



## Abitare la tv. Teorie, immaginari, reality show<sup>1</sup> di Vincenzo del Gaudio

Cosa significa abitare un medium? Il libro di Tito Vagni parte da questa domanda per provare a dipanare i modelli culturali attraverso i quali non soltanto il medium televisivo produce contenutisticamente forme dell'immaginario ma più profondamente quali leggi sono alla base di tali produzioni e in che modo la televisione nello specifico possa produrre, a determinate condizioni, "un immaginario che si sia fatto oggettivo" (Vagni 2017: 45).

Nel 1951 il filosofo tedesco Martin Heidegger tiene una conferenza a Darmstadt il cui titolo è programmaticamente *Bauen Wohnen Denken, in vorträge und aufsätze* (Abitare costruire pensare) nella quale prova a districare il significato del termine abitare in relazione ai termini costruire e pensare. Heidegger chiarisce subito che il costruire in prima istanza deve essere pensato come mezzo dell'abitare: "abitare e costruire stanno tra loro nella relazione del fine del mezzo" (Heidegger 1976: 97); si costruisce per abitare. Poi il filosofo chiarisce che tale forma di costruzione non può essere semplicemente ricondotta ad un abitare statico e legato alle forme dell'alloggiare: costruiamo anche autostrade, ponti, aeroporti che a prima vista non sono posti in cui si alloggia. Analizzando il verbo *Bauen*, che in tedesco significa costruire, il filosofo mostra come tale termine originariamente non significhi soltanto costruire ma anche abitare. A questo punto Heidegger chiarisce, che il verbo *bauen* contiene in sé il verbo



essere "l'antica parola *bauen* a cui si ricollega il *bin*, risponde "*ich bin*", "*du bist*" vuol dire io abito, tu abiti: il modo in cui io sono tu sei, il modo in cui noi siamo sulla terra, è il *Baun*, l'abitare" (Heidegger 1976:97). Seguendo Heidegger dunque il senso dell'abitare è da ricercarsi come radicamento necessario dell'esperienza che l'essere umano fa nel mondo; in prima istanza, dunque, il libro di Vagni, nell'interrogarsi sul significato da attribuire all'abitare un medium pone come prima questione la posizione che esso assume in quel complesso plesso semantico che è l'abitare. La questione che Vagni

<sup>1</sup> Vagni T., *Abitare la tv. Teorie, immaginari, reality show*, Milano, Franco Angeli, 2017.



tiene a chiarire subito è quella legata alla possibilità non soltanto di studiare il medium televisivo a partire dalla sua estetica e dal suo linguaggio, ma proprio a partire dal suo abitare, o meglio del suo essere un modello di abitare il mondo che si determina non solo a partire dalle sue funzioni comunicative e linguistiche che si basano sul contatto “elettronico tra l’occhio e lo schermo” (Vagni 2017: 17), bensì su di un’esperienza che “determina un coinvolgimento complessivo dello spettatore” (Vagni 2017:17). Abitare dunque come *Baun* cioè prendersi cura, coltivare e allo stesso tempo edificare. Paradigmatica a questo proposito è l’analisi che l’autore conduce su quelli che Pio XII nel 1952 e 1958 proclama rispettivamente patroni dei mezzi di comunicazione di massa e della televisione: L’arcangelo Gabriele e Santa Chiara. Secondo Vagni da queste due figure è possibile determinare due funzioni diverse del mezzo televisivo: da un lato Gabriele, con la sua funzione di “annunciatore”, rappresenta una sorta di patrono della funzione comunicativa della televisione e dall’altra Santa Chiara che ne rappresenta la funzione legata alla presenza e all’esserci propria del mezzo televisivo. Infatti Vagni ricorda come la motivazione per la quale la santa viene assunta come patrona della televisione è da ricercarsi negli avvenimenti della notte di Natale del 1252 quando la santa, costretta al letto, è impossibilitata a partecipare alle celebrazioni per il Natale. Al ritorno alla messa Chiara dice alle sue sorelle di aver assistito ed aver ascoltato tutto quanto grazie ad una sorta di visione a distanza. Abitare la televisione dunque per Vagni significa rintracciare in essa il doppio significato che Heidegger individua nel termine abitare; da un lato significa prendersi cura della sua funzione comunicativa strutturale e dall’altro comprendere come essa implichi sempre un modello spettatoriale performativo, creatore di mondo, edificatore di immaginario.

A questo punto l’analisi assume una prospettiva archeologica: l’autore prova ad interrogare le prime teorie italiane sulla televisione da una prospettiva che lui stesso definisce “obliqua”, cioè partendo da quei teorici poco frequentati dai *television studies* che, tra gli anni ’50 e gli anni ’60, analizzano la televisione a partire da sensibilità distanti dal lavoro sociologico (Mario Apollonio, Federico Doglio, Mario Guarda, Umberto Eco); teorie che l’autore divide a partire da due differenti approcci: da un lato quelli che leggono la televisione in continuità con il panorama mediale che in quegli anni si va delineando, cioè questo primo tipo di approccio che costruisce un discorso teorico sulla televisione a partire da i media che l’hanno preceduta, e dall’altro l’idea che la televisione sia appunto un ambiente che costituisce una nuova forma mediale tale approccio viene definito dall’autore *lo sguardo del turista*: “che è notoriamente cosciente della natura transitoria del viaggio attraverso cui abbandona un paesaggio per raggiungere un altro da esplorare, lasciandosi alle spalle la rigidità imposta dal proprio luogo di provenienza” (Vagni 2017: 24). L’indagine prosegue provando a determinare la il discorso televisivo a partire dalle sue coordinate spaziali; a tal proposito l’autore prova ad indagare alcuni luoghi simbolico-culturali a partire dai



quali la televisione e il suo discorso si stabilizzano e si concretizzano, luoghi di passaggio, zone di frontiera di un linguaggio che l'autore definisce prototelevisivo in quanto in esso si configurano in forma abbozzata alcune delle caratteristiche degli attuali paradigmi e forme dell'immaginario della televisione contemporanea. Tra questi luoghi l'autore guarda al cinema e all'esperienza televisiva di Andy Warhol, alla nascita dei drive in, i quali rappresenterebbero la tappa intermedia per la strutturazione di un immaginario e di un linguaggio specificamente televisivo, che l'autore rintraccia all'interno della struttura del reality show che secondo Vagni rappresenta il formato che più di tutti reagisce e aderisce pienamente allo specifico televisivo:

dal nostro punto di vista, le ragioni per le quali questo formato aderisce pienamente al medium televisivo sono cinque: la capacità del reality di farsi mondo, potenziando la vocazione della televisione e consentendo esperienze immersive; il superamento della centralità della scrittura in favore della potenza audiovisiva e la conseguente capacità inclusiva del medium; la ricerca della trasparenza integrale e quindi di una coincidenza totale tra schermo e vita; la mondanizzazione della rappresentazione; l'inedita centralità dei pubblici e la loro agentività, visibile nelle odierne pratiche amatoriali (Vagni 2017: 117).

Insomma L'analisi di Vagni si muove nel tentativo di comprendere non soltanto il nuovo regime scopico che il medium televisivo impone all'esperienza mediale contemporanea, quanto piuttosto e più profondamente nel tentativo di comprendere i meccanismi a partire dai quali la televisione, sia come forma tecnologica che come linguaggio, sia come modello di cura che di edificazione del nostro vissuto, rappresenti a tutti gli effetti una forma di sedimentazione e condivisione dell'immaginario. Ancora una volta forse il merito più importante del libro di Vagni è quello di mostrare come e a quali condizioni uno spazio mediale apparentemente diverso da uno spazio geometricamente dato sia abitabile in senso heideggeriano cioè a quali condizioni tale spazio rappresenti la possibilità di creare mondo e da ultimo di "abitarlo".