



INTRODUZIONE

Gianni è un professionista affermato di sessant'anni che ogni giorno, dopo pranzo, per un'ora e mezza impersona una ragazza di quindici. Lo fa in diretta televisiva, su una rete privata che ormai compete per lo share con quelle pubbliche. Siamo nel 1993, la rete è Italia 1. Gianni di cognome fa Boncompagni: è il regista e l'autore, insieme a Irene Ghergo, di *Non è la Rai*. Il suo alter ego (o forse sarebbe meglio dire il suo avatar) adolescente è Ambra Angiolini. Di anni ne ha sedici, tecnicamente, ma le viene imposto di dichiararne uno in meno – decisamente in anticipo su quando in media le donne iniziano a mentire sull'età. Dopo due edizioni in cui si è dimostrata capace di oscurare presentatori esperti come Enrica Bonaccorti e Paolo Bonolis, le è stata affidata la piena conduzione del programma.

Un programma che segna una svolta nell'immaginario collettivo italiano, e che racchiude emblematicamente almeno un ventennio (quello berlusconiano, ovviamente) di storia del no-

stro paese. «Cento ragazze, una piscina. Il divertimento è assicurato», recita tuttora una delle didascalie dei video reperibili sul sito di Mediaset. Questa descrizione basta a riassumerne il concept: un'ora di intrattenimento che definire leggero sarebbe generoso, rivolto ufficialmente ai giovani, nel quale si alternano giochi demenziali sponsorizzati da Dietorelle o dai Solari Bilbao, a cui il pubblico da casa può partecipare telefonicamente; qualche intermezzo comico, perlopiù imitazioni; qualche rubrica altrettanto scanzonata come la posta del cuore; sfilate improvvisate. Ma la gran parte del programma è basata su interminabili esibizioni in playback su grandi classici della canzone italiana o hit del momento in cui le ragazze cantano o ballano, a seconda delle rispettive doti. Ogni tanto, scene di gruppo in cui le ragazze si scatenano come in una discoteca della domenica pomeriggio, una versione anarchica delle Tiller Girls di cui parla Siegfried Kra-cauer in *La massa come ornamento*. C'è tutto il peggio del varietà televisivo dell'epoca, un pastiche ironico e informe che fa pensare a un *Blob* non basato sul montaggio ma sulla messa in scena dal vivo. E infatti lo stesso Enrico Ghezzi non nasconderà la sua fascinazione per la creatura di Boncompagni (mi riferisco qui a *Non è la Rai*, ma anche ad Ambra, che Ghezzi definirà «una dark lady di eccezionale perversione, [...] più estrema di Fiorello e del karaoke») in interviste, comparsate nel programma e addirittura in tributi prodotti da *Blob* stesso, come il cartone animato *Forever Ambra* di Mario Verger. Sei minuti di «animazione artigianale» in cui, guidata da un diavoletto che nelle parole dell'animatore rappresenta Boncompagni, getta vecchiette sotto al tram, deruba i mendicanti e seduce l'allora sindaco di Roma Francesco Rutelli. È lei, con le altre ragazze, l'espedito perfetto per giustificare il disimpegno, l'ironia e anche l'amatorialità di *Non è la Rai*. Sono

lei e le altre ragazze a rappresentare l'unica novità di un programma altrimenti banale e mortalmente noioso. Sono lei e le altre ragazze a renderlo un cult, un fenomeno il cui effetto sulla cultura dell'Italia di quegli anni è ancora da studiare.

A testimonianza del suo impatto, la serie tv *1992* (2015), nell'illustrare il ruolo fondamentale di Publitalia nella campagna elettorale di Silvio Berlusconi, indugia su una scena in cui la trasmissione viene mostrata a un aspirante inserzionista abituato, per piazzare le pubblicità dei bulloni che produce, a tribune sportive e telefilm formato famiglia. Imbarazzato dal potenziale magnetico, lo sprovveduto inserzionista ostenta noia: «Sembra di guardare in un acquario». Oggettivamente, quando Ambra ne diventa l'anchorwoman, l'effetto è quello: niente più adulti a controllare, solo cento ragazze adolescenti a bordo piscina. Pesciolini nel loro habitat artificiale, impegnati in una loro economia di balletti e mossette incomprensibili agli osservatori adulti. Oggi sarebbe come immaginare un TikTok a cui sia collegata l'intera nazione, diretto da un professionista. Ma allora era la prima volta che il pubblico italiano assisteva a una cosa del genere, e per di più in diretta. L'apparente anarchia, però, aveva solo nascosto i fili del burattinaio. Ambra infatti era dotata di un auricolare tramite il quale Boncompagni dettava ogni singola battuta. Allo stesso tempo spregiudicata e naïf, Ambra diventa un sogno erotico per maschi (adolescenti e non), un role model per le spettatrici coetanee, un fenomeno antropologico per i cultori e uno spauracchio per genitori tradizionalisti e intellettuali engagé, indignati per i più vari motivi: dall'istigazione alla pedofilia di cui sembra testimonial, alle serafiche dichiarazioni date in trasmissione in fase elettorale: «Il Padreterno tiene per Berlusconi, Stalin tiene per Occhetto». Ancora di più che l'epi-

tome di tutte le altre novantanove ragazze, Ambra, con le sue contraddizioni, basterebbe da sola a raccontare gli anni Novanta italiani. Eppure non si può capire Ambra se non ci si concentra su Boncompagni. Quest'uomo attempato che sa molto meglio di lei come debba atteggiarsi, cosa debba fare e dire una quindicenne. Che ogni giorno *diventa* Ambra.

Questa metamorfosi è un'immagine da cui si può partire per capire i rapporti di genere oggi, a quasi trent'anni di distanza, esacerbati in una specie di guerra sociale, tra #metoo, femminicidi, misoginia e politicamente corretto. L'immagine da cui voglio partire ci torna utile per due motivi. Perché la troviamo in un fenomeno mainstream, e quindi ci permette di indagare l'ideologia, cioè la mentalità di un'epoca, secondo la definizione a cui ci atterremo in questo libro: non qualcosa che viene volontariamente nascosto, bensì qualcosa di manifesto, *là fuori*, talmente ovvio da non sembrarci più problematico, da apparirci anzi *naturale*. L'ideologia, cioè, come inconscio sociale che si manifesta nella superficie. E poi perché rappresenta quello che Walter Benjamin avrebbe potuto definire un'immagine dialettica, o che con Giorgio Agamben potremmo chiamare un paradigma. Torneremo su questo concetto, ora passiamo però alle quattro storie principali che possiamo leggere nella trasformazione, grottesca e rivelatrice, di Boncompagni in Ambra.

La *prima storia* che ci racconta è quella di un'idea del femminile costruita dallo sguardo maschile. Ambra, non Ambra Angiolini, bensì la Ambra a cui Boncompagni dà vita, non è una persona: è un personaggio, un'idea, rappresenta qualcosa per qualcuno, rappresenta il Femminile per come lo desiderano gli uomini. Un'immagine addomesticata e compiacente, attraente ma

non minacciosa. Che la femminilità sia un costrutto culturale, e non un'istanza «naturale» o biologica, è una tesi tipica della teoria queer almeno a partire da Judith Butler, che già negli anni Ottanta parlava di una costruzione del genere binario come di una performance attuata mimeticamente o direttamente imposta a chiunque si trovi a nascere nella nostra società. La riflessione di Butler andava a inserirsi però in una tradizione che aveva iniziato a riflettere sul genere principalmente dal punto di vista femminile, vale a dire nel femminismo della seconda ondata, fortemente legato al cosiddetto «pensiero della differenza». Al contrario del primo femminismo – quello di fine Ottocento e inizio Novecento, impegnato nella battaglia per il suffragio universale e la rivendicazione di una sostanziale parità tra i sessi – il femminismo della differenza si concentrava invece su questioni legate al corpo, alla riproduzione e alla sessualità, e quindi a esigenze radicalmente diverse, in termini politici e sociali, tra uomo e donna. Non soltanto assumeva centralità l'aborto, ma la riflessione avveniva in concomitanza con la messa in discussione della famiglia nucleare operata dalla rivolta giovanile nel '68, con la rivoluzione sessuale e con l'ingresso sempre più massiccio delle donne nel mondo del lavoro – un evento fondamentale che farà da filo rosso in questo libro, permettendoci di legare le vicissitudini politiche della questione di genere a un sistema economico preciso: quello tardocapitalista. Questi fattori erano appunto il contesto storico in cui nasceva il femminismo che tuttora ricordiamo come «storico»: quello dei reggiseni bruciati, del separatismo, dell'autocoscienza, della messa in discussione del ruolo della donna nella società.

Una stagione che ha partorito riflessioni tuttora fondamentali per capire come si sia costruita l'idea di un femminile ancillare

rispetto al maschile, e che infatti il femminismo attuale (della terza o quarta ondata a seconda delle periodizzazioni) saccheggia, spesso banalizzandolo o mettendolo al servizio del cosiddetto *pinkwashing* aziendale, dei discorsi sull'empowerment, la body positivity e così via. Secondo questa vulgata che forse non per caso si esprime principalmente con questi termini anglofoni, il rapporto tra Boncompagni e Ambra è un semplice, ovvio, plateale caso di sfruttamento. L'uomo adulto, bianco, eterosessuale, cisgender, benestante che sfrutta l'immagine di una ragazzina. Lo fa per ottenere soldi, successo, potere. E magari anche gratificazione sessuale, si insinuava. «Eh sì che il gioco è bello così, solo guardare / però quel Boncompagni lì secondo me...», recitava allusiva la canzone di Vasco Rossi «Delusa», dedicata proprio a *Non è la Rai*. Il testo della canzone di Vasco meriterebbe un'analisi a parte, perché nella sua malizia osa nominare quello che sta succedendo in quello studio televisivo, e punta il dito proprio perché ammette contemporaneamente che il meccanismo fa presa anche su di lui. Ma ai nostri fini è più interessante il modo in cui Boncompagni ancora una volta cavalca il «purché se ne parli» e dunque *flirta* apertamente con le accuse, dirigendole a Vasco stesso nella cover che fa cantare ad Ambra cambiando il verso in «però quel Vasco Rossi lì, secondo me...», o scrivendo la sigla «Affatto deluse» (memorabile per l'invito ai detrattori a «leggere un giornale» o a «guardare qualcosa di meglio di una telenovela» invece del programma). Una delle (rare) canzoni incise dalle ragazze sarà poi «Non sono Lolita» («e so dire di no», prosegue il ritornello). Più che di un rifiuto delle accuse di erotizzazione insomma, si tratta di una loro sussunzione: un'appropriazione grazie alla quale invece di rifiutarle le si sfrutta a proprio favore.