone, gruppi, movimenti, che a loro volta si sono occupati dei rapporti tra potere, parole e sovversione, tra arte, tecnica, cultura e politica. Nell'immaginaria galleria dei precursori della comunicazione-guerriglia, si trovano "antenati" molto diversi tra loro, come l'Internazionale Situazionista, il movimento del '77 in Italia, la Kommune 1 nella Repubblica federale tedesca, gli Yippies, i Culture Jammers e i Billboard Bandits negli Usa, gli psicogeografi in Francia, Italia e Inghilterra. Il confronto con tali gruppi, la discussione delle loro forme d'azione e dei loro punti di vista politici, non solo ha influenzato la prassi degli autori estendendola in più direzioni, ma ha anche condotto a riflessioni teoriche. Il risultato è la teorizzazione di principi, metodi e tecniche di comunicazione-guerriglia, in una parola un manuale, il cui scopo non è però esporre la forma canonica e corretta di una determinata pratica, ma piuttosto fare l'apologia della comunicazione-guerriglia come forma di discussione politica.

La comunicazione-guerriglia non sostituisce il lavoro sui contenuti o sull'organizzazione, né l'attività antifascista o l'uso di determinati media; non è nemmeno in contrasto con una politica di controinformazione. Il punto è che i contenuti politici non vanno accettati solo per la loro correttezza o verità: una politica radicale deve sempre più prendere in considerazione le condizioni della ricezione. Dove la comunicazione pedagogica è accolta sfavorevolmente, la comunicazione-guerriglia può rivelarsi una tattica più efficace; dove c'è un gruppo di destinatari ricettivo, o

tensione sociale, lì c'è bisogno di un'informazione più esplicativa. Spesso i due percorsi si intrecciano.

La comunicazione-guerriglia è in questo senso democratica perché non si limita a porre le persone di fronte a una data affermazione, ma attinge dalle contraddizioni e dalle esperienze delle loro vite, stimola a pensare e ad agire. Azioni concrete possono produrre momentanee crisi del consenso egemonico, e frammentare la società borghese in mutevoli e non sempre prevedibili scambi di ruoli tra attaccati, partecipanti e spettatori. Mentre gli attaccati incontrano forme di resistenza che li pongono in situazioni inaspettate e difficilmente controllabili, ai complici involontari e agli spettatori più o meno coinvolti - nel migliore dei casi - diverrà manifesta una pratica sociale, che non va letta come attacco frontale alla propria identità, ma come offerta che promette piacere e nuove relazioni su un terreno ancora inesplorato. Ma può benissimo rimanere in sospeso chi abbia agito e quali precise affermazioni e concetti stiano dietro l'azione. Da qui nasce la critica. Gli autori hanno scelto l'espressione "comunicazione-guerriglia" perché tutte le idee e le forme di azione qui riassunte si riferiscono a processi di comunicazione sociale: dalla comunicazione tra media e pubblico, a quella dello spazio pubblico tra istituzioni sociali e cittadini. La comunicazione comprende molti più processi di quanto faccia supporre una diffusa visione tecnicistica: essa non si limita ai mass-media o a tecnologie come fax, cellulari, computer e modem; queste cianfrusaglie, se da un lato possono tornare utili, dall'altro vengono enormemente sopravvalutate.

Almeno altrettanto importanti delle tecnologie di comunicazione sono le forme di comunicazione quotidiana faccia a faccia, e le strutture sociali di comunicazione, nelle quali i rapporti di forza vengono continuamente prodotti e riprodotti. Agire diversamente dal previsto all'interno di queste strutture, sottrarsi a determinate forme della comunicazione e del dialogo, può rivelarsi una chiara ed efficace critica a poteri presuntamente "naturalisti" e dati per scontati. In alcune situazioni, lo scambio apparentemente razionale di argomenti oggettivi può esprimere accettazione: articolando una critica nell'ambito di determinate strutture di comunicazione, si finisce per puntellare e rilegittimare le strutture stesse, sebbene l'intento fosse criticarle. Dunque, il come si critica è altrettanto se non più importante del cosa si critica.

A favore del concetto di comunicazione-guerriglia ha sicuramente giocato un certo romanticismo rivoluzionario, cosa che ammettiamo con riluttanza. Ma è un dato di fatto che la metafora della guerriglia calza come un guanto al nostro progetto: la guerriglia non occupa le postazioni visibili tipiche di un esercito ufficiale, si muove su sentieri tortuosi lontani dai percorsi più battuti. La guerriglia non è fatta da molte persone, benché essa abbia assolutamente bisogno di essere appoggiata, o almeno tollerata, dalla popolazione. La tattica guerrigliera si basa sulla conoscenza del terreno, agisce localmente e puntualmente. I guerriglieri agiscono di nascosto e si spostano prima di farsi catturare. Non cercano lo scontro frontale alla luce del sole, perché avrebbero ben poche possibilità contro formazioni "regolari". Se riferiamo tutto ciò ai processi di comunicazione, vediamo che i guerriglieri sfuggono ai contesti stabiliti dalle strutture di argomentazione, e hanno idee ben precise sui migliori modi di agire. Quando la guerriglia vince, la metafora cessa di essere valida: la "comunicazione-guerriglia" non si presta alla vittoria in una qualsiasi accezione militaresca, il suo fine non è preparare il terreno per l'istituzionalizzazione dell'utopia e per l'instaurazione di un perfetto Stato o Non-Stato.

Già Umberto Eco ha indicato con la metafora "guerriglia" il tentativo di criticare i discorsi dominanti con modalità diverse dall'argomentazione o dall'agitazione. Come nel suo testo *Per una guerriglia semiologica*, nella comunicazione-guerriglia si hanno un uso e un'interpretazione dissidente dei segni. Diversamente, un concetto quale "guerriglia mediatica" ci allontanerebbe dalla nostra impostazione. In contrasto alle menzogne dei media, la comunicazione-guerriglia non comprende soltanto la comunicazione mediale, ma anche l'interazione e lo scambio face-to-face nei più diversi contesti della comunicazione.

In campo politico e artistico, nel mainstream e nelle sottoculture, diversi soggetti hanno teorizzato qualcosa di simile alla comunicazione-guerriglia, pur con qualche differenza. Gli autori si sono ispirati alla SpaBguerilla [guerriglia del divertimento] senza tuttavia adottarne il nome, poiché la SpaBguerilla è inseparabile da una determinata circostanza storica, e identificata con certi

personaggi. Nel trend attuale del "Bisogna divertirsi... Ci si concede così poco!" il nome avrebbe potuto essere frainteso. Ancora: "divertimento" riporta alla mente i pranks, gli scherzi giocati da personaggi che agiscono principalmente nel contesto artistico statunitense, e la britannica Anarchic Buffoonery. Che l'idea di divertirsi sia di per sé sovversiva ci pare discutibile, ma non ci piace nemmeno l'interpretazione opposta, cioè che il divertimento non abbia nulla a che vedere con la politica, o spogli le iniziative della loro valenza politica.

Espressioni come "terrorismo culturale" o "terrorismo artistico" (Kono Matsu) lavorano sulla paradossale sovrapposizione tra il concetto di terrorismo e settori di intervento come l'"arte" o la "cultura". Mentre i media italiani hanno accolto l'idea di un ubiquo "terrorista culturale" (Luther Blissett) senza associarlo in modo paranoico a bombe e mitra, nella Rft una simile espressione verrebbe ancora collegata ai gruppi degli anni Settanta.

Negli Stati Uniti e in Canada al momento circola il concetto di culture jamming: bloccare la cultura, intasarla, ingorgarla. Un'altra espressione corrente è monkey wrenching (3), tornata in auge grazie all'omonimo romanzo di ecosabotaggio di Edward Abbey. L'espressione allude ad atti di sabotaggio a volte collegati a interventi di comunicazione-guerriglia, ma che non saranno il vero e proprio oggetto delle nostre analisi.

Mentre militanza e sabotaggio tradizionali puntano a un'interruzione del canale di comunicazione, la comunicazione-guerriglia intende la forma stessa della comunicazione come prassi di dominio. Essa si serve delle strutture di potere, spiazzando i suoi segni e codici.

Se qui la comunicazione-guerriglia viene distinta dagli atti di sabotaggio (per esempio il danneggiamento di cose) o dalla politica più pedagogica e di controinformazione, in realtà entrambe le cose giocano un ruolo in molte delle azioni da noi descritte. Spesso dipende dalla situazione concreta, da quali forme d'azione vengano ritenute più efficaci. Il più delle volte, le forme d'azione si rivelano da sole.

Nella bibliografia sono riportati solo i libri e i saggi che riteniamo importanti. Un indice bibliografico più ampio, oltre a contributi e articoli che qui non potevano trovare posto, si trovano al nostro sito [www.contrast.org/KG](http://www.contrast.org/KG), che in prospettiva diverrà un vero e proprio archivio della comunicazione-guerriglia.

Il manuale non è esaustivo, e chi si accorga di mancanze significative può farci pervenire (all'indirizzo della casa editrice o al nostro indirizzo e-mail) integrazioni, riferimenti, descrizioni, obiezioni ecc. (la descrizione di azioni preferibilmente su supporto elettronico), per far crescere l'archivio della comunicazione-guerriglia.

AUTONOME A.F.R.I.K.A.-GRUPPE, LUTHER BLISSETT,  
SONJA BRUNZELS, <AFRIKA@CONTRAST.ORG>

# 1. Strategia e tattica

## Grammatica culturale e sovversione

Ora tratteremo di una questione davvero banale: com'è possibile che, nella nostra società, le persone accettino con tanta naturalezza i molteplici rapporti di potere e comando cui sono sottomessi? Come mai questi rapporti vengono vissuti come normali ed è così raro che li si metta in discussione? E come turbare e confondere tale consenso sociale?

Tutte le istituzioni sociali fanno in modo che l'autoinserimento e la sottomissione ai rapporti di potere e comando vengano appresi fin da piccoli. Per esempio a scuola, uno dei principali luoghi di socializzazione, gli elementi della cultura dominante sono inculcati da subito, come lo sono i fondamenti dell'interpretazione storica dominante, la cultura generale di base e il sistema dei valori e delle norme sociali. Oltre alla trasmissione esplicita di questi contenuti, gli studenti sono sottoposti a un indottrinamento molto più complesso su come dovranno inserirsi e adeguarsi ai rapporti di comando e potere. Anche se la disposizione dei posti a sedere può essere cambiata a piacimento, il rispetto della forma valida è di volta in volta imposto in maniera coercitiva. Nel momento stesso in cui i banchi vengono posti in cerchio, ecco apparire l'autorità dell'insegnante, il solo autorizzato ad alzarsi in qualsiasi momento, andare in giro e rivolgere la parola agli studenti. Si stabilisce un sistema di comunicazione frontale e unilaterale: c'è chi decide le modalità di apprendimento (l'insegnante) e chi si adegua (gli studenti). La precisa suddivisione delle ore scolastiche diviene obbligatoria tramite segnali acustici. A ciò si aggiungono le strutture architettoniche dell'edificio, il suo ambiente fatto di classi, laboratori e stanze degli insegnanti (rigorosamente vietate agli studenti), e la suddivisione degli studenti in classi d'età e categorie di rendimento i cui parametri sono esami e pagelle. In quest'ambito è normale che l'insegnante stia di fronte agli studenti e conceda loro la parola in momenti e su temi già stabiliti, poiché pare che solo tale modo di procedere renda possibile un ordinato svolgimento della lezione. A essere riconfermata non è solo l'autorità di chi sta di fronte, ma anche la convinzione che la sottomissione all'autorità sia l'unico modo possibile di organizzare i rapporti sociali.

Nell'ambito delle regole (scritte e non) e delle convenzioni della scuola, studenti e insegnanti assumono quotidianamente comportamenti che, trasposti in altri ambiti sociali, serviranno a salvaguardare un ordine fondato su rapporti di potere. Definiamo l'insieme di tali regole grammatica culturale. Illustreremo con diversi esempi come questo sistema di regole produca e riproduca potere e comando, come esso normalizzi forme gerarchiche di comunicazione, e ciò non solo attraverso la pressione esterna, come a scuola, ma anche in contesti generalmente autodeterminati: la grammatica culturale non viene rispettata solo per coercizione, ma anche consapevolmente e nel proprio interesse.

Nelle riunioni delle associazioni il presidente è allo stesso tempo autorizzato e obbligato a dirigerne lo svolgimento, e ciò ribadisce continuamente che la sua posizione è distinta da quella degli altri. In tal modo divengono accettabili strutture sociali gerarchiche. Infine ci si organizza da soli nello stesso modo. Alle conferenze è noto a tutti i partecipanti che l'oratore è persona d'autorità, a cui compete stabilire i temi da discutere e che, almeno nella prima metà della manifestazione, detiene in esclusiva il diritto di parola.

Gli ascoltatori sono sì presenti volontariamente, ma si comportano in modo consono soltanto quando siedono, attenti e silenziosi, sulle sedie orientate in direzione del podio. Passiamo a un esempio tratto da un contesto esplicitamente politico: sul medesimo modello formale delle conferenze si svolgono le manifestazioni elettorali con politici di partito. Tali manifestazioni illustrano in modo ancor più evidente un elemento centrale del dominio democratico-borghese: quest'ultimo non si fonda principalmente sulla violenza manifesta dell'apparato statale, bensì sulla produzione di consenso. Innumerevoli convenzioni salvaguardano la finzione che questo consenso si basi su una comunicazione paritaria tra dominanti e dominati (il dialogo coi cittadini). Così,

grazie al modo in cui si svolge questa comunicazione apparente, viene garantito l'incontrastato funzionamento del dominio. Dunque, una qualunque manifestazione elettorale adotta la forma della conferenza senza che nel successivo giro di domande abbia luogo una vera discussione sui contenuti. Questi ultimi sono relativamente poco importanti per la salvaguardia della finzione di una produzione paritaria di consenso. Il messaggio principale dell'intera manifestazione è che viviamo in una democrazia parlamentare in cui tutti hanno diritto di esternare la propria opinione, fintantoché lo fanno conformandosi alle regole di questo tipo di manifestazioni e si attengono - nella scelta del tema e delle parole - alle convenzioni socialmente accettate. Che il diritto all'opinione rimanga alla fine senza conseguenze, perché i temi possibili - così come il modo di discuterli - sono già prestabiliti e limitati, non viene notato da nessuno, dal momento che quell'ambito formale, con le sue regole, viene interiorizzato e vissuto come normale e naturale. Quando il Cancelliere federale, circondato da celerini, organizzatori e guardie del corpo, invade la piazza più grande della città con volumi assordanti, non fa che mettere in scena la sua vicinanza ai cittadini e, fino a un certo punto, la finzione regge. Ma sarebbe ridicolo interpretare tali esibizioni di potere come possibilità di comunicazione, scambio reciproco e paritario. Il tutto si può interpretare in modo molto più convincente come rappresentazione funzionale all'autopersuasione del potere. Ma non è detto che il pubblico recepisca tali manifestazioni in questo senso, poiché la messa in scena (inscritta nelle forme della grammatica culturale) e l'esercizio del comando non vengono generalmente percepiti per quello che sono.

In queste cerimonie, gli intervenuti non sono sempre e solo accessori della rappresentazione del potere. A un ricevimento nemmeno gli ospiti credono davvero di essere venuti per ascoltare con attenzione le illuminanti parole del padrone di casa. Gli stimati signori (imbevuti di dopobarba e con addosso completi Hugo Boss) e le stimatissime signore (avvolte nel loro miglior abito da sera e altrettanto costosamente profumate) sanno certamente che si tratta di grammatica culturale, di vedere ed essere visti, sfoggiare la medaglia al valore, prendere e mantenere contatti, venire presentati a persone importanti. In breve: mettere in scena se stessi in questo determinato ambiente nel modo più vantaggioso possibile e farsi vedere in pubblico come beneficiari della commedia del potere. La partecipazione al rituale regolato dalla grammatica culturale permette al pubblico non solo l'autopersuasione ma anche una limitata partecipazione ai rapporti di potere.

Cos'è la grammatica culturale?

La metafora "grammatica culturale" viene dalla linguistica. La grammatica è il sistema di regole posto alla base della lingua, che apprendiamo senza esserne consapevoli; essa è la struttura che determina la concatenazione e l'utilizzo dei singoli elementi dei predicati linguistici. Senza la grammatica non si possono esprimere nessi complessi, anche se ben poche persone riflettono, parlando nella propria lingua, sugli elementi delle frasi e delle coniugazioni. Rispettare le regole grammaticali è in linea di massima normale, e raramente ci si interroga sui loro fondamenti. Con l'espressione "grammatica culturale" indichiamo il sistema di regole che struttura i rapporti e le interazioni sociali. Esso racchiude la totalità dei codici estetici e delle regole di comportamento, che determinano il fenotipo degli oggetti (quello ritenuto socialmente conforme) e il normale corso delle situazioni. La grammatica culturale ordina gli innumerevoli rituali che si ripetono ogni giorno a tutti i livelli di una società, e comprende anche le divisioni sociali dello spazio e del tempo, che determinano le forme di movimento e le possibilità di comunicazione.

Nonostante la sua rigida codificazione, la grammatica non viene mai fissata definitivamente: nella lingua scritta entrano convenzioni correntemente usate nella lingua parlata di tutti i giorni, i gerghi delle subculture diventano accettabili e la grammatica propria dei dialetti si adatta alla lingua colta. Analogamente si modifica anche la grammatica culturale: accanto al galateo della buona condotta, nella vita privata come nello spazio pubblico, esistono forme di autorappresentazione subculturali, o tipiche di determinate classi, che si influenzano reciprocamente.

## Grammatica culturale e potere

Nonostante la sua flessibilità, il ruolo normativo della grammatica non è in alcun modo neutrale, modificabile, accessibile, apprendibile né utilizzabile da tutti. La grammatica culturale è, al contrario, espressione delle relazioni sociali di potere e comando, e le sue regole giocano un ruolo importante nella produzione e riproduzione di queste ultime.

Essa penetra l'intero spazio sociale e culturale, pubblico e non in luoghi diversi, nelle scuole e nelle associazioni, alle conferenze, sul posto di lavoro come anche negli ambiti della società non istituzionalizzati (nelle birrerie, in famiglia, nella vita di tutti i giorni) la grammatica culturale produce spesso forme simili di rapporti sociali, ma ne regola anche le graduazioni, le differenziazioni. Essa consente alle persone di orientarsi nello spazio sociale, le guida nel loro agire, ma soprattutto consiglia determinate interpretazioni di situazioni, luoghi, testi e oggetti. Infatti, i significati non sono fissi, ma diversi a seconda del contesto: a un banchetto di nozze la birra assume un significato diverso da quello che ha allo stadio di calcio. E' una Pils, e viene bevuta in un bicchiere di vetro, mentre allo stadio c'è solo la Export in bicchieri di plastica e non la si può non accompagnare a un Bockwurst. Il bacio fraterno che suggella l'amicizia tra politici, ormai un po' démodé, ha poco a che fare con i tentativi di approccio in una birreria. Un uomo in minigonna desta associazioni diverse rispetto a quelle di una donna vestita allo stesso modo. Chi si vuole comportare normalmente deve quindi distinguere i contesti e interpretare le relative forme di espressione culturale. Chi si presenta ubriaco fradicio a una manifestazione elettorale si comporta tanto male quanto chi rimane sobrio durante un giro di bevute.

Oggetti d'uso e modi di comportamento, interazioni e rituali sono segni, significano qualcosa. Il semiologo Roland Barthes ha trattato diffusamente del processo di produzione di significato a vantaggio della società borghese. Faremo riferimento alle sue riflessioni teoriche, poiché forniscono punti fermi per capire come la grammatica culturale, in qualità di elemento storicamente determinato, sia diventata un fatto apparentemente naturale e come il potere si celi dietro tale naturalezza.

Per Barthes un segno è composto da due elementi: il portatore di significato (significante) e il senso con ciò espresso (significato). Secondo il corretto *modus operandi* della grammatica culturale, è importante che si possano distinguere due sistemi di segni: nel primo i significanti hanno un senso chiaro espresso linguisticamente, quindi un significato. Dal rapporto tra significante e significato emerge un senso. In questo primo sistema di segni, la seduta di un'associazione con le sue strutture determinate, ha più o meno il senso di regolare le esigenze dell'associazione in modo razionale ed efficace. Nel secondo sistema la seduta si trasforma nella forma semplice, nel significante. Non è più importante se per la presidenza viene scelto il Sig. A o la Sig.ra B, se l'associazione fa la sua gita annuale nella Foresta Nera o al Lago di Costanza. Ciò che conta è che la seduta venga condotta ordinatamente, in conformità alla grammatica culturale, che i soci siano vestiti in maniera adeguata, che venga mantenuta la gerarchia presidenza-membri ordinari, che tutti si comportino conformemente al loro status. In questo secondo sistema di segni, che Barthes definisce sistema del mito, la seduta dell'associazione significa semplicemente che il potere deve essere accettato e che i processi sociali devono venire regolati gerarchicamente. E questo significato viene trasportato in innumerevoli situazioni quotidiane e modelli comuni di comportamento. In questo sistema mitico esprimono la normalità dei rapporti dominanti e con ciò la legittimità di potere e di comando (R. Barthes, *Miti d'oggi*).

In questo senso la grammatica culturale è parte di una mitologia del quotidiano nella quale potere e comando appaiono come naturali dati di fatto. Questa mitologia è così naturalmente parte della vita degli uomini, che essa non viene quasi mai tematizzata: la grammatica culturale non è oggetto di discussione. E difficile pensare a un'alternativa alle gerarchie e ai rapporti di potere già contenuti nelle forme del rapporto quotidiano, perché la grammatica culturale non solo sottomette le persone ai rapporti dominanti, ma concede loro anche offerte di identificazione; accettarle porta alla possibilità di esercitare potere, almeno in dati momenti.

## Piccolo excursus su potere, comando ed egemonia

Prima di occuparci di come possano essere disturbati i meccanismi della produzione e della riproduzione di potere e comando, bisogna dire ancora qualcosa sulla problematica di questo concetto, partendo dal fatto che rapporti come quello dominante-dominato hanno un senso preciso, anche se i rapporti sociali non si spiegano semplicemente attraverso uno schema verticale e non si lasciano per nulla "personalizzare".

In una società capitalistica complessa si integrano relazioni di potere palesi e forme quotidiane di esercizio di micropoteri, presenti dappertutto e a tutti i livelli della società. Esse dipendono l'una dall'altra e si stabilizzano reciprocamente. Il potere non funziona solo attraverso la coercizione, ma anche attraverso offerte di identificazione: in una cultura del dominio in cui i conflitti sociali vengono regolati soprattutto attraverso gerarchizzazioni, e di conseguenza appaiono risolvibili solo in questo modo, (quasi) tutti gli individui collaborano al mantenimento dei rapporti, cercando di costruire la propria posizione in contrapposizione a quanti si trovano in una condizione peggiore della loro. Non solo i conflitti tra classi, ma anche le gerarchie etniche e la disparità uomo-donna funzionano (sebbene in modo diverso) secondo i principi della sottomissione e dell'autocollocazione nell'ambito sociale prestabilito. Un esempio è l'autoetnicizzazione come conseguenza delle definizioni sociali. E vero che essa può avere un potenziale rivoluzionario, perché proprio gli stessi gruppi che vengono definiti dall'esterno in base a stereotipi e pregiudizi, rivendicano poi una propria identità e autodeterminazione... Ma allo stesso tempo l'etnicizzazione può agire come stabilizzatore sociale, poiché le stesse definizioni che giustificano l'oppressione, non fanno che riprodursi mediante l'assunzione del modello di identificazione razziale offerto dal potere. Il modo in cui, nelle società borghesi avanzate, viene esercitato e mantenuto il comando senza bisogno di esercitare una violenza diretta, può essere illustrato col concetto di "egemonia" elaborato da Antonio Gramsci. Il dominio della classe borghese non si basa solamente sul suo accesso ai mezzi di produzione, ma si produce e riproduce a livello della sovrastruttura dell'ideologia. E' tuttavia inutile andare in cerca di una precisa "ideologia dominante" coercitiva, poiché la classe borghese stipula continuamente patti con le altre classi e con gli altri gruppi. In tal modo vengono integrati nell'ordine capitalistico dominante elementi di numerose altre ideologie. Il consenso che ne deriva rende complici dominante e dominato sul terreno delle idee e delle rappresentazioni. Tale consenso non è privo di contraddizioni: esso associa elementi eterogenei e non sincronici, e permette anche conflitti. Il modo in cui tali conflitti vengono "naturalmente" definiti è però definito dalla borghesia, in base a parametri sociali prestabiliti. Nella capacità di inserire nell'ordine della società borghese anche contraddizioni sociali e culturali, si manifesta quella che Gramsci chiama egemonia della classe dominante.

L'egemonia non si produce solo a livello verbale-discorsivo, ma anche nel modo in cui le norme sociali (borghesi) determinano la vita quotidiana degli uomini: essa nasce dall'imposizione e dall'applicazione di norme di relazione, simboli e modi di comunicazione; essa nasce dal campo della grammatica culturale. Le forme culturali sono così elementi determinanti della riproduzione dei rapporti sociali di dominio, esse sono, per la loro entità, almeno altrettanto importanti delle istituzioni dell'apparato statale.

## Quale cultura?

Quando si parla di grammatica culturale, il concetto di "cultura" si estende ben oltre il canone borghese di arte figurativa, musica e letteratura, inclusa l'industria artistica a esso collegata, e si estende anche oltre l'inclusione di forme sottoculturali. L'idea che la cultura si formi in segmenti sociali circoscritti è tipica dell'ideologia borghese. In un senso più ampio, la cultura comprende tutte le forme di espressione umana, le attribuzioni di significato, le azioni e i prodotti del quotidiano. Il

concetto giunge a definire il modo preciso in cui gli uomini trasformano, utilizzano e interpretano i propri punti di riferimento, le loro esigenze e possibilità all'interno dell'ambito sociale. Essi non fanno questo come individui qualunque: al contrario, il loro rapporto con la condizione sociale è impregnato, oltre che dall'immagine di sé, anche dalle imposizioni sociali.

Quando la cultura pervade l'intera società, cultura e politica non possono essere viste come ambiti separati. Un cambiamento delle forme culturali ha anche implicazioni politiche. D'altra parte, ogni azione politica si articola in forme culturali. La politica è quindi più della sola arte dell'amministrare lo Stato: essa ha luogo soprattutto dove si dibatte di riproduzione e stabilizzazione di rapporti di dominio. Ogni qualvolta il ministro non riesce a prendere la parola, ogni qualvolta un lavoratore chiede con tono grave al proprio superiore il motivo del ritardo, ogni qualvolta finti decreti ordinano ai cittadini di gettare via i loro moduli del censimento, allora la grammatica culturale viene spostata e tali spostamenti sono non solo culturalmente, ma anche politicamente sovversivi.

Quale sovversione?

Quando nella comunicazione il ministro non si limita ad applicare inconsapevolmente le regole della grammatica culturale, bensì le usa in maniera creativa, egli può utilizzarle, strumentalizzarle o rivoltarle per i propri scopi pratici, riempiendole di contenuti contrastanti, indossando vesti rituali, arrogandosi ruoli altrui e se si dà il caso parlando con il linguaggio del potere (infra Il Ministro parla al popolo). Ma c'è forse qualcuno che possa comprendere i messaggi politici di tali azioni se non viene fornita in modo esplicito una spiegazione chiara? Chi vorrà riconoscere in un divertente spettacolo di comunicazione-guerriglia una critica ai rapporti dominanti?

Questa è in sostanza la domanda sulla trasmissione di contenuti critici che ci si pone anche nella propaganda e nella divulgazione tradizionale attraverso testi e discorsi. Né nel corso di un'azione di comunicazione-guerriglia né in quello di una campagna di controinformazione si parte dall'ipotesi che il pubblico voglia lasciarsi convincere, o semplicemente essere informato. Ogni azione necessita di punti di connessione con i destinatari, si tratti di un comune punto di vista politico (che spesso non è dato), o di un sapere del quotidiano nell'accezione gramsciana, che si nutre delle esperienze quotidiane dei singoli - una sensibile comprensione del potere e della sottomissione a esso. Questo sapere del quotidiano talvolta si esprime, più che in discussioni, analisi, teorie e pedagogie, in una spontanea risata.

Ciò non significa in alcun modo che i guerriglieri della comunicazione non abbiano bisogno di una critica teorica della società. Per criticare, o meglio, attaccare la dimensione politica della grammatica culturale dominante, quest'ultima deve essere in primo luogo decifrata. Anche le azioni di comunicazione-guerriglia funzionano solo se sono precedute da una comprensione delle strutture di potere. Per esempio, solo un punto di vista critico può svelare la funzione di manifestazioni governative, come ad esempio quella contro la xenofobia dell'8 novembre 1992, momenti in cui viene rappresentato un consenso tra popolo e potere costituito, e solo lo strumentario concettuale della grammatica culturale permette di accedere a tale significato nascosto.

Noi puntiamo su azioni che decostruiscano i momenti estetici del potere e confondano le regole della grammatica culturale, talvolta anche il luogo comune secondo cui gli interventi hanno valore politico solo in presenza di un discorso esplicito. E' vero che tali azioni possono scadere nel puro e semplice spettacolo, ma noi crediamo che una buona conoscenza della grammatica culturale possa proteggerci dal rischio di derive qualunquiste. Le azioni della comunicazione-guerriglia si rivolgono a temi (e in occasione di avvenimenti) di grande rilevanza sociale. Lo spazio pubblico in cui si svolgono è già predisposto a determinate rappresentazioni e aspettative. Questa struttura della normalità può essere confusa, spiazzata o superata mediante un'azione inattesa. Ogni avvenimento pubblico è anche un rituale di forme e convenzioni, che da sole ci parlano del contesto generale in cui si svolgono e dell'autorappresentazione della società. Un intervento che tenga conto di tutto questo può trasmettere e far comprendere contenuti anche senza esprimerli chiaramente. "Prassi politica" non significa solo cercare di imporre una ideologia migliore. Quando ci chiediamo

per quale motivo, nella nostra società, la gente accetta le strutture di potere, dobbiamo porci la domanda anche al livello della grammatica culturale. Riflettendo su ciò e partendo da concrete azioni politico-culturali, tentiamo di rompere e superare la grammatica culturale dominante. In questo senso, la battaglia politica e sociale deve essere una battaglia "per una realtà altra, nel corso della quale diveniamo consapevoli di ciò per cui varrà ancora la pena lottare" (Autonome L. U .P. U .S. Gruppe).

## Strategia e tattica

La grammatica culturale permea e regola tutti gli ambiti sociali e l'intera vita quotidiana. Quali possibilità di azione esistono dentro tale normalizzazione, e come è possibile non farsi condizionare dalle regole imposte? Non basta nominare e criticare le strutture dell'esercizio sociale del potere per stimolare azioni volte alla trasformazione sociale. Da sola, la disponibilità al cambiamento serve a ben poco. Occorre trovare il modo di trasformare la disponibilità in azioni reali.

Alla base delle riflessioni sulla grammatica culturale c'è un'idea di politica che non si basa sull'operato di un'avanguardia che addestri e guidi le masse, bensì sulla convinzione che il cambiamento sociale abbia origine dall'azione di tutti. I punti di partenza per l'azione politica, secondo questa concezione, vanno cercati nella prassi quotidiana delle persone: "Quali pratiche popolari, ma anche infinitamente piccole, quotidiane, si prendono gioco dei meccanismi del disciplinamento e vi si conformano solo per rivoltarli contro se stessi, e quali comportamenti si affermano tra i consumatori (o tra i dominati?) come contrappeso alle mute procedure che fondano e riproducono l'ordine sociale e politico?" (M. de Certeau, *Arts de faire*).

Diviene indispensabile, al di là delle norme e delle istituzioni sociali (e vanno intese come tali i partiti, le associazioni, le imprese e le istituzioni dello Stato, ma anche la famiglia ecc.), porsi anche un'altra domanda: in che modo le singole soggettività eludono le imposizioni sociali? Il rapporto tra società e individuo è stato ricondotto ai concetti di "strategia" e "tattica" dal filosofo francese Michel de Certeau, che analizzando i rapporti di potere è ricorso a un'"analisi militare della cultura", vista come un campo di tensione e spesso di violenza, in cui viene regolato e legittimato il diritto del più forte. Accanto alle strategie del potere, de Certeau esamina la libertà di movimento sociale, ossia i margini di manovra ricavati dagli individui per mezzo di piccole astuzie. Tali comportamenti formano una "rete di antidisciplina" che si sottrae alle strategie del comando.

Strategia del potere significa guidare i rapporti di forza per determinare e occupare gli spazi sociali. Ciò presuppone un luogo sociale e un'istituzione dotata di potere. In questo luogo proprio, con azioni strategiche, si organizza e garantisce la riproduzione delle relazioni sociali.

Al contrario, si può definire tattico un calcolo che non può fare affidamento su alcuna base solida né su alcun luogo proprio, ed è costretto a muoversi sul terreno del nemico. Mentre il proprio, il fondamento dell'azione strategica, segna una vittoria del luogo sul tempo, la tattica non ha un luogo e resta dipendente dal tempo, deve cavarsela sul terreno imposto dalla violenza altrui, cercando di cogliere "occasioni favorevoli" nell'ambito delle strutture imposte. Alla tattica tocca giocare con le forze del potere. De Certeau parla di "colpi riusciti, begli espedienti, stratagemmi di caccia, molteplici simulazioni, scoperte fortunate di natura poetica o militare". Il *détournement*-ridefinizione delle disposizioni strategiche per mezzo di azioni tattiche quotidiane è un principio fondamentale della comunicazione-guerriglia.

Si può obiettare che tali riappropriazioni tattiche sono solo piccole, individuali, temporanee, e che se da un lato modificano il sistema, dall'altro ne riproducono la stabilità. Sarebbe a dire: i luoghi sono temporaneamente sottratti e spiazzati, le strategie del potere temporaneamente invalidate, il che contribuisce a rendere sopportabili i rapporti di potere e un po' più tollerabile la vita quotidiana. Le tattiche quotidiane sono quindi sovversive in quanto modificano, ridefiniscono e riutilizzano i punti saldi del potere, ma non si deve pensare che esse sfocino naturalmente in azioni che cambiano la società. In tal senso, le azioni sono efficaci solo se scivolano attraverso le reti delle strategie, non più isolate, individualizzate, ignare l'una dell'altra, ma connesse da un modo di procedere

consapevole e collettivo. Sta qui una potenziale "strategia delle tattiche": si tratta di spostare in situazioni concrete e collettive il superamento tattico messo quotidianamente in pratica dagli individui, e rendere questi ultimi consapevoli di esprimersi politicamente in modo efficace.

## Luoghi e spazi

In linea di massima, in tutti gli spazi sociali si trovano terreni adatti alla comunicazione-guerriglia. Ma il nostro assunto di partenza è che gli spazi fisici sono al contempo spazi sociali, in ognuno dei quali prendono forma i rapporti sociali. Viceversa, i significati che assegniamo agli spazi sono sempre condizionati socialmente. A rendere possibili azioni di comunicazione-guerriglia è il fatto che gli edifici e le istituzioni non hanno solo un significato concreto a seconda del loro utilizzo, ma anche una funzione simbolica nell'ambito della grammatica culturale.

Traiamo un esempio dallo spazio pubblico della città, dall'urbanistica: la vista è dominata da edifici di rappresentanza, come i municipi, che simboleggiano il potere politico, o come i musei e le gallerie d'arte, che fungono da simboli pietrificati di valori culturali e sociali. Con maggior forza, l'aspetto della città viene determinato anche dalle costruzioni e dai cartelloni pubblicitari di grosse ditte, negozi, banche e assicurazioni. La Daimler Benz, collocando la stella emblema della Mercedes sulla torre della stazione centrale di Stoccarda o sull'Europacenter di Berlino, fa del proprio logo il simbolo ufficiale della città.

Il carattere architettonico degli edifici di rappresentanza si basa sul principio dell'estetizzazione del potere politico. L'architettura moderna, fatta di cemento, acciaio e vetro, emana, con la sua gelida funzionalità, un'estetica elitaria dell'intimidazione. Con il Postmodernismo si aggiunge un altro elemento: le imponenti costruzioni rappresentano ancora il potere, dominando la vista dalle strade con le loro grandi dimensioni; ma lo fanno "abbellendo" il tutto con rivestimenti in pietra viva leggermente colorati, o con intonaco irregolare di gusto mediterraneo intervallato da oblò o da piccoli bovindi, da contrafforti di metallo colorati e alti accessori. Mentre l'architettura "moderna" segue la logica di occupare e dominare lo spazio, con il postmodernismo ha luogo anche un'armonizzazione apparente che, combinando elementi giocosi e svariati reperti dei tempi passati, camuffa il dominio del potere.

Che gli edifici di rappresentanza siano occupazioni simboliche dello spazio pubblico e che vengano anche percepiti come tali, lo dimostra la regolarità con cui le manifestazioni lasciano la loro "firma" sulle vetrine delle grandi banche, ossia gli edifici caricati simbolicamente come rappresentanti visibili del potere economico e politico, bersagli privilegiati del lancio di pezzi di selciato. La sequenza "case-vetrina-casa-facciata" traccia un confine socialmente santificato, ciò che sta dietro la facciata ha un valore monetizzabile: dagli spazi che servono da semplice ornamento alle merci, come quelli di supermercati e negozi, a quelli - per esempio i musei - che sono essi stessi merce (L. Bredlow). La comunicazione-guerriglia vuole interrompere l'estetizzazione dei luoghi pubblici e ripolitizzare spazi sociali e culturali rendendo più manifesta questa estetizzazione e attaccandola sul piano della forma esteriore. La strategia del potere mira a estetizzare il politico e con ciò a naturalizzare ed eclissare i rapporti di potere. Al contrario, la comunicazione-guerriglia vuole contribuire a rendere visibili e intelligibili proprio queste strategie di mantenimento del potere. Facciamo l'esempio dei Graffiti (sniping), considerando la valenza politica di queste pratiche: il danneggiamento, passibile di pena, non è altro che la distruzione dell'azione architettonica - intimidatoria o, per mezzo dell'estetizzazione, consolatoria - moderna e postmoderna. Jean Baudrillard arriva al punto di interpretare i graffiti come un progresso nella teoria e nella pratica, anche e soprattutto nel caso siano "solo" tags, firme prive di qualsivoglia contenuto esplicitamente politico: "Questo deriva da una specie d'intuizione rivoluzionaria - e cioè che l'ideologia profonda non funziona più al livello dei significati politici, ma al livello dei significanti - e che là il sistema è vulnerabile e dev'essere smantellato" (J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*). La marcatura di un muro o di una parete con un nome, con uno stenogramma abbreviato o con un dipinto, rappresenta un'appropriazione di questa superficie, con cui si ignora e si mette in

discussione la pretesa del potere di controllare e determinare lo spazio anche dal punto di vista visivo, e in casi più specifici vengono comunicate vere e proprie pretese di dominio. Bisogna tuttavia chiedersi se l'exasperazione di Baudrillard corrisponde all'idea della grammatica culturale "che l'offensiva totale sulla forma s'accompagna a una recessione dei contenuti": non è proprio indifferente se una tag dice solo "io sono stato qui", oppure se con essa le gangs manifestano pretese di controllo su un territorio. E però appropriato che anche i graffiti apolitici vengano intesi come veri e propri attacchi al sistema. Questo ci fa capire perché i graffitisti vanno spesso incontro a drastiche punizioni.

Non solo gli edifici sono essi stessi portatori di significato, ma strutturano anche lo spazio in modo che la loro disposizione determini la grandezza, la forma e la valenza delle aree libere. Inoltre, il valore di strade e piazze è determinato anche dall'allestimento di queste superfici: se esse sono semplicemente asfaltate o dotate di uno splendido e costoso rivestimento, se erba, cespugli e alberi vengono piantati e curati o crescono in maniera selvaggia. Il significato di uno spazio pubblico, determinato da tutti questi elementi, ha concrete ripercussioni sulle possibilità delle persone di muoversi al loro interno: dove possono stazionare senz'altro e tossici? Dove pattugliano i vigilantes? Dove posso sedermi per terra senza fare assolutamente niente per mezz'ora? L'Internazionale Situazionista concepì l'azione politica come sottrazione ai modelli di movimento imposti. Attraverso la pratica della deriva, i situazionisti tentano di appropriarsi nuovamente dello spazio urbano e di associarlo a nuovi legami e significati. Michel de Certeau considera il camminare una scrittura invisibile che, a seconda della strada e dell'andatura, produce testi momentanei dei soggetti nello spazio. Provvedimenti urbanistici (la sistemazione e la strutturazione di edifici, piazze e strade) possono anche essere pianificati e introdotti allo scopo di controllare i movimenti delle persone. Mike Davis analizza questo tipo di provvedimenti nel caso di Los Angeles. Qui, in seguito a un processo di "militarizzazione della città", è diventato impossibile per gli abitanti meno privilegiati recarsi nel centro della città. Allo stesso tempo il design architettonico riflette il programma politico: mentre gli edifici amministrativi sembrano prigioni o fortezze, e lì si sorveglia come se lo fossero, la tecnica di costruzione della galera riprende elementi dei sontuosi edifici di rappresentanza ed esalta l'orgoglio della città tramite la carcerazione, fenomeno che a Los Angeles ha raggiunto una dimensione unica tra gli Stati industriali tardocapitalisti (M. Davis, Città di quarzo).

In ogni società esistono anche luoghi che trasmettono affermazioni esplicitamente formulate. I monumenti sono l'esempio più evidente: non solo essi incorporano e trasmettono rapporti di potere attraverso il dominio materiale e visivo dello spazio, ma fanno affermazioni concrete per mezzo delle iscrizioni e della forma, formulano inviti o fungono da sostituti di un'istituzione o di un ideale socialmente propagandato; un esempio di ciò è la glorificazione della guerra attraverso i monumenti ai caduti (sniping). Tali luoghi sono, in senso più esteso, occupati ritualmente: essi sono ornati con epigrammi e spesso ci sono deposizioni annuali di corone o cerimonie affini, atte a rinnovare il significato e la carica simbolica dei luoghi.

Per compiere azioni di comunicazione-guerriglia è necessario analizzare l'effetto di potere, simbolico e reale, delle strutture spaziali, poiché la riuscita delle azioni dipende fortemente dai luoghi in cui si svolgono. Per concludere, non si tratta soltanto di propagare concetti attraverso interventi nello spazio pubblico: è altrettanto importante cambiare lo spazio in cui si svolge l'azione, e riempirlo con nuove concatenazioni di senso. Quando si riesce a, rivalorizzare uno spazio pubblico (ad esempio una piazza centrale) reso inaccessibile dal blocco poliziesco, usando le superfici liberate come palcoscenico, oppure quando un gruppo approfitta per i propri obiettivi politici della diretta di una partita di calcio nel nome dell'amicizia tra i popoli, assistiamo a uno straniamento (détournement) dello spazio.

D'altra parte, campagne come Nolympics (4) (infra figure di merda) possono mirare a sporcare gli spazi di rappresentazione pubblica, attaccando così l'autorappresentazione del potere.

Tutti o nessuno?

## Nomi multipli, persone immaginarie e miti collettivi

Un nome multiplo è "un nome adottabile da chiunque": i suoi inventori, noti o ignoti, singoli o gruppi che siano, non ne hanno preteso l'utilizzo esclusivo, né vi hanno apposto alcun copyright. Il nome multiplo può essere molto più di un semplice desiderio di restare anonimi: come espressione di anonimato, il nome multiplo non è che uno spazio vuoto, un segno senza un proprio significato, può dunque trasformarsi in un significante pieno di forza qualora lo si colleghi a una prassi determinata e riconoscibile. Esso non si limita a indicare una prassi - artistica, politica o religiosa - ma allo stesso tempo la collega alla figura di una persona immaginaria. Rendendo riconoscibile la prassi e riempiendola di vita, anche la persona prende vita. La sua figura assume dei contorni, se ne narra la storia, le si fa rivestire una funzione mitica. Uomini e donne entrano in questa storia, partecipano alle azioni collegate ai nomi multipli, diventando essi stessi parte del personaggio immaginario collettivo: la pratica dei singoli acquista forza grazie al mito collettivo, e allo stesso tempo lo riproduce. All'inverso, quando la pratica perde contorni e forza significativa, muore anche la persona collettiva dalla quale è stata incarnata.

Il nome multiplo annulla la distinzione tra individuo e collettività. Come per magia, esso inizia i singoli alla vita collettiva del personaggio immaginario, nella quale si identifica il movimento e la forza di una moltitudine invisibile. La moltitudine prende forma, e diviene soggetto agente nella forma della persona immaginaria. Proprio i più soggiogati, privati anche del peso del proprio nome, sono spesso ricorsi a tale stratagemma. Si guardi, ad esempio, alla storia delle sollevazioni contadine: nel 1514 i contadini del sud della Germania entrarono in guerra con il nome di *armen Konrad*.

Il nome non indicava alcun capo rivoluzionario: ogni membro di quella folla era il povero *Konrad*, in rivolta contro la propria oppressione. Agli inizi del XIX secolo, in Inghilterra, il nome multiplo *General Ludd* ebbe un analogo utilizzo da parte degli spossessati. Leader immaginario di quanti prendevano d'assalto le nuove macchine, *Ludd* rivolse le sue minacce, raramente prive di conseguenze, contro i padroni della forma moderna di sfruttamento, quella capitalistica. Benché il movimento del generale *Ludd* non avesse alcuna forma organizzativa fissa, o forse proprio per questo, per anni fu in grado di terrorizzare gli sfruttatori.

Mentre *General Ludd* non era una persona reale né rappresentava alcuna precisa organizzazione, successive forme di organizzazione dei lavoratori si adeguarono alla separazione borghese tra individuo e azione collettiva. Il collettivo (il proletariato ecc.) divenne una materia astratta e gerarchicamente amministrata. La sua forza simbolica non si manifestava più direttamente nella pratica di ogni singolo. Rappresentanti di tale forza erano semmai i pochi individui capaci di distinguersi, i capi, gli eroi e i modelli. In tempi recenti, non è un caso che l'idea di nome multiplo si sia ripresentata dove il culto borghese dell'individuo è più marcato, cioè in campo artistico. Quando un nome multiplo viene adottato come nome d'arte, l'attribuzione di un'opera esclude un autore individuale. I Neoisti hanno utilizzato questo principio in modo coerente: nomi d'arte come *Harry Kipper* si sono trasformati in nomi multipli, altri nomi di questo genere come *Monty Cantsin*, assieme ai relativi miti, sono prodotti consapevoli della pratica artistica neoista. Infine è da citare la più significativa opera d'arte post-situazionista, la creazione del mito collettivo di *Luther Blissett*, per il quale, come già per *Karen Eliot*, si è ricorsi al nome di una persona esistente. Anche nell'attuale contesto politico è comparso un nome multiplo. Una delle geniali trovate strategiche della guerriglia zapatista in Chiapas è stata trasformare il nome del loro portavoce *Subcomandante Marcos* in un nome collettivo ("*Siamo tutti Marcos*").

Con ciò, non solo si è proseguito nella decostruzione del mito del leader rivoluzionario o guerrigliero, già implicita nella carica di *Subcomandante*, ma si è allo stesso tempo creata una nuova forma del mito collettivo: la persona reale del guerrigliero rimane senza una storia determinata. Gli attributi conoscibili, come il passamontagna e l'uniforme, non attenuano la sua vera funzione di segno vuoto, semmai l'accentuano. Proprio perché la persona reale rimane indistinta, lo spazio vuoto può essere riempito da innumerevoli racconti e leggende. E' così che il mito collettivo *Marcos* è divenuto un ubiquo portatore dei più diversi significati, espressione e punto di

identificazione sovversivo, addirittura fantasia sessuale (questo esprime meglio di qualunque altro esempio la potenza simbolica della persona collettiva: nonostante nessuno avesse mai visto il suo viso o il suo corpo, "Marcos" è stato votato l'uomo "più attraente" del Messico). Dunque, in decine di migliaia hanno potuto sfilare per le strade di Città del Messico al grido di "Anche noi siamo Marcos", esprimendosi politicamente con forza.

Il mito di El Sub si differenzia inoltre chiaramente da quello di un eroe individuale come Che Guevara: un'affermazione del tipo "Anch'io sono Che Guevara" suonerebbe davvero insensata. Del resto, in Messico, i potenti hanno ben chiaro come funzionano il mito collettivo e le pratiche misteriose a esso collegate; stanno a dimostrarlo i disperati (e vani) tentativi di scovare l'individuo che si nasconde realmente dietro il nome di Marcos, di mostrarne il volto e ridurlo così da mito collettivo a individuo borghese.

L'origine dei nomi multipli si perde nella notte della storia, essi rimandano ad antichissime pratiche religiose ed esoteriche. Il più longevo di tali nomi definisce il principio in tutta chiarezza: tutti sono sempre e per natura Buddha. La partecipazione a una persona collettiva è mediata dall'esperienza: "Nel momento in cui realizzate la pratica del Buddha, voi siete il Buddha. Vedete con gli stessi occhi, sentite con le stesse orecchie, parlate con la stessa bocca. Non esiste la minima differenza". Attraverso l'utilizzo di nomi collettivi vengono dunque riprese, con modi più immediati, forme arcaiche che mettono in discussione la separazione tra individuo e collettivo: i nomi multipli non valgono principalmente come garanzia di anonimato (per quello andrebbe bene qualunque pseudonimo); in realtà, essi costituiscono l'attacco più incisivo ai moderni concetti di soggettività e identità borghese, dimostrano chiaramente la natura illusoria di tali concetti, e fanno riemergere antiche immagini, verità senza tempo: l'identità non è che articolazione e punto d'intersezione di pratiche collettive, oltre le quali non esiste alcuna "essenza umana". Tale potenza sovversiva del nome multiplo si dispiega solo nella prassi concreta. Diventa anche tu Luther Blissett!

## 2. Tecniche ed effetti

### Principi ed effetti della comunicazione-guerriglia

La comunicazione-guerriglia è il tentativo di produrre effetti sovversivi attraverso interventi nel processo comunicativo. I molteplici metodi e tecniche utilizzati a tal fine funzionano secondo due principi fondamentali: lo straniamento e la sovraidentificazione.

Gli straniamenti si basano su sottili cambiamenti della rappresentazione del quotidiano, che aprono spazi per interpretazioni inconsuete di avvenimenti abituali o producono, per mezzo di spostamenti, significati impreveduti. La sovraidentificazione consiste invece nell'esprimere apertamente tali aspetti del consueto, che sono sì universalmente noti, ma allo stesso tempo indicibili, tabù. La sovraidentificazione porta alle estreme conseguenze la logica dei modelli di pensiero, dei valori e delle norme dominanti, ne prende sul serio tutte le conclusioni e implicazioni proprio dove queste non possono essere espresse e quindi occultate. Mentre lo straniamento crea una distanza dall'esistente, la sovraidentificazione si prefigge di annullare la distanza implicita nel discorso dominante. Più avanti si tratterà di questa forma di sovversione.

### Principio di straniamento

Intervenire con uno straniamento in un processo comunicativo significa riprendere forme, avvenimenti, immagini e idee esistenti, modificandone il normale funzionamento o il fenotipo. Tali

cambiamenti provocano innanzitutto confusione, poiché ciascuno di noi, in seguito al processo di integrazione nella società, possiede nozioni-base di grammatica culturale che strutturano la nostra percezione. Ciò determina aspettative relativamente chiare su come debba normalmente apparire o svolgersi un avvenimento o situazione. Quando nella comunicazione irrompono elementi imprevisti, risulta disturbata la percezione "naturale" della grammatica culturale. Il disturbo è particolarmente efficace nel preciso lasso di tempo (si tratti anche di pochi istanti) in cui qualcosa (o qualcuno) "non quadra". La confusione che ne deriva deve permettere al pubblico di prendere temporaneamente le distanze dalla situazione, e magari di gettare uno sguardo critico sul consueto modello di percezione degli eventi. Il cambiamento deve essere cioè sufficientemente chiaro da scompigliare la percezione abituale.

Esso non raggiunge però il suo scopo, quando è prevedibile o inquadrato in facili modelli interpretativi ("Ah, sono i soliti esagitati d'ultrasinistra!").

Lo straniamento conta sul fatto che anche le situazioni quotidiane normali nascondono contraddizioni interne, rotture inesprese e possibili situazioni paradossali. Le persone stesse non sono prive di contraddizioni. Tutti gli esseri umani sono soggetti frammentati che devono affrontare conflitti interni ed esterni. Non solo rivestono ruoli diversi all'interno del discorso dominante, ma spesso possiedono anche caratteri che esulano da queste strutture e a esse si oppongono. Concretamente ciò può voler dire che hanno paura di perdere il posto di lavoro, ma in fondo, non hanno nessuna voglia di fare quel lavoro, per mantenere il quale una persona qualsiasi (il superiore, il ministro...) esige da loro sacrifici. Oppure può voler dire che esperienze personali di ingiustizie e danni contraddicono apertamente il motto: "Siamo tutti sulla stessa barca". Quando un evento improvviso capovolge le regole date, le rende ridicole o le fa apparire assurde, un tale straniamento può valere da offerta: indica che l'impossibile è possibile, che l'adattamento alla normalità sociale è una scelta, non un'inevitabile necessità. Ciò che viene percepito come naturale in realtà non lo è; ciò che viene ignorato nella percezione quotidiana, non per questo smette di esistere. Può accadere che lo straniamento del normale stimoli negli spettatori sentimenti altrimenti repressi o dimenticati in seguito a decisioni razionali. Lo straniamento funziona non solo come metodo distruttivo, ma anche come piccola guida all'utopia, a una prassi di trasformazione sociale. I guerriglieri della comunicazione non praticano lo straniamento come un gioco fine a se stesso. Esso acquista un carattere politico nel momento in cui cerca di rendere visibili rapporti di potere la cui esistenza è ordinariamente rimossa o data per scontata. Le azioni di comunicazione-guerriglia partono dall'idea che proprio gli aspetti del quotidiano sono possibili punti di applicazione della critica e addirittura della sovversione. L'esito di tali azioni rimane tuttavia aperto: non pilotiamo le reazioni del pubblico né possiamo prevedere se l'attacco alle aspettative e alle convinzioni verrà recepito come esperienza interessante o, al contrario respinto con sdegno. E' normale e naturale che un oratore saluti il proprio pubblico con la formula "Gentili Signori e Signore", indipendentemente dal fatto che ammiri effettivamente il suo pubblico. Se però un insegnante si rivolgesse nello stesso modo alla classe, l'espressione non suonerebbe amichevole ma ironica. L'esempio riguarda lo straniamento di una situazione basato sullo spostare elementi linguistici da un contesto all'altro. Ciò non è immediatamente sovversivo: l'insegnante si trova comunque in posizione di superiorità, anzi, sottolinea il proprio potere nei confronti degli studenti, giocando con diversi livelli linguistici.

Molti metodi e tecniche della comunicazione-guerriglia si basano sul principio di straniamento. Manifesti politici, locandine pubblicitarie e monumenti (sniping) sono bersagli privilegiati delle azioni di straniamento. Ma si possono straniare anche intere situazioni, agendo su rituali pubblici ed eventi carichi di significato (festeggiamenti elettorali, manifestazioni commemorative, assemblee). Tuttavia i rapporti di potere non si manifestano solo dove li si celebra apertamente, bensì in tutte le situazioni quotidiane. Anche in tali situazioni lo straniamento può svelare i rapporti di potere e turbarne il normale funzionamento.

Si può agire in diversi modi sul nesso semantico tra i contenuti e i contesti in cui li si esprime: si può ad esempio alterare un contenuto per attirare l'attenzione sul contesto. Il presupposto di tale straniamento è che le informazioni di per sé non sono mai oggettive. Anche e soprattutto quando si

presentano come tali, trasportano sempre elementi ideologici che possono essere evidenziati attraverso aggiunte o modifiche stranianti. Quando testi e discorsi sono legati a formulazioni figurative, come nelle campagne pubblicitarie; (subvertising), si possono modificare le parole o l'immagine. Si può anche provare a straniare entrambi i livelli contemporaneamente - in tal caso gli interventi devono essere relativamente leggeri, in modo che l'originale rimanga riconoscibile; omettendo questo aspetto, l'effetto di straniamento va perso e ne scaturisce qualcosa di completamente nuovo. Un buon esempio è lo straniamento della pubblicità americana del profumo di Calvin Klein "Obsession for men". Sotto la nuova scritta "Recession for men", al posto del modello fighetto compare un barbone con lo sguardo fisso nel vuoto, serio come il modello. Tali spostamenti criticano il mondo immaginario idealizzato nella pubblicità. Non è necessario che l'osservatore conosca lo slogan originario o l'immagine autentica della pubblicità straniata. Basta l'abitudine a leggere o guardare per rendere la evidente critica.

D'altro canto, lo stesso messaggio può apparire sotto nuova luce se lo si presenta in un contesto modificato. Tali straniamenti si riferiscono a una formulazione data e, ricontestualizzandola, ne fanno emergere aspetti normalmente non percepiti. La stessa formulazione può assumere nuovi significati, che emergono solo intervenendo sul contesto.

Nel volume *SpaBguerilla* si dichiara a denti stretti che anche la pubblicità utilizza metodi di straniamento. È triste ammettere che proprio i peggiori servi del capitalismo, i pubblicitari, giochino con elementi che da Bertold Brecht in avanti erano appannaggio della sinistra. Per evitare il paradosso sull'identità di metodi tra noi e il capitale, l'anonimo autore del volume si lancia nel tentativo di distinguere tra "straniamento rassicurante" e "straniamento inquietante". Lo straniamento pubblicitario viene definito "rassicurante" e gli viene attribuito un carattere manipolatorio. Ma esiste davvero questa differenza? E anche se esistesse, dovremmo sentirci fuori pericolo? Anche i creativi si servono dello straniamento inquietante. L'esempio migliore sono le campagne pubblicitarie di Benetton. I manifesti con neonati sanguinanti, malati di Aids e T-shirts di soldati crivellate di colpi dimostrano che anche provocazioni inquietanti possono avere un fine del tutto commerciale.

Se ne deduce che lo straniamento non è legato a un'idea politica. È tempo perso cercare di darne una definizione che lo sottragga allo sfruttamento capitalistico. Lo straniamento non è di per sé sovversivo. Sono il contesto, il modo d'impiego e l'applicazione a determinarne l'effetto. Le pratiche di straniamento possono essere utilizzate anche dalla politica istituzionale. Un esempio è un manifesto elettorale della Cdu per le elezioni della Dieta Regionale del Baden-Württemberg nel 1996. Su una superficie bianca era stato riprodotto uno smile il cui volto era costituito dalle lettere C, D e U. Solo qualche anno prima, aggiungere la stessa cosa ai manifesti col pennarello sarebbe stato considerato danneggiamento. Il fine evidente era presentare quel partito come hip, trendy, vicino ai giovani. Finita l'idea della comunicazione politica, si passava all'effetto-sorpresa tipico della tecnica pubblicitaria. Certo, sarebbe altrettanto assurdo concludere che una politica basata sullo straniamento non può mai essere sovversiva solo perché fornisce spunti per perfezionare la propaganda elettorale!

Supponendo che la comunicazione guerriglia sia una pratica sicura, che fondi un luogo sociale chiaramente codificato a sinistra, si incorre in un errore logico. Difatti, con l'occupazione di uno spazio inizia, anche la sua attaccabilità e il suo recupero, ossia il riassorbimento da parte del potere. La comunicazione-guerriglia non è strategia, ma tattica.

Il suo obiettivo non è difendere le posizioni a ogni costo. La sua forza risiede piuttosto nell'essere mobile e nell'interrogarsi continuamente su come intervenire sugli stessi tentativi di recupero. Il vantaggio dei guerriglieri della comunicazione risiede proprio nel fatto che chi parla in nome del potere ha sempre una posizione strategica da difendere. Concretamente, ciò significa che per quanto la Cdu cerchi di rappresentarsi hip, questa hipness ha confini angusti. Per esempio, è molto facile ricapovolgere di nuovo lo smile. Invece di strappare con rabbia il manifesto della Cdu, i sostenitori della comunicazione-guerriglia lo integrerebbero magari con pubblicità delle più svariate droghe (sniping), così da rendere nuovamente comprensibile il precedente significato dello smile. Se un tale manifesto elettorale e la sua formulazione venissero presi sul serio, l'inserzione di un testo

esplicito potrebbe essere illuminante per gli osservatori: sopra e sotto ci sarebbe ancora abbastanza spazio per commenti del tipo "Xtasy frees your mind". Piccole modifiche del viso dello smile potrebbero illustrare uno stato mentale modificato attraverso il consumo di musica e droghe sintetiche. Si potrebbe sostituire lo stupido motto da pubblicità-progresso "Nessun potere alle droghe" con un più carino "Nessun potere - solo droghe".

### Principio di sovraidentificazione

Lo straniamento cerca di creare negli attori e negli spettatori una distanza dai rapporti dominanti, mettendo così in discussione la loro apparente naturalezza. All'inverso, sovraidentificazione significa incastonarsi nella logica dell'ordine dominante e attaccarla nel punto più vulnerabile: il nucleo. Alla base c'è l'idea che discorsi esplicitamente critici nei confronti dello Stato e della sua ideologia siano inefficaci, mentre un'ironica presa di distanza avrebbe un effetto addirittura più stabilizzante che sovversivo. I discorsi ideologici sono spesso caratterizzati da un'autocritica interiorizzata e anticipata. Un riferimento ironico a tale incoerenza rimane all'interno della sua logica e in fondo "fa il gioco del potere" (S. Zizek). La sovraidentificazione sceglie la direzione opposta, distrugge l'ideologia del cinismo annullando completamente la distanza, identificandosi ulteriormente con la logica dominante, prendendola più sul serio di quanto faccia il sistema stesso. Cosa significa questo esattamente? Secondo Zizek un'ideologia è composta sempre da due parti: da valori "espliciti" pubblici di un sistema politico e dai cosiddetti "rovesci nascosti". Con questi ultimi si intendono premesse e valori impliciti nell'ideologia e apparentemente in contrasto con essa. Tali valori vengono assunti dall'ideologia dominante per il fatto che, pur essendo noti a tutti, rimangono inespressi e nascosti. Zizek riporta come esempio il razzismo statunitense, sostenendo che esso è fondamentale per il funzionamento della società americana seppure in contraddizione con i valori ufficiali. Esso ha avuto a lungo il suo posto nella società grazie al Ku-Klux-Klan, organizzazione segreta e illegale. Il discorso dominante prende le distanze da simili verità nascoste, che allo stesso tempo sono capisaldi del sistema e possibili punti di rottura. Se è il caso, le si può menzionare solamente con tono ironico, cinico o con una presa di distanza critica.

Un'efficace forma di sovversione può consistere nell'esprimere affermativamente tali aspetti inespressi in modo da ricalcare la logica del sistema nel modo più fedele possibile e lasciando al ricevente il minor numero di possibilità di prendere le distanze. A differenza di quanto si verifica con lo straniamento, ai soggetti messi di fronte a una simile affermazione non vengono indicati gli aspetti sovversivi, non vissuti per quanto sempre percepiti. Nel caso della sovraffermazione si tratta invece di attaccare gli atteggiamenti "sicuri" conformi all'ideologia dominante in modo da estrarre i "rovesci nascosti". Se i valori contenuti in un'ideologia portano sempre con sé il loro contrario, al centro non rimane nulla. Un esempio da manuale è l'azione del situazionista Sanguinetti che nel 1975 provocò uno scandalo in Italia (infra, Sanguinetti e la salvezza del capitalismo italiano). Un attacco del genere è solo se il parlante si posiziona in maniera apparentemente chiara all'interno della logica del sistema. Perciò il principio della sovraidentificazione è, nella pratica, infinitamente più problematico di quello dello straniamento. Inoltre, la sovraidentificazione ha un effetto sovversivo solo se trova effettivamente il nervo scoperto dell'ordine simbolico. Mentre uno straniamento mal riuscito equivale, nella peggiore delle ipotesi, a un irrilevante giochetto postmoderno, una sovraidentificazione fallita può produrre l'effetto contrario a quello previsto. Nella pratica è difficile valutare se si sono effettivamente rintracciati i punti di frattura del discorso dominante. Un'azione può essere superata dalla realtà in maniera velocissima. Così negli ultimi anni i discorsi razzisti in Germania sono diventati tanto presentabili che una sovraidentificazione non possiede più alcuna forza esplosiva.

### Invenzione

L'invenzione di informazioni false per la produzione di eventi veri è un metodo per svelare e criticare i meccanismi della produzione egemonica di immagini mediatiche e politiche della realtà. Questo metodo supera di molto le forme analitico-esplicative dell'informazione e della controinformazione, poiché non attacca la rappresentazione concreta di determinati temi, bensì si prende gioco dei meccanismi con cui la politica e i media socialmente producono eventi. Un esempio: negli anni Ottanta il considerevole aumento della criminalità fu un tema poco rilevante, mentre l'incremento relativamente scarso degli anni Novanta è divenuto uno degli argomenti centrali. Alcuni conflitti militari poi possono durare anni prima di guadagnarsi, in una determinata situazione, "attualità" e notiziabilità. Attraverso l'invenzione di eventi, si cerca di dirigere verso il potere i meccanismi che determinano il ritmo mediale.

Nel 1977 intorno alla rivista "A/traverso" il collettivo bolognese formulò l'idea: "Informazioni false che producano eventi veri". Ma già gli Yippies si erano serviti di questo metodo. Nel 1967 essi inscenarono una festa sulla Fifth Avenue a New York diffondendo la notizia, nel corso di una spontanea azione di strada alla quale partecipavano 2000 adolescenti, che la guerra in Vietnam era finita: "Allen Ginsberg corse nei self-service, sollevò le braccia di colpo ed urlò a piena voce: "La guerra è finita! La guerra è finita!". Persino gli sbirri che cercavano di disperdere i festeggiamenti non autorizzati divennero "all'improvviso parte della festa". In questo modo si riuscì non solo a costringere il governo a una smentita, ma anche a strappare molte persone ai loro ruoli consueti: "Chi era a favore della guerra si chiedeva invano come reagire a questa provocazione psicologica. Non la si poteva ignorare come s'era fatto coi cartelli "Basta con la guerra!" (Rubin, *Do it: sceneggiatura per la rivoluzione*).

Di solito per divulgare efficacemente un evento inventato serve un'istanza che goda di credibilità e autorità, che funga da (involontario) garante dell'invenzione: si deve utilizzare o al limite inventare il nome dell'autore o di un medium. Gli eventi ben inventati utilizzano temi che, nella determinata situazione politica o sociale, sono trattati in modo fortemente emotivo, ai quali si collegano timori e desideri. Questo riuscì nel 1978 a Roma, quando "Il Male", uscì con la testata del "Corriere dello Sport" e annunciò l'annullamento dei campionati mondiali di calcio e la ripetizione della finale con l'Italia. In seguito a questa notizia la città si trasformò per un giorno in un grosso ingorgo di automobili e un tale fake rese i desideri e le paure del lettore più chiaramente visibili di qualsiasi analisi. Esiste la possibilità che anche eventi improbabili vengano creduti veri, se essi si riallacciano direttamente alle speranze e alle paure della gente.

Quando le corrispondenti informazioni sono inventate e organizzate con un medium adatto, la creazione di eventi veri si delinea in modo completamente autonomo. Nel caso dell'azione Yippie il governo americano si trovò costretto a smentire. Tramite essa si riuscì a far agire i potenti in evidente contrasto coi desideri dei sudditi. Nel caso dell'invenzione non si tratta quindi, in primo luogo, di beffa, dell'effetto-Eulenspiegel, della presa in giro degli sprovveduti cittadini. Le invenzioni dovrebbero piuttosto screditare le istanze di proclamazione della verità e attaccarle nella loro autorità: "...sono possibili due variabili, la possibilità del consenso e quella del dissenso. In mezzo si apre il vasto campo di ciò che si potrebbero definire i momenti di esplicita sfiducia. Un terreno ideale per la falsificazione. Le notizie false non ammettono né consenso né dissenso. Corrodono il rapporto di fiducia che la politica cerca di instaurare; e lo stesso vale per i mass media" (K Gruber, *L'avanguardia inaudita*).

Ci sono invenzioni che hanno un effetto sovversivo solo quando vengono scoperte, poiché solo in quel momento si può tematizzare la domanda sul perché tutti volevano credere al fatto inventato. Lo stesso insieme di regole della produzione di avvenimenti diventa un argomento, che gli eventi siano inventati o meno.

Al contrario, alcune invenzioni è meglio se non vengono scoperte. Un esempio è l'invenzione dei Chaostagen [giorni del caos] che da qualche tempo spuntano come funghi dal terreno metropolitano nella Rft. In questo caso i presunti promotori mirano probabilmente a provocare assembramenti di polizia e dimostrare chiaramente l'irrazionale inclinazione alla violenza dell'apparato statale. Chi vuole ripetere più spesso un tale gioco non deve far trapelare che il pericolo per l'ordine pubblico consiste solo in qualche flyer e un appello lanciato via Internet.

## Camouflage

In numerose pratiche di comunicazione-guerriglia è necessario perseguire i propri scopi con un travestimento che si serve delle forme, dei mezzi espressivi estetici o del linguaggio dominante. Queste forme vengono imitate per trasportare contenuti dissidenti. Tali travestimenti non sono una naturale parte dell'azione solo negli happening o nel Teatro Invisibile. Il camouflage è il tentativo di abbattere barriere comunicative con il travestimento e mettere la gente di fronte a un testo o a un'azione, alla quale altrimenti si sottrarrebbero fin dal principio. Una forma di camouflage è il collegamento che la band anarchica Chumbawamba fa tra mainstream pop, melodie orecchiabili e testi esplicitamente anarchici: "Dai una sigaretta all'anarchico / ogni incendio ha bisogno di un po' d'aiuto". Al primo ascolto viene percepita solo l'innocua e semplice forma musicale: essa agisce da travestimento per il contenuto decisamente meno innocuo. Qualcosa di simile si verifica quando i gruppi di sinistra imitano l'outfit formale dei media borghesi o di altre istituzioni per comunicare il proprio testo.

C'è tuttavia il pericolo che tali camouflages vengano impiegati nel senso di imballaggio truffaldino, di bidone. Dietro a ciò si cela la speranza che un imballaggio carino porti i lettori a prendere atto di contenuti impopolari. Si arriva così a presentarli nelle vesti di fumetto, ma la forma rimane quella dei soliti volantini. Ma questo tentativo di aggirare i lettori non funziona. Quand'anche i destinatari non notino subito di cosa si tratta, il problema inizia in seguito, quando essi cominciano a leggere (gli statements della sinistra non sono in questo senso meglio dei passi della Bibbia trasposti in fumetti). L'"imbroglio della confezione" non sfrutta le possibilità che stanno nell'imitazione e nel détournement delle forme dominanti e che si mostrano, per esempio, nelle paradossali e liriche combinazioni di testo e immagine, tipiche dei fumetti dell'Internazionale Situazionista. Tuttavia il camouflage può essere un'efficace tecnica di comunicazione. Quando viene inserita consapevolmente tensione tra forma e contenuto, un camouflage abile e spiritoso può raggiungere il suo scopo: abbattere le barriere comunicative ed essere ascoltato nonostante la generale sazietà di informazione.

## Fake e falsificazione

La produzione di falsi, fakes, è una delle attività preferite dei guerriglieri della comunicazione. Un buon fake deve la propria efficacia al connubio di imitazione, invenzione, straniamento ed esagerazione del linguaggio del potere. Esso imita la voce del potere nel modo più perfetto possibile per parlare, dall'alto della sua autorità, per un limitato periodo di tempo, prima di essere scoperto (per esempio con la falsificazione di scritti ufficiali). Tuttavia il falsificatore non vuole raggiungere un effetto materiale immediato né procurarsi vantaggi personali. L'obiettivo è molto più alto. Si vuole avviare un processo di comunicazione nel quale la struttura della situazione comunicativa presa di mira diviene argomento di discussione proprio in seguito alla (intenzionale) rivelazione della falsificazione. Il fake si rivela efficace nel corso del processo avviato dalla rivendicazione, con quella catena di smentite vere o false, magari integrate con altri fakes o falsificazioni. La produzione di fakes si muove spesso ai margini della legalità o al di là di questa. Anche quando la situazione giuridica non è chiara come per truffe, frodi ecc, essi vengono regolarmente perseguiti nella sfera giudiziaria.

Non si troveranno di seguito indicazioni concrete su come procurarsi carta intestata, su come accedere ai dati né sull'uso di scanner, fotocopiatrici e sistemi di desktop-publishing. I falsificatori, a questo riguardo, hanno sempre manifestato fantasia a sufficienza. Tratteremo qui gli effetti del fake e i fini che si prefigge.

## Teoria del fake

Nelle società borghesi contemporanee, il potere viene esercitato e legittimato a livello discorsivo. Diffondendo a nome del potere informazioni false, sistematicamente modificate o anche semplicemente insensate, i fakes tentano di distruggere questo suo principio di funzionamento e di metterne in discussione la legittimità. Con ciò si deve forzare la naturalezza dei processi discorsivi attraverso cui il potere si costituisce e si riproduce. Il fake è un mezzo tattico che di solito non indica nessun contro-progetto e non formula nessun contro-discorso. Tuttavia esso svolge, in un certo senso, un ruolo chiarificatore: indica che qualsiasi cosa potrebbe essere anche qualcos'altro e che le strutture del linguaggio e del potere, così come compaiono dinanzi alle persone, non sono né costrittive né naturali. Il fake fa risplendere nei processi comunicativi quell'inquietante e potenzialmente opposto altro, condannato al silenzio dai discorsi dominanti a tutti i livelli, ma mai veramente occultato.

Il fake si fonda quindi sul disturbo, ossia sul sovvertimento momentaneo, di ciò che Foucault identifica come elemento fondamentale dell'esercizio del potere e definisce ordine del discorso (M. Foucault, *L'ordine del discorso*). Questo ordine determina tanto le affermazioni ammesse nella comunicazione sociale quanto l'oratore autorizzato. Se qualcuno sostituisce di nascosto l'oratore rompe le regole che stabiliscono chi può parlare, cosa può dire e quando può farlo. Ciò è particolarmente efficace in situazioni caratterizzate da forti dislivelli di potere, cioè in situazioni nelle quali non è la forza degli argomenti bensì il nome o il titolo dell'oratore a determinare il valore delle affermazioni. Il fake rende improvvisamente visibili le strutture discorsive nascoste. Poiché il disturbo sembra provenire proprio da quella parte che è, nell'ordine del discorso, legittimata a parlare e a essere ascoltata. Apparentemente sono le autorità locali che, attraverso l'invio di lettere, costringono a sottoporsi al test dell'Aids. Affermazioni e oratore oscillano: da un lato il cittadino ragionevole dubita della lettera poiché ritiene il suo governo rispettoso della sfera privata, dall'altro forse prende un appuntamento per il test dell'Aids, perché concede a questo ragionevole governo il totale controllo sulla salute pubblica.

La legittimità a parlare in nome del potere viene costituita attraverso l'utilizzo dei segni a esso riservati. Questi possono essere sigle, come l'intestazione di lettera di un ufficio, titoli, nomi o anche il mezzo utilizzato. Tali segni dovrebbero garantire quell'unità di autore e testo che nel caso dell'esercizio del potere discorsivo viene stabilita per legge: solo le istituzioni legittimate dal potere possono avere l'autorità di adottare determinate affermazioni. Il fake distrugge tale unità. Che ciò venga percepito come un attacco in profondità lo si può capire dal fatto che persino a fakes riconoscibili al primo sguardo segue, quasi inevitabilmente, una smentita.

Un fake riuscito gioca con la correlazione tra autore e testo. Esso si può ritenere efficace proprio quando non si può più stabilire alcun rapporto univoco tra i due: in quel momento inizia a oscillare anche il significato delle affermazioni fatte e diventano visibili e disponibili interpretazioni nuove. Il principio della variabilità di interpretazione che agisce da inevitabile fattore perturbante nei processi comunicativi convenzionali, diviene nei fakes il fondamento che rende possibile soprattutto la comunicazione. Il fake non va preso alla lettera, ma deve far riflettere sull'autore presunto e sul contenuto del messaggio. La sua sincerità implica però che i risultati non siano mai prevedibili con certezza.

Il fake introduce interpretazioni sovversive nei testi e nel linguaggio del potere. Ogni fake convincente è una negazione giocosa del principio strutturalistico "il testo scrive l'autore". Ma non è proprio il falsificatore a scrivere il testo del fake: il testo del potere esiste già, è disponibile, accessibile all'intervento, è parte della lingua. La struttura stessa della lingua consente che la posizione di un determinato parlante possa, almeno potenzialmente, essere occupata da chiunque: il linguaggio del potere può essere imitato anche da quanti, nell'ordine del discorso, non sono conformemente legittimati. In tal senso la lingua è ambigua e anarchica. Lo stesso processo che ha trasferito le azioni del potere nella lingua e ha fatto diventare le pratiche della lingua strumenti dell'esercizio del potere, schiude anche possibilità di sovversione. Oggi tutti conoscono la lingua del potere: così il fake può trasformarsi in una pratica quotidiana sovversiva. Dal momento che il potere si esercita soprattutto nella società, quindi non è più pertinenza di una ristretta élite, anche la

relativa lingua viene parlata da molti (diversamente, per esempio, dal latino nel Medioevo). In particolare, quanti si muovono nell'ambiente del potere conoscono bene il linguaggio del potere (negli Stati Uniti molti pranksters sono docenti universitari). In questo senso, il fake è una pratica dei dissidenti della classe media piuttosto che dei settori sociali più marginali. Il fake funziona forse meglio quando le identità di chi fa lo scherzo e di chi lo subisce sono contigue; Deleuze e Guattari riassumono questo con il concetto della "più piccola differenza minimale" (G. Deleuze, F. Guattari, Mille piani).

### Modus operandi del fake

La tattica del fake si fonda su un paradosso: da un lato dovrebbe essere il meno possibile riconoscibile (la falsificazione deve essere ottima), ma allo stesso tempo deve avviare un processo di comunicazione in cui divenga chiaro che l'informazione era falsa: il fake deve essere scoperto. In breve la formula è: fake = falsificazione + rivelazione/smentita/confessione. Inoltre, entrambi gli aspetti presentano ostacoli.

Se un fake viene riconosciuto perché la falsificazione è scadente, risulta nel migliore dei casi una buona satira, nel peggiore dei casi un pessimo volantino. Oggi non c'è più nessun problema a produrre falsificazioni convincenti a livello visivo. Più difficile è imitare in modo plausibile il linguaggio del potere. Le espressioni gergali della sinistra permettono ai lettori di scoprire il trucco al massimo dopo due righe.

D'altro lato, un fake che non viene assolutamente riconosciuto è inutile per colui che lo produce. Nel peggiore dei casi esso raddoppia e rafforza il discorso dominante imitato. Per ottenere un fake efficace è necessario che nasca confusione all'interno di una situazione comunicativa apparentemente chiara. Lo scopo è sottoporre un processo comunicativo a quesiti del tipo: può essere che questa affermazione provenga da quell'oratore? Se sì, cosa ne devo dedurre? Se no, perché no, e da chi allora? L'affermazione è plausibile, ma qualcosa non quadra, ma cosa? Per esempio "...un'autorità esige un comportamento antiautoritario. La gente si trova davanti alla scelta: o ubbidiscono all'autorità, comportandosi in maniera antiautoritaria, oppure si comportano in maniera autoritaria non obbedendo all'autorità" (da AA. VV., SpaBguerilla). Tali paradossi spesso portano a chiedere ulteriori informazioni all'autore (apparente). In certi casi un fake viene discusso solo dopo la rivendicazione. Questo accade specialmente quando sono i media a cadere nell'inganno; hanno infatti poco interesse a strombazzare ai quattro venti il loro errore. Di solito una confessione esplicita è inutile, perché esiste una particolare usanza che risparmia quasi sicuramente questa fatica: la smentita.

Con la smentita il potere cerca di ristabilire l'ordine del discorso disturbato. La vittima del fake chiede personalmente la parola e spiega urbi et orbi come stanno veramente le cose. Chi parla veramente in nome del potere non ritiene la gente in grado di riconoscere da sé un falso. Grazie alla smentita il fake ottiene quasi un riconoscimento ufficiale. La smentita, solitamente diffusa attraverso i media, fa al fake una pubblicità che spesso eccede di molto la sua reale portata. Proprio perché le smentite seguono quasi automaticamente, esse vengono utilizzate consapevolmente anche da molti falsificatori. Offrono un parco giochi per fakes di livello superiore, che giocano proprio con la forma letteraria della smentita. Nel caso più semplice essi mirano a provocare la scrollata di testa che caratterizza le situazioni in cui viene diffusa una smentita nonostante tutto sembri in ordine. Tale smentita può essere provocata da un fake volutamente innocuo, di cui nessuno si accorge. Decisamente elegante e poco impegnativo quando si fa fare tutto il lavoro ai rappresentanti del potere. E sufficiente convincerli dell'esistenza di un fake; se ciò riesce, smentiscono qualcosa di cui nessuno ha mai sentito parlare.

Partendo dal presupposto che la smentita di una smentita richiede pericolose distorsioni discorsive, è stata sperimentata anche la diffusione della smentita falsificata di un fake inesistente. Quando viene diffusa dai media la falsa smentita che annuncia che i 1000 dipendenti della ditta X non devono più essere licenziati, tutte le persone coinvolte si chiedono cosa pensare. La ditta è obbligata

a spiegare che nessuno verrà licenziato, oppure che saranno licenziate solo 300 persone ecc. La smentita è chiaramente meno efficace come mezzo per il ristabilimento dell'ordine discorsivo. Una smentita falsificata è già stata utilizzata persino per certificare una vera falsificazione. In un primo momento non succede proprio niente, non c'è nessun falso biglietto gratis. In un secondo momento arriva la falsa smentita: non sono stati inviati biglietti gratis per i trasporti pubblici a tutti i cittadini. Soltanto dopo la smentita di questa comunicazione, furono davvero inviati falsi biglietti... Il tutto si potrebbe trasformare in principio in un intero gioco di spiegazioni e smentite falsificate, nella simulazione integrale di un processo in cui gli ordini discorsivi vengono sempre disarticolati e riarticolati da capo.

La smentita si può introdurre anche come strategia dei media: solitamente si hanno poche possibilità di far passare certi temi nei media borghesi, mentre per le autorità e altre istituzioni questo non è un problema. Cosa c'è di più facile che spingere le istituzioni, attraverso un fake, a diffondere una smentita e risparmiare la fatica ai falsificatori? Questi ultimi contano sulla variabilità delle interpretazioni, quindi su ciò che rende almeno possibile la tematizzazione mediale delle interpretazioni da essi desiderate. Un esempio: quando i media comunicano che nella centrale nucleare XY non ha avuto luogo alcun incidente nucleare, l'annuncio suscita molti più dubbi sulla sua sicurezza di quelli che sarebbero sorti se sulla centrale nucleare non fosse stato riferito proprio nulla. I pubblicitari conoscono un principio simile, con segno rovesciato: ogni stampa è una buona stampa, fintantoché il prodotto è presente nei media. E così non stupisce che anche essi utilizzino il fake: l'emittente televisiva VOX fece pubblicità alla sua misera serie Space diffondendo, a nome di una "iniziativa di boicottaggio di Space", un falso annuncio contro la propria serie.

### Piccola tipologia del fake

Il fake si può affrontare da due diversi punti di vista: da quello di chi viene beffato, o da quello del destinatario del fake. Nell'ottima raccolta di fakes di Peter Huth e Ernst Volland, *Dieses Buch ist pure Fälschung*, [Questo libro è pura falsità], questi sono ordinati in base ai temi sociali a cui si riferiscono. Qui di seguito i fake vengono classificati in base agli elementi dell'ordine discorsivo che essi attaccano e in base al modo in cui lo fanno.

### Minacce e pericoli

Il potere (statale) garantisce la sicurezza e il benessere di tutti. Tiene le cose sotto controllo. Le sue istituzioni proteggono dalle minacce oscure e dai pericoli dell'esistenza, dalle maree, dal caos, dall'imprevedibile. Soprattutto negli anni Ottanta, un gran numero di fakes cercarono di mettere in discussione questa immagine. Potenziali catastrofi, minacce e pericoli, che nei discorsi del potere appaiono come impossibili, dominabili e innocui, si trasformarono, nel fake, in realtà simulata: centrali atomiche in fiamme, mancanza di bunker e impossibilità di fuga, veleno e pericoli dappertutto. Il messaggio di questi fakes è sempre lo stesso: contrariamente a ciò che afferma, il potere non ha il controllo. Tutti sanno che la situazione è catastrofica e il fake dimostra che le cose peggioreranno. Le affermazioni di questi fakes, utilizzati soprattutto da movimenti ecologisti e pacifisti, non mettono in discussione la struttura fondamentale del discorso del potere. Essi contraddicono apertamente la pretesa del potere nel farsi garante della sicurezza, ma non l'idea che questo sia il suo vero compito.

Al contrario: si manifesta il desiderio che il potere assolva meglio a questa funzione. Il desiderio di sicurezza non viene messo in discussione.

### Disturbi dell'ordine sociale

I discorsi del potere sono allo stesso tempo espressione e garanzia delle gerarchie sociali: legittimano ineguaglianze. Non si parla di una qualità della vita buona per tutti, ma di rendimento, profitto e merito. Il potere protegge i diligenti e punisce i pigri e gli inutili. Prima di donare a questi ultimi immeritate elemosine, pretende i rituali dell'umiliazione e della sottomissione. Chiunque sia stato anche una sola volta all'ufficio di collocamento o a quello dell'assistenza sociale sa di cosa si parla.

Solo occasionalmente il potere sembra andare in tilt e comincia improvvisamente a distribuire immeritate ricompense e punizioni. Così, per esempio, ligi e diligenti cittadini ricevono incomprensibili convocazioni all'ufficio di collocamento, un partito cristiano distribuisce a giovani disoccupati buoni pasto per ristoranti di lusso e tutti ricevono biglietti per i trasporti pubblici. Questi fakes hanno due diverse direzioni di attacco. Quando cittadini incensurati subiscono richieste inaspettate, dietro le facciate di istituzioni riconosciute appaiono le brutte facce oscure della burocrazia kafkiana, il rovescio minaccioso e sconcertante del potere.

Altri fakes fanno compiere alle istituzioni inattese opere di bene: nel 1975, a Berlino Ovest, vennero distribuiti complessivamente 120.000 biglietti falsificati per i trasporti pubblici, per il valore di 360.000 marchi. Nel 1976 alcuni senz'altro ricevettero falsi buoni pasto e li utilizzarono quasi tutti. Entrambe le azioni furono rivendicate dalle Revolutionäre Zellen [Cellule Rivoluzionarie]. Di solito gli autori di questi fakes sono consapevoli che non c'è da aspettarsi alcuna opera di bene. Biglietti e buoni pasto vennero utilizzati, e un gruppo di giovani disoccupati non si lasciò scappare l'occasione di cenare al ristorante dell'esclusivo Hotel Kempinski, a spese della Cdu. Le falsificazioni offrono una certa copertura all'azione ostinata e resistente. Esse fanno leva sulla voglia inconsapevole o repressa di ribellarsi da parte dei cittadini. La scusa "non lo sapevo" consente loro di sfogare una parte di questo desiderio di ribellione.

Talvolta questo gioco può rivelarsi problematico. Ad esempio, distribuire ad alcuni barboni falsi biglietti gratis per una cena di gala può avere il risultato opposto di quello sperato: il singolo barbone si presenta con la speranza di una buona cena e poi viene cacciato violentemente dagli organizzatori, o magari arrestato. Non corrono dei rischi solo i falsificatori sovversivi, ma anche i destinatari. E questi ultimi, nel momento in cui pretendono le opere di bene, sono certo più facilmente attaccabili dei primi. Tali fakes producono un effetto comunicativo solo quando obbligano le istituzioni a prendere una posizione chiara, per esempio ammettendo di aver mai pensato di organizzare un pasto per i giovani disoccupati.

## Il potere come imbecille

Il discorso del potere sottolinea la razionalità e l'obiettività delle decisioni così come la responsabilità per il benessere comune. D'altronde molti cittadini sono dell'opinione che numerosi rappresentanti del potere siano degli imbecilli. I subdoli fakes che inducono i politici a dichiararsi stupidi vengono accolti con segreta gioia. Chi smentisce ad alta voce di aver detto o fatto una qualsiasi palese sciocchezza, sottintende che avrebbe potuto farla.

## Linguaggio performativo

Le affermazioni non hanno solo un aspetto linguistico-discorsivo, possono anche produrre effetti materiali diretti. Tali enunciati si definiscono performativi. Chi riceve a casa una lettera di licenziamento o una sentenza del tribunale, è effettivamente licenziato o condannato, a prescindere dal tipo di discorso. Una schiera di funzionari del potere si occupa della formulazione e della pronuncia di enunciati performativi, da "In nome del popolo" a "Ego te absolvo", passando per "Finché morte non vi separi". Le falsificazioni che mirano a produrre effetti materiali si basano proprio su questo aspetto della comunicazione. Tuttavia, in questi casi, la rivelazione della falsificazione è l'ultima cosa che interessa all'autore: essa distrugge non solo l'effetto performativo ma ha anche conseguenze spiacevoli. Quando ci si serve di enunciati performativi non si mira in

primo luogo al proprio benessere, ma a ottenere effetti sovversivi. Gli effetti materiali delle affermazioni sono essenzialmente conseguenza di tacite convenzioni e solo in casi eccezionali li si deve produrre con la violenza. Tali convenzioni presuppongono che gli enunciati performativi vengano pronunciati solo da coloro che ne hanno l'autorità e che i relativi effetti si producano davvero. Attraverso un fake e la sua successiva rivelazione dovrebbe essere danneggiata questa legittimità, e persa la sua naturalezza.

Quando ad esempio l'amministrazione comunale, in un comunicato-beffa, annuncia che verranno ritirati i frigoriferi vecchi, il giorno indicato per la raccolta ci saranno probabilmente molti frigoriferi sulle strade. Se non verranno rimossi la cittadinanza si sentirà presa in giro. Se i frigoriferi vengono ritirati, l'enunciato performativo ha funzionato, nonostante sia stato pronunciato dalle persone sbagliate; nel caso in cui nessuno provveda alla raccolta si incrina l'attendibilità dell'amministrazione cittadina. Solitamente gli uffici pubblici reagiscono ai fakes deplorando la destabilizzazione dei cittadini. Per i fakers l'auspicato germe della sovversione risiede proprio in tale destabilizzazione, che mette in discussione per alcuni momenti il naturale funzionamento dell'ordine pubblico.

L'aspetto performativo dei fakes obbliga le istituzioni a risistemare provvisoriamente, attraverso una smentita, l'ordine del discorso, e con ciò ad avviare il processo comunicativo desiderato dai fakers. Ciò rappresenta un "doppio vincolo" per le vittime del fake: da un lato essi non possono semplicemente ignorare il fake, dall'altro la smentita produce la tematizzazione di istanze tendenzialmente spiacevoli, la cui discussione è desiderata dai fakers, ma sicuramente non da coloro che vengono attaccati.

## Caos comunicativo

Il caos comunicativo si produce in una situazione in cui diviene impossibile stabilire una relazione necessaria tra coloro che parlano e le affermazioni. Il fake viene inteso come un attacco al potere anche quando la sua tecnica somiglia ai repertori dei servizi segreti, che usano metodi della disinformazione e della falsificazione. Proprio per coloro che si ritengono nell'epoca della società dell'informazione, tali tecniche sono diventate un elemento della strategia, una discussione sul possesso del potere. Nella guerra del Golfo si fece ampiamente uso di forme di disinformazione mediatica ed extramediatica. Le somiglianze con il fake sono minori di quanto sembri in un primo momento, perché di solito le falsificazioni dei servizi segreti (5) mirano all'informazione stessa. La falsa informazione dovrebbe influenzare, provocare, ostacolare le azioni dell'avversario o anche contribuire a serrare le proprie file. La falsificazione dei servizi segreti utilizza i canali della comunicazione in modo assolutamente lineare e si limita a sostituire furtivamente il trasmettitore del messaggio. Essa non lavora sulle ambiguità dell'informazione.

Diversamente dalle falsificazioni dei servizi segreti, il fake è il linguaggio delle voci impotenti, costrette al silenzio dalle strutture dell'ordine discorsivo. In quanto strumento di delegittimazione del diritto di parola del potere, esso punta alla struttura del processo comunicativo. Nella discussione sul possesso del potere, questa forma di critica basilare sarebbe l'ultima cosa logica. Non è un caso che le tecniche del fake non giochino alcun ruolo essenziale nelle contrapposizioni belliche (6). Poiché il fake non mira a ottenere posizioni strategiche e a partecipare alla lotta per il potere, può essere messa in conto e trasformata in arma di sovversione comunicativa anche la sua rivelazione. Negandosi, almeno temporaneamente, il gioco sul potere, i fakers ottengono nuove possibilità di attacco, di sovversione e di critica pratica.

## Affermazione sovversiva

...bisogna far ballare questi rapporti mummificati cantando la loro propria musica! Bisogna

insegnare al popolo ad avere orrore di se stesso per fargli coraggio.  
KARL MARX, Per la critica della filosofia del diritto di Hegel

Un efficace modo di procedere allo straniamento di determinate forme, contenuti o regole, consiste nell'introdurle in modo sconvenientemente efficace in un contesto di esagerazione. Un esempio emblematico di adesione esagerata sono i coniugi Müller che, invitati a un dibattito alla Tv svizzera come rappresentanti del movimento di contestazione giovanile di Zurigo del 1981, inasprirono grottescamente la posizione dei loro avversari. Tale affermazione sovversiva produce distanza dalle forme o dalle affermazioni utilizzate, esagerandole. Con ciò l'evidente conferma si trasforma nel suo contrario.

Un vantaggio pratico dell'affermazione sovversiva sta nel fatto che essa si serve della forma esteriore del consenso. La critica così esternata è chiaramente riconoscibile, ma non facilmente classificabile e difficilmente si può impedire che abbia luogo. Soprattutto in situazioni in cui sono attese contro-iniziative, che in certi casi potrebbero persino adattarsi ai calcoli della politica dominante, l'affermazione sovversiva può essere un metodo praticabile per evitare, con poca spesa e molto effetto, misure precauzionali. Nei comizi elettorali si hanno molte opportunità di provare l'affermazione sovversiva: l'applauso esagerato non funziona come critica perturbante fintantoché non viene veramente inteso come frenetica, esagerata esaltazione della persona applaudita. Mentre nel caso di grandi manifestazioni in grosse sale o nelle piazze il tempo del parlato viene abbreviato per mezzo di applausi utilizzati in modo astuto, nel caso di adunate più piccole si può addirittura rivoltare l'intero corso di un comizio.

Il primo giugno 1994 il comitato "Divertirsi contro l'estremismo di centro" tentò, con "la più furba e gioiosa azione di massa degli ultimi anni", di sovrasteggiare Helmut Kohl durante un comizio. Benché si fossero schierati i sostenitori di entrambi i due grossi partiti locali, già nella fase preparatoria del comizio, dalle mille alle duemila persone festeggiarono il cancelliere in modo così forte da superare l'impianto di amplificazione. Ne derivò un'immagine grottesca: i sostenitori di Kohl furono condannati al silenzio, mentre i suoi avversari ci andarono giù pesante. Anche se gli urlatori non riuscirono a dominare acusticamente la piazza, la controparte, nonostante la superiorità tecnica, non riuscì a imporre il proprio dominio. (AK - Analyse und Kritik, n. 367, 1994).

L'affermazione sovversiva rappresenta una buona possibilità di attaccare la discussione in corso e screditare posizioni egemoniche non solo in tempi di rovente campagna elettorale, ma ogni qualvolta eventi politici richiamino un pubblico adeguato.

Nel luglio 1981 ad Amburgo, nel corso di una Azione Pro-NATO risuonarono gli slogan dell'Iniziativa per l'amicizia tedesco-americana a favore del ministro degli esteri statunitense Alexander Haig: "Missili a medio raggio? Sì, sì, sì! Bomba atomica? Perché no?"; oppure "I bambini russi dovrebbero forse vivere in eterno?" (AA.VV., SpaBguerilla).

Nel caso dell'Azione Pro-NATO di Amburgo, il carattere chiaramente parodistico dell'affermazione era ben decifrabile alla luce del contesto storico contemporaneo (7) (Nato-Doppelbeschluss e movimento pacifista). Il metodo di straniamento attraverso l'affermazione è però efficacissimo quando produce una percezione oscillante, ossia quando l'esagerazione è sufficientemente chiara da irritare e destabilizzare, pur rimanendo abbastanza occulta da non essere ben classificabile né identificabile. Tuttavia un tale modo di procedere può trasformarsi velocemente nel suo contrario: quando l'elemento di straniamento non passa, il tutto finisce per confermare i rapporti dominanti. Per citare un semplice esempio tratto dal quotidiano: quando un uomo si atteggiava esageratamente da macho si rischia che l'automessinscena non venga percepita come trasgressione, ma semplicemente come forma estrema - ma non più sorprendente - di un modello corrente. Allo stesso modo l'esagerata affermazione di femminilità da parte di una donna diventa sovversiva solo nel momento in cui avviene nell'ambito di una relazione di coppia lesbica.

Così di solito non basta esagerare un comportamento normale: lo straniamento diventa più comprensibile quando la falsa persona agisce insieme a quella vera o quando l'azione si riferisce all'oggetto falso. Alcuni poliziotti che manifestavano davanti al municipio di New York per chiedere aumenti salariali dovettero provare l'esperienza di farsi schernire da giovani Yuppies, fintamente

irritati dalla dimostrazione, con i soliti commenti: "Tornatene in Russia, fricchettone comunista!", "Vai a lavorare!", oppure "Lavati!". In questo caso l'ingiuria proveniva da coloro che solitamente venivano insultati e i poliziotti manifestanti erano evidentemente le false vittime. Qui abbiamo a che fare con, un rovesciamento, con un'inversione simbolica: come nell'Aikido, per l'affermazione sovversiva si sfrutta la forza dell'avversario per la propria azione, invece di parare un attacco con un pugno da rissa nel saloon. Lo straniamento attraverso l'affermazione sovversiva si basa quindi sul fatto che le persone sbagliate fanno il Giusto, oppure che il Giusto, più precisamente il Normale, il Prevedibile, avvenga in un momento sbagliato o in un luogo inadeguato.

L'affermazione sovversiva agisce in modo simile al metodo psicoterapeutico dell'intervento paradossale. Il terapeuta, rafforzando con insistenza le opinioni del suo paziente lo porta ad accorgersi da sé dell'insensatezza delle sue azioni e del suo atteggiamento. Questa strategia della comunicazione ne distrugge le tradizionali strutture: la risposta del terapeuta è totalmente diversa da quella che il paziente si aspetta e gli consente di mettere in discussione o modificare il proprio comportamento: "Un paziente espresse il timore che qualcuno avesse installato di nascosto un microfono nello studio del terapeuta. Piuttosto che cercare di interpretare questo sospetto, il terapeuta si interessò in modo adeguato...proponendo di fare insieme una ricerca nella stanza prima di proseguire la seduta. Il terapeuta non consentì che l'operazione terminasse finché non ebbero esplorato insieme ogni angolo e ogni fessura della stanza" (P. Watzlawick, *Pragmatica della comunicazione umana*). Alla fine degli anni Settanta gli Indiani Metropolitani svilupparono una considerevole abilità in questa forma di intervento. Alludendo a due politici corrotti, "nel corso di una manifestazione gli studenti scandirono lo slogan "Gui e Tanassi sono innocenti / siamo noi i veri delinquenti"...Un gruppo di operai, per esprimere solidarietà con gli studenti, riprese il loro slogan ritraducendolo però nel proprio modo di comprendere la realtà: "Gui e Tanassi sono delinquenti / gli studenti sono innocenti". Il mondo reale era di nuovo a posto" (U. Eco, K. Cruber). Un'altra richiesta lapidaria e profetica suonava: "Meno salario più orario".

Il metodo dell'affermazione sovversiva è stato fin qui teorizzato soprattutto nel contesto artistico e pop. Diedrich Diederichsen parla di sovversione affermativa in relazione ad Andy Warhol e Madonna. Bazon Broch, per la sua visione di una strategia dell'affermazione - più precisamente la rivoluzione del Sì - traccia un filo rosso che va da Eulenspiegel, il capo-banda di Kopenick, e Schweyk, fino a diverse pratiche artistiche odierne. Quando gioca con l'inasprimento delle posizioni dominanti, la prassi politica dell'affermazione sovversiva deve considerare le possibili ambivalenze della sua azione più di quanto faccia l'attività artistica. Ciò che vale per la satira, il poter essere velocemente superata dalla realtà, vale anche per l'esagerazione: quello che oggi appare inconcepibile, domani potrebbe essere una cosa seria.

## Collage e montaggio

Il collage è un mezzo formale, sviluppato nell'ambito artistico (cubismo). Originariamente mirava a confondere i naturali modelli di percezione della realtà. Nel collage, elementi dipinti e incollati non sono più distinguibili a prima vista. Oggetti e materiali vengono collocati in un nuovo contesto e privati del loro senso originario, attraverso una diversa interpretazione e un utilizzo che ne altera il senso. Analogamente vengono riportati nell'opera d'arte significati e associazioni dall'esterno. Il collage distrusse le tradizionali convenzioni della pittura e del disegno. Esso lavora nell'arte figurativa abbinando il casuale e il raccoglitticcio, inserendo nelle immagini particelle di realtà (pezzetti di carta con frammenti di parole, pezzi di stoffa o di legno). Anche nella letteratura le tecniche del collage dovrebbero produrre una poetica del diverso e dell'incoerente. E importante che gli elementi utilizzati vengano uniti in un prodotto semanticamente ambiguo.

Specialmente per quel che concerne il Dadaismo (Dada, superdada, maodada), la "Belle Epoque della negazione", l'uso di questa tecnica di straniamento si può descrivere come un tentativo di putsch culturale. Per i dadaisti, la produzione di collages evidenziava il rifiuto dell'arte istituzionale. Alla visione predominante della genialità dell'artista contrapposero una poetica del fortuito, quasi

autopoietica, senza bisogno del genio. I surrealisti sperimentarono ciò facendo emergere nuovi e inaspettati nessi semantici, combinando intuitivamente reperti raccolti qua e là. Essi partirono dal presupposto che attraverso le tecniche del collage potesse venire alla luce il potenziale creativo dell'istinto (W. Spies, Max Ernst und die Collage).

Contrariamente al (foto)montaggio, nell'industria artistica la tecnica del collage non venne considerata un mezzo esplicitamente politico. Oggigiorno si stenta a credere che nell'aprile del 1920 a Colonia la polizia chiuse una mostra Dada a cui partecipavano Hans Arp, Max Ernst e altri. Nel frattempo i collages sono diventati parte integrante delle lezioni d'arte nelle scuole, dell'ergoterapia o di workshop creativi, nei quali si saccheggiano riviste femminili e cataloghi di vendita per corrispondenza per raffazzonare combinazioni trite e ritrite di auto, donne e pubblicità di cosmetici su carta colorata. Nonostante questa appropriazione del collage vi è ancora un potenziale sovversivo in questo prelevare frammenti da differenti contesti e produrre, attraverso la loro combinazione, nuove connessioni di significato. Per esempio, con i collages è possibile contrapporre a comunicazioni stampate di politici o istituzioni testi e immagini che rompono e delegittimano la loro autorappresentazione.

Mentre il collage lavora con l'estetica del fortuito, i montaggi sono forme mirate e consapevoli di agitazione politica. Uno dei suoi più importanti rappresentanti fu John Heartfield, esponente del Dada berlinese. I suoi lavori esplicitamente politici, rivolti soprattutto contro il fascismo, si basavano sulla composizione di fotografie, testi ed elementi grafici. Per i dadaisti berlinesi il fotomontaggio era la forma di espressione estetica della loro critica politica, in quanto utilizzavano, come materia prima, foto tratte da reportages politici di riviste.

I montaggi non si limitano però solo a lavori artistici, ma vengono introdotti a partire dagli anni Venti anche nel teatro politico e nel cinema (Eisenstein, Vertov, Brecht, Piscator). Negli ultimi trent'anni si è distinto in questa tecnica soprattutto il grafico di Heidelberg Klaus Staack. Ma anche numerosi guerriglieri della comunicazione si rifanno a essa. Le possibilità tecniche consentono al giorno d'oggi montaggi molto più esatti e quasi irriconoscibili. Tali montaggi vengono utilizzati particolarmente nel subvertising, dalla rivista "Adbusters". Simili tecniche sono spesso importanti anche nel caso di invenzioni e fakes.

## Détournement

Per *détournement* si intende un metodo di straniamento che modifica il modo di vedere oggetti o immagini comunemente conosciuti, strappandoli dal loro contesto abituale e inserendoli in una nuova, inconsueta relazione. Questo metodo, noto come *sampling* nella cultura pop, viene utilizzato in ambito visuale soprattutto per mezzo di collages o montaggi (che possono essere effettuati anche con il computer). Tuttavia si possono "*détournare*" anche concetti o frasi. Una forma diffusa del *détournement* è la parodia, nella quale l'estetica o il contenuto di un testo vengono strappati dalla loro relazione originaria, trasferiti in un altro contesto (di solito fino a quel momento criticato) e quindi ridefiniti.

Il concetto di *détournement* venne teorizzato per la prima volta dai situazionisti nel 1957: la creazione culturale situazionista comincia con i progetti dell'urbanesimo unitario o della costruzione di situazioni nella vita quotidiana, non essere separabili dal movimento di realizzazione delle possibilità rivoluzionarie insite nello sviluppo dell'attuale società. Così, nell'azione diretta che viene realizzata nell'ambito che si vuole distruggere, può venire fatta già oggi un'arte critica con i mezzi di espressione disponibile, dai film alle immagini. I situazionisti riassumono ciò nella teoria del *détournement*.

Singoli individui o gruppi di artisti, critici nei confronti dell'arte, si servono del metodo straniante del *détournement*. Famosi sono i Ready Mades di Marcel Duchamp; anche Joseph Beuys procedette spesso in maniera simile. E' d'obbligo citare anche il plagiarismo, nel quale vengono spacciati come propri non solo idee e testi altrui, ma anche immagini o foto strappate dal loro contesto originario. Mentre *détournement* e ridefinizioni vengono utilizzati nell'ambito artistico per sottolineare,

attraverso la museificazione di oggetti banali e quotidiani, la discutibilità della sensibilità artistica della cultura alta, i situazionisti presero forme della cultura popolare, della grafica quotidiana e della pubblicità e le associarono ad analisi politiche. Essi ritennero i fumetti un'adeguata forma espressiva e, sottraendoli al loro contesto usuale (la letteratura d'intrattenimento di basso livello), li rivestirono di nuovi contenuti. Ne Il proletariato come soggetto e come rappresentazione, una bella donna lussuosamente vestita istruisce il suo interlocutore, eroe dai capelli corti e dal mento spigoloso, sulla condizione del proletariato, sull'ideologia della classe borghese e sulle richieste della rivoluzione. Alla fine dell'episodio, il virile fustacchione ha imparato qualcosa sulla società di classe, sullo spettacolo del non-vivere e sull'essenza del progetto rivoluzionario.

Attraverso il *détournement* di immagini, concetti e testi dell'estetica egemonica o dei discorsi del potere, se ne mostra e decostruisce la velata funzione ideologica, come sarebbe possibile attraverso testi esplicitamente analitici. Perciò i *détournement* sono un mezzo efficace per rendere visibile l'arbitraria costruzione sociale di categorie, come per esempio il genere.

Al *détournement* consapevole e programmato si contrappone un'altra forma popolare di appropriazione delle strutture egemoniche. Come sostiene Michel de Certeau, il quotidiano degli individui è determinato da continue e momentanee appropriazioni e ridefinizioni di ciò che viene imposto, per esempio il modo di consumare, la scelta delle vie da percorrere nella città o il rapporto con la cosiddetta cultura alta. Questo porta a concludere che il *détournement* è un efficace modo di procedere, proprio perché corrisponde alle tattiche relazioni quotidiane con i dati di fatto sociali e ne rappresenta un parallelo.

Il *détournement* può servire a svariati scopi nella discussione politica. Esso può aiutare a respingere gli attacchi dell'avversario, a renderlo ridicolo e può servire a diffondere altre, rovesciate interpretazioni della realtà.

Un importante mezzo di comunicazione sovversiva è l'utilizzo radicale di ciò che è apparentemente a disposizione di tutti, ovvero la lingua. La lingua non è più solo il mezzo per il trasporto della verità di turno, ma le sue stesse strutture diventano obiettivo dell'attacco. Non solo la lingua descrive cose, è essa stessa una cosa, un insieme di regole che è necessario ferire, "*détournare*" e ridefinire. Essa è un sistema ordinatore "il cui potere si fonda sul fatto di essere accettato senza discussioni" (K. Gruber). Si tratta quindi di disturbare l'ordine pacifico dei segni, in primis per richiamare l'attenzione sulla loro funzione stabilizzante. Nel migliore dei casi ciò significa impadronirsi degli spazi vuoti, esprimere il non detto e allo stesso tempo rivelare come il linguaggio stesso si basi sul vuoto e l'occultamento. Un tale *détournement* attacca i fondamenti simbolici dell'ordine sociale.

"Il progetto della comunicazione sovversiva punta non soltanto sulla dialogicità del mezzo e sul linguaggio sporco, ma anche su tecniche sofisticate: confutare la rappresentazione ufficiale della realtà, squilibrare la ferma immagine del mondo, scombinare le coordinate della verità. Ancora una volta è compito del soggetto agire, di un'intelligenza dissoluta, e di un linguaggio che mina i codici istituzionali" (K. Gruber). Roland Barthes ha formulato il concetto di sovversione in forma di quesito: "La migliore sovversione non consiste forse nel distorcere i codici, anziché nel distruggerli?". Un'ulteriore tecnica di *détournement* è la parodia. Essa costringe gli ascoltatori a tenere le orecchie ben aperte. Un orecchio per l'originale nel suo contesto originario, e l'altro orecchio per la versione deformata o ridefinita. Il confronto dei due stili richiama l'attenzione su quanto rimaneva nascosto nel testo originario.

### **3. Pratiche ed eventi**

Sniping: segni insidiosi nello spazio pubblico

Gli snipers sono franchi tiratori semiotici. I loro attacchi non avvengono con armi da fuoco o congegni di puntamento, bensì con bombolette spray; la loro specialità è un insidioso e inosservato inserimento di segni e simboli nello spazio pubblico. Essi cambiano, commentano, correggono o

spiegano i contenuti spesso inespressi di manifesti, monumenti, insegne e simili o anche "détournare" muri e facciate di edifici apparentemente privi di contenuto per mezzo dei graffiti: la maggior parte degli attacchi degli sniper sono interventi illeciti nella proprietà privata. Il termine inglese sniping significa anche tagliuzzare. Lo sniper lavora con interventi grafici o testuali diversi, e spesso frammentari. Utilizza il materiale che trova nel cuore della notte sul terreno del nemico, nei suoi spazi o sui suoi oggetti, lo completa o lo deforma coi suoi proiettili semiotici, con frammenti di testo, con simboli o immagini. Il messaggio originario viene straniato, ed eventualmente trasformato nel suo contrario (straniamento). A questo proposito Mark Dery parla di "terrorismo artistico".

## Billboard banditry

I cartelloni pubblicitari (billboards) e i manifesti sono gli obiettivi preferiti dei franchi tiratori semiotici. Mentre nella Rft vengono solitamente modificati i manifesti elettorali, negli Stati Uniti, in Canada, Australia, e Inghilterra il billboard banditry si rivolge, in primo luogo, contro la pubblicità commerciale. Negli ultimi anni l'intera scena di movimento si è dedicata a questa pratica: la rivista "Adbusters" spiega come "correggere un manifesto offensivo", la californiana "Billboard Liberation Front" parla di "midnight billboard operators" ed esalta la "Art & Science of Billboard Improvement". Oltre al BLF, innumerevoli altri gruppi si sono dedicati al billboard banditry come Truth in Advertisement di Santa Cruz, Cicada Corps of Artists o Artujux nel New Jersey. In Australia il gruppo BUGA UP (Billboard Utilizing Graffitiists Against Unhealthy Promotions) pratica una critica ai consumi con le bombolette spray. Questi gruppi, con tutte le loro differenze, partono dal presupposto che appositi interventi possano privare i messaggi pubblicitari della loro capacità di seduzione. Praticando una critica alla pubblicità "unsane", costituiscono, forse non casualmente, un gruppo abbastanza singolare, che comprende anche astemi e non fumatori militanti ("Adbusters").

I billboard bandits utilizzano la forza espressiva dei testi o delle immagini dei manifesti pubblicitari e cercano di rivoltarli, completandoli o apportandovi modifiche: attraverso l'aggiunta o l'omissione di caratteri o parole, il contenuto dei messaggi può essere completamente stravolto (per esempio: "Go to [S]hell"). L'aggiunta di immagini o simboli dovrebbe straniare o ridicolizzare il senso del messaggio di un manifesto o di un monumento. Con l'utilizzo delle nuvolette tipiche della tecnica fumettistica si possono produrre nuovi e spesso sorprendenti nessi: questa è una delle pratiche più frequentemente utilizzate dai situazionisti. L'aggiunta serve spesso semplicemente alla diffusione di alcuni messaggi; un esempio è rappresentato dal Cowboy della Marlboro che, durante il censimento tedesco del 1987, improvvisamente afferma: "Neanch'io mi faccio contare". Esperti billboard bandits consigliano modifiche lievi poiché un manifesto così modificato ha maggiori possibilità di sopravvivenza e un più forte impatto. Fin dai tempi della scuola si apprendono una serie di tecniche di questo tipo, per esempio l'hitlerizing, cioè l'aggiunta di baffetti rettangolari ai volti dei manifesti. Soprattutto in tempi di campagna elettorale, simili abbellimenti dei candidati avversari sono piuttosto comuni, anche se illegali e di conseguenza vietati, come del resto la maggior parte delle tecniche qui descritte.

Spesso l'input allo sniping deriva dalla profonda avversione nei confronti dei belloni dei manifesti pubblicitari. Dato che la maggior parte delle persone, ad eccezione dei volti delle pubblicità, hanno impurità della pelle, uno dei primi passi dei billboard bandits consiste spesso nell'applicazione di foruncoli e comedoni, che riportano di nuovo al loro ordine naturale quei volti artistici. Gli amanti di una simbologia più forte tentano di riportare ordine disegnando un rivolo di sangue che fuori esce dall'angolo della bocca di persone troppo belle. Anche due macchie bianche velocemente dipinte sulle pupille trasformano un fotomodello qualunque in un bello zombie. Lo sniping nella forma di billboard banditry si può intendere come una forma di critica del quotidiano, che porta nel messaggio pubblicitario il rumore analizzato da Umberto Eco mentre attacca e toglie fascino alla posizione di potere, basata sulla forza economica del committente di un

manifesto pubblicitario. Gli adattamenti riusciti aiutano a decifrare significati impliciti e conferiscono un carattere sovversivo ai messaggi modificati dei manifesti politici o delle pubblicità. Humour parodistico, freddure e straniamenti risultano ben più efficaci e sovversivi di insulti e parole d'ordine.

Graffiti: "Loro hanno il potere / noi abbiamo la notte".

Il Muro di Berlino come zona erogena

Lo sniping, oltre alla correzione di contenuti più o meno espliciti, può mirare all'occupazione simbolica di luoghi che altrimenti avrebbero un carattere eminentemente funzionale: muri, edifici, segnaletica stradale, treni ecc. Gli sniper sanno, però, che non esiste nessun luogo non-significante. Al contrario, uno spoglio muro di calcestruzzo o il vagone ferroviario verniciato di fresco sono particolarmente carichi di significato. L'occupazione avviene attraverso l'utilizzo di bombolette spray e mascherine o con l'inserimento di adesivi, manifesti, striscioni o bandiere. Consapevolmente o no, qualunque intervento nello spazio pubblico per mezzo di graffiti parte dal presupposto che quello spazio viene strutturato dall'architettura o da altri elementi in modo da esprimere fisicamente i rapporti di potere e dominio. Proprietari e committenti degli edifici modellano, insieme alle istituzioni burocratiche, agli urbanisti e agli amministratori, l'aspetto dello spazio pubblico; definiscono le possibilità e soprattutto le limitazioni del movimento e della vita al suo interno. La proprietà di edifici implica la pretesa a un effetto di rappresentanza pubblica. I proprietari hanno il privilegio di determinare individualmente il fenotipo del loro ambiente. I burocrati statali sorvegliano le leggi sull'edilizia, varano provvedimenti, fanno progetti su luoghi, città e vie di comunicazione. In quanto rappresentanti degli interessi pubblici, essi sono gli amministratori della sfarzosa noia delle metropoli.

I graffiti sfuggono alla concezione che subordina l'organizzazione dello spazio pubblico, alla proprietà privata e alla legittimazione burocratica. Gli sniper ritengono insolente la pretesa di estendere all'intero spazio l'accaparramento e l'esclusione tipici dell'idea borghese di proprietà privata. I loro graffiti rendono le superfici della città uno spazio pubblico. Questo "scrivere selvaggio" (P. Thoss, Gutachten zur Auslieferung Naegelis) spezza, attraverso il sabotaggio estetico, l'egemonia che gli urbanisti statali-comunali e i committenti privati di costruzioni esercitano sull'allestimento degli spazi cittadini. In questo senso, l'utilizzo autonomo dello spazio pubblico è di per sé un'affermazione ricca di contenuto. A tale proposito si rivela particolarmente appropriata l'affermazione di Marshall McLuhan: "Il mezzo è il messaggio". I graffiti criticano la funzione di rappresentanza dell'architettura e mettono in discussione il diritto a una facciata integra, pulita. Allo stesso modo essi servono tanto alla riappropriazione simbolica dei luoghi quanto alla caratterizzazione del territorio.

I graffiti, quali interventi grafici o testuali sulle aree a disposizione, sono sempre in relazione con il contesto architettonico. L'architettura si fa portatrice di cambiamenti, più precisamente dell'appropriazione da parte degli sniper. Questi ultimi hanno criteri tutti loro per valutare l'importanza dei luoghi. Li interessa solo marginalmente il valore delle zone su cui intervenire, se esse siano palazzi di uffici, municipi, vagoni della metro, muri di una fabbrica o ponti della ferrovia. Agli sniper interessano essenzialmente tre cose: a) quanto è rischioso scrivere in una determinata zona (prestazioni acrobatiche e rischio di essere beccati); b) quanto si adatta la zona da un punto di vista formale (grandezza, superficie); c) quante persone vedono il risultato. Spesso i graffiti non sono affermazioni esplicite di contenuti, ma immagini o tags, che talvolta non affermano nient'altro che "sono stato qui". In una visione politica tradizionale queste forme di cambiamento dello spazio pubblico vengono ritenute poco politiche: "Chi sa veramente perché e per cosa vuole impegnarsi e ci tiene a pubblicizzare la sua richiesta nel modo più efficace possibile, deve togliere il dito dalla bomboletta, perché la richiesta sparisce quasi completamente dietro al carattere del graffito. A meno che non sia proprio quello il suo desiderio" (J. Schmid, Das Medium derjenigen, die dagegen sind). Spesso i graffiti non recano alcun contenuto esplicito, mirano soltanto all'occupazione dello spazio pubblico, non importa a quale scopo. Possono avere un effetto

particolarmente provocatorio proprio perché, non trasmettendo nessun contenuto esplicito, si sottraggono all'obbligo della spiegazione e dell'averne un senso.

Le circostanze specifiche del graffiare portano talvolta a convincenti soluzioni formali: "Il rischio, la corsa contro il tempo, la segretezza della notte, il limite del mezzo, le condizioni del posto: tutto ciò da un paradossale valore a questi attentati formali. La fretta obbliga a disdegnare ogni protocollo e venire al sodo" (M. Thevoz, *Die Mauer als erogene Zone*). E' proprio l'illegalità a rendere attraente il graffiare, particolarmente per i giovani. Ciò spiega anche il fallimento dei tentativi di interpretare e ridefinire i graffiti come arte. La tendenza a cooptare i graffitisti nel mondo dell'arte, mettendo loro a disposizione pareti per i graffiti, è un esemplare uso del bastone e della carota, apparentemente in controtendenza con la repressione. A Berlino è stata istituita una speciale commissione per la caccia ai graffitisti, mentre negli Usa alcuni di loro hanno fatto una brutta fine perché sorpresi a fare graffiti nel posto sbagliato, con scarpe da ginnastica e colore della pelle sbagliati. In alcuni Stati americani, se si viene scoperti a fare un graffito e già si possiede un'altra condanna, per esempio per taccheggio, si rischia l'ergastolo (in conformità al motto preso in prestito dal baseball: "Three strikes - you're out")

Sembra assurdo, per esempio, che il graffitista di Zurigo sia stato condannato proprio nel momento in cui i suoi lavori erano stati accolti definitivamente nel canone artistico e gli esemplari superstiti posti sotto tutela dei beni culturali: entrambe le strategie perseguono lo stesso obiettivo, ostacolare l'attacco allo spazio pubblico legato ai graffiti. Tanto la collocazione legalizzata e sponsorizzata di graffiti su impalcature, quanto la costruzione retribuita di facciate o perfino gallerie, disinnescano l'effetto sovversivo dei graffiti meglio di quanto faccia la repressione aperta. E proprio qui sta il limite di questo tipo di arte del graffito. "Essi mettono l'architettura in gioco, ma senza rompere le regole del gioco" (J. Baudrillard, *Requiem per i media*) Quando il graffitista di Zurigo designa i graffiti come la probabile prima forma di arte militante, egli conosce precisamente la differenza tra graffiti e arte. Egli sa bene a cosa servono i graffiti commissionati: "Anche se i disegni, che potrei produrre in seguito a una commissione statale, risultassero migliori, sarebbe una terribile privazione di fascino dell'intera azione e significherebbe la loro appropriazione e neutralizzazione da parte dello Stato. Io credo che tutti i graffiti vivano di autonomia" (Zürcher Sprayer, *Mein Revoltieren, mein Sprayen*). Ci sono writers che definiscono i loro graffiti "Art Crimes".

## Tutela dei monumenti

I monumenti sono un altro bersaglio amato dagli snipers. Essi campeggiano nelle piazze pubbliche e testimoniano il potere e la possibilità del loro committente di introdurre permanentemente nello spazio pubblico un determinato punto di vista su un evento o una figura storica. I monumenti non rappresentano la verità storica. Comunicano l'immagine che, in conformità alle intenzioni dei committenti, gli osservatori dovrebbero farsi di un avvenimento o un personaggio. Allo stesso modo, però, esigono un'attenzione perpetua. Si definisce tutela dei monumenti ogni istituzione che vigila sulla conservazione della forma storica di questi simboli.

Ogni osservatore ha un proprio modo di guardare i monumenti. Succede che il messaggio dei monumenti venga messo in discussione o rifiutato nel corso del tempo, o al momento dell'installazione. In Sfera pubblica ed esperienza, Oskar Negt e Alexander Kluge si chiedono "se i monumenti che documentano le tappe storiche non debbano venire edificati su due livelli: un primo che registra una determinata situazione storica, contenente deformazioni ed errori; un secondo che può essere deformato, cambiato e corretto da chiunque in un momento successivo. E' necessario fissare nella sfera pubblica tanto la storia, quanto il dissenso nei confronti della storia monumentale".

Gli snipers non compiono nulla di diverso da questo: con modalità di intervento simbolico differenti cercano di esprimere un punto di vista diverso da quello del committente del monumento, danneggiandolo, modificandolo o straniandolo con aggiunte di contenuto o di colore. I guerriglieri

della comunicazione sono interessati principalmente al cambiamento. Non si tratta tanto di distruggere, ma principalmente di straniare e "détournare" i simboli

Talvolta basta aggiungere una bandiera per marcare la temporanea occupazione di uno spazio pubblico e conferire a un monumento, almeno temporaneamente, un altro senso. Nel 1995, come ogni anno, Rifondazione comunista tenne la sua tradizionale festa di partito a Verona, in Piazza delle Poste. Qualcuno infilò tra le mani dell'eroe nazionale (e socialista) Giuseppe Garibaldi, immortalato in un monumento equestre, una bandiera rossa con falce e martello. Ciò fece infuriare l'amministrazione comunale che tuonò di rimuovere immediatamente la bandiera, poiché "deturpava il paesaggio" ("L'Arena", 15 settembre 1995).

Nel 1991, l'Ufficio per i provvedimenti eccezionali aveva progettato un'azione altrettanto simbolica, finalizzata a salvare il monumento a Lenin alto diciotto metri nell'ex-quartiere orientale di Friedrichshain (Berlino). Gli abitanti del quartiere, la Neue Gesellschaft für Bildende Kunst [Nuova Società per l'Arte Figurativa] e la Alternative Liste chiesero al Senato cittadino che, al posto della programmata demolizione, la statua di granito eretta nel 1970 divenisse un "luogo del pensiero", e che ogni anno un diverso artista potesse intervenire creativamente sul monumento: "Dopo dieci anni di cambiamenti, il monumento avrebbe potuto essere lasciato alla natura. Edera, vite e poligonacee avrebbero potuto impadronirsi del monumento, dietro alle quali sarebbero poi rimasti numerosi ricordi...". Della prima metamorfosi si occupò lo stesso Ufficio per i provvedimenti eccezionali, che in pieno giorno, utilizzando argani e pulegge, strinse al collo di Lenin una sciarpa su cui si poteva leggere chiaramente "no alla violenza".

Questo non servì a nulla: Vladimir Uljanov venne fatto fuori. Proprio la linea dura contro le granitiche eredità del socialismo reale indica quale significato simbolico venga ancora attribuito ai monumenti.

Proprio per questo monumenti politici, bellici o monarchici sono spesso bersaglio di commenti o parodie. Nel giugno del 1983 nel cimitero di Bonn un monumento ai caduti con l'incisione "Ai nostri morti di tutte le guerre" venne modificato con un lieve cambiamento: "A tutti i morti per le nostre guerre" ("Bonner Generalanzeiger", 23 giugno 1983). Nel 1985 il gruppo di donne di Marbach denominatosi Blood, Sweet and Teer [ "Sangue, sudore e catrame"] procedette prestando meno attenzione al testo. Esse incatramarono e riempirono di piume il guerriero di pietra di un monumento di guerra nazista collocato al centro della città. Tale azione sottolinea che talvolta l'immagine è più importante del testo. A volte monumenti ai caduti dipinti di rosa o giallo fluorescente possono essere molto più efficaci della sacrosanta, ma superata, citazione di Tucholsky "I soldati sono assassini".

Il variopinto mondo della pubblicità. Dall'advertising al subvertising

"Bevo Jagermeister perché il mio spacciatore è in galera" era lo slogan di una contropubblicità per il prodotto di una fabbrica di liquori di Braunschweig, comparsa nel 1981 sul primo numero del giornale satirico "Pardon", un precursore di "Titanic". In Usa, Canada e Australia tale subvertising, noto anche come Culture Jamming [inceppamento della cultura] è un'importante forma d'azione ludica della comunicazione-guerriglia. Il termine subvertising è un gioco di parole incentrato sul verbo to advertise che significa "pubblicizzare". Con esso si intende la produzione e diffusione di contro-pubblicità o parodie di pubblicità. Parallelamente promotion diventa "demotion" e marketing "demarketing". Testi e immagini dell'industria pubblicitaria vengono utilizzati per decostruire campagne o annunci pubblicitari attraverso lo straniamento. Con la rielaborazione della famosa campagna pubblicitaria "Bevo Jagermeister, perché..." si volle sottolineare che anche l'alcool è una droga, e richiamare l'attenzione sulla doppia morale nella repressione delle droghe nella Germania federale. Questo trascinò "Pardon" in tribunale (e sul lastrico). Si produce irritazione quando le forme stilistiche della pubblicità vengono utilizzate in momenti e contesti inusuali. Lo slogan della Jagermeister venne utilizzato anche in Italia, dove, dopo l'incidente di Seveso nel 1976, divenne: "Bevo Jagermeister perché a Seveso c'è la diossina".

Per quanto riguarda il contenuto, il subvertising cerca di abbruttire o ridicolizzare un prodotto (o anche una posizione politica). La pubblicità del prodotto viene attaccata e "détournata", i contenuti spostati e i messaggi originari sminuiti. Il subvertising può anche consistere nell'aggiungere alla pubblicità un testo esplicito sull'effetto specifico o gli effetti collaterali di un prodotto. Soprattutto gli articoli di marca e i marchi famosi offrono innumerevoli punti di attacco. Per esempio: "The United Colors of Advertising"; oppure "United Bullshit of Advertising".

Spesso vengono cambiati testi e/o immagini su spazi pubblicitari accessibili al pubblico, come i muri destinati ai manifesti o le insegne delle aziende. Nel caso di un subvertising (sniping) così artigianale ogni pezzo realizzato è unico. Un'altra forma di questa tecnica è la diffusione pubblica, attraverso cartoline o pubblicazioni, di parodie pubblicitarie o contropubblicità, realizzate professionalmente.

Subvertising è il tentativo di liberarsi dal ruolo di ricevente passivo di messaggi o di acquirente di merci, per riprendere la discussione pubblica sui loro significati politici e sociali: "Un crescente numero di artisti, attivisti e ecologisti vogliono agire come il granello di sabbia nell'ingranaggio, per bloccare la fabbrica dell'immagine nordamericana" ("Adbusters", vol. 3, n. 1, 1994).

La gamma delle azioni possibili va dagli interventi fantasiosi e gioiosi, copiati dalla pubblicità, fino agli slogan sul consumo critico - peraltro piuttosto noiosi - della borghesia ecologista. Svariati gruppi dediti all'abbellimento dei cartelloni pubblicitari spesso non utilizzano parole esplicite contro il prodotto, ma ridicolizzano il messaggio originale della pubblicità con piccoli cambiamenti. Negli Stati Uniti e in Australia, la maggior parte dei gruppi di subvertisers, svolgono una funzione a favore del consumo critico e contro la pubblicità di alcool, sigarette e cosmetici. In questa direzione agiscono soprattutto la rivista quadrimestrale "Adbusters" negli Stati Uniti e in Canada e il gruppo di Billboard Banditry di Sidney BUGA UP. Gli individui vengono catechizzati: non bere alcool, non fumare, non guardare la televisione, non comprare niente! Questa forma di protesta riduce la critica al modo di produzione capitalistica a semplice autodisciplina del rifiuto di consumare. Ciononostante il subvertising può anche esprimere una critica strutturale. Il gioco degli slogan pubblicitari rende possibili nuovi punti di vista sulla colorata varietà dei beni. Il subvertising può contribuire a mettere in discussione la riduzione dell'esistenza umana al mero consumo di merci anche senza scadere nel puritanesimo del consumo critico.

Consume your masters  
di Sonja Brünzels & Kees Stad

Anche se, negli ultimi tempi, il consumo viene volentieri ridefinito come una pratica creativa o sovversiva, la critica radicale alla Rft come democrazia delle merci, ha sempre coinciso con la critica alla società del consumo. Il consumo di massa è un'importante garanzia del funzionamento del capitalismo. In quanto ambito centrale della sfera di circolazione e spazio di mercificazione dei desideri potenzialmente rivoluzionari, esso è forza di integrazione sociale e motore del mercato. Tanto nel dopoguerra con il cosiddetto miracolo economico, quanto durante la Riunificazione, la possibilità di consumare era un prerequisito dell'affermazione politica e una garanzia di stabilità. Anche per la sinistra, il consumo è sempre stato un importante settore d'intervento politico, con tutte le differenze del caso. Da un lato la sinistra tradizionale ha rivendicato il diritto al consumo, dall'altro la nuova sinistra ha criticato i falsi bisogni rifacendosi alla Teoria Critica della Scuola di Francoforte. Tra esse però si inseriscono anche correnti politiche che non predicano l'ideologia della rinuncia né il consumo di massa feticista. Ad esempio il tentativo di realizzare, nell'ambito dei nuovi movimenti sociali, modi di vita alternativi nei collettivi o nelle comuni, come critica pratica al consumo di massa.

Nel mondo anglofono, tra i gruppi di critica al consumo spiccano gli attivisti di "Adbusters" o di BUGA UP. Tuttavia rivolgono una critica moralista al consumo, che si concentra su determinati prodotti, senza mettere in discussione le condizioni di fondo della produzione di merci. La loro forza risiede nell'idea di rinuncia al consumo sostenuta da un movimento di massa capace di azione

politica: immaginate un supermercato dove non entra nessuno. La stessa critica può essere espressa in maniera opposta, manifestando una irrefrenabile smania di acquisto. Lo fece una famiglia di Tübingen durante il Natale del 1994. Essi ornarono la facciata della loro casa con una luminaria che esortava: "Comprate di più". Una filiale della Deutsche Bank, inquilina dello stesso stabile, chiese l'immediata rimozione della scenografia e con questo attestò l'efficacia dell'appello. Il taccheggio rappresenta l'attacco più semplice alla società del consumo, poiché riporta la prassi politica a una necessità quotidiana molto concreta. Tuttavia nei circoli di sinistra non poche sono le discussioni su chi può rubare e a chi si può rubare (multinazionali o persone singole), su quando il furto sia politicamente corretto e quando invece esso serva solo all'arricchimento individuale. Negli anni Settanta ad esempio, gli indiani metropolitani cercarono di politicizzare l'idea di autoriduzione, rifacendosi a una pratica diffusa tra la popolazione. Già da tempo a Roma o a Napoli le casalinghe si autoriducono l'affitto e la bolletta della luce; gli indiani metropolitani iniziarono così a frequentare cinema o ristoranti di lusso senza pagare. Recentemente la pratica di banchettare nei ristoranti di lusso senza pagare si è diffusa anche a Kreuzberg, come pratica di opposizione alla gentryfication del quartiere.

Il proscenio principale dello spettacolo del consumo di massa in Occidente è il centro commerciale. Il carrello impone il suo monotono cigolio a chi si aggira tra le sterminate file di scaffali; la precisione del product placement indica la strada da percorrere (i dolci sono posizionati all'altezza degli occhi dei bambini, il latte in un angolo del negozio); la fredda luce al neon e una muzak narcotizzante, che si insinua nell'inconscio attraverso i condotti uditivi, mirano alla massimizzazione dell'acquisto. La presentazione delle merci produce nei consumatori non solo il desiderio di acquistare, ma anche la consapevolezza della loro posizione sociale, che deriva tanto dalle possibilità di acquisto, quanto dalla vista di quei beni che non possono permettersi. Accade che fantasiosi gruppi anarchici approfittino di questa doppia faccia del consumo. Gli atti di sabotaggio e le azioni di comunicazione-guerriglia puntano a ostacolare la vendita delle merci e a risvegliare una coscienza critica nei confronti del consumo. Irrompando nel tempio del consumo e confondendo le regole, sognano che i consumatori possano d'un tratto chiedersi se devono comprare veramente qualcosa. Essi attingono al pozzo della conoscenza per lasciare senza eco il grosso e immotivato "comprami!" della pubblicità.

Il gioco della smania di consumo funziona particolarmente bene quando la clientela partecipa attivamente. A Utrecht un camion pieno di dolci venne svuotato e il suo contenuto completamente regalato. Azioni del genere non rappresentano alcuna critica al desiderio di consumo, ma si limitano a giocare con l'avidità consumistica della gente. Queste azioni possono contare sulla partecipazione più o meno tacita dei consumatori proprio perché si dedicano al radicale abbassamento dei costi del consumo e quindi esaudiscono il desiderio dei consumatori stessi. Il gruppo inglese King Mob è uno dei gruppi sovversivi più conosciuti tra quanti hanno operato in questo campo. Stampavano manifesti simili a quelli della pubblicità e tappezzavano i muri dei centri commerciali e dei negozi. I manifesti annunciavano un "free shopping day". Chiunque avrebbe potuto portarsi a casa gratis un carrello pieno zeppo di merce. Quel giorno i sorveglianti e il personale dei negozi ebbero il loro bel da fare per convincere gli acquirenti che avrebbero dovuto pagare. D'altronde sarebbe stato inadeguato un atteggiamento comprensivo nei confronti dei consumatori sviati in buona fede. Significativo anche un episodio avvenuto a Tolosa, durante uno sciopero selvaggio indetto dai cassieri di un supermercato che rivendicavano un aumento salariale. Nonostante gli annunci disperati diffusi dall'amministrazione attraverso gli altoparlanti, la clientela non si lasciò sfuggire l'occasione di oltrepassare la barriera delle casse con i carrelli stracolmi. Tra tutti, solo sei depositarono un assegno.

Una delle azioni più riuscite del gruppo King Mob risale a una vigilia di Natale, giorno di shopping per eccellenza. È noto come in questo periodo nei negozi regni quell'atmosfera di famiglia-amore-amicizia creata ad hoc per incentivare la propensione all'acquisto. Per King Mob Babbo Natale, ormai identificato col vendere il più possibile, doveva tornare alla sua vera vocazione, il regalare. Nella centrale Oxford Street di Londra, velocissimi attivisti vestiti da Babbo Natale regalarono a bambini e genitori merce proveniente dagli scaffali di un grande magazzino. I sorveglianti corsero

fuori e dovettero strappare i giochi dalle mani dei bambini in lacrime mentre altri si allontanavano tranquillamente col loro regalo.

Ma non solo nel periodo natalizio i centri commerciali si trasformano in templi dei regali. Ricordiamo per esempio di quel gruppo che distribuì davanti un negozio volantini ove si leggeva che le merci contrassegnate da un bollino nero erano gratis. Nella città olandese di Nijmegen persone che protestavano contro i tagli alle prestazioni sociali si impadronirono del sistema di altoparlanti di un grosso centro commerciale e annunciarono che da quel momento sarebbe stato possibile fare shopping per un'ora gratuitamente. Ancora più raffinato, poi, un volantino diffuso a Francoforte che coniugava il piacere del regalo al tema dei sofisticatissimi sistemi antitaccheggio: "Kaufhof - luogo delle esperienze. Spettabile clientela, oggi ci rivolgiamo a voi per chiedervi un insolito favore: mettete alla prova il nostro sistema di sicurezza, rubateci qualcosa!". Azioni di questo tipo sono volte a rendere visibili i metodi di controllo repressivi cui sono sottoposti gli acquirenti, tramite i quali si tende a escludere radicalmente coloro che non hanno denaro. Nel 1995 un gruppo di senzatetto di Colonia, che una pattuglia di vigilantes aveva sfrattato dal loro giaciglio davanti a un grande magazzino, si procurò vestiti buoni, tornò nello stesso posto e si spacciarono per addetti alla sicurezza: avvicinavano i passanti in giro per vetrine e li ammonivano amichevolmente, ma in maniera inflessibile, che la permanenza davanti alla vetrina era permessa solo in caso di effettivo interesse all'acquisto, e che, in caso contrario era d'obbligo proseguire. Un gruppo chiamato Black Mask inscenò a New York una speciale performance di Teatro Invisibile. Entrarono in un supermercato travestiti da cassieri, clienti e sorveglianti e nessuno riuscì più a distinguere chi era vero e chi no. In quell'occasione la merce venne sparpagliata, regalata e rubata. Quando la polizia arrivò, arrestò numerosi clienti innocenti.

Azioni che hanno un effetto particolarmente irritante sono quelle che svelano la relazione tra merce e denaro, che contrasta fundamentalmente con l'ordine dei valori capitalistici. Nell'agosto del 1967 circa quindici Yippies visitarono la borsa di New York a Wall Street e riuscirono ad attuare una messinscena che non necessita di spiegazioni. Assieme ad alcuni turisti salirono sulle tribune degli spettatori e da lassù lanciarono banconote nell'atrio della borsa: "Le telescriventi si fermarono e i brokers si lasciarono scappare grida di giubilo" (J. Rubin, Do it!). L'obiettivo degli Yippies era gustarsi lo spettacolo dei giocatori di borsa chini sul pavimento ad arraffare banconote: "Il nostro obiettivo deve rimanere un mistero. Teatro puro...Lanciare soldi sul pavimento della borsa è pura informazione. Non serve alcuna spiegazione. La dice più lunga di centinaia di saggi e trattati anticapitalisti" (A. Hoffman, The Best of Abbie Hoffman).

Mentre le forme di consumo gratuito possono apparire ai passanti un'offerta di ribellione spontanea e anarchica all'ordine e alle leggi della società mercificata, altre azioni cercano di sconvolgere l'estetica propria della merce, screditandola e rendendola inutilizzabile. Il romanzo di Julio Cortázar, Libro de Manuel racconta di un piccolo gruppo di attivisti latinoamericani in esilio a Parigi che, nei supermercati, sostituisce i pacchetti di sigarette con altri, precedentemente riempiti di spazzatura: "Quando la gente non si fiderà più delle cose semplici che compra, non crederà più a niente di quello che gli viene raccontato". I consumer surrealisten si ispirano alla pratica comune, quotidiana, di quella fascia di consumatori che, aggirandosi tra gli scaffali, lascia la merce fuori posto. Da questa abitudine hanno mutuato la pratica della sistematica dislocazione di prodotti finalizzata alla produzione di esperienze estetiche. Rimane tuttavia senza risposta il quesito sull'effettiva percezione di questa pratica da parte dei consumatori. Probabilmente questo metodo ha effetti solo sulle vene varicose e sui calli dei commessi che devono passare gran parte del loro tempo a risistemare i prodotti. Perché lo shopping diventi davvero un'avventura bisogna offrire una ponderata variazione dell'offerta della merce: lasciare spuntare una zampetta di plastica da un angolo del freezer del pollame, ornare il bancone del pesce fresco con pezzetti di spaghetti cotti (effetto verme). L'inaspettata vista di uno scarafaggio morto tra i pacchetti di riso Uncle-Bens, o di un cetriolo Safer-Sex rivestito di un preservativo, sono esperienze che rendono indimenticabile la spesa. Si riesce così a dimostrare che al momento dell'acquisto di una merce, il prodotto reale sparisce dietro alle immagini con cui è connotato nella pubblicità; l'obiettivo è rompere questa catena di associazioni e spingere a guardare i prodotti in un altro modo.

Le azioni dei gruppi di guerriglia latinoamericani ricordano invece che in molti paesi la critica al consumo di pochi implica anche il diritto fondamentale al sostentamento dei molti. Qui non si tratta di consumo, ma dei bisogni fondamentali. A questo proposito bisogna citare i sequestri di forniture alimentari, con cui i gruppi di guerriglia in Sudamerica rifornivano i quartieri poveri delle città. Per lo stesso scopo, i peruviani MRTA Tupac Amaru, in occasione di un rapimento, richiesero il pagamento del riscatto sotto forma di generi alimentari.

Durante la guerra del Vietnam diverse azioni militanti si rivolgevano criticamente alla coscienza dei cittadini delle metropoli, che a dispetto di una guerra imperialista avevano come sola preoccupazione soddisfare i propri desideri di consumo. L'incendio doloso di un grande magazzino per mano di Gudrun Ensslin, Andreas Baader e alcuni altri, rappresenta un drastico tentativo in questo tipo. Volevano dimostrare che l'attacco al consumo simboleggiato dal negozio in fiamme suscitava molta più rabbia e sdegno delle centinaia di villaggi incendiati in Vietnam. Tuttavia bisogna chiedersi se il moralistico "Lì muoiono persone, e tu compri" di coloro che incendiarono il magazzino fu effettivamente percepito. Il contrasto tra lo sdegno per il negozio in fiamme e l'indifferenza per i morti in Vietnam era già stato tematizzato a livello mediatico in modo efficace dalla Kommune 1 con il cinico volantino "Burn, warehouse, burn!" e durante il successivo processo. La maggior parte delle azioni di guerriglia rivolte al consumo nelle metropoli mischiano forme di comunicazione-guerriglia con atti di sabotaggio. Esse non intendono difendere un'etica della rinuncia e, come i politici, esortare a stringere la cinghia; ma poi si oppongono per lo più alle regole del gioco del consumo come ingranaggio fondamentale del capitalismo. Spesso si tratta di azioni che esortano alla partecipazione, che fanno ai clienti un'offerta immorale: offendi le regole del consumo, sii anarchico, prendi quello che desideri e non quello che puoi pagare. Gli Yippies dissero a questo proposito: "Do it!".

Il crossdressing è sovversivo? Chiedilo al tuo parrucchiere

Uomini che fanno le donne sono da molto tempo una presenza fissa sui palcoscenici o in altre occasioni prestabilite. Si pensi a quelle lei, abbigliate e agghindate in modo appariscente, che reclamizzano prodotti alimentari come latticini o marmellate: si vede benissimo che sono uomini. Lo stesso dicasi per le bellezze che affollano alcuni spettacoli di varietà. Non vi è nessuno dubbio sul loro sesso: tutti sanno con certezza che il seno non è autentico e che solo grazie a uno slip contenente è possibile indossare abiti attillati senza mostrare dossi all'altezza dell'inguine. Fino a quando situazioni del genere avvengono a teatro, al cabaret o nei club di fronte a un pubblico eterosessuale, il fatto che i protagonisti siano con ogni probabilità omosessuali o trans risulta esotico e neutralizzato con certezza nell'ambito dell'altro. L'identità dello spettatore non viene mai messa in discussione. Può succedere che lo stesso spettatore che alla sera, nell'ambito ritualizzato di una performance, si lascia carezzare il mento da una drag queen, il giorno dopo maltratti un collega omosessuale.

L'idea di sessualità viene ancor meno intaccato quando, per la festa della società calcistica, i ragazzotti di una squadra organizzano un balletto e si esibiscono in gonnellina bianca, o quando per carnevale ci si fa prestare il reggiseno dalla fidanzata/madre/moglie e lo si riempie con gomitoli di lana. Ciò diverte perché si sa che, alla fine dello spettacolo, gli interpreti si libereranno del travestimento con un'accresciuta consapevolezza della propria virilità. Travestiti da donna sono buffi, perché è buffo il tradizionale cliché sulla donnetta isterica dalla voce stridula. Anche nel cinema, gli uomini travestiti da donna godono di una grandissima popolarità. Invariabilmente, il gioco della confusione si risolve in compiacimento eterosessuale. Per esempio, in Tootsie, la sedicente donna conquista il cuore degli amati, non appena si rivela uomo. A qualcuno piace caldo di Billy Wilder costituisce un'eccezione alla noiosa regola secondo la quale alla fine tutto deve ri-conformarsi alla normalità sociale. Il milionario protagonista, quando scopre che la donna di cui è innamorato è in realtà un uomo, annuncia che questo non lo disturba e che lui l'ama lo stesso, e se ne vanno insieme in barca...

Fino a quando è palesemente inequivocabile dove e quando finisce il giochino, il capovolgimento dei ruoli sessuali porta al rafforzamento degli stereotipi anziché a stati di crisi, inquietudine e incertezza.

Il tutto sfuma ulteriormente nel contesto della prostituzione. Qui non vi sono solo uomini che vogliono provare l'avventura dell'amore a pagamento con i travestiti, ma ci sono anche drag queens che mirano a sedurre uomini eterosessuali facendosi passare per donne. Questa zona grigia del tabù morale è un campo che anche per i pretendenti rappresenta l'altro, il segreto, insomma ciò che è nascosto nella vita normale. Quand'anche sorga confusione, turbamento, rimane un'esperienza separata dal quotidiano e perciò non porta necessariamente a ulteriori processi conoscitivi sul genere.

L'utilizzo di modelli comportamentali e convenzioni di abbigliamento tipici del sesso opposto è divenuto, soprattutto nell'ambiente omosessuale-lesbico, un importante mezzo di espressione. Qui si è notevolmente sviluppato il gioco con gli stereo tipi, inteso non come uno show da palcoscenico, ma come una pratica quotidiana: si delineano effettivamente forme di autorappresentazione che confondono, ri(s)combinano e trasferiscono in altri contesti, modelli comportamentali specificamente sessuali basati sull'obbligo dell'eterosessualità.

"Boys will be girls and girls will be boys". Quando non è la biologia a vincolare le donne a un'esistenza da donne e gli uomini a un'esistenza da uomini, quando la categoria sociale "genere" esiste veramente solo nella grammatica culturale, allora ciascuno può scegliersi il sesso a seconda delle proprie inclinazioni, desideri e convenienze.

Ma il genere è più di un'imposizione modificabile a piacere: esso è un essenziale principio ordinatore della società sempre imposto con la forza. La divisione del lavoro in base al sesso, il corso della vita, la produzione e l'assunzione di identità, competenze, e responsabilità, acquisizione e perdita del potere, tutto ciò è strutturato in gran parte in base al genere. Gli sforzi con i quali questo principio ordinatore viene continuamente fissato nei differenti ambiti sociali ne sottolineano l'importanza. Il sistema fiscale funziona in base alla famiglia nucleare e punisce coloro che non rientrano in questo modello. Ogni cerimonia nuziale rappresenta, in modo più o meno sviluppato e nonostante tutte le eventuali anomalie e trasgressioni, un'esplicitazione dei rapporti tra i generi, ogni matrimonio si inserisce nella catena infinita delle rappresentazioni del genere. Anche il genere è uno spazio di intervento per la comunicazione-guerriglia, proprio perché esso è un principio ordinatore centrale della maggior parte delle società attuali.

Esistono molte possibilità di intervenire nel sistema dei rapporti tra i generi: nella divisione del lavoro, nella pianificazione della vita, nei progetti di carriera e nell'apprensione per i figli, nell'orientamento sessuale, nei cambiamenti della composizione di genere nel settore dei servizi (come per esempio l'abbigliamento o il linguaggio del corpo).

Forme addolcite di crossdressing sono da tempo parte costitutiva della moda di tutti i giorni: dagli anni Venti le donne hanno conquistato una serie di forme di abbigliamento tipicamente maschili. Proprio attraverso il contrasto tra abbigliamento maschile e accessori femminili (il rossetto, l'acconciatura o i gesti) ogni donna può accentuare la sua attrattiva sessuale nei confronti del sesso opposto. Marlene Dietrich rimane una donna; il suo fascino deriva proprio dal contrasto prodotto da un paio di pantaloni maschili indossati da una donna. Anche nella moda maschile si può osservare un incremento delle tonalità pastello, dei capelli lunghi curati, dell'uso di profumo e gioielli. Ma perché gli uomini non si sono ancora appropriati di gonne e abitini?

A prescindere dai quesiti teorici, è facile constatare che vengono sottoposte a discriminazioni e provvedimenti repressivi soprattutto quelle persone le cui pratiche sessuali non corrispondono alle convenzioni egemoniche dell'eterosessualità; non per niente omosessuali e lesbiche appartengono ai gruppi sociali più spesso esposti ad attacchi reazionari. Questo è evidente se si guarda alla divisione specificamente sessuale dei compiti, con le sue relative gerarchie, e al disprezzo sociale di persone che cercano di sottrarsi a una collocazione normale: il sesso, in quanto parte costitutiva della grammatica culturale, non è il piacere privato del singolo, ma una categoria politica essenziale per il funzionamento della nostra forma di società. L'eterosessualità e tutte le conseguenze che comporta (come la famiglia nucleare, la divisione sessuale del lavoro e il sessismo) rappresentano una

struttura fondamentale per la stabilizzazione dei rapporti. Tuttavia, di ciò si sono interessati finora quasi esclusivamente i movimenti degli omosessuali o delle lesbiche, la Queer Politics. Ma anche qui il crossdressing non è stato compreso immediatamente come atto politico. In occasione di manifestazioni, quali il Christopher-Street-Day o il Queen Theater, il crossdressing rappresenta uno dei metodi fondamentali per mettere in dubbio e prendersi gioco degli stereotipi sessuali. La candidatura alla carica di sindaco di Chicago nel 1991, per la prima volta, di un esponente del Queer Nation suscitò confusione non solo tra gli eterosessuali. Joan Jett Black si presentò infatti agli elettori come drag queen e non come uomo che annunciava una campagna inflessibile contro la sottomissione degli omosessuali. Anche i quotidiani omosessuali ignorarono completamente il suo slogan elettorale: "Putting camp into the campaign" (camp è il nome di una particolare categoria estetica incline al pacchiano, che ha significato soprattutto per la scena omosessuale). Molti ritennero che la campagna fosse troppo esuberante, troppo esaltata e che discredittasse gli obiettivi seri e le richieste degli omosessuali e delle lesbiche.

Bisogna inoltre sottolineare che molti più uomini si travestono da donne, che viceversa. Ciò si spiega col fatto che la sessualità delle donne, nel generale discorso sessuale dominante, è di gran lunga più evidente. Un uomo può facilmente rappresentarsi come donna aggiungendo alcuni attributi al suo solito comportamento: bastano il rossetto, una gonna e un leggero ancheggiare. Per le donne invece travestirsi è più difficile, anche perché per loro i vestiti maschili non rappresentano quasi più un tabù. Se esse abbandonano le forme tipicamente femminili dell'autorappresentazione e acquisiscono forme di abbigliamento e comportamento maschili, non ne risulta l'immagine di un uomo, casomai di una donna poco attraente, perché l'unico chiaro segno distintivo del sesso maschile è la barba.

Nonostante alcune difficoltà di realizzazione, il crossdressing si rivela un'importante pratica di comunicazione-guerriglia nel quotidiano, perché mette radicalmente in dubbio idee inconsce e stereotipate, non solo per il pubblico, ma anche per coloro che osano giocarci.

## Textual Poachers

### Cacciatori di frodo nel groviglio testuale

James T. Kirk [T. come "Tomcat"(8)], capitano dell'Enterprise, uomo per eccellenza, al comando della flotta stellare più giovane di tutti i tempi, deve affrontare un problema di orientamento sessuale e solidarietà umana: Kirk e Spock sono atterrati su un pianeta deserto, quando Spock viene assalito dal Pon Farr, la mortale febbre da accoppiamento vulcaniana.

Se non si procura immediatamente uno sfogo sessuale a colui che ne è affetto, la morte è inevitabile. Lentamente e contro voglia Kirk riconosce di poter salvare il suo amico solo mettendosi a sua disposizione come partner sessuale: "Nessuno ti obbliga a provare piacere", dice a se stesso quando passa all'azione. Ma la soluzione del problema non è così semplice: Spock si oppone, si irrita per l'offesa di Kirk alla sua sfera privata finché egli, alla fine, si arrende alla sua ragionevole saggezza, ai suoi desideri e alla sua gioia. "Il sollievo lo inondò e Kirk si fermò per un momento, tenne Spock nella sua mano senza osare guardarlo. Senza dirselo, entrambi sentivano che avrebbe funzionato". Spock sopravvive, Kirk sopporta il tutto (o era qualcosa di più che sopportabile?) e entrambi ritornano sull'Enterprise. In seguito Kirk viene tormentato da fantasie sessuali e Spock arriva, analizzando lo sperma di Kirk ("Affascinante, capitano"), a esprimere spontaneamente il proprio sentimento.

Le prime e ancora molto caute storie-slash (più precisamente descrizioni di sentimenti omosessuali e outing degli eroi sovrumani delle serie televisive) appaiono nei primi anni Settanta, quando i fan cominciano a sospettare che Kirk e Spock provino molto di più l'uno per l'altro di quanto provino per le donne volubili che sfiorano la loro vita negli episodi originali. I fans scrivono sceneggiature ad hoc, in cui situazioni di crisi esistenziale fanno da sfondo "alla prima volta". Gli slashes nascono all'interno di una diffusa fan culture sviluppatasi negli anni Settanta negli Stati Uniti, che ha dato vita a numerosi club e fanzines. Per l'opinione pubblica americana i fans sono decerebrati maniaci

del consumo, capaci di comprare qualsiasi cosa rechi l'etichetta del loro programma preferito, creature emotivamente immature incapaci di distinguere tra realtà e finzione.

Un'interpretazione alternativa a quella di inebetiti tele-dipendenti parte invece dal presupposto che nelle storie e nei personaggi dei telefilm si celi un immenso potenziale sovversivo, che cambierà radicalmente il mondo e la fruizione dei media negli Stati Uniti. Ma anche questa posizione euforica va presa con beneficio d'inventario. Una terza versione parte dal presupposto che l'effetto delle serie televisive dipenda dall'approccio dei loro spettatori. Parafrasando il De Certeau di *Arts de Faire*, possiamo dire che la lingua della classe dominante porta avanti una marcia trionfale, occupa militarmente l'esistente fino alle più remote brughiere, ma nel fare ciò cade nella trappola della sua stessa conquista, poiché avanzando con troppa sicurezza non s'avvede delle sabbie mobili rappresentate da altre possibili pratiche. I soggetti non si costituiscono come individui chiusi, esperienze frammentarie e differenti aprono loro l'ingresso a diversi codici semiologici e campi di significato. Da ciò si spiega non solo come nascano i differenti modi di lettura dell'ambiente (in questo caso, delle serie) ma anche i differenti modi di ricezione a cui le nuove interpretazioni vanno a loro volta incontro. I textual poachers davanti alla televisione non leggono il testo principale (tendenzialmente eterosessuale/asessuato), ma leggono il sub-testo omoerotico e lo trasformano in nuovi racconti.

I primi slashes incontrano resistenza all'interno della fan culture e vengono considerati "character rape" di basso livello, violenza verso la necessità dei fan di identificarsi con i loro idoli. La discussione proseguirà per anni, segno che i textual poachers, con le loro elaborazioni creative, toccano un punto nevralgico e provocano così un durevole effetto sulla cultura dei fans e sui concetti di identificazione. Mentre i piccoli trucchi e le pratiche quotidiane del riutilizzo sono difficilmente comprensibili, con i textual poachers si è andata formando una cultura del détournement e dell'elaborazione di temi e personaggi delle serie esplicitamente tangibile. Gli slashes vengono composti e selezionati soprattutto da donne, che elaborano immagini del corpo e della sessualità viste al femminile, trovando nello straniamento della letteratura popolare, così come nell'utilizzo di protagonisti maschili, un linguaggio per le loro idee e fantasie erotiche. Il potenziale utopico di questi testi pornografici sta nel fatto che vengono superate le rappresentazioni reazionarie e sessiste, tipiche dei prodotti tradizionali di questo genere. Al posto del sesso violento, la reciprocità, la sensibilità e la tenerezza divengono elementi centrali della descrizione erotica, come in una sequenza con i bulli della serie *Starsky & Hutch* che in una scena intima godono il dolce sentimento: "L'avvolsero braccia flessibili e morbide come seta. Hutch aprì gli occhi verso la luce del sole riflessa dall'acqua, calore vicino a lui, sotto di lui... Si baciarono prima di dire una sola parola".

Le storie di erotismo omosessuale degli idoli dei telefilm infrangono la norma dell'eroe eterosessuale e sviluppano immagini contrarie alle forme più repressive dell'identità sessuale. Immaginando alternative agli attuali rapporti sessuali, esse rappresentano un contrasto tanto provocante quanto pieno di godimento con immagini di corpi e assegnazioni di ruoli. Non è mai precisamente rintracciabile in quale modo il riutilizzo e le usurpazioni vengono nuovamente interpretati. Ma è possibile descrivere la normalità, il discorso egemonico. E quando questo viene forzato attraverso tali interventi, si crea spazio per le interpretazioni dissidenti e per la messa in questione della stessa normalità.

Happening e Teatro Invisibile.

Appropriazioni dello spazio pubblico

Il teatro invisibile e l'happening sono forme politiche di intervento che trasformano, nei modi più svariati, lo spazio pubblico in palcoscenico. Entrambi si servono di elementi teatrali, ma mentre il teatro invisibile nella maggior parte dei casi viene messo in scena di nascosto, gli happening prendono apertamente in prestito elementi come maschere, palcoscenico, oggetti di scena ecc. dal patrimonio del teatro. Entrambe le forme partono dal fatto di compiere iniziative nello spazio

pubblico, utilizzandolo come spazio di azione.

La rivoluzione-happening è teatro di strada!

Negli anni Sessanta gli happening assunsero il significato di azioni politiche di massa tese a screditare i rigidi rituali delle manifestazioni dei partiti. La rottura delle strutture sociali trovò negli happening un'adeguata forma di azione politica. L'Internazionale Situazionista e gli Yippies praticavano molteplici forme di happening quali l'intervento simbolico, le azioni di disturbo, i sit-in ecc. Negli anni Settanta gli happening vennero portati avanti soprattutto dalle fila dell'Autonomia italiana e poi, dal movimento dell'81 a Berlino, come SpaBguerilla.

Fin dai suoi primordi l'happening è stato strettamente collegato a forme di azione artistiche e a forme sperimentali di teatro. L'idea principale era la trasgressione dei comportamenti imposti. Ma mentre nell'ambito artistico e teatrale spesso si pensa alla violazione più in senso esistenzialistico o metafisico (Bataille, Artaud, Beuys, Nitsch), nel caso dell'happening politico si tratta della violazione delle norme sociali e del discorso egemonico in un'azione concreta: fare quello che non si può fare. Inoltre, gli happening si articolano sempre anche in una critica all'idea borghese di sfera pubblica e del cosiddetto libero scambio di opinioni tra liberi individui. A ciò essi contrappongono l'agitazione diretta volta al confronto, la discussione arguta e provocatoria sullo spazio pubblico nel quale possono avere luogo i contrasti sociali. Gli happening offrono la possibilità di eliminare per un momento la divisione dei ruoli tra attori e pubblico, il rituale dell'oratore e quello dell'ascoltatore; insomma l'azione contrapposta alla passività. Essi rovesciano per un momento la grammatica culturale dello spazio pubblico, rendendo così possibile una divertente forma di confronto con il potere.

Per l'happening sono più importanti i riferimenti alla realtà locale piuttosto che a grandi analisi politiche. Si cerca di conquistare o difendere spazi sociali specifici (quartieri, università, case occupate ecc.) e mezzi di comunicazione senza copiare le forme autoritarie o burocratiche. Si cerca di difendere luoghi potenzialmente sovversivi dentro spazi cittadini destinati ad altro, urbanizzati. Contrariamente alle rappresentazioni di teatro Agit-Prop, gli happening non parlano un linguaggio esplicito. La differenza tra un testo esplicitamente argomentativo finalizzato alla persuasione e un indiretto ed empirico agire dialogico si può rinvenire chiaramente nella pratica Yippie del lancio delle torte. C'è una bella differenza tra il lancio di pomodori o uova marce sulla testa di un politico e una bella torta di panna e fragole spiaccicata in faccia e che magari finisce anche in bocca! Mentre i pomodori e le uova sono critici, le torte sono comiche! Solo in determinati contesti e su bersagli adeguati queste ultime esprimono il loro potenziale politico e sovversivo.

Ma chi o cosa determina il successo di un happening? La conquistata notorietà, il numero di persone coinvolte, la sua effettiva riuscita o eventualmente altri effetti raggiunti? Poiché in una minoranza di casi si producono effetti misurabili, il valore politico di tali azioni è spesso discutibile. Gli happening sono politica simbolica e sarebbe sbagliato valutarli sulla base delle loro conseguenze reali. Non si tratta insomma di risultati materiali. Gli happening agiscono fondamentalmente su un altro piano. Essi si servono di uno spazio o di una situazione politicizzata e la rielaborano per mezzo di diverse tecniche di comunicazione-guerriglia.

Se azioni simboliche abbiano senso politicamente o servano solo alla propria messinscena lo si può cogliere solo nel contesto del momento cioè nelle circostanze in cui vengono introdotte o nella loro capacità di autorappresentazione. Come gli atteggiamenti possano funzionare bene, ma anche in modo ambivalente lo mostra l'esempio degli Yippies statunitensi che, da rigorosi seguaci di Marshall McLuhan, anteposero l'azione a qualsiasi messaggio contenutistico nei mass media. Essi arrivarono a negare a se stessi l'efficacia della conoscenza cognitiva e dell'intervento informativo linguistico. Nel 1967 cercarono di sollevare il Pentagono con la telecinesi allo scopo di una "Rivoluzione delle teste" psichedelico-spirituale che doveva al tempo stesso risolvere la questione del potere politico. Questo messaggio non venne diffuso in modo esplicativo, ma messo in scena per gli interessati e per i (tele)spettatori in forma di happening.

## Primo maggio a Tübingen

Ogni anno, nella notte del primo Maggio, a Tübingen ha luogo un insolito rituale primaverile. Le Burschenschaften (9) eseguono il Maisingen [canto al Maggio]. Alla sera, gli appartenenti a queste associazioni maschili si riuniscono nelle case di proprietà delle associazioni stesse. Poco prima di mezzanotte, dopo la sbronza rituale, armati di fiaccole rifinite con sottobicchieri da birra, si dirigono in processione verso la centrale Holzmarkt, piazza dominata dalla Stiftskirche. Del loro abbigliamento dal gusto antiquato colpiscono soprattutto i berretti colorati, i nastri attaccati al petto e i piccoli pezzi di corda attaccati al cinturino dei pantaloni. Dopo aver preso posizione davanti alla chiesa, cantano tre canzoni: una latina, un'ode alle gioie della vita da studente ("Il maggio è arrivato") e una che si riferisce alla fallita rivoluzione del 1848 ("I pensieri sono liberi"). Ma è risaputo che ascoltarli cantare dall'inizio alla fine è pressoché impossibile. Infatti fa ormai parte del rituale anche l'arrivo quasi contemporaneo di esponenti della sinistra di Tübingen e altri curiosi il cui fine è disturbare, talora in modo violento, la manifestazione delle conservatrici Burschenschaften, comunque sempre con una colonna sonora adatta, che spazia dal tambureggiar di pentole all'Internazionale. Dalla metà degli anni Ottanta, un massiccio schieramento di polizia impedisce che la manifestazione sfoci nella violenza.

I tutori dell'ordine creano tra i due gruppi un ampio spazio vuoto e tengono i Burschen al riparo da uova marce e con simili sgradevolezze. Tuttavia la contrapposizione dei due gruppi avversari ha conservato il carattere di una gara di esibizione. Questo rituale annuale è molto famoso. Ultimamente si presentano sempre più spesso truppe televisive, nella speranza di poter riprendere immagini spettacolari.

La coreografia dell'Holzmarkt di Tübingen alla luce delle fiaccole a mezzanotte viene normalmente curata dalle Burschenschaften e dalle forze armate di Stato. Conformemente alla divisione dei ruoli stabilita dall'ordine giuridico, essi sono gli attori, mentre gli altri assumono il ruolo di spettatori. E' vero che questi ultimi di solito riescono a caratterizzare acusticamente la piazza, ma l'avvenimento e il territorio visuale rimangono saldamente nelle mani delle Burschenschaften, spalleggiate dalla polizia. Nel 1995 il rituale si svolse in forma leggermente diversa.

Restano tuttora ignoti i promotori delle numerose iniziative che già suscitavano scalpore nei giorni precedenti alla manifestazione. Per prima cosa fu diffuso un comunicato di un dipartimento dell'Università di Tübingen, notoriamente dominato dalla destra, che con il motto "Attivi a Maggio - forti per il semestre", invitava al "Primo concorso di nastri e berretti di Tübingen". Chi consegnava il maggior numero di nastri e berretti dell'uniforme delle Burschenschaften avrebbe vinto un premio. Malgrado le numerose felicitazioni per tale risoluta entrata in scena, la facoltà prese le distanze dall'iniziativa.

Anche altri gruppi si impegnarono a produrre fakes. Qualcuno organizzò una tavola rotonda tra Walter Jens, tuttologo, professore a Tübingen, liberale di sinistra e Graf Vitzthum, professore di giurisprudenza e candidato conservatore alla presidenza dell'Università. Una Verbindung, la Verein Deutscher Studenten [Associazione degli studenti tedeschi] avrebbe organizzato per la sera del Maisingen una conferenza dal titolo "Soldati tedeschi: assassini e stupratori?". Gli interessati attesero invano che venissero aperte le porte dell'aula magna. Anche alcune lettere di appartenenti alle Burschenschaften erano sicuramente fakes.

Poco prima di mezzanotte, sull'Holzmarkt l'atmosfera era tesa, esplosero un paio di botti ed era percepibile un'aggressività latente. Proprio mentre le Burschenschaften si accingevano a cantare, sulla parete della Stiftskirche, di traverso sopra la piazza, apparvero diapositive sbiadite e, contemporaneamente, un allegro brano per pianoforte di Chopin invase acusticamente la piazza. Le immagini non erano immediatamente riconoscibili. Vigorosi atleti, l'ex-nazista e presidente dell'associazione federale degli industriali tedeschi Schleyer (purtroppo morto) che tiene un discorso, uomini e criminali di guerra nazisti. Comparve anche la scritta: "Le associazioni hanno una tradizione. La loro fine anche" con accanto un orribile boia sghignazzante che porge loro il cappio davanti alla gola. Il Comitato di Salute Pubblica di Tübingen si offriva di porre fine alla

tradizione: "Aiutiamo volentieri, contattateci". L'interesse della folla si sposta. Le teste si girano. Si scorgono sorrisi sui volti. Solo, pochi fanno ancora attenzione al gruppo di uomini con le fiaccole, che adesso sta in disparte all'altro lato della piazza.

Alla fine della proiezione di diapositive le associazioni studentesche ritentano di cantare, ma sull'Holzmarkt presidiata dalla polizia, partono a tutto volume le note di Conquest of Paradise di Vangelis, la melodia, utilizzata da inno per l'entrata sul ring di Henry Maske, campione di box della Germania Est. La musica è ampollosa, patetica, questa sera sembra perfino fascistoide. L'emblema del Comitato di Salute Pubblica, la ghigliottina, accompagna il motto dell'azione: "Vantaggio attraverso la tecnica".

Di colpo sulla piazza blindata appaiono dodici giovani nudi; nessuno sa da dove vengano. Prendono posizione sulla scalinata della Stiftskirche sotto il cosiddetto portale della sposa e ondeggiano, agitando le braccia in aria; alcuni reggono striscioni che mostrano prima agli studenti e poi alla folla di spettatori, su cui si legge: "Riconciliatevi. Tübinger Stadtmission" [Opera pia di Tubinga] e "Gesù ama tutti noi". La polizia cerca di tenerli lontani dalle Burschenschaften. Ma nessuna forza al mondo può fermarli ora. Le Burschenschaften non sanno cosa stia succedendo e già da un po' non cantano più. Alcuni, incolleriti, cercano di scavalcare le transenne e si dimostrano particolarmente violenti. La polizia li trattiene. Altri ridono, intonano Vangelis. Ma cosa sta succedendo veramente? I dodici discepoli del Signore fungono da personale di terra di Dio e distribuiscono trattati cristiani ai poliziotti e alle Burschenschaften. Poi si ritirano lentamente attraversando la piazza. I poliziotti assicurano in modo esperto la ritirata. Gli uomini nudi si muovono, sempre salutando le associazioni studentesche, tra la folla di spettatori, superano lo sbarramento e vengono innalzati dalla folla sul bordo della fontana in fondo alla piazza, dove sventolano le braccia dietro i loro striscioni e intonano una moderna canzone cristiana. Durante l'esecuzione di "Il cielo sorge sopra tutti", ancora una volta vengono proiettate le diapositive di criminali di guerra tedeschi. Nel frattempo è passata la mezzanotte. I Burschen si ritirano, alcuni canticchiano quasi di nascosto la melodia di Conquest of Paradise. In un battibaleno la polizia smonta le transenne. La folla si sparpaglia sull'intera Holzmarkt. Da una strada laterale si sente musica techno. Un camion circondato da una nebbia rosa e da figure in movimento entra nell'Holzmarkt e si aggira tra la folla sulla strada principale e, dopo aver attraversato la zona pedonale, svolta in direzione Sudhaus dove nella notte si terrà un rave del Comitato di Salute Pubblica: "Vantaggio attraverso la techno". L'intervento del Comitato di Salute Pubblica di Tübingen ha alquanto sminuito il significato dell'evento: l'autorappresentazione delle Burschenschaften si è alla fine rivolta a loro sfavore. Lo spazio tradizionalmente concepito come palco per il Maisingen si è trasformato nel luogo di un happening non immediatamente decifrabile, ma divertente e attuato con i più svariati mezzi artistici: performance, immagini/proiezioni di diapositive/collage/suoni/musica. In una parola, arte nell'epoca della riproducibilità tecnica: immagini e musiche già circolanti vengono combinate in modo nuovo. Perciò questa volta lo slogan "Vantaggio attraverso la tecnica" ha un modo di realizzazione piuttosto diverso: per mezzo di proiettori automatici di diapositive si possono oltrepassare le transenne della polizia, e proiettare immagini sulla parete della chiesa inaccessibile. Potenti casse di altoparlanti hanno gioco facile contro un paio di cantori del maggio. Potenti fari orientabili attirano lo sguardo dello spettatore lontano dalle fiaccole, sugli uomini nudi dietro gli sbarramenti. Qui finisce tuttavia il gioco del virtuale, poiché gli uomini sono veri. Per portarli sulla piazza, come anche per l'installazione della tecnologia, è necessario conoscere molto bene i luoghi. Si narra che non sia stato facile trovare dei coraggiosi per questo compito. Gli autonomi esperti in battaglia di solito non ci stanno. Non si sentono sicuri nell'entrare disarmati nell'arena.

Il contesto del confronto tra associazioni di sinistra e associazioni conservatrici-reazionarie in uno spazio pubblico ritualizzato, di destra, viene straniato per mezzo di un happening. Questo provoca confusione. Studenti delle Burschenschaften ridono della brutta figura nel posto sbagliato, cantano e partecipano a una manifestazione dei loro avversari politici. Spettatori venuti appositamente per l'appuntamento di maggio si trovano a ridere insieme al Comitato di Salute Pubblica, pur non potendo assolutamente concordare con alcuni dei contenuti politici delle diapositive. Il riso va in parte ricondotto a un esteso disprezzo per le Burschenschaften ma anche al divertimento

per lo spettacolo. Tuttavia, manca ancora un elemento: il contrasto tra i tipi di virilità materializzatisi nella piazza. I corpi di uomini formati e uniformati attraverso nastri e cappelli (che riescono a dare anche al viso più infantile un mento duro e una voce roca): le spalline dei poliziotti, i manganelli, i fondi dei calzoni senza tasche, le gambe larghe, la posizione eretta, ma anche il barcollare da ubriachi, tutto ciò contrasta con l'insolita visione di uomini nudi. "Non furono mai più così belli". Nello scenario notturno-romantico della medioevale Holzmarkt, sono stati un commento ironico, davanti al quale i cantori e i loro difensori sembravano dei poveretti. Gli striscioni hanno fatto proprio il pathos della musica. La citazione biblica, associata alla melensa colonna sonora, è stata esaltata dall'insolita nudità. Quasi nessuno s'immaginava che l'appello alla riconciliazione fosse preso tanto sul serio. L'intera scenografia è sprofondata nel ridicolo. Malgrado ciò, molte persone a Tübingen crederanno a lungo di aver visto dodici veri adepti di una setta cattolica mobilitarsi per l'occasione.

### Keep invisible! Teatro invisibile e prassi politica

Spesso si è utilizzato il teatro in contesti politici. Mentre il teatro Agit-Prop introduce la forma ludica come veicolo di un messaggio chiaro e nettamente formulato, i mezzi di espressione teatrale collegati alla comunicazione-guerriglia cercano di rendere manifeste le spontanee possibilità di evoluzione di una situazione e rendere permeabile il confine tra attori e spettatori. Un'importante forma di recitazione è in questo senso il Teatro dell'oppresso, nato nei paesi sottosviluppati. Si tratta di una forma di informazione per nulla saccente o presuntuosa. Il Teatro dell'oppresso cerca di mostrare praticamente, col linguaggio del teatro, una pratica migliore, almeno temporaneamente libera dal dominio, paritaria e vivace. Augusto Boal, uno dei fondatori di questo metodo, scrisse nel 1978: "Il Teatro dell'oppresso intende rendere visibile la sottomissione". In questa forma di teatro interattivo le scene vengono più volte ripetute e modificate seguendo le indicazioni e l'intervento degli spettatori. Ne risulta non solo la possibilità di mostrare la sottomissione, ma anche di rendere pensabile e plausibile, in modo giocoso, il superamento dei rapporti di sottomissione. Come nel teatro vero, gli attori recitano ruoli preparati in precedenza. L'obiettivo principale è far diventare il presunto spettatore (l'essere passivo, l'oggetto) protagonista dell'azione, quindi il soggetto dell'evento libero di agire in modo indipendente. Gli spettatori sono comunque liberi di decidere se vogliono partecipare (e quindi divenire coattori) oppure no.

Mentre il Teatro dell'oppresso rientra nell'ambito della comunicazione-guerriglia, perché confonde l'assegnazione dei ruoli e perché i contenuti recitati servono a promuovere la conoscenza di una forma di comunicazione creativa, il teatro invisibile rimane comunque la forma più usuale di comunicazione-guerriglia. Quest'ultima forma di teatro rende gli spettatori talmente partecipi di un'azione, che essi non capiscono nemmeno di essere coinvolti in un contesto prefissato. In ogni caso, quando i guerriglieri della comunicazione si servono di questa tecnica, i loro obiettivi non sono gli stessi del Teatro dell'oppresso. Non intendono soltanto tematizzare situazioni di sottomissione. Il teatro invisibile mette in scena teatralmente, in modo mirato, alcune situazioni il cui spazio e tempo vengono determinati dagli attori. Ci si può appropriare di temi attuali, ma bisogna far sì che interessino gli spettatori, che suscitino stupore e nel migliore dei casi stimolino processi di pensiero. Lo scopo è far intervenire gli spettatori, spingerli ad agire contro la sottomissione o anche metterli di fronte alla propria passività e indifferenza. Agli attori spetta il ruolo di stimolatori. Danno inizio a un tema e lasciano proseguire l'opera agli spettatori, fino a quel momento disinteressati. Nel caso del teatro invisibile gli attori hanno la possibilità di agire attivamente, di scegliere temi importanti a piacere e spostare, trasformare situazioni quotidiane. Non solo si può utilizzare lo spazio pubblico come un palcoscenico su cui rappresentare il proprio lavoro, ma si possono anche reinterpretare creativamente pezzi già recitati altrove: per esempio, nel caso di una qualsiasi manifestazione (manifestazioni politiche, cerimonie, riunioni...), le forme del teatro invisibile rappresentano disturbi adatti o ridefinizioni antagoniste della messinscena. In questi casi le forme del teatro invisibile possono agire come una sorta di mimetismo comunicativo. Inoltre,

i comportamenti assunti (diversamente dalla messa in scena di situazioni) non devono essere assolutamente realistici (cioè in ottemperanza alle regole della grammatica culturale). Gli attori possono assumere anche ruoli che sono completamente in contrasto con ciò che ci si aspetta (per esempio a causa del loro aspetto).

Inoltre, si possono ottenere effetti simili a quelli che in psicologia si chiamano "interventi paradossali". Un esempio: l'azione di disturbo non consiste nel lancio di uova o pietre sul Signor Cancelliere, ma in un ripetuto, incessante applauso. Ma, poiché egli non è abituato a riceverli da punk e capelloni, sarà subito lampante che qualcosa non funziona e probabilmente si verificherà un solerte intervento del servizio di sorveglianza in sala teso ad allontanare la gente, solo perché ha applaudito troppo calorosamente.

Nel caso del teatro invisibile della comunicazione-guerriglia, le forme non devono adeguarsi, come accade nel Teatro dell'Oppresso, al classico gioco teatrale, ma rimandare al repertorio dell'arte d'azione e degli happening. Esse possono smascherare, esagerare, rendere insicuri, importunare, trasmettere sentimenti, suscitare smarrimento e fastidio, provocare determinate reazioni. Il teatro invisibile viene recitato in pubblico; non esiste scena, il tutto ha luogo laddove è possibile. E' molto importante che la scena riconoscibile del teatro venga percepita in modo completamente diverso, cioè come un'apparente situazione quotidiana. Il teatro invisibile è un tentativo di sfuggire all'insignificante ("E' solo teatro"). Perciò ogni azione, ogni rappresentazione deve essere simile a un fake in modo tale che non possa essere riconosciuta subito come tale dagli spettatori "profani". Nel momento in cui gli estranei realizzano che è tutto una messinscena, l'azione si annulla. Se solo alcuni attori (e quindi non tutti) vengono smascherati durante un'azione, essa può continuare ad avere un senso. Probabilmente si può raggiungere l'obiettivo solo quando gli spettatori e il resto degli attori si occupano insieme della situazione dello spettacolo.

Il teatro invisibile rende possibile una relazione con le situazioni di conflitto discriminanti, nella quale possono venire scelti ruoli liberi come per esempio quelli del cittadino indignato, che chiede a voce alta se il signore che disturba non sia stato educato da piccolo, o anche dimostrazioni di approvazione ad alto volume, che sono così esagerate, da indurre lo spettatore a opporsi. Quando il teatro invisibile viene introdotto con l'obiettivo di calare le persone in situazioni nelle quali si manifestano chiaramente rapporti sociali di sottomissione, è particolarmente importante una regia previdente. Anche se le reazioni degli spettatori e dei potenziali partecipanti sono in gran parte imprevedibili, è importante discutere in precedenza il processo che si svolgerà e riflettere sulle diverse forme di relazione. Bisogna garantire l'emergere del messaggio previsto, se è necessario anche senza la collaborazione degli spettatori che non sono al corrente. In nessun caso una tale situazione può essere messa in scena semplicemente nella speranza che le persone si comportino nel modo giusto.

La regola generale è: la reazione degli spettatori che gli attivisti si aspettano deve essere riscattabile individualmente. Quando si inscenano situazioni di sottomissione, in caso di emergenza, gli attori devono mostrare possibilità di contrasto. Altrimenti una tale azione produce nel peggiore dei casi non una messa in scena, ma un raddoppiamento della sottomissione.

### Breve storia del lancio di torte di Kees Stad

Il film muto lo ha mostrato: nonostante la sua prevedibilità, il lancio di una torta in faccia a sbalorditi uomini malvagi ha sempre il suo effetto sul pubblico del cinema. In men che non si dica quest'atto anarchico, contrario alle buone maniere, riduce a zimbelli rispettabili signori (per, esempio il tirannesco datore di lavoro di un esausto Charlie Chaplin). L'umiliazione è perfetta e la gioia maligna enorme. Maestri come Laurel & Hardy hanno innalzato l'elemento slapstick, farsesco, a una performance artistica densa di significati. Il lancio di una torta non si limita mai all'atto in sé. Il suo pieno effetto si sviluppa, in primo luogo, quando Oliver Hardy (la vittima) affettando stoicismo e imperturbabilità, si toglie dall'abito pezzi di torta e resti di panna, mentre Stan Laurel gli

rimane accanto con l'espressione da "Te-lo-sei-proprio-meritato" e annuisce, sottolineando la propria soddisfazione. Hardy perde poi l'ultimo briciolo di dignità quando si abbandona alla collera e per ritorsione lancia una torta in faccia a Laurel.

Felicità è una torta alla panna

Con il "movimento delle torte" degli anni Settanta, ciò che sembrava aver perso attualità assieme al film muto visse invece un inatteso revival. Questo movimento provocò un'ondata di paura nelle alte sfere della società. L'idea di essere immortalati dopo un discorso con il viso pieno di panna montata indusse più di un personaggio importante a rinunciare completamente alle apparizioni pubbliche. Il movimento delle torte statunitense ebbe nell'Yippie Aron Kay il suo leader indiscusso. Nel 1976, anno delle celebrazioni del bicentenario dell'Indipendenza, il grande maestro delle torte politiche si fece notare lanciando una torta al caffè e alla crema in faccia a Patrick Moynihan, razzista cane da salotto di Nixon e delegato all'Onu, durante un'iniziativa della campagna elettorale per il Senato. L'intortamento e la relativa dichiarazione di Aron ("L'ho fatto per protestare contro la politica estera dei servizi segreti, che Moynihan serve") ottennero, in tutto il mondo, più attenzione di qualsiasi altra manifestazione organizzata in quello stesso anno. Aron proseguì il cannoneggiamento con stupefacente rapidità e colpi: il teorico di destra William F. Buckley, l'artista Andy Warhol, il sindaco di New York Abe Beame, due ex capi della Cia e una sfilza di personalità coinvolte nel Watergate. Le sue torte aiutarono a cacciare Beame dal municipio di New York e a estromettere il cosiddetto candidato progressista Brown dalla campagna presidenziale del 1980 Phyllis Schlafly acerrima nemica della proposta di emendamento ERA (Equal Rights Amendment), che assegnava alle donne la parità dei diritti su una serie di questioni, era la portavoce della campagna conservatrice contro lo stesso emendamento (che si sarebbe purtroppo rivelata vincente). Venne colpita da Aron Kay nel 1967 in occasione del solenne conferimento del National Women's Freedom Award. Il giorno successivo tutti i giornali del paese pubblicarono le foto dell'evento: Aron che spiaccica la torta sul bersaglio e la Schlafly che se la strofina sugli occhi. Le celebrazioni passarono in secondo piano e stranamente nulla venne trasmesso in televisione. Si dice che le reti televisive avessero concordato di ignorare i "pieings" per vendicarsi del lancio di torte che Aron aveva compiuto qualche settimana prima sugli edifici dell'emittente televisiva NBC. Più tardi Kay si candidò a sindaco di New York con il motto: "Vota Kay - spiaccica una torta in faccia alle autorità" e esortò a non dare importanza alla censura dell'informazione perpetuata dalla televisione, ma a formare semplicemente un movimento nazionale: "Il lavoratore intorti il suo capo, i giovani i loro insegnanti, gli inquilini i proprietari" (Blacklisted News. Secret Histories from Chicago '68 to 1984).

A parte l'incenerimento simultaneo delle cartoline precetto per la guerra in Vietnam e dei reggiseni, nessun altro metodo di protesta ha suscitato tanto entusiasmo pubblico quanto il lancio di torte. Mai a corto di fantasia, Kay lanciò torte anche contro il propagandista dell'LSA Timothy Leary, sputò su John Ehrlichman quando gli sgherri di Nixon gli strapparono di mano la torta, e mancò per un pelo Ronald Reagan e Billy Carter (fratello di Jimmy). Il suo obiettivo preferito fu però "Holy Harvey" Badlwin, un predicatore ambulante evangelista che aveva accoltellato un attivista gay in California.

Formate delle bande

La maggior parte delle azioni riuscite di lanci di torte furono condotte in team. I groucho-marxisti canadesi con base a Vancouver e la Revolutionary 3 Stooges Brigade (R3SB) di Dayton nell'Ohio, furono attivi per molto tempo con successo. Entrambi i gruppi realizzarono numerosi "pie-jobs", dopo i quali i lanciatori riuscirono sempre a scappare, grazie alla collaborazione di numerosi aiutanti. Alla fine del 1977 i politici canadesi che viaggiavano verso ovest in direzione Vancouver,

potevano sicuramente aspettarsi che il Partito Anarchico Canadese (corrente groucho-marxista) o la New Questioning-Coyote Brigade attentassero alla loro immagine con una torta. Il capo dell'opposizione Joe Clark si batté pubblicamente a favore di una "torta conservatrice", e ne ricevette prontamente una di tutto rispetto da Brent Taylor, membro del New Questioning, poi catturato, ma non denunciato.

Tra le vittime dei groucho-marxisti si possono annoverare l'ex-Pantera Nera (poi "rinato in Cristo") Eldridge Cleaver, lo psichiatra José Delgado, che venne colpito da un miscuglio di cervello di bovino e conserva di pomodoro, e due ministri del governo Trudeau. A ogni centro seguì un'esplicita rivendicazione a mezzo stampa.

Contrariamente ai media americani, che riferivano entusiasti delle torte volanti, la stampa canadese rimproverava ai politici di reagire in modo indolente. Un commentatore sospirò: "Terroristi fanatici dirottano aerei, vigliacchi lanciano torte... Il lancio di torte è un metodo per evitare conseguenze spiacevoli". Bombe di calorie non contano ai loro occhi. Tuttavia Brent Taylor venne condannato a quindici anni di reclusione perché ritenuto responsabile, insieme agli altri Vancouver Five, di veri attentati dinamitardi contro una fabbrica di missili Cruise.

A differenza delle bande di torte canadesi, la Revolutionary 3 Stooges Brigade scelse i suoi obiettivi per lo più tra celebrità locali: per esempio il portavoce della centrale elettrica di Dayton e un poliziotto del comando speciale SWAT. "Questo è stato un tipico torticidio locale che non ha nessun significato nazionale. Nella vita quotidiana gli imbecilli del luogo rivestono spesso un ruolo più importante di una qualsiasi astratta personalità nazionale. Tutti si rallegrano se il tizio che ha rincarato le loro bollette dell'elettricità viene colpito da una torta". Più tardi il portavoce della centrale elettrica di Dayton negò davanti alla stampa di aver mai ricevuto una torta in faccia. "Tutto è possibile", replicò la brigata. "Vorrà dire che se ne va sempre in giro con la faccia piena di pasta appiccicosa" (Blacklited News, op. cit.).

Attenzione! Gli avversari contrattaccano

La facilità con cui i lanciatori di torte riuscivano a colpire le loro prede e poi a tagliare la corda, indusse il giornale anarchico "Open Road" a proclamare la settimana dal 4 all'11 Novembre del 1977 "Settimana internazionale della torta in faccia". I lanciatori di torte vivono tuttavia un'esistenza pericolosa. Bill Carter e il re dei cowboy Roy Rogers dovettero essere tratti a forza dal proposito di pestare i loro attentatori. L'intortatore del re dei cowboy è pur sempre riuscito dove centinaia di eroi dei film avevano fallito: lo colpì proprio in mezzo agli occhi... con un budino alla panna. Poi il re dei cowboy fu sentito lamentarsi: "Gli avrei ficcato volentieri un Roy-Rogers-hamburger in gola".

Almeno due lanciatori di torte finirono in ospedale. Nel 1978 uno sconosciuto intortò Frank Rizzo (ex capo della polizia e più tardi sindaco di Philadelphia) nel corso di una conferenza. "Ratzo", questo il suo soprannome, ordinò ai suoi picchiatori di bastonare per cinque minuti il giovane in pubblico, poi gli fece visita in ospedale minacciandolo di denuncia, nel caso avesse parlato con la stampa. Rinunciò e l'episodio non apparve mai sui media.

Nell'estate del 1973 Pat Haley, redattore del giornale underground "Fifth Estate", si assunse la responsabilità di mettere fine al fascino che alcuni ex attivisti politici provavano per il guru Maharaj Ji. La torta di Haley, nascosta dietro un mazzo di fiori, si spacciò in faccia al guru. DIO INTORTATO! Titolò la stampa a caratteri cubitali. Gli scagnozzi del guru non ci videro più dalla rabbia. Due di essi penetrarono nell'abitazione di Haley e lo picchiarono con un martello fino a fargli perdere i sensi. Maharaj Ji diede loro una lavata di capo e Haley se la cavò con un trauma cranico.

Con le torte contro la censura, l'ipocrisia e il moralismo

La prima torta politica venne lanciata il 14 maggio del 1970 da Tom Forcade, leggendario business

hippie, che recuperò molti soldi per il movimento contrabbandando droghe leggere. Forcade era il leader ufficiale dell'Underground Press Syndicate e perciò ricevette un mandato di comparizione presso la commissione per la censura (nome completo: "Commissione presidenziale sull'oscenità e pornografia") a causa delle dichiarazioni pubblicate sui suoi giornali.

Forcade si presentò vestito da sacerdote e lesse ad alta Voce una lunga lista di pubblicazioni underground denunciate per "pornografia", a cui seguirono un'adirata presa di posizione e la conclusione "fanculo voi e la vostra censura!". Dopodiché centrò con una torta in faccia Otto N. Larson, un membro della commissione. La foto dell'evento apparve sulla prima pagina del quotidiano newyorkese Dazly News e su quasi tutti gli altri quotidiani del paese.

Sette anni più tardi il sindaco repubblicano di Cleveland, Ralph Perk, cercò di avviare una crociata contro "pornografia e immoralità" che accanto a "Playboy", comprendeva anche prostituzione e hashish. In occasione dell'inaugurazione della sede di coordinamento della campagna per la sua rielezione, l'yippie Sue Kuklick entrò nella sala con una gonna lunga e una parrucca di capelli ricci per lanciargli in faccia una torta di fragole e rabarbaro. In seguito, la donna venne invitata dai funzionari a bere un caffè alla centrale di polizia (Cleveland è città di grandi tradizioni democratiche) e lasciata scappare dalla porta sul retro. Circa le motivazioni del suo gesto la Kuklick fornì come spiegazione il maltrattamento delle prostitute e la conduzione di una ipocrita guerra morale contro la pornografia, nonché il fatto che il sindaco fosse un nemico dei poveri. Ne seguì una clamorosa *débaclé* elettorale.

A Minneapolis un arcivescovo ostile ai gay andò incontro alla collera del Signore in una forma simile. Un attivista gay (il motto del suo club era: "Coccole e rivoluzione") andò prima dal parrucchiere, poi comprò un hamburger, nel caso in galera non gli avessero dato nulla da mangiare, e si recò a un banchetto di beneficenza dell'arcivescovo anti-gay. Lì si fece immortalare mentre gli stringeva la mano e poi piazzò sulla sua faccia una torta al cioccolato confezionata da un pasticciere locale.

Nel 1970, il governatore James Rhodes mandò la Guardia Nazionale nel campus della Kent State University per stroncare una manifestazione contro la guerra. Quattro studenti vennero uccisi. Alcuni giorni dopo egli perse la (ri)elezione ma tornò in circolazione nel 1974 e riottenne il suo posto. In occasione dell'apertura delle celebrazioni dello Stato dell'Ohio, Rhodes ricevette la sua meritata torta di banana e crema. Si narra che quando la radio diede la notizia, molti esultarono e sull'autostrada i clacson vennero suonati a lungo dalla gioia. Rhodes fece arrestare il lanciatore e cercò di farlo condannare per presunte lesioni fisiche provocategli dal lancio della torta. Il giorno prima del processo il lanciatore di torte dimostrò come ciò fosse assolutamente impossibile: batté tutti i record facendosi lanciare da amici e amiche ben ventisei torte contemporaneamente (ne parlarono tutte le tv locali). Venne assolto con formula piena, sebbene i giudici non si fossero particolarmente divertiti.

In Europa, per quanto conosciuto, l'intortamento non è mai stato particolarmente diffuso. A ogni modo si è lanciato tutto il possibile e l'immaginabile contro i detentori pubblici del potere. Per fare un esempio, l'ex presidente del consiglio olandese Lubbers ricevette, a causa della sua politica estera ipocrita, mezzo negozio di verdura in faccia nel corso di una manifestazione contro il razzismo. E come non ricordare le uova che colavano dagli occhiali del ciccione di Oggersheim? [Sarebbe a dire Helmut Kohl]. In Gran Bretagna invece ci sono stati alcuni episodi di lancio di torte. Nel 1977, Michael Heseltine, dirigente di spicco del partito conservatore, ricevette una torta di mele e panna durante un discorso all'Università di Leeds. Mentre il suo collega di partito David Frost dovette recarsi fino a New York, per poter conoscere la gioia di a pie in the eye. Agli inizi degli anni Ottanta, durante una visita al centro di assistenza sociale di Manchester, anche il principe Carlo s'imbatté in una lanciatrix di torte. E nel 1982 Tony Benn, semi dio della corrente di sinistra del Labour Party, venne colpito da una torta su un orecchio, nel bel mezzo di un intervento sul "diritto al lavoro" a una riunione sindacale in Galles. Il pubblico era tanto sconcertato che il lanciatore di torte ebbe addirittura il tempo di prendere il microfono e di urlare: "Ficcatelo nel culo il diritto al lavoro!" prima di essere cacciato giù dal palco e consegnato alla polizia, che poi lo lasciò andare.

## Dolce belga

Il belga Noel Godin è un caso a parte. È stato un ospite temuto in Belgio e Francia, dove per vent'anni ha inseguito filosofi, politici e personaggi dei media. Recentemente ha scritto un'autobiografia intitolata "Cream and Punishment". Tra le sue vittime si possono annoverare Jean-Luc Godard e la scrittrice Marguerite Duras. Alla sua prima apparizione al Festival del Cinema di Cannes, colpì il neo ministro della cultura francese, per di più alla sua prima uscita in pubblico. L'obiettivo preferito di Godin è però il maestro-filosofo francese Bernard-Henri Lévy. Animo sensibile, una volta Lévy ha dichiarato: "Vado fuori di testa quando riesco a trovare una nuova nuance di grigio da indossare"; ha poi sostenuto che le donne non dovrebbero andare in giro con denaro e definito il proprio talento "un paesaggio che non può trovare un posto fisso nella topografia classica". Tali affermazioni gli sono valse un assedio dolciario durato anni. "Lui è il peggiore", ha spiegato Godin, "è il personaggio più schifoso del secolo".

Godin, le cui azioni hanno trovato un'eco entusiasta nei media, è diventato popolare proprio per l'accurata scelta del bersaglio. "Non voglio scadere in un comodo sensazionalismo. Per ogni vittima dev'esserci una motivazione plausibile. Le mie torte sono in linea con le lettere di ingiuria che i dadaisti spedivano alle celebrità". Col tempo è ricorso sempre più spesso alle torte politiche. Strano a dirsi, non ha ancora ricevuto nessuna denuncia dalle sue vittime. "Lo farebbero con piacere", spiega Godin, "ma sarebbe disastroso per quello da cui dipendono, cioè la loro reputazione. Ogni volta che sono stato fermato, i poliziotti hanno perfino scherzato e mi hanno spesso sottoposto delle liste di possibili candidati futuri".

Le azioni con le torte, come quelle di Godin, devono essere preparate con cura e condotte con un team di almeno quattro persone. Oltre a un assistente che passa la torta, ci deve essere anche un cameraman che documenti l'evento. "E' importante non limitarsi a lanciare la torta, ma colpire il bersaglio", insegna Godin, non preoccupandosi della via di fuga, anche se comporta il rischio di essere pestati dalla sicurezza. E' severamente proibito reagire se si viene aggrediti fisicamente. Poco prima dell'azione si compra un'ottima torta, possibilmente in un piccolo forno del luogo. La qualità è tutto! Quando un'azione va storta, la torta ce la mangiamo noi" ("The Observer", 2 febbraio 1995).

## Figure di merda

L'imbrattamento dell'immagine è una pratica che ricorre sia a tecniche della comunicazione sovversiva (fakes o a altro) sia a campagne militanti esplicite. Il danneggiamento mira a compromettere per un certo periodo la reputazione di una persona, di un gruppo, di un partito, di una città o di un paese e cerca di mandare in frantumi le immagini positive (per lo più costruite a spese di altri) che millantano un mondo bello e sano. Questa pratica è particolarmente efficace se vengono coinvolti soggetti (per esempio consumatori, abitanti o una giuria) che possono essere influenzati dalla cattiva figura della vittima.

In un certo senso, il danneggiamento dell'immagine si basa sul rovesciamento del principio di rappresentazione borghese: gruppi non legittimati cercano di sottrarre al potere legittimo la rappresentanza della collettività. Gli estremisti contano sul fatto che la loro cattiva condotta si ripercuota su un intero gruppo (ad esempio i tedeschi, i berlinesi o gli abitanti) o almeno di farlo credere alle autorità. Facendo tutto quello che i media volentieri gli attribuiscono, quelli che si impegnano nel danneggiare un'immagine dimostrano di saper utilizzare consapevolmente la loro cattiva reputazione: ad esempio, gli autonomi fanno casino o minacciano di farlo, i punk provocano caos e scontri, gli spacciatori di droga spacciano droga ecc. Vengono utilizzati strumentalmente i media. Agli imbrattatori dell'immagine non interessa ottenere un buon articolo, ma solo essere presenti sui massmedia: "I media non vengono utilizzati per presentare un determinato obiettivo politico, ma servono alla diffusione di una mentalità". Le azioni contro i giochi olimpici ad Amsterdam e a Berlino, sono esempi di sabotaggio dell'immagine decisamente riusciti. Gli argomenti ponderati contro i costi, i folli progetti urbanistici e, nel caso di Berlino, l'infausto

precedente storico del 1936, furono sì ascoltati, ma non vennero presi in considerazione. Al contrario, la strategia del danneggiamento dell'immagine (attraverso una pluralità di svariate azioni e l'abile impiego della logica mediatica) mandò in bestia il Comitato Olimpico Internazionale, così come i politici e i media locali.

### NOlympics

Oggi, quando una città si candida a ospitare i giochi olimpici, accade che vengano assunti sedicenti specialisti della comunicazione, con il compito di convincere tanto i cittadini, quanto i membri del Comitato Olimpico Internazionale. Ad Amsterdam (1984-1986), e a Berlino (1992- 1993), si formarono, oltre alle candidature ufficiali, dei cosiddetti comitati NOlympics, che cercavano di fornire agli organi di decisione internazionali una consistente impressione negativa delle condizioni di queste città. Poiché le candidature alle Olimpiadi sono essenzialmente campagne d'immagine, la sola presenza sui media degli avversari produce un effetto decisivo.

### Amsterdam

Ad Amsterdam un gruppo relativamente piccolo di attivisti ottenne grandi risultati. Fu molto importante riuscire a strumentalizzare i media su diversi piani. "Si lavora la stampa locale con argomenti locali, si utilizza un linguaggio colorito, si comunicano alla radio opinioni di interesse nazionale e, a getto continuo, si recapita posta con le più diverse intestazioni ai membri del Comitato olimpico internazionale" (Agentur Bilwet, op. cit.). Infatti, l'uso eccessivo dell'emblema olimpico con i cinque anelli svaluta il simbolo stesso. Gli attivisti agirono su più livelli. Innanzitutto, scelsero come portavoce una prestigiosa esponente dello schieramento liberale di sinistra, il che fece un buon effetto sull'opinione pubblica borghese. La signora, che non aveva niente a che fare con le azioni parzialmente illegali svolgeva il ruolo di moderatrice nelle iniziative legali.

Il movimento NOlympics di Amsterdam copiò i metodi del suo avversario. Il comitato di preparazione ufficiale aveva offerto (come regalo personale) un videoregistratore a tutti i membri del Comitato olimpico internazionale. Il movimento NOlympics preparò invece un video, che gettava una diversa luce su Amsterdam e tutti i suoi pregi (buche, cacche di cane, hashish, rapine ecc.). Sconosciuti inviarono ai membri del Comitato olimpico internazionale un cartoccio di marijuana, accompagnato da una falsa lettera d'invito del sindaco di Amsterdam: "Dopo i diamanti sudafricani Vi inviamo qualcosa con cui potrete allietare il Vostro spirito. Il Comitato olimpico olandese desidera farVi conoscere uno dei prodotti di Amsterdam. Speriamo di esercitare con questo un positivo influsso sulla Vostra decisione. Questo prodotto nazionale è acquistabile in più di 500 punti vendita legali. Soprattutto non tenete in nessun conto la crescente opposizione ad Amsterdam" (Agentur Bilwet, op. cit.).

Fu proprio così che andò a finire. Gli ospiti della Federazione sportiva internazionale vennero colpiti da vernice, uova e pomodori marci durante un giro per i canali; in occasione del sessantasettesimo Campionato internazionale di golf tre buche vennero completamente rivoltate e molte altre azioni di sabotaggio sottolinearono le posizioni del NOlympics, e mostravano che l'Olanda non sarebbe stata in grado di proteggere le manifestazioni sportive da tali attacchi. Sempre più frequentemente i membri del comitato ufficiale di candidatura presero posizione contro il movimento NOlympics. Lentamente le autorità e media capirono il trucco e reagirono mettendo il tutto a tacere. Quando poi, nell'agosto del 1986 si verificarono due attentati dinamitardi rivendicati dalle Revolutionäre Zellen con esplicito riferimento alla candidatura alle Olimpiadi, il tema tornò nuovamente di moda.

Si toccò l'apice quando le azioni cominciarono a coinvolgere anche le riunioni internazionali del Comitato olimpico internazionale. Il movimento si presentò alla seduta decisiva del Comitato olimpico internazionale a Losanna nel settembre 1994, con numerosi punk, qualificandosi come "tipici cittadini di Amsterdam" e ovunque passarono lasciarono montagne di spazzatura. Davanti alla sede dell'incontro vennero organizzate manifestazioni permanenti volte al massimo casino per

la stampa mondiale ("tipica manifestazione di Amsterdam"). Alla fine Amsterdam ottenne solo 30 voti su 130.

## Berlino

Il motto del NOlympics berlinese ("Contro un Olimpiade dei ricchi - sport popolare per tutti") avrebbe anche potuto essere "imparare da Amsterdam significa imparare a vincere". Sebbene, ad Amsterdam, l'opposizione alle Olimpiadi ebbe una base relativamente estesa anche nei quartieri interessati, fu un piccolo nucleo di attivisti a determinare l'immagine del NOlympics olandese. A Berlino invece il movimento NOlympics era sostenuto da azioni di massa collegate a una militanza multiforme ("La gioventù si allena per le Olimpiadi"). Con un attivo di circa settanta azioni, il movimento berlinese ancora una volta non smentì la sua reputazione. Il 1992 segnò l'inizio di una lunga catena di azioni: finestre delle ditte olimpiche in frantumi, caos e graffiti per tutta la città ecc...Con piccoli incendi in tre diversi centri commerciali fu messo fuori uso l'impianto idraulico e i danni ammontarono a milioni di marchi. Poi fu la volta dell'opinione pubblica, con il furto all'Olympiastadion, nel gennaio 1992, della lastra in memoria dell'organizzatore delle Olimpiadi del 1936, Carl Diem. Poiché le richieste del comando, che aveva preso il nome dall'organizzatore, Lutz Grütke, non vennero esaudite, la lastra venne scarabocchiata come promesso.

Come nel caso di Amsterdam, i membri del Comitato internazionale olimpico ricevettero diverse lettere di presentazione dei pregi di Berlino, dal punto di vista autonomo. Venne inviato anche un video-violenza che mostrava l'immagine del diffuso movimento militante e le sue più importanti comparse del passato. In una delle sequenze finali un individuo sospetto faceva giochi di destrezza con un ciottolo del pavé stradale e annunciava: "We will wait for you". Anche a Berlino le reazioni dei media giocarono un ruolo centrale nella strategia di danneggiamento dell'immagine. Poco importava che articoli e reportage fossero favorevoli oppure no. Il binomio Berlino e Olimpiadi rimase sempre associato a titoli sensazionalistici a caratteri cubitali. Gli attivisti strumentalizzarono l'interesse dei media per gli avvenimenti sensazionali. Nonostante i media se ne rendessero conto, non seppero sottrarsi all'effetto delle diverse azioni. L'uscita di Berlino dalla candidatura, nel settembre del 1993, ebbe diverse cause: il razzismo in Germania, il disappunto della popolazione berlinese e last but not least la riuscita campagna di danneggiamento dell'immagine.

## Applausi dalle persone sbagliate

Danneggiare un'immagine non è limitato solo all'ambito delle grosse campagne e non funziona unicamente attraverso l'assunzione di identità distruttive. Autonomi, lesbiche e comunisti possono condurre il loro avversario politico a una situazione penosa anche sostenendolo esasperatamente. Ad esempio, il presidente degli Usa Richard Nixon non dev'essere stato particolarmente contento del testo di uno striscione che nel 1973 recitava al grande Fuck-in yippie: "Homosexuals for Nixon - We love Dick" (10).

Quando si fa credere che un reazionario può condividere la sottocultura di sinistra si ottengono due risultati: da un lato si presenta all'opinione pubblica un dato tema politico, dall'altro la legge non può punire chi obbliga l'avversario politico a reagire e lo costringe, per mezzo di un applauso dalle persone sbagliate, a una smentita o a una rettifica.

All'inizio del 1996 un gruppo di autonomi di Coblenza diedero alla loro casa occupata il nome dell'ex sindaco della Cdu. Motivarono la scelta dicendo, che era una "conseguenza logica" dopo le brutte esperienze avute con la politica traditrice dei socialdemocratici (il sindaco in carica della Spd voleva infatti sgomberare la casa), e che il predecessore era "un grande modello in fatto di democrazia". ("Junge Welt", 07.02.1996).

## Creare eventi veri con affermazioni false

La maggior parte dei socialdemocratici si sarebbe trovato davvero in difficoltà con dichiarazioni del tipo: "Gli autonomi appoggiano il candidato della Spd, perché è contro lo Jager 90 e si batte per una maggiore pace sociale" (11), soprattutto se una settimana prima alcuni estremisti avessero organizzato una manifestazione violenta. Si possono anche attribuire ai suddetti politici affermazioni che non hanno mai formulato, ma che i loro avversari conservatori gli attribuirebbero volentieri ad esempio: legalizzazione delle droghe, apertura di coffee shops o depenalizzazione di determinati reati). E' un metodo fantastico per obbligare i politici (non solo in tempi di campagna elettorale) a dire cose che altrimenti non direbbero per motivi di convenienza. Danneggiare un'immagine aiuta così a produrre, con false affermazioni, eventi veri. Quanto più credibile suona una dichiarazione di sostegno, tanto più grandi sono le sue possibilità di successo.

Questo vale anche per i Verdi: una portavoce dell'ufficio di Francoforte per gli affari multiculturali giudica "assolutamente non divertente" una falsa lettera, con tanto di firma del presidente della sezione multiculturale Cohn-Bendit, che invitava "la cittadinanza di Francoforte a boicottare i negozi e i ristoranti razzisti" e invitava i cittadini a "non dare nessuna informazione ai funzionari spioni dell'autorità per gli stranieri" ("Taz", 21.10.1991).

Invece, nel 1969, il gruppo di teatro-guerriglia Rapid Transit Guerilla Communications (RTGC) mise in difficoltà il candidato repubblicano alla presidenza Richard Nixon, accogliendolo con i costumi del Ku-Klux-Klan in occasione di un comizio elettorale a Chicago e salutandolo con lo striscione "The Klan Supports Nixon". Questa azione fu estremamente efficace, perché non pochi giornalisti la ritennero plausibile. Negli Usa questa forma di attacco dell'immagine era molto diffusa già alla fine degli anni Sessanta.

Tuttavia, i promotori delle azioni devono operare con molta prudenza. Esperti guerriglieri della comunicazione raccomandano di fare attenzione agli effetti collaterali anche quando essi non sono indicati sul foglietto illustrativo. Spesso nel danneggiamento dell'immagine si gioca con simboli razzisti o altri simboli discriminanti o motti che non solo scioccano, ma possono anche rafforzare tali tendenze sociali e contribuire alla loro ulteriore diffusione (vedi: V. Santoro, Political Trashing). Un'altra azione possibile consiste nell'obbligare l'avversario politico a utilizzare simboli che detesta. Un neo-nazista non sarebbe certo felice di abitare in via Anna Frank o in via Erich Mühsam (12). Possono essere create situazioni in cui l'avversario è obbligato a fare affermazioni o compiere azioni contro la propria volontà. A Passau, Anja Rosmus (cfr. il film *Das schreckliche Mädchen*) (13) riuscì a produrre l'effetto desiderato allorché emise un comunicato stampa a nome del sindaco della Csu, in cui si rendeva noto di voler accogliere alla stazione gli ex cittadini ebrei della città. Il sindaco non l'avrebbe mai fatto, ma dovette partecipare perché il tutto era stato annunciato dai giornali.

## Prendere in prestito il nome dell'avversario

Un'ulteriore forma di disturbo dell'immagine consiste nell'utilizzare consapevolmente simboli, segni o etichette in un contesto negativo o anche in azioni illegali. In questo caso, l'obiettivo degli attivisti è incanalare la collera degli ignari verso l'avversario, il cui nome è stato sottratto, "détournato" per l'azione. Se ci capita spesso di vedere facciate di palazzi arricchite da graffiti che affermano "Vota Cdu", cresce la nostra rabbia nei confronti di quel partito. Nel marzo del 1996, in occasione delle elezioni comunali bavaresi, su numerose facciate di abitazioni di Ratisbona risaltava la semplice scritta "Cdu". Tale azione fu particolarmente efficace perché in primis l'imbrattamento infastidì molto, e poi perché la Cdu/Csu non poté spiegare che erano proprio i suoi avversari a esprimere la raccomandazione di voto.

La presenza nei media è comunque un'arma a doppio taglio. Quando le azioni dei movimenti sociali e politici non vengono completamente taciute, vengono sminuite, o si tenta di ridurre i movimenti in questione a semplici stereotipi ("violenza giovanile", "mancanza di orientamento" ecc.). I rappresentanti di tali movimenti si trovano in grosse difficoltà quando devono sostenere la loro posizione nei dibattiti televisivi. Poiché nell'ambito di queste manifestazioni vengono per lo più vincolati a forme di discussione alquanto borghesi (dialogo costruttivo...), oppure semplicemente presentati come animali esotici. La condotta del "Signor e della Signora Müller", che sfruttarono la presenza mediatica per una tattica di affermazione sovversiva, indica come servirsi di una discussione pubblica utilizzandola per i propri scopi.

Il movimento giovanile zurighese si formò nel maggio del 1980. Chiedeva che gli venisse concesso un centro giovanile autonomo. Rivendicazione in contrapposizione con la politica culturale cittadina. Nelle settimane successive lo scontro tra le autorità, i politici e il movimento subì un'escalation. Tra giugno e luglio le proteste dei giovani si estesero a molte città della Svizzera. Poiché gli organi istituzionali cercavano di trasformare le manifestazioni in scaramucce, il movimento reagì con forme di dimostrazione non convenzionali. Ad esempio, il motto di una delle prime manifestazioni, "Nudo contro la violenza", fu preso alla lettera, e i partecipanti a un corteo sfilarono svestiti.

Il 2 luglio la televisione svizzera di lingua tedesca DRS organizzò un dibattito sul tema "opposizione alla violenza di Stato", dove giovani ed eminenti personaggi locali avrebbero avuto la possibilità di dialogare. I dieci giovani del movimento, ospiti della discussione, si presentarono in costumi da carnevale e si limitarono ad azioni di disturbo non verbale: fischiavano, gridavano, battevano le mani, mentre palloncini e bolle di sapone fluttuavano sul video. I notabili fecero fatica a prendere la parola e la trasmissione venne sospesa in anticipo.

Alcuni giorni più tardi la DRS fece un ulteriore tentativo di dialogo con i giovani, come reazione alla "condotta da guerra civile" della polizia di Zurigo ("Frankfurter Allgemeine Zeitung"). Fu fissato nuovamente un incontro tra movimento, rappresentanti dello Stato, notabili e liberali di sinistra. Nell'illustre compagnia figuravano un uomo e una donna, entrambi consiglieri comunali, il capo della polizia di Zurigo, il presidente della socialdemocrazia di Zurigo e un moderatore. Prima della discussione televisiva si valutò, che tanto l'eterogenea composizione della tavola rotonda, quanto i temi che si sarebbero affrontati nel corso della trasmissione avrebbero spinto i rappresentanti del movimento in una posizione difensiva. Dato il clima politico generale sarebbe stato facile attaccare il movimento. Alla luce di questa situazione il movimento elaborò una nuova tattica. Durante la trasmissione entrambi i suoi delegati si spacciarono per la coppia di coniugi Müller. Il fatto passò alla storia come Müllern. Müllern significa: far fare una brutta figura all'avversario interpretando il suo stesso ruolo, esprimere i giudizi e i desideri che non osa esternare. Müllern significa: mascherarsi per smascherare il proprio avversario. O anche: spacciarsi per un borghese.

"Il Signore e la Signora Müller" capovolsero i ruoli: da bravi piccolo-borghesi con vedute limitate (la Signora Müller si presentò davanti alla telecamera con i bigodini) chiesero che venissero adottati duri provvedimenti contro i giovani ribelli. Con le loro ingiurie, recitarono la vox populi che generalmente i politici credono dalla loro parte. Fu un successo non solo perché gli attaccati apparvero come politici moderati, ma soprattutto perché erano incapaci di trattare questa impreveduta inversione dei ruoli. Di discussione in discussione, "il Signor e la Signora Müller", inasprirono le loro prese di posizione e alla fine arrivarono a chiedere l'eliminazione della gioventù. Gli altri partecipanti alla discussione cercarono in ogni maniera di vincolarli al loro ruolo di rappresentanti del movimento, ma Hans e Anna Müller diedero prova di grande abilità retorica, cambiando posizione di tanto in tanto.

Ecco com'è andata: "per prima cosa una panoramica sugli scontri avvenuti in strada. Il consigliere comunale Frick puntualizza che la manifestazione non era stata autorizzata. Fünfschilling aggiunge che ora i giovani rischiano l'arresto. Anna Müller ribatte che la polizia si è persino trattenuta troppo. Hans Müller tira fuori dei proiettili di gomma e chiede che i poliziotti ne adottino di più grandi per

aumentare le probabilità di ferimento. I Müller impediscono al capo della polizia Bertschi di leggere un volantino ispirato alla violenza, interrompendolo e gridandogli di fare uso delle armi contro i giovani e mettere tutti i rivoltosi al muro. Alla fine la consigliera comunale, la Signora Lieberherr si infuria e annuncia, con gli occhi sfavillanti di rabbia, che non permetterà che la sua tolleranza per i giovani venga distrutta. Per tutto il dibattito il moderatore Kriesemer riesce a esprimere solo un timido: "Scusi, Lei non potrebbe..." oppure "Un momento, calma!". Le ultime parole si perdono nella confusione. Le autorità strillano e brontolano, Hans Müller tra una sbuffata e l'altra di sigaro urla: "Mi viene solo da dire: Mosca!..." (AA.VV., Die Angst der Mächtigen vor der Autonomie. Aufgezeigt am Beispiel Zilrich).

Molto probabilmente alcuni dei partecipanti alla discussione si erano già accorti della presa in giro, tuttavia cercarono di portare avanti una discussione seria. La tecnica seguita dai "Müller" costringeva i partecipanti a reagire. Consapevoli di doversi comportare in qualche modo, non trovarono alcuna adeguata controstrategia. La discussione iniziata dovette concludersi solo con un patetico finale. La controparte (autorità e rappresentanti della polizia) reagì confusamente vedendo i Müller assumere ed estremizzare la loro stessa posizione. Fu adottata la tecnica dei Müller poiché la superiorità dell'avversario obbligava il movimento a cambiare le regole del gioco. Dopo la trasmissione cominciò una campagna di diffamazione contro il "Signor e la Signora Müller". Il consigliere comunale Frick e il capo di polizia Bertschi, che avevano partecipato alla trasmissione, si vendicarono rendendo noti i veri nomi del "Signor e della Signora Müller". I fascisti della Nationale Aktion chiesero l'"espatrio forzato" della "terrorista verbale" nata in Iraq, e che non fosse riconosciuta la cittadinanza ad "Anna Müller". L'involontaria fama procurò alla "Signora Müller" tanto lettere di fans, quanto minacce di morte. In seguito sparse denuncia contro il consigliere comunale e il comandante della polizia quali autori della campagna di sobillazione. Nel marzo del 1982, il "Signor Müller" venne condannato a quattordici mesi di carcere per un altro reato. Evidentemente serviva un capro espiatorio del movimento. Nonostante ciò, un "comitato processi sensazionali" rese noto che il "Signor Müller" era stato rapito dai suoi compagni. Alla conferenza stampa venne inoltre proiettato un video, in cui il "Signor Müller" girava per le strade di Zurigo e tra le altre cose cercava "di rendere il codice penale attraente per un bambino" (SpaBguerilla, op. cit.).

## 4. Pratiche e soggetti

Il Ministro parla al popolo

Dramma della Commissione elettorale della Cdu

Adattamento di Sonja Brünzels e Luther Blissett

Esecuzione: Commissione per l'Istruzione Popolare della comunicazione-guerriglia

Scena

Primi anni Novanta, un venerdì qualsiasi, ore 18.00, da qualche parte in Germania, sala pubblica di un Municipio. A destra e a sinistra file ininterrotte di finestre. Circa 150 sedie allineate di fronte al palco rialzato, al centro formano un corridoio. Sul palco un podio con microfono e un tavolo. Dietro al tavolo tre sedie. Sul tavolo una bottiglietta di acqua minerale gassata. Su un lato del palco addobbi floreali e altre sedie. Nel passaggio centrale, in fondo alla sala, un microfono sorretto da un'asta, a disposizione del pubblico.

Distribuzione delle parti

Personaggio principale: il Politico, in questo caso il Ministro Federale della Difesa.

Personaggi secondari: il deputato Cdu del collegio elettorale; il Presidente locale della Cdu; i garanti della pubblica sicurezza (atletici figure in borghese preposti all'incolumità fisica del Ministro. Un paio di tutori dell'ordine in uniforme: in versione amichevole, senza casco e manganello). Un manipolo di addetti al servizio d'ordine del circolo locale.

## Il pubblico

Membri della Junge Union (14). Sbarbini dai capelli corti in giacca e cravatta. Notabili cittadini della Cdu. Politici locali in doppiopetto di diversi schieramenti. Rispettive signore in tailleur. Quattro soldati di leva. Singoli cittadini e cittadine assetati di notizie. Il solito sedicente fotografo del paese con macchina fotografica enorme e servizio d'ordine personale. Un'attraente giovane donna dall'abbigliamento superchic. Un adolescente, il cui abbigliamento ordinato non s'abbina all'azzardata acconciatura. Una signora sensibile di mezz'età, che non ne può più. I coniugi Schulz: Signora Schulz in tailleur, tentativo maldestro di mettere assieme abiti convenzionali dal sacco degli abiti smessi. Il signor Schulz in completo un po' logoro con cravatta. Capelli corti, piuttosto tarchiato, con occhiali e sguardo leggermente collerico. I coniugi Schmidt: la signora Schmidt in tailleur beige, con taglio di capelli accurato e delicato make-up. Il signor Schmidt in completo da cresima uscito come nuovo dal lavasecco, occhiali con montatura in corno.

## Il testo originale

Una manifestazione elettorale piuttosto ordinaria. La sala viene aperta. Arrivano gli spettatori, si salutano, conversano; a poco a poco la sala si riempie. Gli uomini del servizio d'ordine si aggirano qua e là; la prima fila è riservata. La sala è piena. Attesa, brusio di fondo. Il Ministro fa il suo ingresso in sala, con lui il Presidente locale e la deputata. Al loro seguito le guardie del corpo. I primi salgono sul palco e si accomodano al tavolo, gli altri si siedono sulle sedie lasciate libere nella prima fila. Cala il silenzio. Gli sguardi sono rivolti in avanti. Il Presidente locale saluta il pubblico e i notabili e ringrazia il Ministro. Sottolinea la necessità del dialogo coi cittadini e l'importanza di domande e interventi nel corso della manifestazione. Passa la parola, lascia il podio al Ministro e va a sedersi dietro al tavolo. Breve applauso. Il Ministro si dirige verso il podio. Applauso più lungo. A questo punto alcuni disturbatori alzano la voce e sollevano uno striscione, poi vengono allontanati dalla sala con discrezione. Quindi parla il Ministro. Dopo tre quarti d'ora giunge alla conclusione delle sue argomentazioni. Lungo applauso. Il Ministro si siede. Il Presidente locale ringrazia e chiede se qualcuno ha domande. Dopo l'indugio iniziale singoli cittadini raggiungono il microfono, superano eventuali difficoltà tecniche con l'aiuto degli organizzatori e pongono brevi domande. Il Ministro risponde in modo esauriente e competente. Dopo un'ultra mezz'ora e circa cinque domande prende la parola la deputata, si dice dispiaciuta che il tempo sia volato così in fretta e si accomiata dopo aver ringraziato tutti i partecipanti, in particolare il Ministro e gli ospiti. Tutti lasciano ordinatamente la sala.

## Versione riadattata e nuova rappresentazione

Tutto si svolge come al solito: la sala si riempie, i personaggi importanti fanno il loro ingresso. Circa venticinque persone manifestano ansiosa attesa che però fortunatamente nessuno nota. Quando il Presidente locale si dirige al podio e in sala cala il silenzio, una donna tra il pubblico si alza e prende la parola. Lamenta che c'è aria viziata in sala: bisognerebbe aprire la finestra. Si alzano voci: smettere di fumare! (nessuno fuma ...). Un addetto del servizio d'ordine socchiude tutte le finestre. Applauso di approvazione. Dopo aver sistemato tutto con la soddisfazione generale, il Presidente locale saluta i presenti e fa l'elogio dello spirito del tempo: "Il comunismo è giunto alla fine!". Applauso interminabile. Ancora applausi. Quando infine prende di nuovo la parola con l'intenzione di passarla al Ministro, una Signora prende il microfono e lamenta che c'è corrente in sala. (Mormorio di approvazione). Un organizzatore chiude la finestra. Risolto l'intoppo, il Ministro riprende la parola: la finestra è a posto. Lungo applauso.

Il Ministro ringrazia. Applauso più lungo. Il Ministro ringrazia. Applauso lunghissimo. Il Ministro non ringrazia. Nessun applauso. Il Ministro inizia il suo discorso. Di nuovo, un interminabile applauso. Il Ministro è un po' seccato dal fatto che le sue parole si perdano nell'applauso. Bisognerebbe smettere di battere le mani e lasciarlo parlare. L'applauso si interrompe. Il Ministro parla delle truppe tedesche. Nessun applauso.

Qualcosa non va. Ogni volta che qualcuno cerca di esprimere la propria approvazione con un timido

applauso, l'applauso stesso si gonfia. Quando il Ministro si fa particolarmente prolisso, riceve una rumorosa approvazione, tanto lunga da avere un effetto irritante e imbarazzante, ma non così lunga da poter essere percepita come un disturbo intenzionale. Qualcuno del pubblico si lamenta e chiede che si smetta di applaudire. Non si è mica venuti qui solo per battere le mani, si è venuti per ascoltare. Dello stesso avviso è anche il Ministro, il cui viso s'allunga lentamente verso il basso. Le guardie del corpo, al contrario, sorridono compiaciute. Singoli richiami al silenzio amplificano la confusione. Quando alcuni giovani, nonostante ciò, continuano ad applaudire, il collerico Signor Schulz perde il controllo e si fa manesco. Il suo vicino di posto prova a calmarlo con la tattica della pacificazione: "Stai calmo, cretino! Altrimenti sei proprio tu il disturbatore!". Il Signor Schulz rimane indifferente, mentre sua moglie riesce a calmarlo. Il Signor Schmidt urla: "Questa è colpa della televisione!". Solo dopo circa 60 minuti il Ministro riesce a terminare le sue argomentazioni. L'applauso è decisamente scarso, se ne è avuto abbastanza.

Finalmente inizia il giro delle domande. Dietro al microfono si forma una lunga fila. Un membro della Junge Union fa una breve domanda sulla responsabilità dell'esercito. Il Ministro risponde in modo esauriente e competente. Una signora fa riferimento alle affermazioni del Ministro sul tema crisi. Anche lei ha una teoria sulle crisi: sostiene che soprattutto in primavera i matrimoni vadano in crisi. Se il Ministro potesse, in qualità di esperto di crisi, dire qualcosa della sua esperienza a proposito. Il Ministro cerca di essere spiritoso ma non gli riesce così bene. La giovane signora superchic si preoccupa del futuro dell'esercito, e propone che i deputati celibi del Bundestag donino il loro sperma in eccedenza alle banche del seme, per tenere di scorta future generazioni di soldati. Un organizzatore, furibondo, strappa la signora dal microfono. La poverina oltre tutto ha un braccio ingessato. Per una robusta signora del pubblico questo è troppo: prende la ragazza sotto la sua protezione.

Il signor Schmidt salta su con la faccia rosso accesa e inveisce. "È colpa della televisione! È colpa della televisione! E' colpa della televisione!". Un addetto al servizio d'ordine gli chiede impaurito e molto cortesemente di allontanarsi dalla sala. La signora Schmidt diventa isterica: "Nessuna violenza! Viviamo in una democrazia!". L'organizzatore lascia perdere e si mette al sicuro. Qualcuno vuole aprire la finestra. La signora sensibile di mezz'età non riesce a intervenire perché sviene, ma nessuno ci fa caso. I soldati di leva discutono la situazione dal punto di vista strategico-militare.

Il Ministro diventa rosso e si lamenta: "Dovete partecipare alla discussione!". Dichiaro che risponderà solo a domande serie. Un giovane dall'aspetto serio, nonostante i capelli lunghi, pone una lunga, complicatissima domanda, che consiste in un'unica frase della durata di un minuto che inizia con "l'allargamento della Nato a Est", cita almeno 17 stati dell'ex Unione Sovietica che nessuno aveva mai sentito nominare e culmina con "Russia". Il Ministro ritiene di dover rispondere in modo esauriente e competente. Per questo fa riferimento a riflessioni importanti e serie, che meritano di essere considerate. Nessuno ci ha capito niente. Uno sbarbino in completo e cravatta chiede in modo prolisso e stentato dell'impiego di truppe tedesche in Somalia. Il Ministro urla: "Basta con queste stupide domande!" e gli toglie la parola. La Junge Union ha un membro in meno. Dopo un'ora prende la parola la deputata del Bundestag, e si rammarica del fatto che disturbatori esterni abbiano rovinato la bella serata ai cordiali indigeni. Il Ministro lascia ordinatamente la sala accompagnato da slogan e canti. Poi si ritrovano tutti davanti alla sala per l'appuntamento fotografico con il già noto fotografo del posto.

Nei giorni successivi i giornali riferiscono indignati del danno recato dai giovani disturbatori alla città e al partito. Le foto documentano chiaramente l'espressione del Ministro e le didascalie non possono nascondere una certa gioia maligna per la patetica situazione. La deputata del Bundestag della Cdu protesta con il candidato della Spd, per il comportamento indegno degli Jusos [giovani socialisti] (e chi altro può essere stato?), per i loro modi antidemocratici di condurre la campagna elettorale.

Cos'è successo?

Alla base c'è un semplice modello di comunicazione: un'iniziativa politica d'informazione funziona

se un politico o un esperto riesce a esporre le proprie idee e i propri programmi, placando la sete d'informazione del cittadino. Da questo punto di vista il dialogo con il cittadino ha successo se l'informazione viene comunicata, se l'attesa d'informazione concorda con il corso dell'iniziativa. Ma se osserviamo entrambe le versioni del dramma si notano molte differenze per quel che riguarda la trasmissione d'informazione. In entrambi i casi il Ministro può comunicare le proprie informazioni, anche se nella versione rielaborata il brusio di fondo, il rumore, era molto più forte. Tuttavia le due versioni si differenziano chiaramente. Per capire in cosa consiste tale differenza dobbiamo fare riferimento a un'idea di comunicazione che non si fissi solo sull'informazione, bensì prenda in considerazione l'intera situazione comunicativa.

La situazione comunicativa di una manifestazione pubblica è comprensione alla luce della grammatica culturale, che determina la coreografia della manifestazione e i ruoli dei partecipanti. Il senso di una manifestazione ritualizzata non va cercato prevalentemente nella parola detta o nei temi trattati; la questione principale è: chi può prendere la parola e quando? chi ha il diritto di parlare ed essere ascoltato? La grammatica culturale regola questa procedura non attraverso l'aperta costrizione, bensì determinando la disposizione dei posti, dividendo gli spazi e decidendo l'andamento, dunque attraverso la messinscena e l'ordinamento dello spazio, dei corpi e del linguaggio. In questo una manifestazione elettorale (simile a una Santa Messa), indipendentemente dai contenuti, contribuisce a normalizzare i rapporti di forza tra Esperti/Politici/Preti, da un lato e Cittadini/Popolo/Parrocchiani, dall'altro. Come nel caso di una Messa, anche in una manifestazione elettorale c'è una liturgia legata ai singoli dialoghi. Chi l'accetta non si rende conto di non potersi esprimere, se non in misura estremamente limitata. Proprio perché la grammatica culturale, la liturgia è uno strumento di potere invisibile, essa agisce in modo particolarmente efficace. Ogni tentativo di discussione sui contenuti comporta l'aver a che fare con un setting imposto e un gioco di ruoli già fissato dai rituali dello stato di diritto democratico. Ovviamente sarebbe ingenuo credere che i politici si lascino influenzare da una controbattuta qualsiasi. Semmai sfruttano questo ambito per dare maggior peso alla propria posizione o per mostrare la propria disponibilità al dibattito pluralistico-democratico-tollerante. Anche la critica più aspra ai contenuti, se espressa nell'ambito del dialogo con il cittadino, non fa che rafforzare la gerarchia inscritta nella grammatica culturale. Per rompere questa situazione, in primo luogo occorre affrontare le forme con cui si articola e riproduce il potere. Nell'ambito della manifestazione, ai partecipanti è consentito prendere la parola soltanto per scopi e in momenti prefissati. Possono fare domande e persino preoccuparsi per la propria salute (nessuno deve patire il freddo o sopportare il fumo), poiché, in qualità di cittadini adulti e responsabili, da essi dipende la buona riuscita della serata. Per questo motivo sono autorizzati a esigere che i disturbatori vengano smascherati e cacciati. Tutti questi ambiti sono tuttavia pensati solo come scena secondaria, al centro dell'attenzione deve esserci l'esperto o il politico di turno. Un tale struttura si manifesta già nella disposizione dei posti a sedere, rivolti in direzione dell'illustre oratore. Quando si introduce una comunicazione tra gli ascoltatori, ciò si scontra con la struttura della comunicazione data e agisce automaticamente come disturbo. Quando gli elementi scenici secondari si spostano al centro dell'attenzione, l'iniziativa inizia a vacillare; quando i partecipanti stimolati dai promotori ben vestiti, sono più impegnati a guardarsi attorno e a criticare il comportamento degli altri partecipanti, piuttosto che ascoltare l'ospite di spicco. Tutti i tentativi di quella parte di pubblico seriamente interessata a ripristinare l'ordine, diventano a loro volta elementi di disturbo. Contromanifestanti palesemente riconoscibili non potrebbero riscrivere il dramma, se non in condizioni decisamente favorevoli, poiché il ruolo di coloro che protestano è già previsto dalla versione originale insieme alle corrispondenti contromisure. Al contrario nella versione originale non compaiono cittadini politicamente attivi che diventano involontariamente disturbatori che recitano nella pièce messa in scena dai loro avversari politici. Più il potere, rappresentato dalle figure delle forze dell'ordine e dell'ospite-star, fatica a distinguere tra disturbatori veri e falsi, tanto più aumenta il caos. Anche i partecipanti realmente interessati si trovano nella condizione di dover fare qualcosa, anche se le possibili alternative appaiano tutte fuori luogo: possono ad esempio prendere parte in qualità di persone civili alla discussione fittizia sulla finestra aperta o chiusa e, con questo, scompigliare la manifestazione o

diventare autoritari ed esigere che i disturbatori vengano cacciati fuori. Il modello del servizio d'ordine di sala prevede che l'interno debba essere protetto dall'esterno, cioè "noi" dai "facinorosi". Le cose, tuttavia, si complicano quando non è possibile distinguere chiaramente l'uno dall'altro, il dentro degli interessati a una buona riuscita dell'iniziativa e il fuori dei disturbatori sovversivi. Il gioco dello spostamento dell'attenzione dal podio alla sala segue due fini: impedisce l'effettivo svolgimento ordinato della manifestazione e palesa un dissenso, non tanto sul piano dei temi dati dall'organizzazione, bensì su quello della grammatica culturale. Disturbando l'ordine del discorso, impadronendosi della parola, alterando la parola legittimamente concessa in un non-senso o disturbando con rumori, rende l'ordine visibile (qualcosa non è giusto) ed esprime contemporaneamente una dura critica. Invece di organizzare una propria manifestazione, nella quale criticare le funzioni della grammatica culturale come mezzo di riproduzione di strutture di potere, i guerriglieri della comunicazione utilizzano un contesto già dato come palcoscenico per la rappresentazione metaforica e concreta del loro obiettivo. Come la grammatica culturale funziona attraverso la propria invisibilità, così i successi di una simile tattica, quando si verifica una situazione del genere, rimangono inespressi. È evidente che qualcosa non torna o non ha funzionato bene, ma questa circostanza non viene necessariamente dibattuta o rappresentata nei media. Lo spostamento si mostra soprattutto nel contesto specifico ai partecipanti. Non agisce su un terreno teorico, bensì su un piano inarticolato, principalmente emotivo. Ciò riguarda tanto i guerriglieri della comunicazione quanto il pubblico della manifestazione. Questa tecnica di intervento dà la possibilità ai partecipanti di vedere con occhi momentaneamente diversi l'evento manifestazione elettorale. In altre occasioni potranno ricordarsi di questo punto di vista, anche se lo spostamento non è stato accompagnato da spiegazioni razionali.

#### Internazionale Situazionista

Dopo il suicidio di Guy Debord nel novembre 1994, sull'Internazionale Situazionista (IS) sono stati sfornati quintali di testi in tutti i contesti possibili e immaginabili. Qui non ci interessa dare il nostro contributo all'attuale hype sul situazionismo, per esempio con la sola giusta, conforme e vera interpretazione de La società dello spettacolo di Debord. Pertanto seguiranno poche osservazioni che riteniamo importanti in relazione all'IS.

L'IS si formò nel 1957 dall'unione di diversi gruppi di avanguardia artistica come l'Internazionale Lettrista, il Movimento Internazionale per una Bauhaus Immaginata e il Comitato Psicogeografico di Londra. Di primo acchito, l'elemento che colpisce maggiormente nella storia dell'IS è la considerevole, persino per un gruppo di sinistra, catena di espulsioni, scissioni ed epurazioni. Fu soprattutto la sezione francese a imporre rigidamente nell'organizzazione la pretesa di una coerenza teorica. Così, nel gennaio 1962, l'intero gruppo SPUR, sezione tedesca dell'IS, fu espulso a causa dell'inclinazione allo scandalo spicciolo. La prassi elitaria e tipicamente settario-avanguardistica dell'IS portò al fatto che, al momento del suo scioglimento alla fine nel 1972, fossero rimasti solo due membri attivi (Debord e Sanguinetti) su circa settanta transitati nell'organizzazione. Alcuni gruppi contemporanei, come Luther Blissett, che si rifanno criticamente all'IS, hanno tratto da questo l'idea di agire con un nome multiplo (15). Dunque rifiutano fin da subito ogni tentativo di garantire coerenza su un piano formale-organizzativo.

Non abbiamo comunque nessuna intenzione di fare dell'IS un cattivo esempio, né sprecheremo parole sulla sua presunta funzione di modello per il punk o sul sopravvalutato apporto del gruppo al Maggio francese del 1968 (sebbene alcuni tra i più bei slogan e graffi ti risalissero senza dubbio ai situazionisti: "Mi diverto con i sanpietrini ..."; "L'umanità non sarà felice finché l'ultimo burocrate non sarà impiccato con le budella dell'ultimo capitalista" ecc.).

La cosa importante è il fatto che l'IS, a differenza di altri gruppi artistico-politici, riconosceva chiaramente le difficoltà delle posizioni di avanguardia, e le criticava aspramente. Oggi, il Situazionismo viene descritto soprattutto come movimento artistico. Riguardo a ciò, va ricordato che l'IS non solo rifiutava l'idea d'arte borghese (cosa che facevano e fanno anche altri gruppi attivi

in campo artistico), ma rigettava in modo esplicito ogni uso delle forme artistiche al di fuori di un progetto (politico) rivoluzionario.

I situazionisti non pensavano di presentarsi come avanguardia politica in senso tradizionale. Rifiutavano qualsiasi rivendicazione teorica o pratica del potere e formulavano una pungente critica alle posizioni marxiste-leniniste. Dalla loro critica al pensiero avanguardistico uscivano formulazioni quali: "La teoria situazionista è nelle teste di tutti"; oppure: "Chiunque può essere situazionista, anche senza aver sentito parlare dell'IS". Tuttavia l'IS, frenata dalle tendenze settarie e dalle pretese elitarie di coerenza teorica, non riuscì a sviluppare una teoria e una prassi al di là del concetto di avanguardia. Anche la visione dei situazionisti, per cui la coerenza sarebbe un mezzo per difendersi dal recupero e dalla riappropriazione da parte dell'ordine dominante, appare curioso. Non è riuscita a evitare il misero modo col quale l'IS, e tutto il Situazionismo, fu trattato e recuperato come movimento artistico. Alla fine vennero fuori testi esclusivisti e cialtroneschi come *La véritable scission dans l'Internationale*, che motivano la critica di Luther Blissett: la teoria situazionista si sviluppa in conclusione come "lo Spirito Santo, che discende sulla massa priva di coscienza". Il rifiuto dei concetti politici tradizionali formulato dall'IS non si limitava a una critica della struttura, gerarchica e burocratica di gruppi e partiti della vecchia sinistra. L'IS cercava nello stesso tempo di sviluppare nuove forme di sovversione e di propaganda.

I situazionisti furono tra i primi a dedicarsi alla "promozione della guerriglia nei mass-media...". "Per qualche tempo si può ancora approfittare del fatto che gli studi radio televisivi non sono ancora sorvegliati da truppe. Meno ambiziosamente parlando, è noto che qualsiasi radioamatore può, senza grandi spese, disturbare, e perfino trasmettere al livello del quartiere [...] False edizioni di questo e quel giornale possono accrescere lo scompiglio nel campo nemico...". I situazionisti erano ben consapevoli del carattere tattico, delle possibilità e dei limiti di una simile prassi: "L'illegalità di simili azioni vieta a ogni organizzazione che non abbia scelto la clandestinità un programma continuativo in questo campo, poiché ciò richiederebbe la costituzione di un corpo separato; cosa che non può concepirsi (né essere efficace) senza compartimentazione, quindi gerarchia, eccetera. In una parola, senza ridiscendere la pericolosa china del terrorismo". Piuttosto, si dedicavano a una prassi, nella quale pochi "individui che si riuniscono per questa occasione, possono improvvisare, migliorare, formule sperimentate altrove da altri. Questo tipo d'azione non concertata non può mirare a sconvolgimenti definitivi, ma può utilmente punteggiare la presa di coscienza che verrà alla luce. D'altronde, non ci si deve obnubilare a proposito della parola illegalità. La maggior parte delle azioni in questo ambito può non contravvenire minimamente alle leggi esistenti". Anche la pratica del *détournement*, dello stravolgimento, venne contemporaneamente propagandata e impiegata dai situazionisti in tutti gli ambiti possibili. Un mezzo di propaganda molto amato erano i fumetti ai quali venivano applicati nuovi testi, e anche i testi teorici dei situazionisti giocavano con stravolgimenti di citazioni e plagi.

Per quanto riguarda le nuove forme politiche, i Situazionisti chiedevano l'"abolizione della politica" attraverso una prassi rivoluzionaria sul piano della vita quotidiana. Con il metodo della Psicogeografia, ad esempio con la pratica della *dérive*, visitavano e studiavano luoghi nonché percezioni ed emozioni a essi collegate. Raggiungendo così lo scopo di sviluppare nuovi modi di comportamento, giochi e passioni: "Finora si sono solo interpretate le passioni, nostro compito è scoprirne di nuove" (Debord). Lo scopo era sviluppare nuove forme d'azione nell'ambito della cultura e della vita quotidiana per introdurre la prospettiva di un cambiamento rivoluzionario: "Le nostre teorie altro non sono che la teoria della nostra vita reale... È evidentemente escluso che noi prepariamo la rivoluzione della vita quotidiana con l'ascetismo".

NSK/LAIBACH. Dalla sovversione all'affermazione

Il collettivo di artisti *Neue Slowenische Kunst* (NSK) [Nuova Arte Slovena] si formò all'inizio degli anni Ottanta a Lubiana attorno al gruppo rock Laibach. In più di dieci anni di esistenza si è occupato principalmente dell'estetica del potere e della sottomissione, della messinscena del

dominio e dell'annullamento del singolo nel collettivo. Inoltre, fin dall'inizio, la NSK/Laibach si è dedicata a una strategia della sovraidentificazione, portata avanti con coerenza. Usando come base teorica le tesi dello psicanalista sloveno Slavoj Žižek, già allievo di Lacan, i Laibach operano una sovversione che non deriva dalla presa di distanza ironica, bensì dal prendere il sistema troppo sul serio. A dover essere affermati sono proprio gli aspetti dell'esistente che non possono essere espressi apertamente, ma che fanno parte nell'ordine simbolico dominante. Tale articolazione affermativa è sovversiva, poiché è nelle verità nascoste dell'ordine simbolico che sono iscritti i punti di rottura. L'affermazione di questa verità rende visibile la rottura.

Nella loro estetica, i NSK/Laibach si rifanno all'avanguardia classica degli anni Venti, la cui eredità attinge al medesimo pozzo utilizzato per tutte le successive rappresentazioni estetiche dell'ideologia politica. Per mostrare la relazione tra forme estetiche e ideologia politica, Laibach riproduce l'estetizzazione fascistoide del politico e del sociale, senza alcuna presa di distanza. La messinscena del dominio e il desiderio di sottomissione vengono affermati, non criticati. Nell'accezione dei Laibach, distanza critica significa infatti innanzi tutto possibilità di sottrarsi alla conoscenza sul funzionamento dell'estetizzazione dell'ideologia. Per questo, il gruppo rifiuta in generale sia di commentare le proprie azioni sia di porsi criticamente. Un buon esempio delle modalità d'azione dei Laibach è una performance che il gruppo tenne nei primi anni Novanta allo stadio di Belgrado. L'apice fu un discorso nazionalista militante in lingua serba. Gli spettatori vennero esortati a mantenere e difendere con ogni mezzo la purezza e l'orgoglio del popolo serbo e l'entità del suolo serbo. Come sottofondo al discorso, i Laibach allestirono tutta la messinscena dell'estetica fascista, eliminando consapevolmente, in questa grandiosa esibizione di epos nazionalista, ogni elemento di presa di distanza. Per quel che riguardava i contenuti, il discorso non era altro che l'ennesimo inasprimento della retorica nazionalista, nello stesso periodo ascoltabile ovunque negli Stati della Jugoslavia in via di disgregazione. Il gruppo era ben consapevole del pericolo celato da questa contestualizzazione, non solo per la forma, ma anche per l'effetto prodotto.

I Laibach risolsero il problema grazie a un'enorme provocazione: durante il discorso scorrevano, in tedesco e senza soluzione di continuità, parole chiave e frasi significative della retorica del Blut und Boden. Davanti al background dei crimini che i nazifascisti tedeschi e i loro sgherri avevano commesso in Serbia, ogni lettura affermativa poteva essere esclusa; cosa che doveva avere sugli spettatori un effetto davvero spaventoso, poiché l'affermazione dell'eroismo nazionalista serbo venne condotta su tutti gli altri piani con la massima coerenza.

Dall'inizio degli anni Novanta, il gruppo si è dedicato soprattutto ai meccanismi di costruzione della nazione. Tenendo come sfondo la divisione statale-nazionale della ex-Jugoslavia, il gruppo ha proclamato la fondazione dello Stato della NSK. Per perseguire tale scopo si è fatto ricorso a tutti gli attributi simbolici dello Stato nazionale. Grazie a un sapiente montaggio di reperti della memoria collettiva si è anche inventata una storia nazionale. Con lo Stato della NSK si è dimostrato che anche una sovraidentificazione grottesca di quel tipo poteva essere confermata dalla realtà. Le prassi avevano come sfondo la (ex-)Jugoslavia. Secondo Žižek, il gruppo ne crea uno specchio nel quale l'Occidente scopre la propria verità nascosta.

Anche quando gli artisti della NSK/Laibach si servono di forme estetiche del fascismo storico o del socialismo reale, che definiscono totalitarismo, al contempo alludono all'Occidente libero liberal-capitalista. Nell'accezione della NSK/Laibach il totalitarismo non è l'antitesi del libero e democratico Occidente, ma un fenomeno il cui sviluppo è intrinseco di ogni società che produce merci.

Nella logica della NSK/Laibach è coerente non considerare un problema il recupero commerciale o politico. Il fatto che la NSK sia, per lo meno in parte, diventata arte di Stato nella nuova nazione slovena, suona come conferma della sua logica ed estetica anziché come una contraddizione. Quando ad esempio i francobolli della NSK sono stati regolarmente timbrati alle Poste Centrali di Lubiana/Laibach, affermazione, sovraidentificazione e decostruzione si confusero in modo quasi indistinguibile. Resta da capire se con una simile prassi, la pretesa di sovversione non finisca per incagliarsi. Soprattutto per NSK/Laibach che, anche in seguito, non ha mai riconosciuto una simile

pretesa.

## Sanguinetti e la salvezza del capitalismo italiano

Rapporto veridico sulle ultime possibilità di salvare il capitalismo in Italia era il titolo di un opuscolo che illustri esponenti dell'economia, della politica e dei media italiani diffusero nel 1975 per lo stivale.

Lo sconosciuto autore si firmò con lo pseudonimo di Censor. Il contenuto del testo era scottante. Da un'analisi sugli errori della classe politica borghese nei decenni passati, Censor traeva la conclusione che soltanto attraverso il coinvolgimento del Partito comunista italiano nella gestione politica dello Stato borghese sarebbe stato ancora possibile salvare il sistema capitalistico italiano. "Inutili timori del compromesso storico e tendenze in apparenza rivoluzionarie del Pci sarebbero stati articoli ideologici d'esportazione per il popolo".

Per mezzo del linguaggio, dello stile e delle argomentazioni, Censor si impose come rappresentante dell'élite intellettuale borghese. Subito dopo l'uscita del libro ebbe inizio una serie di speculazioni selvagge sull'identità dell'autore: era forse un intellettuale democristiano di spicco, un giornalista borghese da poco scomparso o uno scrittore assoldato appositamente dai comunisti? La maggioranza concordava sul fatto che si trattasse di una personalità proveniente dal centro del potere. Le ferree tesi di Censor e le sue analisi sulla possibilità di salvare il capitalismo italiano divennero oggetto di una lunga: controversia, durante la quale nessuno mise mai in discussione il contenuto del pamphlet.

Solo dopo diversi mesi il situazionista, Gianfranco Sanguinetti fece uscire un testo nel quale riconosceva la paternità dell'opera: Censor non era mai esistito. L'autore militava nell'estrema sinistra e, poco prima dell'uscita del libro, era finito in carcere in seguito all'assurda accusa di avere procurato armi al terrorismo italiano. Ma cosa spingeva un ex membro dell'Internazionale Situazionista a preoccuparsi proprio del sostentamento del capitalismo e di doverlo presentare al pubblico usando uno pseudonimo? In che cosa consisteva la carica sovversiva dell'azione di Sanguinetti?

La struttura sociale della società italiana negli anni Sessanta e Settanta era caratterizzata dall'esistenza di un proletariato industriale forte e potenzialmente rivoluzionario, che si era in parte organizzato nell'Autonomia operaia e in forme d'azione autonome esterne ai sindacati tradizionali e alle organizzazioni di partito di sinistra. Sul finire degli anni Sessanta si arrivò in Italia all'acuirsi dei conflitti politici e sociali, a occupazioni di fabbriche e rivolte studentesche. Ancora negli anni Settanta questi conflitti assumevano spesso la forma di scontri militanti. In questo contesto, il forte Partito comunista aveva una funzione di vitale importanza per la continuità dell'ordine capitalistico borghese: solo il Pci poteva infatti condurre gli scontri sociali su binari burocratici e regolamentati, e integrare parte della classe operaia nel sistema politico, esorcizzando così il pericolo di una escalation rivoluzionaria.

Questa funzione del Pci si delineò nettamente nel cambiamento della sua retorica politica a partire dai tardi anni Sessanta. Se prima la retorica leninista-gramsciana parlava di conseguire l'egemonia al fine di rovesciare l'ordine sociale, in seguito, con l'acuirsi dei contrasti sociali, il Pci prese a evocare lo spettro del nuovo fascismo, che si sarebbe diffuso nel paese se non si fosse sostenuto l'ordine democratico con la partecipazione al governo borghese. Sotto il segno di questo "compromesso storico" non solo la classe operaia avrebbe dovuto ingoiare ogni rospo, ma ogni opposizione di sinistra sarebbe stata tacciata di fascismo. Questo spinse il Pci in prima linea nella repressione dei movimenti di estrema sinistra.

Non a caso per il Pci questa linea si risolse in un nulla di fatto: solo nel 1996 i comunisti, trasformati in socialdemocratici, entrarono a far parte del governo. Il paradosso del sistema politico italiano consisteva proprio nel fatto che, sul piano della funzionalità, il Pci era sì parte costitutiva dell'ordine borghese capitalistico, ma questa funzione poteva essere sfruttata solo mantenendolo formalmente escluso dalla partecipazione al potere politico.

Il testo di Censor non fece altro che pronunciare apertamente questa verità. Il fatto che ciò sia successo grazie all'affermazione anziché alla critica rese impossibile all'opinione pubblica borghese sottrarsi alla coerenza delle argomentazioni. Il Partito comunista, contro il quale in pratica e in teoria erano rivolti gli attacchi di Censor, si astenne da qualsiasi presa di posizione e cercò di fare passare il testo sotto silenzio. Sanguinetti commentò così l'effetto prodotto: "Del resto queste verità sono tanto semplici che, nel momento in cui le si enuncia, chiunque è costretto a riconoscerle, ma esse al tempo stesso sono verità spaventose e inquietanti, che nessuno si è finora arrischiato a enunciare: sono le verità di questo mondo. E a coloro a cui non piacciono, non resta che cambiarle in un modo o nell'altro".

Luther Blissett

Sul finire del millennio e della storia ciò che resta della sinistra appare impelagato in contraddizioni senza via d'uscita. Sembra infatti che assieme alla fine burocrati del sogno rivoluzionario anche il sogno stesso abbia perso la sua forza. Questo vale sia per quella sinistra sviluppatasi come patria rivoluzionaria del proletariato mondiale, sia per quella che ha rivolto la propria critica proprio contro questo: con il declino di questa patria è scomparso anche il luogo immaginario della parola, a partire dal quale la sinistra aveva potuto affermare la sua visione del cambiamento rivoluzionario dell'esistente. La vecchia frase "sinistra è quando non sono a casa" racchiude il suo vero significato: non c'è patria per questa visione, né nella realtà né nell'utopia. E in effetti non mai è stato diversamente.

Di fronte a tale rivelazione, la sinistra che ha sempre creduto di parlare da un luogo sicuro, si ritrova spiazzata. Dopo aver impiegato non poche energie per delimitare e recintare il luogo della verità rivoluzionaria, e rifugiarsi dentro costruendo una casetta accogliente da cui bandire tutti gli altri come deviazionisti, a un certo punto vede tutti i suoi sforzi rivoltarsi contro. I luoghi immaginari della sicura verità intellettuale scompaiono, nemmeno la lettura delle teorie rivoluzionarie è più consolatoria. Al contrario, è come se tutte le opere di Marx, Engels e Lenin le si piantassero in gola al punto da non poter essere sputate fuori né, tanto meno, inghiottite. Si vedono respinti in quel non-luogo al quale volevano, a ogni costo, sfuggire con la loro disperata fede nelle vecchie forme del dogma rivoluzionario. Al tempo stesso devono riconoscere che ogni tentativo di riguadagnare terreno mostra ancora più chiaramente una situazione senza prospettive: anche quando la sinistra crede di conquistare un luogo fisso cede al peggiore dei recuperi.

Richiamandosi ai valori universali fa il gioco dei vecchi e nuovi imperialisti. Sperando di trovare i veri luoghi della lotta rivoluzionaria, mettendosi a fianco dei popoli oppressi delle periferie, si ritrova a condurre una lotta per il buon diritto di ogni oppresso di poter diventare a sua volta oppressore. Alcuni tentano la strada del rovesciamento delle relazioni combattendo accanto alle minoranze stigmatizzate della metropoli. Dal diritto alla differenza, le differenze diventano nuove gabbie, per giunta nemmeno dorate. Se invece tentano di sfuggire a questa trappola parlando dello scioglimento delle identità nel gioco delle differenze, si ritrovano a scimmiettare la vecchia litania del liberale chiacchiericcio universale travestito con i colori del postmoderno. Rimane allora la mera rassegnazione, la definitiva rinuncia a ogni pensiero di un mondo fundamentalmente diverso? E' in questa situazione che compare una strana figura. Il suo corpo è molti corpi, come molti sono i volti. Non è né un uomo, né donna tanto meno androgino. Il nome di questa figura è Luther Blissett. Ma cosa significa questa figura?

Tra quanti l'hanno incontrata, molti si pongono questa domanda. Molti scadono in frettolose risposte. Sebbene, quelle risposte non siano inutili, esse dimostrano la mancanza di una conoscenza più ampia. La natura di Luther Blissett è sottile e non è facile da afferrare; proprio a coloro che credono di averla capita sfugge senza che se ne accorgano. Il suo nome è segreto. Alcuni si soffermano sul fatto che il nome di Luther Blissett è utilizzabile da chiunque e si chiedono se un nome che può designare chiunque possa avere un proprio significato. Ma Luther Blissett non si può capire con la semiologia formale. Poiché Luther Blissett è colui che si muove tra tutti i segni

e sistemi di segni e che balla con essi. Altri invece sono dell'avviso che l'essere tutti Luther Blissett consenta di potere sfuggire alle maglie del potere, e hanno torto e ragione al tempo stesso. Infatti, Luther Blissett non è un nascondiglio sicuro. E altri chiedono ancora fra mille dubbi: come può avere Luther Blissett una strategia politica, una chiara identità, una prassi riconoscibile se tutti possono fare a suo nome quello che vogliono? E in effetti è così: l'essenza di Luther Blissett si manifesta in tutta la sua chiarezza a chi ha superato questo dubbio e può rispondere alla domanda. Solo nella tensione del paradosso si può capire la sua essenza: Luther Blissett è il rappresentante di una complessa strategia. Ma la sua strategia è non strategia. Luther Blissett è il possessore di una nuova identità. Ma questa identità è, non identità. Luther Blissett è il proprietario di un luogo sicuro. Ma questo luogo è un non luogo.

Luther Blissett non persegue alcuna strategia definibile o prevedibile. Con i suoi nomi multipli sfugge a qualsiasi affermazione. Ma la sua strategia non è una qualunque. Proprio perché occupa una posizione che esclude ogni coerenza formale esiste solo nella vera coerenza che si mostra nel suo agire. Nessuno può possedere questa figura molteplice: a chiunque cerchi di afferrarla sfugge. Dovunque il potere tenti di assegnarle un luogo fisso e una fissa identità Luther Blissett scompare solo per ricomparire all'improvviso, altrove o nello stesso luogo. Si manifesta in molti luoghi allo stesso tempo e rimane allo stesso tempo immobile.

La prassi di Luther Blissett consiste nell'agire in mezzo alle contraddizioni e nel superarle con il suo agire. È coerente benché la sua coerenza si manifesti solo nell'arco di tempo di un'azione. Questo agire non è denominabile né garantito, non si lascia racchiudere in un discorso. Ma ciò che non si può denominare, si mostra comunque.

Là dove la vecchia sinistra si vede ingarbugliata senza alcuna via d'uscita, là dove si barcamena, dimenticando completamente dove ha lasciato la testa, Luther Blissett rimane immobile come una montagna. E allo stesso tempo è in ogni momento ricco di vivace attività e manifesta la sua essenza in ogni direzione. È parte dei movimenti contraddittori senza essere prigioniero di questi. Rimane fisso e immobile al centro della tempesta. È la tempesta.

## Schweyk

Schweyk, l'idiota per antonomasia, fa solamente ciò che gli viene ordinato. Il suo superiore lo taccia di stupidità e lui si congeda velocemente dicendo: "Sono stupido!". Sarà proprio il suo anelito esasperato a servire Sua Maestà l'Imperatore "fino all'ultimo respiro" a sotterrare l'imperialregio esercito austro-ungarico.

La figura letteraria di Schweyk fu creata dallo scrittore ceco Jaroslav Haek (1883-1923). Il romanzo *Die Abenteuer des braven Soldaten Schweyk* [Le avventure del buon soldato Schweyk] uscì a Praga in fascioletti a puntate, tra il 1920 e il 1923. Dopo la morte di Haek, grazie a Max Brod, "Schweyk" raggiunse un pubblico letterario più vasto.

Con questo personaggio emergeva nell'opinione pubblica dei primi anni Venti una figura letteraria fino ad allora impensabile. Venivano narrate storie della vita da soldato di un "eroe sconosciuto privo della fama e della gloria di un Napoleone", episodi divertentissimi e beffardi. Sullo sfondo della società europea militarizzata del primo dopoguerra, la figura di Schweyk finiva con l'essere provocatoria. L'addestramento militare e la disciplina ferrea erano considerati fondamentali incrollabili ed essenziali dell'ordine esistente. In quel contesto appariva dunque una figura che, esagerando il piglio militaresco, andava oltre il dovere di qualsiasi soldato, e proprio per questo sottolineava l'assurdità dell'obbedire agli ordini, del piegarsi alla disciplina, del sopportare l'addestramento.

La carica sovversiva del buon soldato Schweyk consiste principalmente nell'annunciare a piena voce di non desiderare altro che servire la macchina militare e sociale, sempre e a qualunque condizione. L'inclinazione di Schweyk all'obbedienza incondizionata e al rigido rispetto delle regole è alla base del suo metodo. Eseguendo alla lettera ogni ordine, con una buona dose di astuzia e malizia, può ingannare i suoi superiori facendosi credere uno stupido. La sua principale forza

risiede nello spiazzare e capovolgere gli ordini ricevuti dai superiori. La sua insubordinazione non immediatamente percepibile, il suo modo irrispettoso di pensare e agire sempre al confine della liceità, il suo comportamento intruppato e la scoraggiante tattica comunicativa sono vere e proprie cause di ulcera per i suoi superiori.

Il metodo Schweyk si basa su un insieme di decodifica aberrante e di affermazione sovversiva. Il valore di questa figura letteraria sta nell'aver portato il militarismo all'assurdo e aver mostrato come le virtù militari, i valori a esse legati, la morale possano essere resi inservibili.

## Ufficio per i provvedimenti eccezionali

"Dato che i politici ricorrono a mezzi sempre più deplorabili e la realtà che ne deriva getta su di noi una luce fosca e deprimente, è allora compito dell'arte rivelare il ridicolo di questa politica e ridare agli uomini voglia di ridere, autostima, gioia di vivere e forza di opposizione... Arte e teatro come operazione pubblica, pubblica messa in scena della nostra fantasia. Rendere evidenti realtà che aspirano strenuamente al cambiamento. Fantasia come motore per la critica e il cambiamento: questo è il nocciolo dell'Ufficio per i provvedimenti eccezionali". (Autopresentazione riportata in "De Schnüss", n. 5, Bonn, 1988,).

Nella zona grigia tra arte e politica si situa, l'Ufficio per i provvedimenti eccezionali, attivo a Berlino dal 1987. Il suo punto di forza concettuale risiede nell'arte politica d'azione e nei montaggi reali dello spazio pubblico. Nato attorno a un gruppo di artisti, designer e autodidatti di Kreuzberg, che nel 1977 si unirono per dare verve, vita e creatività a manifesti, campagne e azioni radicali, si è evoluto da prestazioni di service e layout fino all'ideazione di intere azioni, il cosiddetto demonstrations design.

Nel 1987 sui muri di Berlino vennero proiettati abbaglianti slogan di protesta contro l'aumento dei canoni d'affitto e nella metropolitana ci furono azioni congiunte a iniziative di boicottaggio del censimento della popolazione.

In occasione della visita di Reagan nell'estate del 1987, la polizia recintò per svariate ore l'intero quartiere di Kreuzberg (16): nessuno poteva accedervi né uscire. Qualche giorno dopo, il 17 giugno sul Kottbusser Brücke fu inscenato uno spettacolo satirico: l'erezione di un "muro di protezione antikreuzbergese" (17). Di fronte a esso si mise in posa un sedicente neo-eletto Senatore degli Interni e dell'Architettura, in frac e cappello a cilindro. Agli attoniti passanti venne spiegato: "Cari berlinesi, non vogliamo far sì che la nostra bella Berlino venga distrutta dagli antiberlinesi di Kreuzberg... Per ciò il Senato cittadino ha deliberato in una riunione segreta che, in seguito all'immenso successo del blocco di Kreuzberg in occasione della visita di Reagan, fosse costruito un muro di protezione anti Kreuzberg".

Gli autori dell'azione provocarono una buona dose di malumore. Vennero denunciati per occupazione abusiva di suolo pubblico e il Senato non tardò ad accusarli di "incitazione alla violenza". L'azione non ebbe solo conseguenze legali: proprio in seguito a ciò fu creato l'Ufficio per i provvedimenti eccezionali.

Quando nel settembre del 1988 i "potenti della Terra" (Fondo monetario internazionale e Banca mondiale) si diedero appuntamento a Berlino, l'Ufficio per i provvedimenti eccezionali non si fece sfuggire l'evento e organizzò una tre giorni di luci e tamburi che non poté essere vietata grazie alla partecipazione di massa. Anche in altri punti della città furono organizzati happening teatrali rivolti sia ai potenti sia ai comuni berlinesi, agli estremisti giunti da tutto il territorio federale, ai popoli del Terzo Mondo e non da ultimo alla stampa internazionale. L'azione dalle tre B, "Bürger beklatschen Bunker" [cittadini applaudono banchieri] si rivelò tanto molesta che nemmeno i poliziotti riuscirono a picchiare chi applaudiva.

Lo scopo dell'Ufficio è proprio presentarsi in pubblico in forme inusuali: spesso si presenta sulla scena in modo diretto, con idee sempre nuove e sorprendenti, riuscendo ad assicurarsi l'attenzione dei media con azioni spettacolari. In occasione del Berlinale (18) del 1993, l'Ufficio organizzò un'azione speciale: invitò esponenti del governo, della Chiesa e della Comunità Europea alla

cerimonia ufficiale presso la storica "via di fuga" della Bernauer Strasse (19). Tra un brindisi e l'altro parti la prima vangata al "tunnel d'asilo di Berlino Temesvar" (20). Con questo tunnel, sostennero gli organizzatori, la Repubblica Federale dava un colpo decisivo al banditismo internazionale, al tempo stesso tutelando la Costituzione: ora non solo i fuggitivi dell'alta società potevano ambire all'asilo. Anche i veri perseguitati avrebbero raggiunto la Repubblica Federale dal loro Stato insicuro del Terzo Mondo. Ribattezzato "tunnel dell'amore verso il prossimo", venne festeggiato dopo quest'annuncio: "Nel caso in cui zingari, comunisti o ladri di auto polacchi dovessero bloccare questo progetto umanitario, il tunnel potrà essere inondato in qualsiasi fase della costruzione". ("Neues Deutschland", 2.2.1993)

## Billboard Liberation Front

"Manifesti pubblicitari per tutti". Ecco una delle rivendicazioni che accomuna ed entusiasma tutti gli attivisti del gruppo Billboard Liberation Front (BLF), di rado concordi su un punto. Il gruppo opera dal 1977 nella zona di San Francisco. Alcuni appartenenti al BLF provengono dagli ambienti della grafica e non hanno niente contro cartelloni e manifesti pubblicitari (billboards). Ritengono che la pubblicità non debba essere unico dominio di alcuni, gruppo finanziari ma che tutti gli individui debbano avere pari opportunità di accedere agli spazi pubblicitari. La loro attività creativa non mira quindi al semplice e banale danneggiamento dei manifesti: la loro etica del lavoro impone che ai cartelloni pubblicitari si debbano soltanto apportare "migliorie". I loro attacchi all'estetica e al contenuto sono infatti tanto professionali che alla prima occhiata è impossibile capire se il cartellone ha subito o meno qualche modifica.

In anni di interventi sulle affissioni pubblicitarie i singoli attivisti hanno sviluppato settori di preferenza individuali e competenze specifiche. Ad esempio, nel gruppo vi sono un esperto di droga, un esperto di computer e delle relative tecniche di sabotaggio, nonché due attivisti che lavorano in un'agenzia pubblicitaria. Questi ultimi usano le attrezzature dell'agenzia per realizzare a livello professionale il miglioramento dei manifesti. Altri membri invece rappresentano l'ala sportiva del gruppo: anziché discutere si calano con una corda lungo un grattacielo per arrivare agli obiettivi desiderati, i cartelloni. In attesa che la loro rivendicazione "manifesti pubblicitari per tutti" siano soddisfatte, il BLF continua a modificare i messaggi dei manifesti in modo impreveduto e di certo non gradito agli originali ideatori e committenti.

Ma talvolta il sistema contrattacca. Nel 1994, infatti, un'agenzia pubblicitaria usò la tecnica della modifica dei manifesti come tecnica innovativa per procacciare nuovi clienti. Aggiunse dei graffiti sui propri manifesti con uno stile simile a quello del BLF. Sui manifesti fu scritta con lo spray la parola "hi", poi modificata in "hip" e "chill". Il BLF decise di difendere la propria immagine e di vendicarsi dell'agenzia pubblicitaria. Cambiò la parola "hip" in "hype" e aggiunse il disegno di una testa da morto sulla griglia di raffreddamento dell'auto pubblicizzata. Il portavoce del BLF Jack Napier dichiarò: "Non possiamo starcene seduti e non fare nulla mentre altri copiano la nostra forma di lotta, soprattutto quando la usano così male. Siamo sotto lo standard minimo per i midnight billboard operators".

Il BLF ritiene che tutti possano praticare "l'arte e la scienza del miglioramento di manifesti". Nel loro opuscolo *The Art and Science of Billboard Improvement* vengono minuziosamente descritte le pratiche di miglioramento adottate. All'interno è contenuta anche un raccontino intitolato *Aim, High!* (Mira in alto!). Si narra che molto tempo addietro cinque coltivatori di una cooperativa in vacanza a Seattle videro un manifesto che mostrava un jet a reazione dalla forma fallica in fase di decollo con la scritta: "Aim High!". Anch'essi decisero di alzare il tiro. Si arrampicarono sul cartellone, presero le misure, provarono i colori, infine dipinsero lettere rosse su carta da macellaio e si procurarono colla e puntine da disegno. Una sera durante l'ora di punta uno di loro si appostò vicino al manifesto sul ponte dell'autostrada, un altro sostava nella corsia opposta e mantenendo i contatti con i walkie-talkie. Gli altri tre incollarono sul manifesto le modifiche aggiuntive. Il traffico era così intenso che ci volle un bel po' di tempo prima che la polizia potesse raggiungerli. Nell'arco

di 15 minuti il manifesto era stato corretto e i nostri eroi ebbero il tempo di mettere al sicuro gli strumenti di lavoro. Il giorno successivo il cartellone modificato fu ricoperto da quello originale. Ma fu meraviglioso quando alla prima pioggia le lettere scritte sulla carta da macellaio riemersero sulla carta bagnata del manifesto. Accanto allo slogan "Mira in alto!" si poteva leggere: "Fai saltare il Pentagono!".

## Il Graffitista di Zurigo

Alla fine degli anni Settanta, in Svizzera così come in numerose metropoli tedesche, su facciate, pareti di edifici e strutture di cemento comparvero omini-ragno danzanti, scheletri e gonfi animali stilizzati. Queste strane creature venivano disegnate con qualche semplice tratto nero di spray e evocavano un misterioso mondo fantastico nel bel mezzo della metropoli. A ogni angolo era possibile imbattersi in una di queste. Nel 1979 il graffitista, fino ad allora anonimo, venne denunciato e arrestato dalla polizia di Zurigo. Prima dell'apertura delle udienze il graffitista, al secolo Harald Naegeli, fuggì in Germania dove venne estradato e condannato a nove mesi di detenzione senza condizionale.

La motivazione del tribunale di Zurigo per la dura condanna fu la seguente: "Per anni l'imputato ha inteso inquietare gli abitanti di Zurigo con ineguagliabile violenza e mancanza di rispetto, ha voluto minare la loro fede nell'inviolabilità della proprietà che è il fondamento del nostro ordinamento civile" (M. Müller, *Der Sprayer von Zürich*). Il giudizio non valutava l'opera di Naegeli né come atto artistico né come atto vandalico, bensì come reato politico.

Come mai le strane e graziose figure di Naegeli disegnate sulle mura dei bravi cittadini svizzeri e delle istituzioni hanno scatenato reazioni tanto violente pur non mostrando, a paragone di altre scritte con lo spray, di voler veicolare alcun messaggio politico?

In realtà, questa forma di occupazione e di organizzazione indipendente degli spazi pubblici è proprio un attacco massiccio al principio di proprietà: non può essere accettata come esplicita esigenza di espressione, perché si arroga il diritto di poter modificare esteticamente una superficie a proprio piacere senza avere nessun'altra motivazione oltre a questa. Naegeli stesso spiega questa esigenza quando definisce gallerie e musei come luoghi livellati in cui non resta nulla o nessuno da provocare. Al tempo stesso afferma di non aver distrutto nulla con i suoi disegni, anzi di aver aggiunto, addirittura donato, qualcosa. La condanna di Naegeli provocò massicce proteste; molti artisti e personalità, soprattutto socialdemocratici, si opposero alla sua criminalizzazione collocando i suoi lavori in ambito artistico. Paradossalmente, questi tentativi di solidarietà nei confronti di Naegeli distrussero la sua rivendicazione più della stessa pena. I suoi lavori furono portati proprio nei luoghi contro i quali queste opere erano originariamente rivolte: i musei e le gallerie. "Tutto ciò che lì si dice e si fa, per quanto folle, è livellato dal concetto stesso di arte. Si tratta di una libertà fittizia". Nonostante tutti i tentativi di assorbimento delle figure di Naegeli da parte del sistema. Esse rappresentarono un punto di partenza per il movimento giovanile di Zurigo che, con il motto "peccato che il cemento non bruci", commentò a modo suo la simbologia del potere.

## Abdusters

Negli Stati Uniti e in Canada, l'apice della critica al consumismo e ai media è la rivista quadrimestrale "Adbusters-Journal of the Mental Environment", fondata nel 1988 e pubblicata dalla Media Foundation. La caratterizzano un orientamento anti-alcol e anti-fumo, e un dichiarato odio nei confronti della televisione.

Adbusters cerca di diffondere sovversione usando i principi capitalistici del marketing col motto di "beat them at their own game". L'anti-pubblicità è rivolta innanzitutto contro gli eccessi della società dei consumi: "La scommessa è vincere battaglie ambientali, culturali e ideologiche, e nel farlo creare nuovi paradigmi".

Anche chi forse trova problematica questa forma di sub-vertising può scoprire in "Abdusters" stimoli sempre nuovi per azioni di comunicazione-guerriglia. Sulla rivista vengono per esempio regolarmente pubblicate foto di manifesti pervenute in redazione, di fakes o migliorie apportate a cartelloni pubblicitari.

Abdusters è l'unione di Ad (abbreviazione di advertisement, pubblicità o messaggio pubblicitario) e busting (da to bust, far fallire, rovinare). Queste azioni di de-marketing hanno obiettivi simili a quelli del gruppo australiano BUGA UP, ossia Billboard Utilizing Graffitiists Against Unhealthy Promotions.

"Abdusters" propone, su uno sfondo di pessimismo culturale, un misto di classica controinformazione, articoli sul billboard banditry e anti-pubblicità creata ad hoc. "Abdusters" utilizza "inquinanti cerebrali archetipici" per straniare l'immagine di noti prodotti di mercato: solo per citarne alcuni Budweiser, Marlboro, Benetton, Coca-Cola, McDonalds e Calvin Klein. A tal fine si serve delle tecniche del collage e del montaggio. Accanto alle tradizionali forme politiche come petizioni o campagne pubbliche, la rivista promuove nel suo Culture Jammer's Manifesto pure il disturbo di trasmissioni televisive e forme di ecosabotaggio (monkey-wrenching). La loro forma di culture jamming mira soprattutto a praticare l'anti-pubblicità o il marketing sociale tramite i canali mediatici già esistenti dei mass media. I suoi ideatori sono infatti del parere che "with your help, the revolution will be televised". "Abdusters" vuole stimolare il dibattito pubblico sulla società dei consumi e mettere i cittadini in condizione di rappresentare i propri interessi. Ad esempio la rivista promuove una campagna di educazione multimediale per ridare ai consumatori il controllo sul consumo di tabacco, alcool, moda, cosmetici, cibo, auto e media. Combatte il potere dei media e il mito dell'associazione fra violenza sullo schermo e violenza nella realtà. Nella rubrica "Sub-vertising" vengono talvolta pubblicati manifesti antitelesivi e ogni anno viene organizzata una settimana internazionale di boicottaggio della televisione: "Spegni la Tv - Riprenditi la vita". Inoltre, i curatori confezionano, nella propria agenzia pubblicitaria no-profit (Powershift), pubblicità per Greenpeace e per altri gruppi ecologici, nonché spot propri in genere boicottati dai canali televisivi americani. Attualmente essi sono alle prese con una propria serie televisiva sugli attivisti dei media e stanno preparando un manuale sul Culture Jamming. "Abdusters" si dedica a volte al vero e proprio Culture Jamming merchandising realizzando calendari, adesivi, manifesti e video.

La rivista è stata premiata nel 1994 per la critica culturale con il Western Magazine Award for Magazine of the year. In un determinato ambiente del continente nordamericano la rivista riveste una grande importanza. "Abdusters" coordina le proteste di numerosi piccoli gruppi locali, sul terreno comune della responsabilità politica nei confronti del proprio corpo e dei valori morali individuali. È una posizione che non a caso ricorda lo spirito dei pionieri. L'affermarsi delle nuove sinistre americane nell'attività pubblica culminò nella protesta contro il consumismo: posizione che però lascia il sistema sociale così com'è.

Negli Stati Uniti e in Canada, la variante "Abdusters" del Culture Jamming viene criticata poiché si serve di simboli estetici dell'epoca high-tech e del merchandising. Più problematica, tuttavia, appare la loro idea di uomo non troppo diversa dall'immagine pubblicitaria. Chi, come "Abdusters", crede nel potere dei media e si serve dello stesso gioco non prende più sul serio i consumatori di media di quanto non lo facciano gli odiati segreti seduttori e finisce col ridurli ugualmente a oggetti. "Abdusters" si posiziona politicamente al centro, "né a destra né a sinistra". In questo contesto vanno lette la critica al consumismo ecoborghese e il diffuso pessimismo culturale reazionario. Non c'è da meravigliarsi che nella rivista non si parli mai di capitalismo.

## California Dreaming

Negli Stati Uniti, soprattutto in California, diversi gruppi praticano la comunicazione-guerriglia sotto forma di pranks, beffe. Per esempio la Barbie Liberation Organization (BLO) che con un'azione molto efficace a livello mediatico, denominata "taccheggio al contrario", ha scambiato i

moduli linguistici della Teen Talk Barbie e di GI Joe, riuscendo a confondere l'immagine dei sessi nei giocattoli per bambini.

L'Institute of Sociometry di San Diego non limita la sua attività alla distribuzione di tessere agli official members e a conferenze sulla sociometria stessa, ma contribuisce anche all'installazione di nuova segnaletica sull'autostrada alla frontiera con il Messico. Se le autorità governative degli Stati Uniti mettono in guardia gli automobilisti dai migranti clandestini che potrebbero attraversare di corsa l'autostrada, i cartelli dell'Institute of Sociometry avvisano della presenza di polizia di frontiera a caccia di migranti. Inoltre lo stesso istituto pubblica l'"Institute of Sociometry Report, by and for any members" dove nella prima edizione si possono trovare tra le altre le "istruzioni ufficiali degli operatori della Barbie Liberation Organization". Secondo la loro definizione la sociometria è l'analisi quantitativa degli individui e della loro relazione con i gruppi. Al tempo stesso l'istituto sottolinea che tutto ciò non ha nulla a che fare con la matematica e con discipline scientifiche ma che si tratta piuttosto di una Guerrilla Sociometry.

Anche il Center for Land Use Interpretation (CLUI) di Los Angeles è un istituto di ricerca no profit. Nello studio sull'uso della terra il CLUI si occupa di alcuni posti specifici. Per esempio nel 1996 il centro eresse un monumento commemorativo in New Mexico, nel punto dove un bombardiere B-36 sganciò una bomba all'idrogeno. Un altro luogo significativo è l'United States Army Dugway Proving Ground, "uno dei più grossi complessi militari americani" di sperimentazione e ricerca nel deserto dello Utah, dove sono sviluppate e testate le armi biologiche e chimiche. Per poter rendere adeguatamente omaggio a questi luoghi, il CLUI erige dei cartelli PhotoSpot in loco che avvisano i passanti della particolare fotogenicità del luogo. Il CLUI distribuisce una famosa guida dal titolo The Nevada Test Site: A Guide to Americans Nuclear Proving Ground. Offre inoltre una macchina fotografica da turismo in miniatura con la quale è possibile intraprendere al sicuro da casa un Nevada Test Site Tour. Disponibile anche una maglietta con la loro scritta PhotoSpot ("Be a walking PhotoSpot").

La storia della Cacophony Society iniziò nel 1969 a San Francisco con una gara di torte in faccia. Si trasformò poi in un San Francisco Suicide Club fin quando nel 1986 prese il nome di San Francisco Cacophony Society. Essa consta di gruppi locali a Los Angeles, Portland e Seattle. La Cacophony Society abbraccia 600 merry pranksters non organizzati che praticano tutte le forme possibili di azione, in particolare happening e teatro invisibile. Essa si definisce un movimento underground non connotato politicamente, privo di strutture fisse, regole e presidenti e come "often nonsensical". A Los Angeles vengono pubblicati regolarmente degli bollettini informativi. La Cacophony Society inventa organizzazioni, crea falsi eventi, organizza feste illegali sotto forma di happening. E' estranea a ogni dichiarazione espressamente politica. La maggior parte delle sue azioni esprime il desiderio di non sense e caos: "Support the powers of chaos in your community". Da ricordare il party Helter Skelter con la proiezione dei più recenti film di Charles Manson. Un vero successo.

## Kommune 1

Giovedì 6 aprile 1967 il quotidiano "Bild", di Axel Gasar Sprinter, si rivolgeva così ai propri lettori: "Berlino. Scongiurato attentato al vicepresidente americano". Il giorno prima gli sbirri avevano scoperto un'"officina del terrore" e sequestrato una strana sostanza collosa accorsero tre giorni interi ai periti chimici della polizia per capire la composizione dello strano "esplosivo" rinvenuto. Fritz Teufel, Rainer Langhans e compagni, tutti della Kommune 1 (K1), la centrale del terrore cittadino, avevano messo insieme dieci chili di budino in polvere, del colorante e della farina e li avevano cotti. Con quell'impasto avrebbero poi confezionato la più dolce bomba calorica mai esistita. Nessuno li ringraziò mai per questo dolce omaggio al vicepresidente americano Hubert H. Humphrey che aveva dichiarato pubblicamente che il budino era il suo dessert preferito. I membri della K1 vennero accusati di "essere stati trovati in circostanze sospette". "L'attentato al budino" fu ripreso dalla stampa internazionale, anche se nessuno aveva mai definito "terroristica" la produzione di dolci. Nonostante la falsa partenza, l'episodio procurò alla K1 una duratura

reputazione.

In qualità di "comitato provvisorio per la preparazione di un'organizzazione studentesca indipendente" la K1, con le sue spillette maoiste, fece andare in fumo un'assemblea di 6000 studenti alla Freie Universität di Berlino. Ai partecipanti venne distribuito il "volantino dell'idiota professionista" che conteneva l'invito a lasciare l'università, ad andare a lavorare e comprarsi una casa con i soldi guadagnati e fondare così una comune dove si sarebbe praticato l'amore libero e organizzato corsi di formazione di partito. L'obiettivo era formare dei Provos da disperdere nella società per portare avanti azioni di disturbo che ridessero slancio alla rivoluzione. Partendo dal bisogno di cambiamento radicale, il movimento antiautoritario, di cui la K1 era il prodotto, intendeva mettere in crisi rapporti sociali fossilizzati. Un mutamento sociale sarebbe stato possibile solo se il piano individuale e quello sociale fossero stati considerati ugualmente politici e quindi non separabili. Il cambiamento personale non doveva rimanere una questione privata, ma contribuire a una trasformazione sociale.

I comunardi in erba, fra cui Fritz Teufel, Rainer Langhans, Dieter Kunzelmann, Uschi Obermaier e altri, trovarono rifugio per un breve periodo nell'appartamento berlinese dello scrittore Uwe Johnson. Proclamarono la rivoluzione della vita quotidiana: all'angusta famiglia borghese si sostituiva il collettivo. L'opinione pubblica percepì la loro rivendicazione principalmente come un'istanza di promiscuità sessuale.

Le forme di azione della K1 assunsero un carattere internazionale, tanto che in altri paesi si formarono gruppi con idee politicamente affini. Ad esempio nell'ambito degli Yippies americani non solo uscì un libro con il titolo quasi identico al Klau mich [Fottimi, nel senso di "rubami"] di Teufel e Langhans, vale a dire Steal this book [Rubate questo libro, N.d.T.] di Abbie Hoffman, ma entrambi i gruppi manifestarono le loro provocazioni prevalentemente con forme aggressive di happening politico. A questi happening partecipavano di solito diverse centinaia di persone vestite in modo fantasioso. L'Esercito della salvezza si trovò in una situazione molto imbarazzante quando la polizia li scambiò per comunardi travestiti. Usando maschere strategiche da coniglio e da istrice i membri della K1 sfruttavano ogni occasione per provocare e schernire le autorità evitando lo scontro fisico. Gli attivisti della K1 erano maestri nella tattica dello smascheramento delle strutture autoritarie. Le loro azioni provocavano violente reazioni poliziesche che non risparmiavano nemmeno i semplici passanti.

Numerose azioni della K1 assumevano tratti di spontaneità dadaista. Non è esagerato affermare che le forme di azione specificatamente antiautoritarie furono prodotte in maniera massiccia e frequente quando l'organizzazione studentesca tedesca socialista si modellò su una linea di sviluppo che storicamente rimanda al dadaismo berlinese" (E. Siepmann, Heiss und kalt) . I media descrissero la K1 come la "centrale del terrore cittadino", fissando lo standard per tutte le successive calunnie contro altre comuni. Eppure la vita quotidiana nella K1 era tutto sommato molto piccolo-borghese. La K1 imparò presto a trattare con i giornalisti. Le foto di Uschi Obermaier che si fuma una canna erano praticamente commissionate dalla stampa e vendute a "Stern" e allo "Spiegel". La battaglia anti-K1 da parte di Springer bollò la K1 come pericoloso nemico dello Stato; la sua criminalizzazione comportò la fuoriuscita di molti. Ma i comunardi, che dovevano essere processati, sfruttarono le imputazioni come un'offerta da parte dello Stato di mettere gentilmente a loro disposizione un palco per nuovi happening. Smascherarono infatti il processo come rituale di potere. Un giornalista dello "Spiegel", nel marzo del 1967, citò Teufel in tribunale con l'accusa di vestire abiti che erano "una profanazione totale dei canoni occidentali di abbigliamento" ("Der Spiegel", n. 29, 1968). Di questo processo sono divenute leggendarie le risposte di Teufel al Pubblico Ministero che gli ordinava di alzarsi in piedi; una tra queste fu: "E va bene, se può aiutarvi a trovare la verità...". Bastò una battuta per smontare le pretese della giustizia. Quando Teufel fu invitato a sottoporsi a una perizia medica, accettò "a condizione che anche i membri della corte e il Pubblico Ministero acconsentano a farsi visitare da uno psichiatra".

La K1 simboleggia una fase del movimento antiautoritario che mirava a processi di apprendimento permanenti e di stimolo per il cambiamento autogestito. Può darsi che le loro forme di azione ritualizzate cadessero "nell'inevitabile vortice del recupero", e che Teufel, Langhaus e compagni

fossero "provocatori spiritualmente super-allenati della società capitalista dei media e dei suoi ligi esecutori". A ogni modo, essi contribuirono allo sviluppo dell'azione spontanea e collettiva, nonché all'autorganizzazione per l'emancipazione della soggettività sociale. I comunardi opposero la creatività alla violenza di Stato, la vivacità alle armi, la passione alla brutalità, la lingua al manganello.

La K1 segnò l'immagine sociale del '68, anche se nel Gruppo di opposizione extraparlamentare (APO) prevalse alla fine la politica. Le divergenze sempre più forti portarono nel '67 all'esclusione della K1 dalla SDS per "immediatezza sbagliata", "sovrastima" e "fuga dalla realtà". A dispetto di tutte le differenze d'opinione la K1 continuò le sue azioni, in parte anche assieme agli aderenti del SDS. Alla fine, il progetto K1 morì nel corso del '68 per le contraddizioni interne. Contemporaneamente andò formandosi il Consiglio centrale dei ribelli fumatori vaganti, pseudonimo coniato come canzonatura dei gruppi politici studenteschi. I ribelli fumatori predicavano una politica militante e il rifiuto in toto delle leggi esistenti sugli stupefacenti, organizzavano smoke-ins al Tiergarten di Berlino, fornivano assistenza legale ai fumatori denunciati e reclamavano la legalizzazione delle droghe. In un loro volantino si poteva leggere: "Lottiamo per la libertà di decisione sul proprio corpo e stile di vita. Unitevi a questa lotta. Formate quadri militanti nei villaggi e nelle metropoli. Sparate sulla società dei bacchettoni e dei tabù. Siate selvaggi e fate cose belle" (P. Mosler, Was wir wurden, was wir sind in E. Siepmann.). Da questo ambiente proveniva una parte del Movimento 2 giugno, che a differenza della Raf mantenne reminiscenze delle forme di azione antiautoritarie. (Durante alcune rapine in banca, le distribuì cioccolatini ai clienti terrorizzati).

## Provos

Provo never ruled - ma cos'era Provo? Analizzandolo nel 1969, all'apice del movimento studentesco, la rivista "Kursbuch" (principale organo d'informazione della nuova sinistra) scrisse: "Per quanto l'esistenza di Provo abbia contribuito a dare inizio all'attività politica di gruppi studenteschi olandesi ed esteri, le sue riflessioni teoriche e pratiche di organizzazione non erano quelle di movimento politico intenzionato a cambiare la società nel suo complesso" (K. Bohmer, in "Kursbuch", n. 19, 1969). Tutt'altra valutazione ne dà nel 1996 il giornalista di Amsterdam Kees Stad, simpatizzante postumo: "Il movimento olandese dei Provo era destinato a una vita molto breve ma ha comunque mutato drasticamente la vita politica di Amsterdam e di altre regioni olandesi. E benché i Provos si sciolsero non appena ottennero un reale potere, la loro influenza è ancora oggi percepibile". Cazzeggio apolitico o movimento politico significativo - chi o cosa erano realmente i Provos?

Il disturbo della quiete di Amsterdam praticato dai Provo iniziò quando alcuni sedicenti artisti scelsero la strada come proprio campo d'azione. Uno di questi, Robert-Jasper Grootveld, era un forte oppositore dell'industria del tabacco e iniziò a dipingere delle grande K (K come Kanker, il termine olandese per cancro) sui manifesti pubblicitari di sigarette. Già nei primi anni Sessanta aveva organizzato a casa propria, il centro magico del mondo, delle sessioni antifumo, durante le quali si fumava una gran quantità di erba. Quando nell'estate del 1965, i maghi antifumo si unirono ai pacifisti anarchici intorno alla figura di Roel van Duyn, le azioni mistiche dei primi si trasformarono in provocazioni e i pacifisti, anziché continuare a organizzare manifestazioni fricchettoni, divennero politicamente attivi come Provos.

Quando scoprirono che la celebre statua del "Monello" nella Spuiplatz ad Amsterdam era il dono di una multinazionale del tabacco, anziché farla saltare in aria, i Provos organizzarono speciali riunioni nelle sue vicinanze, alle quali affluivano ogni venerdì sera sempre più giovani. La statua fu dipinta di bianco, ornata di corone e fiamme ardenti. La polizia cominciò a far scoppiare scontri ogni volta che vi si svolgeva un happening. Con l'unico risultato che il venerdì successivo arrivava ancora più gente. Secondo Dieter Kunzelmann i Provo furono i primi in Europa a trasformare la strada da luogo della protesta politica ad "agorà".

Quando giovani ribelli fondarono una rivista chiamata "Provo", la cosa si fece davvero seria. Dalla scena che si era costituita attorno alla Lieverdje, dal movimento contro la guerra del Vietnam a quello studentesco, dalla generazione di giovani artisti e politici del dopoguerra e da molti altri misteriosi ingredienti si ottenne un cocktail piuttosto potente. Si diffusero slogan e simboli che nessuno poteva capire. Ma la rabbia del messaggio era sincera. Rabbia per il mondo di plastica: i Provos furono i primi a preoccuparsi dell'ambiente. Rabbia per le classi conservatrici che si fanno cullare e soddisfare dalla società dei consumi. Rabbia per la falsa memoria collettiva olandese. I Provos toccavano punti dolenti: la guerra mondiale e il collaborazionismo della popolazione da un lato, e l'apatia dall'altro.

Ma i Provos si distinsero soprattutto come maestri della provocazione e della presa in giro dell'autorità. Si dichiaravano anarchici, ma furono abbastanza scaltri da non prendersi mai troppo sul serio. I loro progetti erano sempre così esagerati da rimanere irrealizzabili. Per primo ci fu il Witte fietsen plan che prevedeva la socializzazione del principale mezzo di trasporto di Amsterdam. Biciclette bianche venivano messe a disposizione gratis in tutta l'area urbana; le si poteva prendere e lasciare a piacimento. I Provos volevano fare piazza pulita delle automobili e del traffico. Ma la polizia sequestrò subito tutte le biciclette incustodite. Altri progetti bianchi prendevano di mira le abitazioni (circolava una pubblicazione settimanale che elencava gli appartamenti sfitti da occupare) e i camini (camini bianchi contro l'inquinamento dell'aria). Ci fu un progetto bianco del sesso (proposta di contraccettivi e aborti legalizzati e gratuiti per tutte le donne), un progetto di istruzione bianca per i bambini e la polizia. Con il motto "Sii gentile con la polizia" essi proponevano che lo sbirro fosse "munito di fiammiferi e anticoncezionali, Royal Dutch Oranges e cosce di pollo per gli affamati" (21) ("Provo", n. 9). E superfluo dire che i Provo vestivano sempre di bianco.

Provo dichiarò che chiunque avesse una buona idea poteva diventare un Provo. Non cercarono mai di difendersi dalle accuse dei politici o della stampa di regime e ogni volta rispondevano di essere peggio di tutto quello che si scriveva o diceva di loro. Di solito i loro happening culminavano in festeggiamenti mistici il cui caotico svolgimento garantiva l'impenetrabilità non solo da parte dei tutori dell'ordine ma anche della sinistra ortodossa.

Amsterdam visse mesi di rivolte furibonde, manifestazioni con feriti, incarcerazioni di Provos. La polizia prendeva a manganellate chiunque portasse jeans bianchi. Dall'epoca delle manifestazioni dei Provos la polizia iniziò a considerare ogni assembramento una minaccia alla sicurezza dello Stato. Quando il 14 giugno 1966 scioperarono i lavoratori edili, i Provos parteciparono alla manifestazione, con grande disappunto dei sindacati. La protesta dei lavoratori fu quindi descritta come una protesta dei Provos. Ben presto, la borghesia olandese considerò ogni movimento politico estraneo ai rituali dei dibattiti parlamentari parte di una congiura ordita dai Provos. Evidentemente le autorità, più che le proteste tradizionali, temevano gli attacchi dei Provos alla grammatica culturale. Anziché offrire un'analisi della funzione sociale della polizia e della giustizia, Provo metteva l'accento sulla soggettività. Provo considerava lo scontro con la polizia un momento ludico. Provo si propagò rapidamente e molte altre città e paesi ebbero presto i propri Provos. Quando la principessa e futura regina Beatrice si sposò nel 1967 con il principe tedesco Claus von Arnsberg, ex appartenente alla Wehrmacht nazista, i Provos toccarono l'apice. Riuscirono a disturbare il corteo degli sposi e la diretta televisiva spargendo una nebbia arancione e lanciando giganteschi fumogeni. Il risentimento cittadino per il matrimonio della futura regina con un tedesco e gli attacchi alla monarchia si fusero: sulle pareti di molte case si poteva leggere "Rivoglio le mie ruote!", con riferimento alle biciclette rubate dagli occupanti nazisti tedeschi. La polizia reagì brutalmente. Ma non servì a far vestire i Provos di arancione in segno di sentimento monarchico. Nel 1966 i Provos parteciparono alle elezioni comunali con lo slogan "Vota Provo, ti farai delle risate!", ottenendo un seggio al Consiglio comunale. Per questo furono tacciati di riformismo. Poi si presentarono alle elezioni nazionali. Il loro candidato era un ex ministro socialdemocratico che si era lasciato irretire. La reazione esagerata dell'amministrazione di Amsterdam e della polizia produsse scandali e costrinse alle dimissioni il capo della polizia e il sindaco. Il 15 maggio 1967, i Provos si sciolsero pubblicamente al Vondelpark, trasformato in una sorta di

Hyde Park con oratori posizionati su cassette che fungevano da pulpiti. Ma come sempre nessuno sapeva se fosse vero, dato che contemporaneamente annunciarono nuove azioni e progetti, e chiesero il ritorno dell'ex sindaco. Poi, un noto Provo dichiarò che dal momento in cui avevano ottenuto un seggio in Consiglio comunale avevano deciso di sciogliersi. Da quel momento ognuno prese la propria strada. Quelli che avevano a cuore la politica legale fondarono partiti. In effetti, ancor oggi nel Consiglio comunale siede uno degli esponenti Provo degli anni Sessanta, consigliere per un piccolo, esoterico, partito verde. Molti si volsero ad altre strade: droga, suicidio, viaggi, letteratura, business. Ogni tanto qualcuno ricompare per qualche azione. Comunque, dopo i Provos è stato duro fare politica seriamente in Olanda. Per lo meno per la sinistra. Troppe persone hanno imparato che ci sono altre cose molto più importanti e meno noiose.

## Yippies

"Scendete!" gridavano gli Yippies. "La rivoluzione non è quello che credete, non è un'organizzazione a cui aderire, non è qualcosa per cui votare. E' ciò che fate dalla mattina alla sera, è il vostro stile di vita". Nell'ottobre del 1967, 75.000 oppositori della guerra in Vietnam marciarono su Washington. Mentre alcuni si occupavano dello svolgimento regolare e ordinato della manifestazione, in accordo col governo, altri sognavano di attaccare il Pentagono, il Ministero della difesa americana, o di compiere altre imprese grandiose. Decisero di scacciare il diavolo dal Pentagono ed esposero le loro intenzioni in una conferenza stampa: con un "sacro rituale esorcistico", numerosi santi lo avrebbero recitando dei salmi e suonando il tamburo. 1200 uomini avrebbero formato un gigantesco anello e cercato di farlo lievitare. A un'altezza di 300 piedi il Pentagono sarebbe diventato arancione e tutte le energie diaboliche sarebbero sparite (Norman Mailer ha elaborato questa azione nel suo romanzo *Le armate della notte*). In quel momento la guerra del Vietnam sarebbe finita. "Porteremo una comunità di amici in un posto dove si pratica solo l'arte dell'omicidio. Il prossimo passo sarà la distruzione di tutte le principali istituzioni della società americana" (Jerry Rubin, *Do it: sceneggiatura per la rivoluzione*). Lo scalpore seguito a quest'azione indusse quasi tutti i media americani a vedere il Pentagono come l'incarnazione del male. Negli Stati Uniti era l'inizio di un movimento politico i cui membri furono conosciuti con il nome di Yippies.

Yippie deriva da Y.I.P. (Youth International Party), fondato nella notte di Capodanno del 1967. Quest'idea gioca con il doppio significato della parola party: nel senso di partito e di festa. Rimanda all'idea di politica intesa come happening psichedelico: "Ci impadroniremo del Pentagono e ne faremo una fabbrica di LSD". Fu la Bay Area californiana, storicamente influenzata da idee anarchiche, la culla di questo movimento. Qui Beatniks, Hippies e opposizione studentesca si unirono nella subcultura libertaria da cui nacquero gli Yippies. Portavoce conosciuti furono soprattutto Abbie Hoffman (che si suicidò nel 1989) e Jerry Rubin (che negli anni Settanta divenne un consulente di borsa e morì nel 1995 in un incidente d'auto). "Gli Yippies ritengono che non ci possa essere una rivoluzione sociale senza una rivoluzione della mente e che una rivoluzione della mente non possa esistere senza una rivoluzione sociale" (J. Rubin, op. cit.). Questa frase sintetizza tutto il programma. Confidavano nella pop art e nelle tecniche dadaiste anziché stigmatizzare apertamente il male del capitalismo. Infatti, "gli Yippies sono marxisti. Si pongono nella tradizione rivoluzionaria di Groucho, Harpo e Karl" (J. Rubin, op. cit.). Talvolta erano definiti, con riferimento ai fratelli Marx e a John Lennon, groucho-marxisti o marxisti-lennonisti.

Volevano rendere le contraddizioni sociali visibili a una gioventù apolitica. Per questo provocavano le reazioni della polizia, tentando di vivere la repressione esteticamente sulla propria pelle, smascherando il sistema. Le loro azioni spettacolari erano rivolte contro la guerra in Vietnam, la polizia e in generale contro l'american way of life. Tentavano di aprire varchi nella politica fossilizzata con spontaneità, edonismo e individualismo. Come conseguenza della massiccia presenza sui media, gli Yippies del movimento di protesta studentesca lasciarono una tale impronta nell'opinione pubblica che non pochi americani li associarono alla nuova sinistra americana. Non c'è dunque da meravigliarsi che gli Yippies fossero visti dalle autorità come il nemico pubblico numero

uno. Non fu così per nessun'altra corrente politica degli anni Sessanta. Questo dipendette dal loro approccio ("All we are saying / is shoot Spiro first"; Spiro Agnew era vicepresidente nell'amministrazione Nixon), dalla capacità di portare sulle barricate la gioventù della classe media bianca e di mantenere legami operativi con i gruppi afroamericani come le Black Panthers e con altre minoranze radicali organizzate. Ma gli Yippies furono spesso rifiutati dalla sinistra: erano considerati anarcoidi avversi alla teoria e furono criticati per il loro orientamento soggettivistico a tratti solipsista. L'atto di accusa conteneva molti altri rimproveri quali lo scetticismo linguistico, la critica della civiltà e la negazione del discorso intellettuale: "Gli Yippies facevano il gioco del fascismo coi loro slogan semplici pieni di belle spiegazioni e immagini ricche di critica illuminante" (D. Farber, Chicago 68).

In effetti, per gli esponenti Yippies, l'ideologia era "una malattia mentale", "chi metterebbe la propria vita al servizio di un movimento che fa solo dibattiti?" (J. Rubin). Accanto ai discorsi, propagandavano l'azione. Quest'ultima, a differenza dei dibattiti e delle riflessioni, non era solo un mezzo di propaganda, ma un atto liberatorio di per sé. Certo, gli Yippies stilavano anche documenti scritti, tra cui *School Stoppers Textbook -A Guide To Disruptive Revolutionary Tactics for High-Schoolers*. Dal titolo è subito chiaro che i destinatari sono i ragazzi non politicizzati della classe media bianca. Gli "81 modi per devastare la tua scuola" si inserivano in un contesto di rifiuto generale di ogni potere e autorità, quindi erano più di semplici school-pranks come quelli di oggi. Con il guerrilla theater gli Yippies realizzavano il programma di teatralizzazione della politica e da sinistra fecero forse il più radicale tentativo di estetizzazione dell'opposizione politica. A una manifestazione a New York avevano riempito dei sacchetti di plastica con 6 galloni di sangue e li avevano distribuiti ai dimostranti. Così armati cercarono lo scontro con la polizia e quando i poliziotti iniziarono a colpire, i dimostranti fecero scoppiare in un lampo i sacchetti di sangue sulle loro teste. Furono lanciati fumogeni e si udirono raffiche di mitragliatrici, incise su un mangianastri. I passanti accorsero e si fermarono a guardare. Tutta la piazza era cosparsa di sangue. Abbie Hoffmann era convinto che queste immagini dicessero di più e fossero più efficaci di un qualsiasi striscione che invocava la fine della guerra in Vietnam.

La rinuncia a diffondere idee politiche alternative a favore di azioni efficaci a livello mediatico procurò spesso agli Yippies il rimprovero di essere solo giullari del sistema mediatico, produttori dell'industria dello spettacolo. In effetti, non credevano nell'efficacia della spiegazione e dell'argomentazione. Al contrario, affermavano che è il mito a fare la rivoluzione ("The myth makes the revolution") e tentarono di strumentalizzare a suo favore i media statunitensi: "Ogni guerrigliero deve sapere come usare il terreno culturale che tenta di distruggere" (J. Rubin, op. cit.). Il mito Yippie non rappresentò alcuna posizione concreta ma volle creare una scena aperta tratteggiata solo da alcuni accenni nella quale vivere sogni e fantasie. "L'arcano del mito Yippie consiste nel suo essere un nonsense. Il suo messaggio è fondamentalmente un pezzo di carta bianco" (J. Rubin). Slogan quali "Fuori dal Vietnam" erano sì informativi per una certa comprensione politica ma non creavano alcun mito. Proprio l'apparente mancanza di senso di molte azioni e le immagini mediaticamente efficaci erano il materiale da cui dovevano nascere questi miti. Rubin e Hoffmann erano convinti che il semplice resoconto pubblico delle loro attività avrebbe agito mutando le coscienze e la società. "La sola idea di una story implica il fallimento, la frantumazione della vita normale...Il medium non comunica alcuna notizia, la crea. Un avvenimento si verifica solo nel momento in cui appare sullo schermo e diventa un mito. Non importa cosa si dice di noi. Le immagini fanno la storia" (J. Rubin). Qui è chiara l'influenza di Marshall McLuhan sulla prassi politica degli Yippies. Il movimento studentesco europeo si ispirò alle forme politiche degli Yippies (e alle azioni della K1 che avvenivano contemporaneamente in modo molto simile). Negli Stati Uniti il mito degli Yippies continuò fino agli anni Ottanta e aprì il sentiero a molti altri gruppi.

Spur

"Coinvolgiamo il mondo intero nel nostro gioco", dichiarava il gruppo Spur nel Manifesto di Gennaio del 1961. "Boicottate tutti i sistemi e tutte le convenzioni del potere considerandoli giochi

non riusciti". Con il gioco situazionista tutti i problemi del mondo sarebbero stati risolti, questa era la convinzione.

La maggior parte dei membri del gruppo Spur proveniva dalle fila di quegli studenti di pittura dell'Accademia di Monaco espulsi a causa della loro critica all'attività artistica. Dal punto di vista della comunicazione-guerriglia il gruppo divenne rilevante già a partire dal 1959 quando organizzò a Monaco una conferenza dell'Internazionale Situazionista.

Nei loro testi è evidente un'attrazione chiassosa per il linguaggio situazionista; anche i loro proclami e manifesti usano un vocabolario che unisce elementi mitico-religiosi, politici e patetico-letterari per evocare immagini ed esprimere rivendicazioni al tempo stesso convenzionali e ludico-parodistiche. Si noti, inoltre, che il gruppo Spur era una tipica associazione maschile degli anni Sessanta che prevedeva la presenza delle donne solo per ammirarne le tette e farsi preparare la colazione.

Le loro dichiarazioni blasfeme fecero grande scalpore nel clima politico-culturale dei primi anni Sessanta. Alcuni testi furono denunciati dalla Procura di Monaco. Si trattava di alcuni passaggi molto divertenti, come: "Il cardinale ci ha lasciato. Invano abbiamo atteso la benedizione dell'esercito per la crociata all'Est. Aspettavamo anche che il cardinale un giorno ci mettesse a disposizione il suo pulpito per dare il via a nuovi esperimenti mitologici. Aspettavamo la tanto agognata liberazione della donna e di tutte le chiese per consegnarle alla loro vera destinazione: la celebrazione di nuove feste orgiastiche e di giochi estatici con la partecipazione attiva di tutta l'assemblea". Nel processo d'appello la pena di 5 mesi e mezzo per "diffusione di scritti osceni e vilipendio alla religione" fu ridotta a 5 settimane con la condizionale. Il gruppo Spur non durò nemmeno un anno. Già nel 1962 dovette difendersi davanti al Consiglio centrale dell'IS: "Considerando l'aggravarsi dell'opposizione all'Internazionale Situazionista da parte di certi elementi della sezione tedesca, dopo la Conferenza di Göteborg e in particolare il contenuto del n. 7 della rivista "Spur", la sfiducia ovvero l'ostilità di questo gruppo nei confronti dei compagni che applicano le direttive dell'IS in Germania e fuori dalla Germania, così come la sua collusione adesso incontestabile con determinati ambienti dominanti della cultura europea" quasi tutti i membri del gruppo Spur furono espulsi dall'IS. Poco più tardi, le tensioni all'interno del gruppo portarono al suo scioglimento. Ciononostante l'attività del gruppo proseguì idealmente in quella del nuovo gruppo Azione Sovversiva. Azione Sovversiva era, come si può leggere nella prefazione dell'omonimo libro, un piccolo gruppo di "intellettuali esoterici" che all'inizio degli anni Sessanta in circoli periferici, le cosiddette microcelle, discuteva di psicoanalisi e marxismo, teatro critico e surrealismo. La loro impostazione ebbe grande influenza anche negli anni successivi sulle forme politiche del movimento antiautoritario, sull'Associazione tedesca degli studenti socialisti (Sds) e sull'opposizione extraparlamentare (Apo).

A poco a poco si formarono cellule di Azione Sovversiva a Monaco, Tubinga, Berlino, Norimberga, Stoccarda e in seguito a Marburgo e Francoforte. All'inizio gli scritti e le imprese di Azione Sovversiva conservavano un'impostazione vicina a quella situazionista dell'azionismo simbolico (che nel 1975 Kunzelmann definì "merda borghese"). Si consideravano "caporioni della disobbedienza disorganizzata" e in "Live facultative 2" scrivevano: "La critica deve divenire azione. L'azione smaschera il dominio dell'oppressione". L'analisi non era più da considerarsi propedeutica all'illuminazione, ma era il "trampolino" da cui lanciarsi nella realtà, dunque teoria e prassi dovevano spingersi avanti a vicenda. Una delle prime e più importanti azioni sovversive doveva avere luogo a Stoccarda per l'80° anniversario cattolico tedesco, e doveva portare a conoscenza il pubblico del potenziale rivoluzionario e al tempo stesso contribuire a ingrossare le fila del gruppo di Stoccarda. L'idea era di tramutare l'anniversario cattolico in un grande happening e far scoprire il fascino di una vita completamente diversa. Ma il tentativo si risolse in una semplice affissione di cartelli che ebbero come conseguenza i primi e gli unici arresti della storia della Germania Federale per incitazione alla bestemmia. Sfortunatamente gli arrestati avevano con sé una lista con i nomi di tutti i partecipanti, il che rese impossibili tutte le azioni successive, tra cui: appropriarsi degli altoparlanti per sabotare l'anniversario cattolico facendo spostare la messa in un supermercato; portare la stella della Mercedes sull'altare e scambiare il cartello stradale "Katholikentag" con

quello "Per l'officina Mercedes" ecc. A ogni modo le loro idee non sembrano andare oltre il mero divertimento.

Restò comunque la fascinazione per il religioso. Durante il "Concilio di Amburgo", che fu il tentativo di dare una linea unitaria ai diversi gruppi di Azione Sovversiva, si tentò di porre il problema della formazione di una sensibilità politica. Da quel momento in poi la prassi sovversiva, culturale-rivoluzionaria fu vista come una (discutibile) fase già superata e una prassi complementare e subalterna a quella operaistica.

KPD/RZ

Operano nel ventre della bestia, il centro di Berlino, dal 1988. I Kreuzberger Patriotischen Demokraten/Realistisches Zentrum (KPD/RZ) [democratici patriottici di Kreuzberg/ centro realista] dichiarano di essere "l'unico partito di massa dell'estremo centro". Una rapida occhiata all'archivio dell'"addetto alla propaganda" rivela la forza e la determinazione con cui il partito sostiene le proprie idee: "Kreuzberg prima di tutto" ("Taz", 17 giugno 1995). Alla domanda su cosa promettano ai loro elettori, i membri del partito rispondono: "Promettiamo tutto e non manteniamo nulla". All'obiezione che ciò non li differenzia granché dagli altri partiti, rispondono tranquillamente eliminando il problema: "La differenza è che noi diciamo fin da subito che siamo corrotti". Nella sede del KPD/RZ fanno la loro bella figura montagne di documenti sulle iniziative, computer e cellulari che suonano in continuazione. Grandi scatoloni impilati in un angolo contengono mucchi di gadget, da T-shirt a berretti da baseball con sopra il logo del partito. Nel corso della visita alla sede l'"addetto alla propaganda" mostra l'ultima novità: un CD dal titolo La colonna sonora della democrazia, con raffigurati in copertina il "vero" Heino e Bela B. della band Die Ärzte che si stringono la mano. Il contenuto del disco è attualissimo: dopo una "delicata introduzione alla politica di partito", parte il brano Kreuzberg zuerst! [Kreuzberg prima di tutto!] cui segue un discorso sul finanziamento ai partiti, uno spot elettorale originale e alla fine "ciò che occorre sapere sui partiti politici e in particolare sul KPD/RZ". A tutti gli ascoltatori un augurio finale di "buona fortuna e tanti soldi".

Coerenti lo sono, secondo il responsabile alla propaganda. Lo confermano gli annali delle attività del partito che intende "ridare a Kreuzberg la sua dignità" (dal titolo del programma elettorale del 1995). Alla fondazione del partito, nel 1988, seguì nel febbraio 1989 la presentazione del "Programma di Blucherplatz". Numerose iniziative giovarono al neonato partito: riunioni di direzione pubbliche, ideazione di un logo, iniziative di autofinanziamento, emissione di circolari per i membri ecc. Il Primo Maggio 1992 fu un giorno particolarmente intenso per gli attivisti di Kreuzberg. Per la prima volta la direzione del KPD /RZ prese parte alla grande parata del Primo maggio. Pochi giorni dopo il partito organizzò un'iniziativa a scopo informativo dal titolo "Il beone propone, il politico dispone" (22) che ebbe un discreto successo.

Un paio di settimane dopo a Berlino si svolsero le elezioni comunali. Il presidente narra con orgoglio che in alcuni collegi elettorali di Kreuzberg il partito ottenne un sensazionale 17% dei voti. In seguito all'improvviso successo vennero fondate le sedi di Brandeburgo e della Saar, e si registrò un considerevole incremento di contributi al partito.

Il Primo maggio 1994, gli instancabili politici del KPD/RZ misero a segno un altro grande colpo. Una manifestazione per il Primo maggio partì alle ore 21 da Marheineplatz, a Berlino. L'obiettivo era liberarsi dell'immagine degli autonomi violenti che disturbano la manifestazione (parole del KPD/RZ: "Vengono soprattutto da fuori, ce ne sono addirittura di Potsdam") (23). Il KPD /RZ esortò a partecipare alla manifestazione "contro il disturbo della quiete notturna e la violenza insensata". La "madre di tutte le dimostrazioni" attirò 2500 persone, nelle strade e nei vicoli echeggiava ovunque un convito: "Sia maledetto il disturbo della quiete notturna!". Quando alla fine della manifestazione un paio di sbirri sembravano volersi unire al corteo, vennero cacciati con lo slogan "Deutsche Polizisten, Gärtner und Floristen" (24). Anche gli slogan "Una lotta, una volontà: il coraggio del silenzio", "Vogliamo dormire" o "Silenzio o scontri" ("Taz", 3 maggio 1994) furono positivamente accolti dai più allegri gitanti del Primo maggio.

Dopo il fallimento dell'iniziativa per il mantenimento del vecchio codice d'avviamento postale, il KPD/RZ realizzò uno speciale francobollo a favore del mantenimento dell'"identità di Kreuzberg 36". Poco tempo dopo introdusse la nuova tessera di partito a prova di falsificazione. Alle elezioni per la Camera dei deputati e per il Consiglio di Circostrizione di Kreuzberg il partito ottenne il 4,7% dei voti e divenne la quarta forza politica dell'antico fortino. Un'occhiata al volantino elettorale aiuta a comprendere il successo del KPD/RZ: si chiede il divieto di ogni tipo di criminalità; melodie più suadenti per le sirene di polizia, pompieri e ambulanze; l'introduzione di un contributo per gli Svevi intenzionati a tornare o starsene a casa propria ecc. In ambito culturale, vittorie per le squadre locali e il divieto di uscire con temperature superiori ai 30 gradi. Fu leggendaria la richiesta emanata dalla sezione sanità circa il divieto di fumare nelle strade a senso unico. Anche in campo urbanistico il KPD/RZ si distinse per l'idea di introdurre un principio di rotazione secondo i nomi delle strade. Questo spiega molte cose.

Il 20 aprile 1996, il presidente del KPD/RZ diramò l'"appello di Kreuzberg". Stigmatizzò la cosiddetta riforma della Provincia che era stata pianificata dalla "banda assetata di sangue Stahmer-Diepgen" ("Taz", 22 aprile 1996) per distruggere definitivamente l'identità di Kreuzberg. Di fronte a questa "continuità del terrore" i responsabili prendevano una posizione unitaria: "Non con noi!". Inoltre fondarono un esercito di Kreuzberg in cui si arruolarono molti membri. Vedremo come andrà a finire con il "partito dell'estremo centro". Una cosa di certo nessuno oserà mettere in dubbio: "I piani del KPD/RZ sono buoni perché sono giusti".

## Cut up

Il presupposto della teoria del cut up di William S. Burroughs è quello di concepire il linguaggio come un virus. Poiché a tutt'oggi questa teoria non è stata confutata, può essere altrettanto vera di qualsiasi altra spiegazione. In genere, i cut-up vengono considerati soltanto in rapporto alla sua opera letteraria, ma l'intenzione di Burroughs andava ben oltre. Non si limitava a inserirli nei suoi romanzi, ma li usava per manipolare l'ambiente e, per mezzo di registrazioni, per scovare i virus del linguaggio nascosti nel reale.

Burroughs redasse precise disposizioni di tre registratori che permettono di testare l'idoneità delle tecniche. T-1, il primo apparecchio, era il potenziale organismo ospite per un virus influenzale; T-2 era il meccanismo grazie al quale il virus penetrava nell'organismo ospite; T-3 era l'effetto che il virus provocava nell'organismo ospite. Come gruppo di riceventi delle registrazioni, Burroughs sceglieva persone quali un avversario politico al quale la seguente rielaborazione sarebbe valsa la fine della carriera politica: il nastro numero 1 registrava i suoi discorsi e colloqui privati. Questi dovevano essere assolutamente live e non tratti da televisione o da radio - venivano inseriti anche balbettii, papere e frasi rimaste a metà. Sul nastro numero 2 venivano registrati i suoi rumori mentre faceva sesso, magari con un partner da lui ritenuto inammissibile, ad esempio sua figlia, mentre sul nastro numero 3 venivano incise voci cariche d'odio. I nastri venivano ritagliati, montati in una sequenza arbitraria con 24 tagli al secondo e riprodotti a portata d'orecchio del politico. L'esito sarebbe stato, secondo Burroughs, il suo crollo completo.

Burroughs sosteneva inoltre che quel metodo era già noto alla Cia, solo così si spiegava perché durante lo scandalo Watergate si trovarono così tante registrazioni private di persone tenute sotto controllo. Egli stesso mise alla prova l'effetto disgregante del cut up davanti a un bar dove gli era stata servita una torta al formaggio ammuffita, e trovò gli effetti molto convincenti. Descrisse anche come le manifestazioni di piazza potessero crescere d'intensità, se solo alcune persone avessero avuto con sé un registratore adatto: si potevano provocare incidenti ed eventi di ogni tipo. Forse lo strumento di manipolazione più importante in quel contesto era il sesso. Burroughs si figurava eccessi insostenibili, da provocare per mezzo di registrazioni montate insieme ai più svariati rumori sessuali: parchi pieni di uomini nudi impazziti, che cagavano, pisciavano, eiaculavano e gridavano. Così poteva agire un virus maligno, che toglieva ogni tipo di autocontrollo, e i risultati sarebbero stati esaurimento nervoso, spasmi e morte. Inoltre, possibili settori d'intervento per cut up di ogni

tipo potevano essere la diffusione di dicerie, il discredito di avversari politici, lo scramble e la disattivazione di serie associative propagate dai media. Le diverse tecniche del collage di registrazioni, delle dissolvenze incrociate e delle distorsioni, erano viste da Burroughs come possibilità di esercitare il controllo su persone odiose e rendere innocui politici avversari. In quanto ex-adepto della setta di Scientology, era piuttosto esperto in tecniche di manipolazione e non è da escludere che le abbia impiegate per sviluppare le tecniche del cut up.

Inoltre, non è di certo una coincidenza che le sue idee sulle possibilità di impiego distruttivo o sovversivo dei media si formassero in un periodo in cui l'idea di tali effetti dei media suscitava violente discussioni. Ad esempio, negli Usa venne consentito, per un breve periodo e poi subito rivietato, inserire nelle trasmissioni televisive spot pubblicitari lunghi un decimo di secondo; ciò, unitamente alle tesi di Marshall McLuhan, scatenò dibattiti sugli effetti inconsci dei media. Da allora l'idea che nei media si celino seduzioni subliminali è divenuta una delle leggende metropolitane più diffuse. Questo mito si riallaccia alle esperienze quotidiane, infatti per stimolare gli acquirenti viene impiegata una musica di sottofondo sedativa che ha lo stesso ritmo del battito cardiaco.

Benché di primo acchito le idee psichedelico-deliranti di Burroughs sull'effetto del cut up sembrano avere valore preminentemente letterario, il potere manipolatorio dei suoni venne preso in considerazione sempre più seriamente a partire da La rivoluzione elettronica, in cui se ne studiarono le applicazioni specifiche. Tali riflessioni hanno messo le ali anche alla fantasia letteraria e cinematografica: in Arancia Meccanica, di Stanley Kubrick, la musica di Beethoven agisce come afrodisiaco sul giovane criminale Alex; dopo una programmazione al contrario in prigione la stessa musica gli provoca crampi e nausea, finché alla fine non viene riprogrammato. Nel film Decoder (1984) di Klaus Maeck, in cui lo stesso Burroughs compare come guest star, si narra di un mondo fittizio in cui tutti i suoni sono controllati dal sistema. Qui il protagonista F. M. fa un esperimento con la musica di un fast-food e mette insieme una cassetta i cui suoni scatenano il panico in coloro che la sentono.

In ogni caso, molti di coloro che si occupavano di comunicazione sovversiva furono affascinati dalle idee sul cut up, e a esse si ispirarono. Soprattutto tra i guerriglieri della comunicazione statunitensi ed europei, l'impiego burroughsiano dei registratori fu ben accolto. Non si cercò di applicare le tecniche di taglio complicate e dall'effetto dubbio, ma nastri con rumori e slogan vennero usati in una serie di manifestazioni militanti; gli Yippies impiegarono questa tecnica proprio alla fine degli anni Sessanta. A Berlino, in occasione della manifestazione anti-Reagan del 1982, vennero impiegati centinaia di registratori che emettevano l'allarme antiaereo, rumori di elicotteri e spari, mescolati a slogan anti-Reagan. È certo che i guerriglieri della comunicazione giocheranno ancora col mito moderno della manipolazione subliminale: in un certo senso, funziona.

Bilwet e i media assoluti

The Data dandy

I media sono il tema del futuro. La teoria dei media è l'assoluto hype nel panorama delle attuali teorie. Nuovi media, tecnologia dei media, comunicazione in rete, simulazione, costruzione, realtà mediali, in nessun altro ambito si possono vendere altrettanto bene le più insulse formulazioni postmoderne e ultra-postmoderne.

Bookmark

Contro il blubber mediatico generale i mixatori di teorie dell'agenzia BILWET di Amsterdam [Bevordemng va de illegalen wetenschap, Fondazione per il progresso dei saperi illegali] hanno partorito teorie e visioni terribilmente affascinanti. Si impossessano di ciò che è mainstream nel chiacchiericcio teorico-mediatico, per esagerarne e rovesciarne di segno la retorica. "Noi citiamo

molto, ma non siamo d'accordo con i postmoderni sul contesto in cui collocano le citazioni. Non abbiamo un sentire fin-de-siècle, al contrario siamo molto ottimisti, senza per questo essere escatologici. Tutto ciò che viene creato sopra le nostre teste lo vogliamo controllare e utilizzare. Vogliamo essere un soggetto agente. Non sarai vittima dei media fin quando ne farai uso. Perciò gozzovigliamo nei media, alla Rabelais. I segnali per noi non sono immateriali ma tattili. Noi ci rotoliamo nel fango dei media" (G. Lovink, Hör zu oder stirb!). Bilwet ha fabbricato teorie meravigliose, come quella dei media assoluti. Essi pilotano, con la loro visione dei media in outer space, il luogo comune postmoderno della sussunzione della realtà nella sfera degli iper-media. Alla fine si schiude la singolare visione di un universo parallelo, quello dei media assoluti, liberi dalla necessità di essere fruiti, dispensati dall'obbligo di costruire realtà noiose e mediocri. I media assoluti sono estranei alla cultura hyper. Essi non creano né informazione né controinformazione. Sono media negativi e non vogliono definirsi positivamente. Non servono a nulla, non chiedono nessuna attenzione e non rappresentano nessun arricchimento del paesaggio mediale. Sul piano dell'apparenza non esprimono nessuna critica alla produzione (culturale) capitalista. Sono estranei alla sfera politica e a quella artistica. Si sottraggono all'hype tecnologico e realizzano progetti tecnologici futuri, costruendo punti d'accesso al cyberspazio da registratori demoliti, da programmi inutili, da canali con generatori di rumori inseriti, spazzatura elettronica e rottami di dati.

"Senza alcuna fanfaronata sul mistero e la segretezza, i media assoluti restano inosservati, poiché messi nell'ombra dall'intensa luce mediatica. I media assoluti sono difficilmente distinguibili, poiché la forma in cui (non) appaiono non li fa mai risplendere in tutto il loro fulgore. I loro programmatori non si fanno vedere, se ne vedono solo le maschere. Ogni esperimento di successo interpretabile come espressione artistica o politica, viene direttamente esposto all'imbrattamento. I mixatori non provocano, ma sporcano gli ignari passanti con banalità contaminate che si presentano in tutto il loro amichevole non dire niente. Una matassa inestricabile di interpretazione e ironia rende impossibile raccapezzarsi anche al lettore esperto di media" (G. Lovink).

L'idea fa propri elementi in parte già impiegati nell'attività di stazioni radio come Radio Alice o come Radio Vrije Keijzer, Radio 100 e Radio Patapoe di Amsterdam. I tradizionali concetti di controinformazione sono superati, poiché è relativizzata la stessa nozione di "informazione": è altrettanto importante la deformazione; ciò che viene trasmesso da altri programmi diventa l'oggetto del messaggio, il materiale di una prassi mediale sconcertante, che si sottrae alle forme convenzionali dell'interpretazione (e del dialogo col potere sempre implicito).

Come per tutte le altre idee dei guerriglieri teorici di Bilwet, si riesce a mala pena a scoprire se dietro il pensiero dei media assoluti si nasconde una visione futuribile dell'uso alternativo dei media, una divertente decostruzione di utopie e distopie sulla società dei media o semplicemente il piacere di inventare storie. Bilwet ha una produzione teorica che non si prende sul serio, opera sempre al confine col trash e proprio per questo rimane avvincente. Inoltre, c'è una tensione particolare e produttiva tra le misture come le teorie dei media assoluti e le ulteriori attività del gruppo. Ben lungi dall'essere un gruppo di pagliacci della teoria, Bilwet persegue proprio nell'ambito di Internet una politica di controinformazione "tradizionale", di diffusione di informazioni antagoniste e della difesa di fronte alla censura. Fanno tutto questo senza dare nell'occhio, senza le consuete chiacchiere sui media.

## Eulenspiegel

Una cosa è certa: Eulenspiegel non amava i signori, ma nemmeno i lavoratori. Till Eulenspiegel è una figura tradizionale, sinonimo di "burlone, pazzo, cinico, fanatico della verità e saggio". Noi, al contrario, lo consideriamo il primo guerrigliero della comunicazione.

Dato che soprattutto in Germania è consuetudine liquidare le faccende scomode alla stregua di buffonate, Till Eulenspiegel venne sminuito a figura comica e ancora oggi la critica "seria" lo considera poco più di un buffone di corte. Presumibilmente Till Eulenspiegel nacque verso la fine

del XIII secolo, a Kneitlingen, nei pressi di Braunschweig. La fonte scritta più antica risale al 1515, anno in cui la figura di Eulenspiegel, balordo contadino girovagante per il paese, si distinse come giullare alla corte del re polacco Kasimir. La leggenda vuole, inoltre, che Eulenspiegel venisse preso in giro e imbrogliato da tutti e per questo ricambiasse le offese. Per lo più vengono tramandate situazioni in cui spiega le sue azioni con giochi di parole: quando Eulenspiegel promise al langravio di Hessen di dipingere il suo castello per 200 fiorini, scialacquò la metà del compenso in una settimana. Non essendo poi affatto capace di dipingere, lasciò perdere, presentando al nobile i lavori, ossia l'opera incompiuta, dicendogli che solo chi poteva vedervi quadri, poteva considerarsi un vero nobile.

Figure folli come Eulenspiegel (ma anche Schwejk) si distinguono per il loro rigore nel rispettare le norme, l'applicazione del diritto alla lettera e la comprensione dei concetti solo dal punto di vista formale. Nel loro piccolo, padroneggiano norme, leggi e definizioni, e si permettono "di prendere sul serio la quotidianità e le giustificazioni ovvie. E questo significa prenderle alla lettera". I successi di Eulenspiegel si basano su un'eccellente conoscenza della grammatica culturale e sulla capacità di scambiare improvvisamente il significato di espressioni in apparenza chiare. Dove compariva Eulenspiegel, i genitori ammonivano che il suo influsso avrebbe reso i bambini voluttuosi, e nemmeno la stimata congrega dei buffoni voleva avere a che fare con uno che li sotteva coi suoi giochetti di prestigio. Per alcuni il buon Eulenspiegel è colui che influenza in modo costruttivo il pensiero e l'agire degli uomini, per altri rimane una figura moralmente riprovevole, che non fa altro che portare inquietudine e discordia in seno al popolo. Dalla metà del XVIII secolo gli educatori lavorano a un cambiamento di segno di Eulenspiegel, più fonte di svago che minaccia. Oggi persino i bambini nelle compagnie teatrali delle scuole possono rappresentare la vita di Eulenspiegel.

## Dada

"Cos'è dada? Un'arte? Una filosofia? Un'assicurazione contro gli incendi o una religione di strada? Dada è vera energia? O non è proprio niente, quindi tutto?". Una cosa almeno è certa: "Dada è una lozione per capelli" della ditta zurighese Bergmann & Co.

Il Dadaismo venne fondato nel 1916 in una piccola taverna di Zurigo, il Cabaret Voltaire. La sede distava di poco dall'allora casa di Lenin. Ma il conflitto tra pratica antiautoritaria e leninismo sarebbe emerso più tardi: non vi è infatti nessuna prova che i protagonisti di allora sapessero l'uno degli altri. Dadaisti ce n'erano a Berlino, Colonia, Hannover, Parigi e in altre grandi città europee. Poco dopo, l'invenzione di un ristretto gruppo di persone divenne una corrente artistica famosa, con tanto di scissioni interne, polemiche e lotte tra fazioni, giochetto più tardi perfezionato dai Situazionisti e dai Neoisti.

Risulta difficile, dovendo considerare i Dadaisti, non scadere in osservazioni ingiuriose: i zurighesi erano un mucchio di narcisisti borghesi che ritenevano grandiose anche le loro idee più stupide, Kurt Schwitters era un uomo integro e senza macchia, mentre Max Ernst spiccava per le sue polemiche caustiche nei confronti dei dadaisti di Berlino, rei di collegare arte e politica. In breve, il dadaismo, e la maggior parte dei suoi rappresentanti, non erano né particolarmente solidali né pacifisti o rivoluzionari, come la storia dell'arte volentieri li rappresenta.

Tuttavia, i dadaisti produssero effetti rivoluzionari. Formularono una critica dell'arte che andava oltre le controversie su stili o tecniche di pittura e modi di scrittura e che conteneva una forte critica sociale. Contro l'idea d'arte introdussero la poesia del caso, del fortuito ed elevarono a principio artistico il recupero di oggetti provenienti dalla vita quotidiana. Da qui scaturì la poesia simultanea, scritta e recitata contemporaneamente da più persone, che può consistere in sillabe, rumori, lamenti e urla. Il non senso doveva rimpiazzare il senso. Fu la prima variante dell'idea di comunicazione-guerriglia.

Le forme di recitazione dei dadaisti miravano a scioccare e a provocare il pubblico. Bluff, imbrogli e insulti non di rado erano fonti di scandali, cosa che i dadaisti interpretavano come un importante

successo. Il manifesto di Berlino predicava: "Noi vogliamo: eccitare, sconvolgere, bluffare, seccare, solleticare fino alla morte, confusamente, senza continuità, vogliamo essere impetuosi e negazionisti".

Dopo la Rivoluzione d'Ottobre e la fine della Prima Guerra Mondiale, i dadaisti di Berlino proclamarono la morte dell'arte a colpi d'arma da fuoco. Ritenevano che un "terrorismo estetico carnevalesco" avrebbe espresso la loro fantasia e rabbia meglio dell'arte. Gli irrispettosi dadaisti non chiedevano attenzione pubblica, bensì scrivevano articoli su eventi spettacolari dadaisti e spacciandoli ai giornali con pseudonimi.

Alla fine non è tanto importante pensare a cosa sia stato Dada, ciò che conta è il mito Dada. La distruzione e l'innovazione del quotidiano, la gioia di sperimentare e la maleducazione con cui i dadaisti usavano i mezzi di comunicazione, esercitarono un grande fascino su movimenti politici posteriori in Francia, Italia, Germania e Stati Uniti, movimenti che contrapposero alla politica dominante pratiche libertarie e antiautoritarie.

Esistono similitudini tra Yippies e dadaisti, non solo per l'abilità nel manipolare i media, ma anche per le azioni di "glorificazione degradante", che conferivano la nomina di dadaisti o Yippies a personalità politiche.

Dada è anarchia, distruzione di forme di pensiero borghesi e invenzione di espressioni autonome. Dada fu un punto di collegamento storicamente riconosciuto anche dalla Kommune 1 nel 1968, e più tardi dai mao-dadaisti italiani del giro di Radio Alice e A/Traverso, Il Male: "Mao è un vecchio dadaista". Avevano ragione, ovviamente.

## Neoismo

Il Neoismo è un esperimento sul tema: "Come costruirsi una tendenza artistica?". I neoisti smontano i meccanismi dell'attività artistica stabilita, sviluppano una metodologia per la produzione della storia dell'arte, inserendo abilmente le tecniche della propria propaganda artistica e portando contemporaneamente all'assurdo i fondamenti della comprensione artistica tradizionale. A differenza dei Situazionisti, per i neoisti l'auto-storicizzazione è un processo consapevole. Anche la più piccola azione neoista è documentata pedantemente, affinché l'attività artistica possa nutrirsi della linfa di un albero genealogico impressionante, con tanto di linee principali e collaterali. Le scissioni sono parte dell'arsenale delle avanguardie storiche. Stewart Home dichiarò la fine del Neoismo dopo il Festival Neoista tenutosi nel 1985 a Ponte Nossa, in Italia, mentre altri neoisti organizzarono nel 1997 il Primo congresso mondiale neoista per decidere quale frazione possedesse il maggior patrimonio storico da imporre.

Come artisti d'avanguardia, i neoisti criticano il culto borghese del genio, e propagandano nomi multipli utilizzabili da tutti collettivamente. I neoisti sono dell'opinione che nessun autore, neppure un autore neoista, abbia mai realizzato qualcosa di originale. Per questo hanno fatto del plagio un dogma. Violano il copyright appropriandosi di tutto ciò che gli piace, come dell'idea di uno "sciopero dell'arte" della durata di tre anni, che portò non solo alla popolarità del più attivo tra gli scioperanti, l'artista underground londinese Stewart Home, ma scatenò anche un'ampia discussione sulla corruzione dell'arte.

Il genere del manifesto, tipico delle avanguardie, fa da cornice a rivendicazioni assurde formulate con la massima serietà, come l'abolizione del capitalismo fissata per le ore 15.00 di domenica 24 marzo 1985. Serietà spesso contrastata dall'uso di paradossi, anche questo un collaudato espediente stilistico dell'avanguardia artistica: "Tutto ciò che abbiamo conseguito grazie all'ampliamento della nostra consapevolezza storica (Situazionisti, Dada, Fluxus), è il rafforzamento dell'idea che la nostra fede nel mutamento è una delle tante cose che non cambieranno mai" (S. Home, Neoismus, Plagiarismus & Praxis).

Altri mescolano retaggi borghesi e occultismo passando per il sesso, il romanticismo rivoluzionario e gli ecologismi. Attraverso il plagio e il collage, le ideologie dell'isolamento e della purezza vengono portate all'assurdo forse più facilmente di quanto farebbero argomentazioni smascheranti. I

neoisti spingono all'estremo ideologie familiari in un modo che il linguaggio serio della politica definirebbe vilipendio. In quanto avanguardia artistica sono comunque protetti, poiché i loro annunci possono essere spiegati in ogni momento come buffonata inoffensiva, benché questo camouflage attiri ai neoisti la diffidenza o l'indifferenza dei gruppi politici più "seri".

## 5. Aneddoti

### I vecchi maestri

Ancora una volta la sinistra non può evitare di rifarsi ai classici. Per opporci alle innumerevoli banalizzazioni dell'insegnamento marxiano, ci sentiamo obbligati a ricordare una pratica dei fondatori del comunismo scientifico, per ovvi motivi taciuta nella maggior parte delle scuole marxiste.

Nel 1859 Karl Marx pubblicò la sua opera Per la critica dell'economia politica. Essa venne semplicemente ignorata dai principali esperti di economia politica tedesca del tempo. Per risparmiare lo stesso destino al Capitale, Friedrich Engels e altri organizzarono, subito dopo l'uscita del libro, la pubblicazione sui giornali di recensioni e commenti inventati. Per violare "il complotto borghese del silenzio", Engels diffuse sulla stampa borghese, sotto falso nome, vere e proprie stroncature del Capitale e costrinse gli esperti di economia politica a una presa di posizione. Fino al luglio 1868 apparvero sui quotidiani borghesi per lo meno quindici recensioni inventate. Già Marx e Engels ci insegnano che talvolta non è determinante il contenuto di un resoconto, bensì il fatto che esso stesso abbia luogo.

### Campionati mondiali del 1974: saluti di solidarietà dallo stadio di calcio

Nel 1974 si svolsero nella Rft i campionati mondiali di calcio. Partecipava anche la nazionale cilena. Nel 1973 in Cile i militari avevano attuato, con successo, un colpo di Stato contro il governo democraticamente eletto di Salvador Allende. La Giunta militare ci teneva ad avere un'immagine positiva. Tramite lo sport si dovevano creare rapporti normali con gli altri paesi. I gruppi di solidarietà per il Cile attivi nella Rft volevano impedire che la Giunta militare guadagnasse stima in questo modo e decisero di politicizzare il campo di calcio. Alla partita d'apertura dei mondiali Rft-Cile, cinquecento persone del movimento di solidarietà si radunarono nel berlinese Olympiastadion. Non appena partirono le note dell'inno cileno si sollevarono cori parlati al grido di "Cile sì - Junta no!". Contemporaneamente vennero aperti enormi striscioni. Nel momento in cui il cronista dello stadio ammoniva sul "comportamento poco sportivo" di questi spettatori, lo scopo era ormai raggiunto. Il calcio apolitico aveva dato luogo a uno scandalo politico.

In una seconda azione gli attivisti si rivolsero in diretta ai compagni in Cile. Avuta conferma che la partita contro l'Australia sarebbe stata vista in diretta anche in Cile, dieci persone, poco dopo l'inizio del secondo tempo, invasero il campo con striscioni. I mass media montarono da quell'episodio uno "scandalo all'Olympiastadion". Le migliaia di sbirri presenti allo stadio non poterono impedire che i cileni, grazie alla diretta televisiva, ricevessero saluti di solidarietà dalla Repubblica federale. Venceremos! (da, W. Balsen, K. Rössel, Hoch die Internationale Solidarität).

Luther Blissett sferra un attacco psichico all'Ufficio di Collocamento di Roma

"La notte tra sabato 3 e domenica 4 giugno 1995, a conclusione della seconda puntata di Radio Blissett su lavoro, non lavoro e reddito di cittadinanza, circa duecento persone hanno raggiunto verso le 03 l'Ufficio Provinciale per il Lavoro e la Massima Occupazione per dire BASTA CON LE ASSUNZIONI - DATECI I SOLDI DIRETTAMENTE - NO A NUOVI POSTI DI LAVORO - IL LAVORO FA VENIRE IL CANCRO -VOGLIAMO I SOLDI NON IL LAVORO. La viabilità è stata interrotta. Molti automobilisti, convinti della giustezza della protesta, hanno preso parte all'attacco psichico. Nel frattempo alcune schegge impazzite decoravano l'edificio tetro dell'Ufficio con ghirigori colorati, simboli psicogeni e scritte: IL TUO CAOS È UNA RISORSA - ESIGI IL REDDITO DI CITTADINANZA - AUTOGESTIONE - NO AL LAVORO SALARIATO ecc. Subito dopo, assumendo la formazione a cuneo, secondo le disposizioni provenienti via etere, i convenuti hanno dato inizio all'Attacco pronunciando per circa quattro minuti la sillaba OM. L'edificio ha oscillato, ma NON È CROLLATO. L'impressionante accadimento è stato ripreso per intero da una troupe della ZDF, la Tv di Stato tedesca. Verso le 04: la folla è defluita in direzione di una vera falsa festa lanciata via etere durante la trasmissione".

### Attacco psichico di Luther Blissett all'Anagrafe di Stato di Roma

"Il 28 maggio 1995, intorno alle 03 del mattino, al termine della puntata zero di Radio Blissett, una folla inferocita di circa settanta Luther si è concentrata di fronte all'Anagrafe di Stato per dar corso all'attacco psichico "contro il nome proprio, per la gioia di scegliere liberamente il proprio nome in ogni occasione". Come rito propiziatorio, su ordine di due poliziotti di passaggio che intimavano di attraversare sulle strisce, Luther Blissett ha bloccato il traffico, intervistando gli automobilisti in diretta e distribuendo volantini per l'abolizione del nome proprio. Subito dopo, guidato dalla voce eterea di se stesso, ha inscenato il portentoso attacco psichico contro l'Anagrafe di Stato: per oltre due minuti, almeno cinquanta dei Luther presenti hanno pronunciato ossessivamente la sillaba OM in posizione di attacco condensando un buon flusso di energia psichica che è stato saggiamente interrotto al crollo dei primi cornicioni. Quando verso le 04 del mattino l'adunata sediziosa si è sciolta continuavano ad arrivare altri Luther psicoarmati in assetto da combattimento".

### L'uomo di Neanderthal

In occasione di una manifestazione anti-Riunificazione del gruppo Agit-Prop Kunst und Kampf (KuK) di Gottinga, venne distribuita in regalo una banconota di benvenuto molto particolare con una tiratura di milioni di esemplari: un pezzo da cento marchi della Bananenrepublik Deutschland [Repubblica delle Banane di Germania] stampata a laser e ornata dall'effigie dell'uomo di Neandertal. I rabbiosi titoli dei quotidiani confermarono il successo dell'azione: "Cameriera accetta banconota della "Bananenrepublik Deutschland""; "Pensionato quasi cieco minaccia ricorso. Un ignaro abitante di Gottinga paga con centone falso. La Banca Centrale della Regione lo minaccia di ammenda".

1980 - Con dieci anni di anticipo: "Riunificazione! Festa, festa, festa!"

Nell'estate del 1980 i tedeschi in vacanza sulla riviera adriatica rimasero esterrefatti nell'apprendere dalle edicole locali una novità sensazionale. Un numero del quotidiano "Bild", in realtà un falso perfetto, strillava a caratteri cubitali: "Riunificazione! Festa, festa, festa!". In corpo minore si leggeva: "Incontro riservato tra Schmidt e Honecker", "La bomba è esplosa al Wartburg" e "Incredibile: Schmidt e Honecker commossi". Con questo fake, diffuso in 30.000 esemplari, la rivista "Il Male" fece scalpore tra i turisti tedeschi abbrustoliti sulla costa adriatica. Alcuni di loro s'affrettarono a smontare le tende e partirono per Berlino. Grosso fu lo stupore quando, una volta

giunti, trovarono ancora i controlli doganali e quando, a quanto si sa, alla redazione del "Bild " pervennero alcune lamentele. Provi ancora qualcuno a dire che il lettore del "Bild" non crede al suo giornale! Peccato solo che dieci anni dopo la stessa notizia non sia stata smentita.

"Frankfurter Rundschau" - Edizione straordinaria

Nell'autunno 1994 le buche delle lettere di alcuni quartieri di Francoforte vennero riempite da un'"ultima edizione" del "Frankfurter Rundschau" (FR), ingannevolmente simile nel formato, nei colori e nel layout, al vero quotidiano. Il fine dei distributori consisteva nel mostrare il razzismo quotidiano del FR. Essi volevano illustrare come l'atteggiamento liberale di sinistra, di cui si fregia il giornale, non proteggesse automaticamente dagli stereo tipi razzisti contenuti nei reportage (per esempio la cosiddetta criminalità degli extracomunitari). La finta redazione pubblicò una dettagliata intervista del FR ad "alcuni autonomi", "per informare, al di là dei titoli a caratteri cubitali, i nostri lettori e le nostre lettrici sulle motivazioni di questi gruppi". Inoltre, in questa edizione straordinaria i curatori fecero autocritica nei confronti dei propri lettori: "Non ci siamo dedicati all'informazione, bensì alla manipolazione". Con l'affermazione: "Per quel che riguarda il razzismo anche noi dell'FR, in quanto parte del panorama dei media, siamo responsabili del problema", condussero un'analisi sul razzismo quanto mai insolita per degli operatori dei media. Con questo camouflage i gruppi coinvolti cercarono di approfittare delle abitudini estetiche dei lettori del FR per divulgare in un circuito più esteso informazioni e opinioni sul razzismo nei mass-media. Al tempo stesso alludevano al fatto che il FR non avrebbe mai pubblicato cose del genere. Sebbene il camouflage fosse relativamente semplice, e come tale riconoscibile, la redazione del FR ricevette telefonate di lettori indignati. Il redattore capo del FR cercò di mantenersi calmo e di appigliarsi alla tradizione antifascista del quotidiano al tempo della fondazione dopo il 1945.

Pile restituite alla ditta Sonnenschein

"Cari concittadini,

le pile danneggiano il nostro ambiente. Non vanno messe nel bidone della spazzatura. Le poste federali garantiscono ora un perfetto smaltimento. Siete pregati di gettare le vostre pile usate nelle cassette postali delle Poste Federali.

Collaborate, per voi stessi e per l'ambiente.

Il ministro delle Poste Federali Dott. Schwarz-Schilling

in collaborazione con la Fabbrica di pile Sonnenschein, Berlino"

Una volta notati i buoni collegamenti tra la signora Schwarz-Schilling, amministratrice delegata della fabbrica di pile Sonnenschein, e il Ministero delle Poste Federali si scoprì che la ditta era un'impresa joint-venture delle Poste. Questo adesivo andò a ruba e alla fine decorò parecchie cassette postali. Chiaramente non pochi cittadini presero la palla al balzo e si sbarazzarono in questo semplice modo delle loro batterie scariche.

Caos a Osnabrück

Durante la guerra del Golfo l'amministrazione comunale di Osnabrück quasi impazzì per le innumerevoli spedizioni a domicilio di falsi comunicati istituzionali: per settimane vennero recapitate ingiunzioni di tassazioni d'emergenza, notifiche di consegna di maschere antigas, informazioni sull'ampliamento del cimitero ecc. Alla fine il sindaco rispose con uno scritto dove si leggeva: "Qui si bistrattano i sentimenti della gente!". Il sindaco annunciò di voler denunciare i colpevoli e invitò la popolazione a collaborare alle indagini. Ma anche quel comunicato era falso!

Un paio di giorni dopo il sindaco della vicina Münster annunciò che si sarebbe tenuto un corso della protezione civile locale. La reazione unanime fu una risata. Fino al punto che egli dovette apparire di persona davanti alla stampa, visibilmente imbarazzato, per mettere in chiaro la cosa. L'annuncio non era una beffa ma "ordinaria routine". Davvero.

Per il vertice sul clima, frigorifero fuori dalla porta

Nel 1995, nei quartieri berlinesi di Kreuzberg, Neukölln e Friedrichshain, fu distribuito un volantino falso, un commento ironico sulla conferenza mondiale sul clima: "In occasione della conferenza delle Nazioni Unite Clima '95 che si terrà a Berlino dal 28 marzo al 7 aprile, l'Amministrazione del Senato per lo sviluppo della città e la difesa dell'ambiente ha deliberato il ritiro gratuito di frigoriferi inutilizzati e lo smaltimento degli stessi secondo le vigenti normative". Nei giorni seguenti l'annuncio ebbe non poche conseguenze. Molti cittadini presero l'offerta sul serio e misero, come richiesto dalla presunta Amministrazione del Senato, "i vecchi apparecchi ben visibili sulla strada nei giorni compresi tra il 31 marzo e il 2 aprile". A dire il vero aspettarono invano che la BSR, l'azienda cittadina di igiene urbana, venisse a ritirare i frigoriferi come annunciato, "in un'unica operazione speciale". Le autorità, senza un briciolo di senso dell'umorismo, reagirono con una smentita. Gli ecologisti del Senato e l'azienda cittadina di pulizia lamentarono che l'azione rappresentava un "eventuale pericolo per l'ambiente" e che sarebbe stata "a carico di tutti i contribuenti". ("Taz", 6 maggio 1995).

La Cathouse for Dogs

Nel 1976 sul settimanale newyorkese "Village Voice" apparve la pubblicità della Cathouse for Dogs, istituto che offriva ai proprietari di cani la possibilità di rendere felici i loro amici in particolari occasioni: "Get your dog sexually gratified". Lo stabilimento di piacere ebbe grande risonanza presso i proprietari di cani, ma anche tra umani che coltivavano particolari preferenze sessuali. L'emittente televisiva statunitense ABC rimase impressionata, e produsse un documentario sulla Cathouse, che ottenne la nomination per il miglior documentario dell'anno. Ancora oggi l'istituzione è menzionata in un libro per cinofili. Il fondatore della colonia di piacere, Joey Skaggs, si era dato un gran da fare per lanciare efficacemente la Cathouse nei mass media. Per la presentazione ufficiale della nuova impresa di servizi ingaggiò venticinque attori che esibivano i loro cani sessualmente appagati oppure presentavano, in veste di personale della Cathouse, le attraenti cagnoline: "Questa è Luba, ha una predilezione per i Doberman, ed è quasi vergine". Skaggs organizzò interviste con proprietari di cani soddisfatti e mise a disposizione dei registi un video sulla Cathouse. Dopo la messa in onda del film e innumerevoli servizi nei mass media il dispiacere fu grande: Skaggs fece una seconda uscita in pubblico e annunciò che era tutto falso.

Da patrioti a traditori della patria

Fascisti norvegesi avevano organizzato un congresso di fondazione di un nuovo partito locale, il "Partito dei Patrioti". Con questo incontro gli aderenti dovevano decidere le finalità del nuovo partito. Oppositori antifascisti si riunirono per disturbare il raduno, ma non appena si resero conto di essere molti di più degli stessi fascisti decisero di cambiare tattica. Presero parte alle elezioni e introdussero una nuova direzione di partito. La maggioranza impose un largo numero di regole contrastanti e cambiò il nome del partito in "Partito dei traditori della patria". Il nuovo programma di partito era strettamente antirazzista e tutti i membri presenti dovettero cantare canzoni antirazziste. La polizia, nel frattempo chiamata dai fascisti, si rifiutò di intervenire poiché tutto era avvenuto nella piena legalità.

## Lamaodada

Nel febbraio 1977 il leader sindacale Luciano Lama si avventurò nell'Università di Roma, da giorni occupata dagli studenti. Una ramanzina avrebbe dovuto portarli alla ragione e alla linea del Partito comunista. Gli studenti decisero di non impedirgli l'accesso, ma di impedire in ogni caso il tentativo di far passare la linea del sindacato all'Università. La situazione aveva l'aspetto di un'azione maodadaista. Già dal mattino presto era stato posizionato un camion dotato di altoparlanti che numerosi uomini del sindacato avrebbero sorvegliato per tutto il giorno. La tensione era altissima: sulla sinistra del cortile gli studenti e gli Indiani metropolitani che, con i loro costumi selvaggi decorati con ricami, perline e specchietti, agitavano minacciosamente in aria delle asce di plastica; sulla destra gli uomini del sindacato del Partito comunista. "Quando finalmente Lama cominciò a parlare, risuonavano i canti ironici sulla melodia di Jesus Christ Superstar: "Lama star / Lama star / i sacrifici vogliamo far" (K. Gruber, op. cit.), alludendo al programma di risparmio del governo democristiano appoggiato dal Pci. "Gli indiani eseguivano le loro danze [...] e facevano oscillare di fronte a Lama un pupazzo che lo rappresentava". Tutto ciò scatenò le ire del servizio d'ordine del sindacato e si arrivò a una confusione pazzesca: "Mentre gli indiani buttavano palloncini di plastica riempiti d'acqua colorata, i sindacalisti rispondevano con gli estintori" (K. Gruber). Alla fine gli indiani li misero in fuga, ma non si presero lo scalpo: non salirono sul camion degli altoparlanti per prendere la parola, e questo è un fatto importante. Il loro luogo della politica e il loro linguaggio non lo volevano nemmeno in regalo.

## I sogni di Teen Talk Barbie e G.I. Joe

Durante il Natale del 1995, come ogni anno, la ditta di giocattoli Mattel lanciò sul mercato statunitense una pletera di bamboline Barbie e del loro pendant maschile, il marziale G.I. Joe in tuta mimetica. Quella volta le bamboline di plastica potevano persino parlare. Teen Talk Barbie sussurrava con tono angelico "I want to go shopping": Big Jim si esibiva in lapidarie sentenze gutturali tipo: "Dead men tell no lies" e "Fire! Fire! Fire!". Ma il regalo di Natale fu del tutto inatteso. Numerose emittenti statunitensi misero in onda video di rivendicazione della Barbie Liberation Organization (BLO). Nei negozi di tutti gli Stati Uniti erano state introdotte quasi trecento Barbie e Big Jim coi moduli vocali scambiati. Lo scopo era richiamare l'attenzione sul sessismo imposto ai bambini in modo terroristico. I media si lanciarono sull'argomento portandolo nei notiziari. Si scoprirono bambini che inavvertitamente avevano comprato una Barbie transgender. Persino nella serie di cartoni animati I Simpsons comparve una nuova versione della Barbie. La Mattel smentì sostenendo che non era pervenuto alcun reclamo. Certo, la spiegazione è semplice. I bambini, che erano rimasti soddisfatti di una bambola cross-gender, non pensavano affatto di rendere il loro regalo. Alla fine un Big Jim che va volentieri a scuola e una Barbie che non ha pietà per i suoi nemici sono molto più interessanti delle noiose versioni originali.

## Festa di Natale della Sds

Un sabato di dicembre del 1966, negozi aperti tutto il giorno, l'Sds berlinese organizzò la leggendaria "manifestazione dei passeggiatori" sulla Kurfürstendamm addobbata per Natale. Un ruolo determinante in questo "Festival di Natale" lo ebbero il movimento antiautoritario e alcuni membri della Sds che più tardi costituirono la Kommune 1. Obiettivo della protesta era il borgomastro della Spd, Heinrich Albertz, che intendeva rendere inefficace la manifestazione confinandola in quartieri spopolati. Al suono di un fischietto circa duecento studenti formarono più volte cortei e distribuirono volantini, per poi disperdersi e ricomparire in un altro luogo: "Per non

farcì pestare tutti assieme... manifestiamo non nella vecchia forma, ma in gruppi di passeggiatori". Come previsto gli sbirri, ricoperti di coriandoli, reagirono con perplessità. Persero il controllo e fermarono settantaquattro persone tra studenti, ragazzini e passanti, soprattutto quelli con qualche pacchetto natalizio sotto il braccio. Agenti in borghese arrestarono Rudi Dutschke, che per confondersi tra i passanti aveva in mano un pacchettino.

"Burn, warehouse, burn!" o come la Kommune 1 inventò un incendio

Il 24 maggio 1967 la Kommune 1 stampò un volantino intitolato "Nuove forme di manifestazione sperimentate a Bruxelles". Il testo parlava di un incendio divampato nel grande magazzino di Bruxelles, À l'Innovation, nel quale erano morte trecento persone in seguito a un happening contro la guerra in Vietnam. La Kommune 1 inventò un movente politico e lo spacciò per un incendio doloso. "I nostri amici belgi hanno finalmente capito come attirare l'attenzione del pubblico su quanto di malvagio sta accadendo in Vietnam: hanno dato fuoco a un grande magazzino, a 300 satolli cittadini e alle loro affascinanti vite, e Bruxelles è diventata Hanoi". Stando al volantino, la polizia belga aveva taciuto la vera causa per non scatenare l'emulazione. In un successivo volantino ("Perché bruci consumatore?") si leggeva: "Un grande magazzino in fiamme con uomini infuocati porta per la prima volta in una metropoli europea la scoppiettante immagine del Vietnam (esserci e bruciare) al quale noi a Berlino abbiamo dovuto finora rinunciare... Nonostante l'immane tragedia, possiamo noi, tanto aperti alle novità, negare il nostro stupore di fronte alla temerarietà e all'originalità di chi ha appiccato il fuoco al grande magazzino di Bruxelles?". Infine, la Procura della repubblica lesse nel terzo e ultimo volantino ("Quando bruceranno i grandi magazzini berlinesi?") l'inequivocabile incitazione a manifestare anche a Berlino dando fuoco ai grandi magazzini in solidarietà al Vietnam: "Se qualcosa brucerà nel futuro prossimo... non ne siate sorpresi... Bruxelles ci ha fornito l'unica risposta... Burn, warehouse, burn!". Gli attacchi verbali della K1 avevano colpito un punto nevralgico: il grande magazzino come simbolo del mondo capitalistico della merce ed espressione della normalità della società dei consumi. L'idea che il luogo dell'ebbrezza del consumo potesse essere minacciato da attacchi terroristici era già di per sé abbastanza provocatoria. L'atto successivo della commedia proseguì in tribunale.

Freedom & Sunshine for Giorgio Bellini

Nel 1981 Giorgio Bellini, cittadino svizzero, membro del movimento giovanile zurighese ed editore della rivista "Eisbrecher" venne arrestato dalla polizia di frontiera in seguito a domanda di estradizione della magistratura italiana che lo accusava di "concorso in associazione sovversiva". All'inizio di maggio un Comitato per la liberazione di Giorgio Bellini effettuò una spettacolare azione di solidarietà.

A pochi secondi dall'inizio del telegiornale svizzero, due persone si intrufolarono nella regia degli studi e annunciarono ai lavoratori della televisione: "Polizia. Siete in arresto per una questione di droga". Altre due persone con maschere di carnevale e berretti a punta sfruttarono la confusione per intrufolarsi negli studi. Si posizionarono vicino allo speaker del Tg e gli misero un cartello sotto il naso: "Freedom and Sunshine for Giorgio Bellini". Poi gli consegnarono un foglietto sul quale stava scritto: "Rimanga tranquillo e sorridente, bamboccione. Abbiamo già fatto, lei può continuare a lavorare". Seguì la seconda parte della commedia: i due presunti agenti della polizia criminale arrestarono i due disturbatori mascherati liberandoli così dalle grinfie di un tecnico che tratteneva i due estremisti. La messinscena funzionò. Gli uomini mascherati rimasero ignoti ("Basler Zeitung", 5 maggio 1981).

## I "nudi fatti" contro "Playboy"

Nel 1969 un dirigente di "Playboy" venne invitato in un'Università del puritano e agricolo Stato dell'Iowa per tenere una conferenza sulla sessualità nella società contemporanea. Aveva appena iniziato a parlare quando nell'affollatissima sala si materializzò un eterogeneo gruppo di lettori e lettrici piuttosto atipico per la rivista maschile. Alcuni cartelli con testi del tipo "Leggi Playboy - il tuo pene si allungherà di un pollice" o "Playmeat of the month" (25) interruppero il flusso di parole fino allora gioviale e incontrastato. Le nuove arrivate, attiviste del gruppo WITCH, (26) presero posto e ascoltarono per qualche minuto le noiose fantasie maschili raccontate con tono sempre più incerto. All'improvviso si alzarono una alla volta e con la massima tranquillità iniziarono a spogliarsi. Quando un attivista maschio prese la chitarra per accompagnare musicalmente l'evento lo scenario assunse un'aura di religiosità. Dinanzi a una simile esposizione di nudi fatti al manager del sessismo vennero a mancare completamente le parole. E non era ancora finita: allo strip-in, tutto sommato alquanto soft, seguì un rumoroso teach-in. In meno di mezz'ora della filosofia di "Playboy" rimasero solo brandelli. Tutto sommato fu fortunato: lo SCUM (27) non si sarebbe accontentato di così poco. La breve manifestazione non rimase senza conseguenze: il Parlamento dell'Iowa sospettò che ci fossero legami tra oscenità, violenza ed estremismo e istituì una commissione d'inchiesta che avviò un procedimento, naturalmente non contro il fallosofo, bensì contro WITCH e le studentesse coinvolte. Logica maschile...

## Schwarzfahrer - Passeggero (in) nero

Un fermata del tram in un punto imprecisato di Berlino. Il tram arriva. Un giovane nero sale per ultimo e si siede di fianco a una signora anziana. Quest'ultima inizia a lamentarsi e a imprecare perché il giovane si è seduto proprio lì e non in un altro posto. Seguono tutta una serie di cliché razzisti tipici dello sciovinismo del benessere. Gli altri passeggeri vicini hanno espressioni contrariate, curiose o accondiscendenti, ma nessuno proferisce parola. Solo ragazzini turchi e tedeschi, seduti in fondo alla vettura flirtano, litigano, parlano tra loro. Dopo tre o quattro stazioni sale un controllore. Con fare sicurissimo la signora fruga nella borsetta in cerca del biglietto e squadra il suo vicino con aria critica e beffarda. È chiaramente convinta che egli sia uno Schwarzfahrer (28) ed esibisce il titolo di viaggio, emblema della propria regolarità. Tutto a un tratto il vicino strappa il biglietto alla signora, lo appallottola, lo mastica e lo inghiotte. La signora, decisamente confusa, tartaglia al controllore che le chiede il biglietto qualcosa del tipo: "Se l'è mangiato il negro!". Il vicino mostra, imperturbabile, il suo abbonamento mensile; il controllore scuote la testa: "Una scusa più stupida non l'avevo proprio mai sentita". Il cortometraggio Schwarzfahrer di Pepe Danquart, prodotto dalla Medienwerkstatt di Friburgo nel 1992, venne premiato due anni dopo a Hollywood con l'Oscar per il miglior cortometraggio. Ma quella non era la prima volta che la storia veniva trasformata in film, e nemmeno l'ultima. Essa continua a circolare in forme diverse come leggenda urbana, favola moderna, successa una volta in una qualsiasi grande città europea al cugino di qualcuno. E va bene così...

## Troppi auto-adesivi della Cdu

A Marbach sul Neckar il Presidente della Repubblica Federale Herzog doveva tenere un discorso all'inaugurazione dei nuovi locali dell'Archivio della Letteratura Tedesca. Un paio di giorni prima della visita apparvero variopinti adesivi della sezione locale della Cdu (con tanto di logo rosso originale del partito e colori della Germania) che annunciavano la visita con fragore: "Il Presidente della Repubblica sta arrivando: Roman Herzog, 13 maggio, h. 11, Marbach-Schillerhöhe". Anonimi attaccarono l'adesivo su quasi tutte le auto di Marbach, attirando alla locale Cdu non poche maledizioni da parte dei cittadini. Il partito prese le distanze in una dichiarazione alla stampa: "Innumerevoli adesivi riportanti il simbolo della Cdu sono stati appiccicati ai parabrezza delle

macchine e ai lampioni. Questi adesivi sono falsi e non provengono da noi". Viste le proporzioni assunte dall'azione, la Cdu di Marbach si vide costretta a una precisazione: "Non ci permetteremo mai di sfruttare la visita del Presidente della Repubblica a fini di politica di partito, men che meno di irritare la popolazione con adesivi importuni. Questa buffonata ha danneggiato la Cdu". Quando hanno luogo azioni del genere anche la scena di movimento si frega da sola. Risoluti oppositori della Cdu, indignati da tanta invadenza, andarono personalmente a grattare via gli adesivi dalle auto, impreccando ad alta voce contro i presunti autori.

### Sostegno gay-lesbico alla campagna elettorale

Sulla "Taz" del 20 ottobre 1995 si leggeva che il Senatore repubblicano statunitense Bob Dole era in difficoltà: organizzazioni gay e lesbiche gli avevano inviato sottoscrizioni elettorali. Dole era ritenuto il candidato alla Presidenza più hardliner, promettente difensore dei tradizionali diritti americani. I suoi collaboratori elettorali, offesi, restituirono prontamente il denaro. Improvvisamente Dole si trovò ad avere un problema: l'opinione pubblica degli omosessuali. "Credo che i miei uomini non avrebbero rispedito il denaro se avessero prima parlato con me", fu la risposta che un imbarazzato Dole diede a un giornalista dell'Ohio che gli chiedeva se la restituzione del denaro inaugurasse un inasprimento di posizioni. Nel frattempo il repubblicano era tornato alle vecchie posizioni per quanto concerneva il suo rapporto con il movimento gay e lesbico. A commento di quella "storia gonfiata artificialmente" l'addetto stampa del suo team elettorale, Nelson Warfield, comunicò che d'ora in avanti, per escludere ulteriori malumori, ogni simile donazione sarebbe stata respinta.

### La guerra dei mondi

New York, 30 ottobre 1938: Orson Welles e il suo Radio Theater Group mettono in scena, sulla CBS, un radiodramma tratto dal classico di fantascienza "La guerra dei mondi", di Herbert G. Wells. I marziani sbarcano sulla terra, uccidono centinaia di persone con raggi laser e conquistano l'America. Al posto della tradizionale forma di narrazione Welles sceglie il reportage dal vivo e registra notizie d'attualità in mezzo a musica da ballo e previsioni del tempo. Il risultato è sensazionale: esplose l'isteria di massa, migliaia di persone lasciano le città. Nei giorni successivi vengono trovate persone terrorizzate, nascoste nei boschi e nella metropolitana.

### Satanists 4 Life

Nell'aprile 1996 gli antiabortisti americani ricevettero un sostegno non richiesto durante la loro Pro Life Action Network Conference. Davanti al luogo della manifestazione, eleganti satanisti vestiti di nero misero in scena una cerimonia. Dopo aver suonato le trombe del Giudizio Universale salutarono il portavoce del movimento Pro Choice col grido: "Ave Satana! Ave Scheidler!", scandendo anche slogan come "Non abortite l'Anticristo", "Hey, Hey, Ho, Ho, Women's Rights Have Got To Go!". In un volantino i Satanists 4 Life esprimevano solidarietà all'"Operation Rescue" - operazione di "recupero" di bambini non nati - e affermavano: "Meno aborti significano più anime per Satana e quindi più stupri, più omicidi, più guerra e peccati, tutto in nome dei tradizionali valori della famiglia". I satanisti proseguirono dichiarandosi grati per gli sforzi instancabili del movimento Choice in stretta collaborazione con gruppi di autodifesa dei cittadini e coi "fratelli del Ku-Klux-Klan". Dichiararono inoltre di essere pronti a fare piazza pulita delle fabbriche di aborti col "fuoco profano". Parlarono anche di molteplici collegamenti tra fondamentalismo, identità cristiana e satanismo e auspicarono una lotta comune fino alla vittoria. Il "capo spirituale" del movimento

militante Pro-Choice venne celebrato come genio del male e presentato come successore del fascista occultista Adolf Hitler, che aveva vietato l'aborto subito dopo aver preso il potere.

Estremisti suonano la musica di Wagner

La "Bild Zeitung": "Durante gli scontri nella Nollendorfplatz, da una casa occupata alcuni estremisti diffondevano con potenti altoparlanti il pezzo di Wagner "La cavalcata delle valchirie", citazione dal film antimilitarista Apocalypse Now. Sui muri campeggiavano scritte di odio come "Kill Reagan now"" (notizia riportata in occasione della visita del presidente degli Stati Uniti Reagan a Berlino, 1982).

Questi "scontri" sono tra i più leggendari nella storia del movimento anti-militarista degli squatters berlinesi. Che sia successo davvero o no, non importa: raramente si è udita una colonna sonora più azzecata.

"Il VfB Stuttgart saluta i valorosi..."

Oggi allo stadio: Peter Grohmann

Qui si descrive un'azione che, in un freddo sabato pomeriggio, raggiunse prima il pubblico dello stadio Neckar di Stoccarda, poi qualche milione di telespettatori della rassegna sportiva serale e infine altre centinaia di migliaia di lettori di quotidiani in tutto il paese. Il 17 novembre 1967 il VfB Stuttgart giocava contro il Borussia Dortmund. Una volta tanto, in curva c'era anche la scena politico-letteraria di sinistra. In quegli anni i tifosi si comportavano ancora "bene", e potevano portare allo stadio bandiere, striscioni o qualsiasi altra cosa. Noi portammo due striscioni, e tre bottiglie di grappa per riscaldarci e trovare il coraggio di corrompere il pubblico intorno a noi. Come concordato, dopo circa un terzo della partita - la massa guardava con la massima concentrazione il campo da gioco - srotolammo molto lentamente il primo striscione: "Borussia saluta i colleghi di Hanoi".

È un vecchio luogo comune che i tifosi manchino di educazione politica: il pubblico pensò che i colleghi di Hanoi fosse riferito ai cittadini del Württemberg, cosa che riconobbero soprattutto dall'intercalare svevo "Ha noi". Il gioco non venne interrotto a causa dello striscione: se la partita emozionava, i dieci mila guardavano il campo, se diventava noiosa, guardavano il saluto che veniva da Dortmund. Più d'uno si chiese naturalmente se con Hanoi si alludesse davvero agli svevi - e così cominciò un bisbigliare generale, accompagnato da ventimila occhi puntati su sei coraggiosi rivoluzionari di Stoccarda. Dopo che il primo atto si era svolto con successo, demmo il via al secondo: passammo in giro le nostre bottiglie di grappa. Il freddo fece superare la diffidenza (ce n'era da tutte e due le parti). Anche se allora la violenza nel calcio era l'eccezione, erano frequenti grida come "Tornatene di là" [nella Rdt. N.d.T.], "Ai lavori forzati", "Vattene in Siberia" e così via. La disponibilità a picchiare qualcuno o anche a rompergli i denti fa parte del costume tedesco. Resti tra noi: eravamo già allora pessimi picchiatori. Il coraggio tuttavia non ci aveva abbandonato, srotolammo quindi il secondo striscione: "Il VfB saluta il coraggioso...", e qui facemmo una pausa. Quando srotolammo l'ultima parola, un colossale gemito attraversò lo stadio: "...Vietcong". Il segreto era adesso rivelato. Grappa o non grappa, tutti i vicini presero più o meno le distanze. Sotto, nello stadio, al bordo del campo, si avvicinava un gran numero di omini in divisa verde, cosa che ci assicurò non solo l'attenzione del pubblico, ma anche della televisione e dei fotoreporter. Nota: quanti più omini verdi, tanti più media. Quando la polizia ci raggiunse e rimosse lo striscione, avevamo la totale attenzione dello stadio. Persino i giocatori lasciarono andare la palla fuori campo... Forse gli striscioni li ha ancora la polizia di Stoccarda che allora, se non mi sbaglio, era ancora municipale. A quanto ricordo non ci furono identificazioni. Dato che il successo mediatico era indiscutibile, rinunciammo a protestare contro i pubblici ufficiali. La stampa assunse toni pieni di rimprovero, tipo: "Adesso infilano la politica perfino nello sport!". Un paio di giorni dopo (nel

calcio i tempi di reazione sono più lunghi) il VfB Stuttgart negò di aver mai salutato i Vietcong. Io non ne sono tanto sicuro.

### La messa di Pasqua del 1950

Parigi, 1950. Poco prima della messa solenne di Pasqua nella cattedrale di Notre Dame, un piccolo gruppo di Lettristi (gruppo precursore dell'Internazionale Situazionista) sgattaiolò di nascosto nel retro della chiesa. In sagrestia presero il prete, lo imbavagliarono, lo spogliarono e lo legarono. L'ex-seminarista Michel Mourre indossò il vestito da prete e, poco prima che iniziasse la messa, salì le scale dell'altare. Dopo un momento di rispettoso silenzio iniziò: "Oggi, giorno di Pasqua dell'anno santo - qui - sotto l'emblema di Notre Dame di Parigi - io accuso - la Chiesa cattolica universale del dirottamento letale della nostra forza vitale verso un paradiso vuoto - io accuso - la Chiesa cattolica di truffa. ..". Mourre concluse il sermone con questa frase: "Proclamiamo la morte del Cristo Dio, cosicché l'Uomo possa finalmente vivere". Ci vollero alcuni minuti prima che la comunità riunita capisse che cosa stava succedendo sotto i loro occhi. Il presunto prete scappò da un'uscita posteriore, ma la folla infuriata dei fedeli lo circondò e cercò di linciarlo. Così, per salvarsi la pelle, Michel Mourre fu costretto a consegnarsi alla polizia. Si dice che quella messa di Pasqua procurò scompiglio anche tra i Lettristi. Lo stesso falso prete restò tanto turbato che anni dopo rientrò nel grembo della Santa Chiesa.

### Istruzioni per un attacco psichico (di Luther Blissett)

1. Gli attacchi psichici hanno i loro precedenti in alcune tradizioni alternative di lotta operaia. Nel XIX secolo i lavoratori in sciopero delle industrie tessili piemontesi si riunivano di notte davanti alle case dei crumiri, e cantavano il "Miserere". Una chiara minaccia di morte. Nel 1967 gli Yippies tentarono di far levitare il Pentagono per scacciare gli spiriti maligni del militarismo e del nazionalismo.

Nel 1993 l'Alleanza Neoista boicottò un concerto di Stockhausen a Brighton, Gran Bretagna, realizzando un attacco psichico e facendo fluttuare in aria la sala da concerto. Più recentemente questa tecnica di guerriglia telecinetica è stata perfezionata da Luther Blissett. Quelle che seguono sono alcune istruzioni fondamentali.

2. Annunciate il vostro attacco con volantini, comunicati-stampa, manifesti e ogni altro mezzo necessario. Scegliete un bersaglio clamoroso, ma non siate mai prevedibili nelle vostre dichiarazioni. Se le sparate grosse, avete la possibilità di attirare l'attenzione dei media sulla vostra iniziativa. Luther Blissett è riuscito a creare problemi, confusione e difficoltà più spesso di quanto si possa immaginare.

3. All'attacco psichico possono prendere parte anche persone non fisicamente presenti, anche se l'efficacia della vostra azione dipende dalla visibilità dei guerrieri parapsicologici.

4. All'ora stabilita recatevi da soli o in gruppo al punto d'incontro. Concentratevi sull'immagine del vostro nemico morto. Se vi riesce troppo difficile, potete bruciare una foto della persona presa di mira, mentre proiettate pensieri di morte sulla sua immagine.

5. Alzate le mani sopra la testa in modo da unire pugni e gomiti, e mettetevi a gambe larghe. Lasciate i pugni uniti durante l'attacco. Inspirare profondamente e poi espirate, mentre salmodiate la parola "Kassandruruf". Ripetetela tredici volte. Ora siete pronti.

6. Dirigete i vostri sguardi in direzione della persona presa di mira, o di casa sua. Emettete con forza la sillaba "Om" fino a quando vi sentite illuminati. Se provate una sensazione di insufficienza respiratoria, non lasciatevi spaventare. Non è pericoloso continuare, ma anche se smettete state certi che l'attacco psichico è stato almeno in parte efficace e la persona presa di mira è stata profondamente demoralizzata.

7. L'azione deve essere rivendicata da "Luther Blissett". Luther Blissett siete voi.

## Scioglimento del congresso mondiale dadaista da parte della polizia

Nel gennaio 1920, numerosi quotidiani tedeschi e svizzeri pubblicarono l'articolo di un certo K.F., che riferiva fatti incredibili sul primo congresso mondiale dei dadaisti, svoltosi presumibilmente a Ginevra (Sermer, 1982). Tale congresso, scriveva il giornalista, era terminato bruscamente: "E' stato sciolto dalla polizia e senza dubbio frutterà a molti partecipanti un epilogo giudiziario. E certamente a ragione. Poiché lo scherzo (o la satira o la burla o la pazzia) era stata davvero portata troppo oltre. Difatti, si era arrivati a un diverbio tra Tristan Tzara, fondatore del dadaismo, e il noto filosofo dadaista Sermer, nel corso del quale Sermer tirò fuori all'improvviso una rivoltella Browning e sparò quattro colpi a salve su Tzara che ebbe la presenza di spirito di cadere dalla sedia. La conseguenza fu naturalmente che il numeroso pubblico della galleria, che credeva si fosse sparato sul serio, fu preso dal panico e il peggio fu evitato solo grazie all'intervento rapido e avveduto di alcune menti lucide. Poco dopo sopraggiunsero ufficiali di polizia che sgombrarono la sala e portarono Sermer e Tzara al vicino commissariato, dal quale, liberati dopo un breve interrogatorio, furono trasportati in trionfo sulle spalle fino all'hotel dai dadaisti che aspettavano in strada. Il giorno dopo, per la generale ilarità del pubblico, apparve nella Tribune de Genève un vigoroso articolo (naturalmente come inserzione a pagamento) [...] in cui s'informava la cittadinanza, in un francese molto volgare, che il congresso in una seduta segreta aveva stabilito che l'uso di colpi a salve nelle discussioni dadaiste era non solo consentito ma addirittura auspicato, perché rinfrancante, ma solo a condizione che colui che spara accetti subito un'opinione del tutto nuova. C'è di che attendere con ansia l'opinione dei giudici di Ginevra". Il rapporto lascia subito intuire che si tratta di una beffa: si citano articoli che non sono articoli, si rendono note decisioni dadaiste mai prese. Ciò che dall'articolo non si capisce è che K.F. era lo pseudonimo dello stesso Walter Sermer. Ciò che successe veramente al congresso rimarrà per sempre avvolto nelle tenebre della storia. Ma non importa, e ciò è davvero Dada.

## Censimento - Sbagliato

Nel 1987, in occasione del contestato censimento, in parecchie cassette della posta si trovarono lettere apparentemente ufficiali con l'intestazione del Comune. In arido linguaggio burocratico i cittadini venivano invitati a distruggere i propri moduli per il censimento, poiché erano state stampati e distribuiti esemplari sbagliati. La settimana dopo il Comune avrebbe distribuito nuovi moduli. Molti non si fidarono e telefonarono agli uffici per accertarsi che le lettere fossero vere. Naturalmente non lo erano. Il fine era disturbare lo svolgimento del censimento attraverso la distruzione del maggior numero possibile di moduli. Il risultato non fu ottenuto ma l'azione avviò un'altra dinamica: le autorità fecero stampare smentite, la cosa venne discussa. Gli autori della beffa aggiunsero false smentite, che mettevano in guardia dai (veri) censitori. Si disse infatti che erano comparsi moduli ben imitati, e le autorità (false) invitavano a diffidare ecc... Alla fine, nemmeno i cittadini più ligi sapevano con certezza quali fogli fossero veri e quali, secondo la segnalazione delle "autorità", fossero da buttare o da consegnare al magazzino reperti della polizia.

## **6. Postfazione/Aggiornamento**

Intervista agli autori e alle autrici di Comunicazione-guerriglia

Avete scritto questo "manuale" più di tre anni fa. Pensate che la teoria e prassi della comunicazione-guerriglia, come le avete esposte nel libro, siano ancora valide ora che il nuovo movimento globale

(Seattle, Davos, Okinawa, Genova, Bologna, Melbourne, Praga, i "Global Action Days", la campagna europea "No Border" ecc.) sembra aver leggermente migliorato le condizioni della lotta?

Anche oggi che un nuovo movimento sta decollando, continuano a esistere l'esperienza locale e la noia della vita quotidiana. Dopo l'eccitazione dei giorni caldi, delle grandi battaglie e delle ondate di solidarietà, le persone tornano alle loro città, quartieri e villaggi, dove le autorità locali, la polizia e altre seccature sono ancora cause d'irritazione. I rapporti di potere non si sono dissolti, ma sembra siano in piena ri-definizione. E' corretto affermare che la società sta passando al modello denominato "società di controllo", contesto in cui potrebbe rivelarsi ancor più importante affinare le nostre capacità sovversive a livello locale e "molecolare". Quando abbiamo scritto il libro ci siamo concentrati/e su interventi per cui non fosse necessario mobilitare le masse. Guardando al nuovo movimento globale, abbiamo l'impressione che il suo carattere di novità non risieda solo nel networking planetario che permette di sincronizzare le lotte, e nemmeno nella scoperta di Wto e Banca Mondiale come simboli belli e pronti della ristrutturazione capitalistica mondiale e delle nuove forme di coercizione. E' senz'altro un elemento nuovo la scelta di forme d'intervento diverse da quelle dei vecchi movimenti di massa. Il movimento operaio e la sinistra tradizionale si esprimevano in cortei ordinati, il movimento pacifista si mostrava caritatevole e carino, l'attivismo degli autonomi sceglieva la linea dura dello scontro, l'antirazzismo liberal-umanitario faceva le fiaccolate. Ma nell'attuale movimento globale possiamo quasi toccare con mano uno stile di discorso politico e azione simbolica molto simile a quello che abbiamo definito "comunicazione-guerriglia", basti pensare al "giardinaggio-guerriglia" di Reclaim The Streets durante il Primo maggio d'azione globale a Londra [[www.indymedia.org.uk](http://www.indymedia.org.uk)], o ad altre azioni durante la protesta anti-Ocse di Bologna (persone che fanno blocchi stradali travestite da alieni o si scontrano con la polizia vestite di bianco). [<http://italy.indymedia.org>]. Fakes e interventi ridanciani sono tipici dei campeggi sulle frontiere organizzati dalla rete europea No Border [[www.noborder.eu.org](http://www.noborder.eu.org)]: per fare un esempio, nel '99 a Zittau, sul confine tra Germania e Polonia, gli attivisti hanno inaugurato un monumento all'Ignoto Mercante di Schiavi [[www.contrast.org/borders/camp/camp99](http://www.contrast.org/borders/camp/camp99)]; infine, ma non meno importante, la campagna europea contro le linee aeree coinvolte nei rimpatri forzati pratica un "imbrattamento dell'immagine" attraverso falsi dépliant e azioni di "teatro invisibile" [[www.deportation-alliance.com](http://www.deportation-alliance.com)].

Nelle aree metropolitane, tra gli attivisti si sente un rinnovato vigore. Grande partecipazione alle proteste, nuove forme di contestazione, e probabilmente anche il sensazionalismo sul web ("Ehi, si organizzano via Internet!") hanno attirato l'attenzione dei media ufficiali. L'essersi riappropriati delle tecnologie di informazione ha permesso agli attivisti di creare una rete mondiale e comunicare in tempi brevissimi da una "scena" all'altra. In questo senso, sì, le condizioni della lotta sono migliorate, di sicuro lo sono per quanto riguarda la rappresentazione (tutti sanno che c'è un nuovo movimento interconnesso a livello mondiale) e nelle aree metropolitane. Ma in provincia, o a livello di quartiere, o nelle zone di confine, si muovono meno persone che a Seattle, Washington, Londra ecc. Nella dimensione locale si fa ancora affidamento su tattiche molecolari di comunicazione-guerriglia, il genere di azioni che chiunque può organizzare senza il supporto di migliaia di militanti. Le grandi mobilitazioni sono i giorni cruciali sul calendario dell'attivista, mentre le azioni di comunicazione-guerriglia sono interventi efficaci nello spazio pubblico locale, efficaci non solo perché fanno incazzare i conservatori, i razzisti e gli apostoli della normalizzazione, ma anche perché procurano piacere a chi le fa, e aiutano a superare le frustrazioni della vita d'ogni giorno. Anche se probabilmente hai ragione, e la lotta continua in condizioni migliori, purtroppo non ci sembra che i rapporti di potere socio-economici stiano cambiando a nostro vantaggio. Comunque il movimento appena iniziato pone importanti questioni sulla comunicazione-guerriglia e sulle priorità nel discorso politico.

Innanzitutto, dovremmo chiederci se ha senso fare ricorso alla comunicazione-guerriglia durante eventi di massa. La comunicazione-guerriglia si basa sulla distorsione delle regole della normalità e sulla sfida al discorso egemone. Il nuovo movimento attacca il neoliberalismo e la globalizzazione economica, e la comunicazione-guerriglia potrebbe aiutare a mettere in discussione la legittimità e

lo statuto di quasi-naturalità che l'odierno capitalismo si autoattribuisce. Le mobilitazioni globali si basano su una sorta di "turismo politico" da tutto il mondo, le persone viaggiano e ognuno si porta dietro la propria cultura di resistenza. Per esempio, la difficoltà nell'organizzare la protesta anti-Fmi a Praga ha mostrato che la cooperazione nella differenza necessita ancora di duro lavoro.

E' possibile comunicare in modo efficace i saperi affinché sempre più vaste comunità di attivisti possano metterle in pratica?

Un aspetto fondamentale del processo sarebbe la comunicazione continua, come in effetti sta accadendo in questi network. Dovremmo pensare a come organizzare azioni decentrate e che rendano dal punto di vista estetico, in modo abbastanza aperto da lasciare spazio alle idee dei diversi gruppi di affinità, ma al contempo abbastanza chiaro e definito da accomunare le azioni in un'immagine potente e seducente.

In secondo luogo, nell'attuale situazione politica abbiamo l'esigenza di riformulare alcune conclusioni a cui eravamo giunti. Tre anni fa il nostro porre l'accento sulla comunicazione-guerriglia era motivato dall'idea che non serve a niente una controinformazione che nessuno vuole sentire. All'epoca, nessuno sembrava interessato a un movimento più vasto. Oggi, mandrie di giornalisti si radunano prima e durante qualunque importante iniziativa globale di movimento. Probabilmente gli interessa solo lo "spettacolo", l'"evento", ma c'è dell'altro, i media ufficiali sono interessati. Questo era evidente a Londra prima del Primo maggio, quando i cameramen dei media e quelli della polizia si accalcavano tutti i giovedì davanti al pub in cui si riuniva Reclaim The Streets. La domanda da 60.000 dollari è se saremo in grado di cambiare il gioco, in modo che a loro riesca difficile applicare le vecchie categorie (i terroristi e i provocatori da una parte, l'ordine e la giustizia dall'altra). La comunicazione-guerriglia potrebbe essere una risposta.

Mentre scrivevamo il libro ci sembrava che la controinformazione fosse tanto ammuffita che nemmeno la sinistra radicale le prestava più molta attenzione. Al contrario, oggi sembra esserci una rinascita della controinformazione, che sta persino diventando sexy, in parte grazie al clamore su Internet ecc. Dentro e intorno alla Rete si sta creando un nuovo tipo di sfera pubblica. L'esplosione dei collettivi Indymedia e l'impressionante numero di persone che visitano i loro siti indica che tra gli attivisti matura l'esigenza di una produzione e fruizione autonoma dell'informazione. Spesso fantastica sulla controinformazione che estende all'infinito la propria audience, anche se l'attuale pubblico di Indymedia potrebbe limitarsi a coincidere con la comunità stessa degli attivisti. Indymedia non è il solo mezzo di controinformazione su web; per fare alcuni esempi, c'è Nadir in Germania, ci sono le web-riviste dei campi No Border, c'è il sito [www.deportation-alliance.com](http://www.deportation-alliance.com) gestito dalla campagna anti-rimpatri. La rapida fioritura di siti di controinformazione in Austria da quando l'estrema destra è andata al governo mostra che la controinformazione è tornata a essere un aspetto importante del discorso politico. Nel dire questo, non stiamo sostenendo che la comunicazione-guerriglia è ormai superflua. Al contrario, in Austria l'aumento della controinformazione va a braccetto con l'aumento di interventi in stile comuni comunicazione-guerriglia.

Più nello specifico: dopo la pubblicazione del manuale si sono affermati gruppi o correnti politiche le cui forme d'azione rispecchiano il modus operandi da voi delineato?

Tantissimi! Troppi, per fare un elenco completo. Alcuni dei gruppi del Peoples Global Action usano falsi e parodie (Evading Standard, Financial Crimes...).

Abbiamo già nominato la rete europea No Border, i suoi campeggi sulle frontiere e le sue campagne anti-rimpatrio. In quell'ambito si ricorre a falsi, teatro invisibile, imbrattamento dell'immagine ecc. Le tattiche della deportation-alliance sono un buon esempio su come la comunicazione-guerriglia possa diventare transnazionale senza perdere la specificità locale. Usando un sito web comune, le diverse campagne lavorano accordandosi tra loro, scambiandosi idee ed esperienze, adattando il tutto alle situazioni concrete in cui si svolgono.

Nel biennio 1998-99, in Germania, c'è stata una serie di iniziative coordinate a livello nazionale contro la privatizzazione degli spazi pubblici e la tendenza a sloggiare abitanti indesiderati. Non è stata organizzata una grande manifestazione, ma da Amburgo a Monaco si sono fatti tanti piccoli interventi che distorcevano il discorso del potere

Il movimento austriaco contro il nuovo governo conservatore/neofascista fa ricorso a mobilitazioni di massa ma prende anche a torte in faccia i politici, presenta feste di strada come folklore [[www.volkstanz.net](http://www.volkstanz.net)] e ha messo on-line un falso sito del partito fascista Fpoe.

In Germania, la raccolta di firme contro la doppia cittadinanza, organizzata dai democristiani, è stata contrastata da una campagna di falsi basata sulla spedizione di e-mail che facevano riferimento a una determinata pagina [[www.kulturserver.de/home/ep](http://www.kulturserver.de/home/ep)]. Le false petizioni chiedevano per i conservatori esattamente lo stesso trattamento che questi ultimi richiedevano per gli "stranieri": corsi di lingua e cultura tedesca per integrarli nella società civile ecc. Ovviamente i razzisti non leggevano nemmeno il testo, e a migliaia hanno firmato quei moduli.

Abbiamo anche sentito di molte altre azioni locali, cure contro il virus della violenza somministrate durante parate militari, processioni di flagellanti contro l'omofobia degli integralisti cattolici, attacchi psichici per far levitare commissariati di polizia ecc.

Ci sono gruppi "storici", pre-esistenti, che rimpiangete di non aver inserito nel libro?

È chiaro che la nostra non pretendeva di essere l'Enciclopedia Completa della Comunicazione-guerriglia. Negli ultimi anni siamo entrati in contatto con molti gruppi interessanti. Alcuni di loro hanno praticato quella che abbiamo chiamato comunicazione-guerriglia molto prima che noi iniziassimo a pensarci. Andrebbe citata la Biotic Baking Brigade, che ha reso popolare l'antica arte delle torte in faccia. E' stato solo durante i nostri workshops che abbiamo conosciuto Reclaim The Streets, e ci abbiamo messo un po' a comprendere il loro stile di sovversione festosa. Oggi li includeremmo senz'altro.

Vorremmo citare altri tre gruppi, uno opera in una piccola città della Germania, un altro nelle grandi città spagnole, il terzo nello spazio virtuale.

L'Ufficio del Realismo Applicato di Ludwigshafen, Germania, è un gruppo di strane persone talmente annoiate dalla loro città (praticamente un clone di Mestre) da sentirsi costrette a crearsi da zero un divertimento. A volte ciò si esprime in mostre di arte fai-da-te in cui tutti sono invitati a portare opere d'arte istantanee, a volte in spettacoli di ombre cinesi sulla Lunga Marcia di Mao con tanto di citazioni stucchevoli. A volte sono più politici e si mettono a giocare a croquet nei parchi pubblici da cui sono stati cacciati i punk e i beoni. Questo mette in crisi la polizia e le autorità perché non è facile stabilire se persone "rispettabili", vestite con completi e abiti da sera, stanno infrangendo la legge se bevono champagne in un'area dove sono proibiti gli alcolici, mentre giocano a Croquet su un prato impeccabilmente rasato. I Realisti Applicati stanno creando una forma d'intervento politico in una città industriale in cui non succede quasi niente.

Fiambrera Obrera [[www.sindominio.net/fiambrera](http://www.sindominio.net/fiambrera)] è un gruppo spagnolo che combina un approccio visivo agli aspetti ridicoli e irritanti della vita quotidiana con l'attitudine politica di attivisti scafati. Ad esempio, la loro campagna contro l'abbandono di certi quartieri di Siviglia e la speculazione in altri iniziò piantando nelle merde di cane bandierine coi nomi delle autorità locali. Facile, comprensibile, efficace. Con quest'esordio si crearono un'identità facilmente riconoscibile, utile per i successivi interventi ("Ah, sono quelli delle merde di cane!") .

RTmark [[www.rtmark.com](http://www.rtmark.com)] forse sono già conosciuti dai lettori di questo libro. Ci sarebbe piaciuto includerli, soprattutto per via del loro impegno nel caso etoys.com, in cui tattiche di comunicazione-guerriglia sono state usate con successo nello spazio virtuale. RTmark e altri sono stati molto bravi nel colpire un'impresa situata nell'economia immateriale del commercio elettronico, hanno creato un'atmosfera di disagio e insicurezza tra gli azionisti di etoys.com e questo ha fatto crollare del 70% il valore delle azioni. RTmark ha assunto la forma di un'impresa delle new economy (RTmark.com), il loro "terreno locale" è lo spazio discorsivo della neolingua imprenditoriale, che hanno copiato e

adattato perfettamente alle proprie esigenze.

Avete percepito qualche influenza del vostro lavoro sulla scena tedesca, dopo il successo del manuale? I militanti ne hanno compreso la logica e le implicazioni?

Grazie ai nostri sforzi incessanti, la rivoluzione è a buon punto. A parte gli scherzi, un libro non potrà mai cambiare l'approccio di un'intera scena. A ogni modo, diversi gruppi in Germania stanno facendo comunicazione-guerriglia, pensiamo alle proteste contro l'Expo di Hannover, o la "Spackparade", del 30 novembre a Berlino ("La proprietà rende belli, la bellezza rende ricchi... Ordine, ordine, ordine!"). Mettiamola in questo modo: ci siamo approcciati alla comunicazione-guerriglia in una fase in cui molti attivisti cercavano il modo di ravvivare le pratiche noiose e frustranti di fine anni Ottanta inizio Novanta. Diversi gruppi cominciarono a sperimentare forme vecchie-nuove, arte, performances, teatro, feste... Non pochi di questi gruppi hanno usato il libro per discutere diverse possibilità, ri-formulare e sviluppare idee. Negli ultimi anni abbiamo discusso diverse volte con attivisti di lunga data, discussioni a volte pesanti... Se hai trascorso quindici anni della tua vita volantinando e organizzando manifestazioni non afferrì subito le ragioni per cui, da un giorno all'altro, dovresti vestirti da dinosauro o metterti nudo nella piazza principale della tua città di fronte a un plotone di poliziotti o un'adunata di estremisti di destra intenti in arcaici cerimoniali. Ed è ancora più difficile capire perché interventi estetici nella grammatica culturale possono avere un senso politico più profondo e un effetto più dirompente rispetto allo schema "informazione e poi manifestazione" tipico dell'attivismo tradizionale.

[traduzione dall'inglese: Wu Ming Yi. Settembre 2000]

## Note:

(1) Jaroslav Hasek, La vera storia e il programma originale del Partito del Progresso Moderato nei Limiti della Legge, Graphos, Genova 1992, p. 28.

(2) D: Il mercato, la società capitalista in generale, tende a sussumere le tensioni, anche quelle sociali, per renderle merce. Non c'è questo rischio per Luther Blissett?". LB: No? ci siamo mai preoccupati di questo. L'ossessione del "recupero", perversa forma di sconfittismo, si è impadronita dei movimenti radicali soprattutto per colpa della Scuola di Francoforte e dell'Internazionale Situazionista, che da un lato hanno confuso i destini dei movimenti sociali con quelli delle avanguardie artistiche (equivoco interamente ereditato, e mai risolto, dalle "controculture"), dall'altro si sono basate sulla "dialettica negativa", un punto di vista che, anziché sulla composizione di classe e sulla forza-invenzione del lavoro vivo, poneva l'accento sull'onnipotenza e la voracità dell'"industria culturale" e poi dello "spettacolo". Quest'ultimo è un concetto vago e buono per tutte le stagioni, di cui bisognerebbe sbarazzarsi una volta per tutte. È ora di finirla col timore di essere "recuperati" in giro è pieno di rancorosi desperados a cui interessa di più essere "radicali" ed "estremi" (irrecuperabili duri e puri) che vincere le battaglie insieme al maggior numero di persone possibile. Alcune sottoculture sono "irrecuperabili" semplicemente perché non producono messaggi efficaci. Perché il capitale dovrebbe cercare di disinnescare bombe che non esploderanno? Tutto questo non ci appartiene. Noi siamo comunisti". Intervista tratta da, "Infoxoa. Zona di quotidiano movimento", Roma, n. 10, novembre 1999.

(3) Più o meno "incastrare la chiave inglese". Sottinteso: negli ingranaggi. atto di sabotaggio tipico dell'operaio fordista [N.d.T.].

(4) Campagna di boicottaggio, svoltasi nel 1993, contro la candidatura di Berlino a ospitare i giochi olimpici del 2000 [N.d.T.].

(5) Un fake inteso come falsificazione dei servizi segreti per produrre una notizia "vera" è chiaramente quello delle "pistole fumanti", le famose armi di distruzione di massa, che i servizi segreti del governo americano hanno proagandato nell'ultimo conflitto in Iraq. [N.d.S.].

(6) In realtà, durante la seconda guerra mondiale il "fronte interno" tedesco fu destabilizzato da una speciale unità dei servizi segreti inglesi denominata Political Warfare Executive, specializzata in fakes la cui tipologia è molto simile a quella poc'anzi descritta nel Paragrafo "Disturbi dell'ordine sociale", cfr. Ellic Howe, *The Black Game: British Subversive Operation Against the Germans during the Second World War*, London 1982 [N.d.R.].

(7) Tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta la Nato decise di collocare in Europa missili Cruise e Scud, puntati contro l'Unione Sovietica. Ciò portò, nella Rft, alla nascita di una grossa opposizione extraparlamentare: il movimento pacifista [N.d.R.].

(8) Il vero secondo nome del comandante Kirk è "Tiberius". "Tomcat" si potrebbe rendere con "milione", ma nello slang americano indica un omosessuale maschio infoiato [N.d.R.].

(9) Organizzazioni studentesche, dette anche Verbindungen, nate su posizioni liberali e democratiche (1815-1849), in seguito slittate su posizioni reazionarie, se non fasciste. A queste corporazioni, rigidamente gerarchizzate e principalmente maschili, si accede tramite rituali iniziatici, come duelli e bevute collettive [N.d.T.].

(10) "Dick" è il diminutivo di "Richard", ma in slang significa "cazzo" [N.d.T.].

(11) Progetto di armamenti del governo della Cdu capeggiato da Kohl. Caccia a reazione destinati a rimpiazzare i Tornado. Al momento la costruzione di questi aerei è sospesa [N.d.T.].

(12) Scrittore anarchico assassinato dai nazisti nel 1933 [N.d.T.].

(13) Film di Michael Verhoeven, titolo italiano: *La ragazza terribile*, 1985. È la storia di una ragazza che, in una cittadina tedesca di provincia, scopre che le autorità locali commisero vari crimini contro gli ebrei durante il nazismo [N.d.T.].

(14) Organizzazione giovanile della Cdu [N.d.T.].

(15) Discendenza teorica vivacemente smentita dalla maggior parte degli "utenti" del nome collettivo [N.d.R.].

(16) Quartiere "di frontiera" nel vero senso della parola (era a ridosso del Muro), storica zona di vivace conflitto politico e contro culturale [N.d.T.].

(17) Anti-Kreuzberger-Schulzwall, straniamento di Antikapitalistischer Schulzwall, muro di protezione anticapitalistico. definizione del muro di Berlino coniata dal governo della Germania Orientale [N.d.T.].

(18) Il famoso Festival del cinema che si svolge ogni anno a Febbraio [N.d.T.].

(19) Passaggio da cui gli abitanti di Berlino Est riuscivano a fuggire in occidente [N.d.T.].

(20) Nel quadro delle nuove normative tedesche sul diritto d'asilo conformi agli accordi di Shengen, vale la cosiddetta "regola degli altri Stati": chi giunge in territorio tedesco via terra, deve attraversare altri Stati. Automaticamente si perde il diritto d'asilo, perché il profugo deve fare richiesta ai governi dei paesi attraversati. L'unica via di fuga rimane dunque l'aereo, quindi possono rifugiarsi in Germania solo i membri delle classi agiate dei loro paesi, proprio quelli che ne hanno meno bisogno. Per questo motivo si decise di costruire il tunnel del profugo Berlino-Temesvar (città della Jugoslavia) [N .d. T.] .

(21) Gioco di parole: in olandese kip significa "pollo", ma è anche l'espressione slang per "sbirro"

[N.d.T.].

(22) Il titolo dell'iniziativa cercava di dimostrare quanto siano qualunque e stabilizzanti per il sistema quelle manifestazioni in cui i politici si fermano a parlare dei più svariati argomenti con singoli cittadini, nell'intento di provare la loro "vicinanza alla gente...Il Kpd/Rz, intitolando così la propria manifestazione, intendeva sminuire, colpire quel tipo di meeting politico [N.d.T.].

(23) Per fingere di prendere le distanze dai manifestanti violenti, il Kpd/Rz gioca non l'immagine dei Berlinesi bravi e buoni contrapposta a quella dei cattivi, dei manifestanti violenti che vengono "da fuori. (Potsdam è a dieci chilometri da Berlino). Un'allusione al "turismo da manifestazione" che prevede spostamenti di autonomi "cattivi" desiderosi di scontrarsi con la polizia. [N.d.T.].

(24) "Poliziotti tedeschi, giardinieri e fioristi". Modifica di uno degli slogan più amati dall'estrema sinistra tedesca ("Deutsche Polizisten, Morder und Faschisten": "poliziotti tedeschi, assassini e fascisti, o anche "Deutsche Polizisten schlitzten die Faschisten": "i poliziotti tedeschi proteggono i fascisti") [N.d.T.].

(25) Gioco di parole tra "playmate", la ragazza del mese di "Playboy", e "meat", carne (non umana) [N.d.T.].

(26) In inglese "strega", ma è anche l'acronimo di Women's International Terrorist Conspiracy from Hell: congiura terroristica internazionale delle donne dall'inferno [N.d.T.].

(27) The Society for Cutting Up Men, "Associazione per la castrazione degli uomini", il gruppo fondato da Valerie Solanas [N.d.T.].

(28) "Passeggero sprovvisto di biglietto", questa la traduzione del termine, ma c'è un gioco di parole sul suo essere nero di carnagione [N.d.T.].