



UNA CITTÀ IN FAST FORWARD

A bordo di un volo notturno, in procinto di atterrare a Mosca si può vedere chiaramente come la città sia formata da una serie di circonvallazioni concentriche al cui centro si trova il complesso del Cremlino. Alla fine del xx secolo, le luci provenienti dalle strade della capitale creavano solo un tenue bagliore giallastro. Mosca era una triste città satellite ai confini dell'Europa, che rimandava gli ultimi fuochi dell'impero sovietico. Poi, nel XXI secolo, è successo qualcosa: è arrivato il denaro. Mai una simile quantità di denaro aveva invaso un luogo così piccolo in così poco tempo. Il sistema orbitale si spostò. Viste dall'alto, le circonvallazioni concentriche hanno iniziato a risplendere delle luci dei nuovi grattacieli, delle insegne al neon e delle Maybach che sfrecciavano sull'asfalto, vorticando sempre più velocemente in un riverbero abbagliante e ipnotico da luna park. I russi costituivano il nuovo jet set: erano i più ricchi, i più forti e i più pericolosi. Possedevano la maggior parte del petrolio, le donne più

belle e si concedevano le feste più sfrenate. Passarono dal bisogno di acquistare qualsiasi bene e prodotto a essere compratori munifici e rapaci: squadre di calcio di Londra e compagini di baseball di New York; gallerie d'arte, quotidiani inglesi e aziende europee fornitrici di energia. Nessuno riusciva a comprendere i nuovi russi. Erano allo stesso tempo rozzi e raffinati, astuti e ingenui. Sembravano aver senso solo a Mosca, una città che viveva con il fast forward inserito, sottoposta a mutamenti così rapidi da frantumare ogni senso di realtà e in cui le giovani leve diventavano milionarie in un battito di ciglia.

Performance era la parola d'ordine in città, un mondo nel quale i gangster diventano artisti, gli arrampicatori sociali citano Puškin, e gli Hells Angels si reputano santi. La Russia aveva assistito all'avvicinarsi in rapida successione di tanti mondi diversi – comunismo, perestrojka, terapia economica d'urto, miseria, oligarchia, Stato della mafia, dominio dei super ricchi – da far credere ai suoi nuovi eroi che la vita non fosse altro che uno scintillante ballo in maschera in cui ogni ruolo, posizione o convinzione era intercambiabile. «Voglio interpretare ogni ruolo che il mondo abbia conosciuto», mi avrebbe detto Vladislav Mamyshev-Monroe. Era un performance artist, nonché il beniamino della città, l'immane ospite delle feste a cui partecipavano gli immane tycoon con le loro super modelle, alle quali si presentava travestito da Gorbačëv, da fachiro, da Tutankhamon o da Presidente russo. La prima volta che sono atterrato a Mosca ho pensato che queste infinite trasformazioni fossero l'espressione di un paese da poco liberato che provava i diversi travestimenti in una smania di libertà, che spingeva i limiti della propria personalità fino all'estremo, fino a quello che il visir del Presidente avrebbe definito «le vette della creazione».

Solo alcuni anni più tardi sono arrivato a capire che queste mutazioni continue non sono una forma di libertà ma di delirio, in cui marionette inquietanti e mistici da incubo si convincono di essere quasi reali e marciano verso quella che il visir del Presidente continua a chiamare «la quinta guerra mondiale, il primo conflitto non lineare di tutti contro tutti».

Ma mi sto spingendo troppo in là.

Lavoro nella televisione. Documentari. Documentari d'intrattenimento, a essere precisi. Nel 2006 ero su un volo per Mosca perché il settore televisivo, come qualsiasi altro, stava vivendo un boom incontrollato. Conoscevo già il paese: dal 2001, l'anno dopo la laurea, avevo vissuto nella capitale per la maggior parte del tempo, saltando da un lavoro all'altro: da membro di un think tank a consulente di basso livello su progetti europei che avrebbero dovuto aiutare lo sviluppo del paese, dalla scuola di cinema fino alla mia ultima occupazione, assistente alla produzione di documentari per i network occidentali. I miei genitori erano fuggiti in Inghilterra negli anni Settanta come esiliati politici, e io sono cresciuto parlando una specie di russo popolare per emigrati. Ma sono sempre stato un grande osservatore del mio paese d'origine. E volevo avvicinarmi: Londra sembrava così limitata, così prevedibile; l'America in cui molti nostri parenti si erano trasferiti sembrava un paese soddisfatto; mentre i russi parevano davvero vivi, avevano la sensazione che tutto fosse possibile. Ciò che volevo davvero era fare il regista. Volevo puntare la videocamera e girare. Così comprai una Sony Z1, una videocamera in metallo, abbastanza piccola da entrare nella mia borsa e seguirmi dappertutto. Il più delle volte filmavo soltanto per non lasciare che questo mondo mi sfuggisse; giravo alla cieca, consapevole del fatto che non avrei mai più avuto

a disposizione un cast del genere. Ed ero molto richiesto nella nuova Mosca, per il semplice fatto che potevo pronunciare le parole magiche: «Sono di Londra». Funzionavano come un «apriti, sesamo». I russi sono convinti che i londinesi conoscano il segreto alchemico della televisione di successo e che siano in grado di creare il prossimo reality show o talent che otterrà una fama planetaria. Non importava il fatto che fossi stato solo un assistente di infimo livello in progetti altrui: mi bastava sussurrare «sono di Londra» per ottenere un appuntamento con chiunque desiderassi. Ero una sorta di clandestino nella grande armata della civiltà occidentale – banchieri, avvocati, consulenti, contabili e architetti che avevano issato le vele per cercar fortuna nella grande avventura della globalizzazione.

Ma, in Russia, per lavorare nella televisione non basta essere un osservatore. In un paese attraversato da nove fusi orari e che si estende su un sesto della superficie emersa del globo, dal Pacifico al Baltico e dal Circolo Polare Artico ai deserti dell'Asia Centrale, dai villaggi quasi medievali nei quali gli abitanti attingono ancora l'acqua dai pozzi con il secchio alle città nate intorno a un singolo stabilimento industriale, per arrivare ai grattacieli di vetro e acciaio della nuova Mosca, la televisione è l'unico mezzo che può collegare, governare e tenere unita la nazione. E in quanto produttore televisivo, io sarei stato inviato nel suo centro nevralgico.

La mia prima riunione mi condusse all'ultimo piano dell'Ostankino, il centro di produzione televisiva grande quanto cinque campi da calcio che costituisce l'ariete della propaganda del Cremlino. All'ultimo piano, alla fine di una serie di corridoi neri, si trova un'enorme sala riunioni. Qui le menti più brillanti di Mosca si incontravano per la seduta settimanale durante la qua-

le si sarebbero decisi i contenuti da trasmettere in tutto il paese. Io ci andai insieme a un editore russo con il quale avevo un rapporto amichevole. Per via del mio cognome russo, nessuno aveva intuito che fossi inglese. E io avevo tenuto la bocca chiusa. Nella stanza c'erano più di venti persone: abbronzati giornalisti televisivi nelle loro immacolate camicie di seta, politologi dalla barba sudata e dal respiro pesante, dirigenti in scarpe da ginnastica. Nessuna donna. Tutti fumavano. C'era così tanto fumo che mi prudeva la pelle.

A un capo del tavolo era seduto uno dei più famosi conduttori di trasmissioni politiche, un tizio minuto che parlava velocemente e con la voce roca: «Sappiamo benissimo che non si tratterà davvero di politica. Ma dobbiamo comunque dare ai nostri spettatori l'impressione che qualcosa stia accadendo. Hanno bisogno di essere intrattenuti. Quindi, con cosa possiamo giocare? Attacciamo gli oligarchi? Chi è il nemico questa settimana? La politica deve essere come... un film!»

Quando il Presidente prese il potere nel 2000, per prima cosa pose sotto il suo controllo la televisione. Era attraverso di essa che il Cremlino decideva quali figure politiche avrebbero interpretato il ruolo di «oppositori» e quali dovessero essere la storia, le paure e la coscienza del paese. E il nuovo Cremlino non avrebbe commesso gli errori del passato sovietico: non avrebbe mai permesso che la televisione diventasse noiosa. L'obiettivo era quello di ottenere una sintesi tra il controllo sovietico e l'intrattenimento occidentale. L'Ostankino del XXI secolo coniuga lo show business con la propaganda, gli indici di ascolto con l'autoritarismo. E al centro del grande spettacolo si trova il Presidente in persona, creato dal potere della televisione a partire da un signor nessuno, un grigio poliziotto, in modo che

potesse assumere rapidamente, come un performance artist, i diversi ruoli richiesti: soldato, amante, cacciatore a torso nudo, uomo d'affari, spia, zar, superuomo. «L'informazione è l'incenso attraverso il quale benediciamo le azioni di Putin e facciamo di lui il Presidente», amavano dire i produttori e i politologi. Seduto in quella stanza piena di fumo, avevo la sensazione che in qualche modo la realtà fosse malleabile, che io fossi insieme a novelli emuli di Prospero in grado di proiettare qualsiasi realtà desiderassero sulla Russia post-sovietica. Ma anno dopo anno, nel corso della mia esperienza lavorativa in Russia, tutti – dal Cremlino in giù – diventavano sempre più paranoici, le strategie di Ostankino sempre più contorte, e il bisogno di incutere panico e timore sempre più urgente. La razionalità era stata esclusa, i sostenitori del Cremlino e i seminatori d'odio ottenevano il prime time per tenere la nazione in estasi, distratta, mentre un numero sempre più consistente di mercenari esteri giungeva in Russia per aiutare il Cremlino a diffondere la sua visione del mondo.

Ma anche se il futuro mi avrebbe condotto nuovamente a Ostankino, il mio contributo iniziale alla sceneggiatura del reality show della nuova Russia era quello di offrire un aiuto per assicurare che avesse in tutto e per tutto un aspetto occidentale. Il network per il quale lavoravo all'inizio era TNT (nessuna relazione con l'omonimo canale televisivo statunitense), la cui sede è ospitata in un nuovo centro direzionale chiamato Byzantium. Al piano terra si trova una SPA in stile finto romano con colonne doriche in gesso e rovine posticce, frequentata da avvenenti e languide ragazze che si ritrovano lì per perfezionare le loro abbronzature già perfette e per sottoporsi a infinite manicure e pedicure. Le manicure sono molto elaborate: motivi glittera-

ti di cuoricini o fiori, multicolore e multistrato, molto più vivaci degli sguardi annoiati delle ragazze stesse, che sembrano costringere tutti i propri sogni nello spazio minuscolo offerto dalle loro unghie.

Il network occupa diversi piani alti dell'edificio. Quando le porte dell'ascensore si aprono si viene accolti dal logo TNT, realizzato in un rosa talmente luminoso da risultare accecante ed eccessivamente allegro, in azzurro e in oro. Al di sopra del logo campeggia lo slogan: *Feel our Love!* Ecco a voi la nuova e disperatamente felice Russia, e questa è l'immagine che TNT diffonde del paese: una nazione giovane, vivace e patinata. L'emittente inonda gli appartamenti sempre più bui dei russi con un flusso ininterrotto di gialli e rosa shocking.

Gli uffici sono organizzati in open space, affollati da giovani brillanti e allegri che sfrecciano in ogni direzione, affogando la loro lingua in continui anglicismi e fischiettando gli ultimi successi del britpop. TNT produce una televisione da hooligan, e i giovani che vi lavorano fremono per l'eccitazione di una nuova rivoluzione culturale. Per loro il network è un'opera sovversiva di pop art, un modo per penetrare l'inconscio della nazione e rifarne il cablaggio dall'interno. TNT ha introdotto i reality show in Russia: uno dei più osceni – per la gioia dei produttori – è giudicato immorale dai comunisti più attempati. Il network è stato il primo a diffondere le sitcom e i talk show spazzatura alla Jerry Springer. I produttori di TNT si ingozzano di idee occidentali, una dopo l'altra, consumando più format in un solo anno di quanti se ne possano inventare in Occidente in un decennio. Alcune delle menti più brillanti della città disertano in favore dei canali di intrattenimento e dei magazine patinati, dove non saranno costrette a diffondere propaganda ma saranno in-

coraggiate a essere sovversive. Solo che non possono occuparsi di politica, qui: si tratta di una nuova zona libera dall'informazione. La maggior parte è contenta della contropartita: una completa libertà in cambio del silenzio totale.

«Vogliamo scoprire cosa pensino davvero le nuove generazioni, Piiitrrr».

«Vogliamo portare le persone reali sullo schermo. I veri eroi, Piiitrrr».

«Piiitrrr». Così mi chiamano le produttrici alla TNT. Tre donne, tutte sulla ventina. Una ha i capelli corvini, una ricci e una lisci. Ognuna completa la frase dell'altra. Potrebbero chiamarmi con la versione russa del mio nome, «Piotr». Ma preferiscono «Piiitrrr», perché mi fa suonare più inglese. Io sono l'occidentale che le aiuterà a creare una riproduzione della società Occidentale. E io, in cambio, fingo di essere un produttore molto migliore di quanto sia in realtà. Iniziamo lanciando la prima serie di documentari del network. Impiego solo mezz'ora a ottenere il primo lavoro su commissione: *Come sposare un milionario (una guida per arrampicatrici sociali)*. Credo che avrei potuto ottenere l'incarico per altri tre lavori se mi fossi sforzato abbastanza. A Londra o a New York si passano mesi nel tentativo di far decollare un progetto. Ma TNT è sponsorizzata da Gazprom, il monopolista russo dell'energia, che è attualmente la più grande azienda di gas del mondo. No, cancellate quello che ho detto: è la più grande azienda del mondo, punto.