

Christoph Schlingensief e la performance reality. Freak Stars 3000, U 3000, Bitte liebt Österreich (o del corpo della televisione)

EMANUELE RINALDO MESCHINI

Nel 2014 Suor Cristina Scuccia, religiosa dell'ordine Suore Orsoline della Sacra Famiglia, vince l'edizione italiana del talent show canoro *The Voice*¹. Questa, se l'artista tedesco Christoph Schlingensief fosse ancora in vita, sarebbe stata una sua performance.

Per capire l'estetica dell'artista, performer, drammaturgo Christoph Schlingensief (1960-2010) è necessario entrare in un mondo ossessivo/ossessionato, bulimico di una realtà cruda e a volte cinica. I suoi lavori spaziano dal teatro al cinema, dalla televisione alla performance e sono sempre densi di richiami organizzati su più strati. Si potrebbe definire la sua estetica come l'esatta presa di coscienza del mondo più che una creazione ex novo. Il suo rapporto con la televisione, oltre ai criteri del performativo, può essere letto tramite la metodologia ibrida dei Television Studies al fine di analizzare le categorie degli effetti dei media, dei suoi contenuti e dei suoi contesti. L'interesse di Schlingensief per la televisione rappresenta più che una sperimentazione in quanto fa parte di un corpus di opere che indagano in maniera mirata l'argomento tv. Questo corpus, infatti, derubricato sul sito della fondazione dell'artista alla voce Fernsehen (televisione) comprende: *Talk 2000* (1997), *U 3000* (2000), *Durch die Nacht mit* (2002/2003), *Freak Stars 3000* (2002) e *Die Piloten. 10 Jahre Talk 2000* (2007). Le operazioni qui prese in esame sono *Freak Stars 3000*, *U 3000*, *Bitte liebt Österreich*. Quest'ultima pur non rientrando diret-

¹ A questo link si può vedere la Blind Audition di Suor Cristina:
<https://www.youtube.com/watch?v=TpaQYSd75Ak>

tamente nella categoria televisione presenta caratteri molto particolari dove, partendo dal format televisivo Big Brother, la convergenza tra performance, teatro e piattaforme streaming crea un cortocircuito sociale. *Freakstars 3000* è stata scelta per la complessità e la strutturazione del programma e *U 3000* perché è andata regolarmente in onda sul canale MTv. La metodologia della descrizione delle operazioni di Schlingensiefel verrà presentata in ordine cronologico "decescente" ovvero dall'ultima alla prima, da *Freak Stars* a *Bitte Liebt Österreich* passando per *U 3000*. In questo modo si partirà dall'opera "televisiva" più completa che "incorpora" le due operazioni precedenti mostrando, così, la molteplicità estetica di Schlingensiefel nel suo approccio al soggetto/oggetto televisione.

Paleo, neo e convergente. Artisti e televisione

Il rapporto tra arte e televisione, intese come macro-aree all'interno delle quali si muove un sotto bosco di tensioni, rappresenta una terra-dimezzo performativa nel senso tracciato da John Austin, l'ideatore del concetto di performativo, proprio nella sua capacità «di destabilizzare coppie di strutture concettuali dicotomiche fino a portarle al collasso» (Fischer-Lichte, 2017, p.44).

Questa considerazione del concetto di performativo, soprattutto in relazione al tema televisione nel suo rapporto con la produzione artistica, deve essere ampliata con le considerazioni di Judith Butler che introduce il concetto di performativo nella filosofia della cultura attuando lo spostamento dal linguaggio al corpo.² Il performativo è un'attuazione attraverso il corpo, un'incarnazione che, pur agendo all'interno di un sistema normativo, riesce a presentare nuove possibilità.

Il rapporto tra arte e televisione è pertanto da ritenersi performativo in questa sua capacità di ribaltamento di senso reciproco e di incorporazione di abitudini dove, la continua ricerca e tensione innescata da questi due mondi ha portato - in molti casi - alla necessità di una revisione dei

² In particolare si veda , J.Butler, *Performative Act and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*, in, *Theatre Journal*, Vol. 40, No. 4, The Johns Hopkins University Press, 1988

parametri critici di giudizio. L'arte performa i rituali della televisione e attraverso questo processo di incarnazione costruisce nuove identità ibride.

L'interesse degli artisti verso la televisione, sia nel suo aspetto fisico che in quello contenutistico, è molteplice e si articola declinando le pratiche artistiche alle modalità, e in alcuni casi, ai format televisivi del tempo. C'è chi come Mario Schifano, negli anni '70, ha fotografato lo schermo televisivo usandolo come tela, chi come Joseph Beuys ha fissato lo schermo vuoto prendendosi a pugni (*Filz Tv*, 1970) chi come Francesco Vezzoli ha trasformato una mostra personale in una rilettura dei programmi Rai (*TV 70: Francesco Vezzoli guarda la Rai*, 2017), e chi invece come il Luther Blisset Project è entrato all'interno della costruzione stessa del linguaggio televisivo per cercarne di decostruire il senso arrivando quasi a beffare il programma di Rai Tre *Chi l'ha visto?*.

Era il 1995, e la storia costruita riguardava la scomparsa plausibilmente vera dell'artista Harry Kipper durante il suo progetto psico-geografico di scrittura della parola "ART" in bicicletta tracciando una linea immaginaria tra diverse città d'Europa. La sparizione dell'artista venne avvalorata da una serie di dichiarazioni di artisti e conoscenti che, attraverso una costruzione *ad hoc*, riuscirono a far comparire la notizia su diverse testate giornalistiche locali. La notizia giunse alla redazione del programma *Chi l'ha visto?* che, affascinata dal personaggio Kipper, decise di recarsi a Bologna dove parte di Luther Blisset risiedeva. La troupe girò diverse ore di materiale, ma il sentore che la storia di Kipper potesse rivelarsi in realtà una burla, seppur affascinante, fece sì che la puntata non venisse prodotta e messa in onda.

Questa operazione, anche per le contingenze temporali, richiama il testo/intervento di Pierre Bourdieu *Sur la Television* trasmesso nel maggio del 1996 sulla rete Paris Premiere. L'analisi del sociologo francese verte proprio sul passaggio/trasformazione dell'informazione in sensazionalismo "puro" con la conseguente creazione di una realtà altra, non vera. La notizia della scomparsa di Kipper del resto giocava su questo meccanismo, sulla reificazione delle parole, del sentito dire, sulla ricostruzione cronachistica del passante, dell'amico, del testimone. Bourdieu definisce

questo processo come *effetto di realtà* sottolineandone la facile strumentalizzazione politica: «I pericoli politici inerenti all'uso ordinario della televisione derivano dal fatto che l'immagine ha questo di specifico: può produrre quello che i critici letterari chiamano effetto di realtà, può far vedere e far credere a ciò che fa vedere» (Bourdieu, 1997, p.22).

Le testimonianze vere offerte da Luther Blisset testimoniavano, così, una falsa sparizione³.

A seconda di come venga declinata, ovvero con intenzioni dissacranti, come mezzo fisico o come atto d'impegno sociale, la televisione entra nella produzione artistica sia come significante sia come significato. Un caso molto interessante di come la televisione, e la strutturazione di un programma, possa essere utilizzato come mezzo per arrivare ad un scopo sociale è quello del progetto *Tele Vecindario* dell'artista spagnolo Inigo Manglano-Ovalle che, in occasione dell'operazione *Culture in Action* curata da Mary Jane Jacob a Chicago nel 1993, portò i ragazzi del quartiere di West Town a realizzare una serie di video interviste, della durata di 15 minuti, con protagonisti membri di gang rivali ragionando così sul tema della percezione della sicurezza all'interno del quartiere.

Questo modello di televisione di quartiere con finalità sociali - da non intendersi solo in chiave redentiva - è stato usato anche dal gruppo Stalker nel 2004, a Roma, per il progetto *Immaginare Corviale*. In questo caso la tv di quartiere è stato uno degli strumenti usati dagli artisti per lavorare sul concetto di identità e rappresentazione degli abitanti del palazzo-quartiere Corviale. In quest'ottica insieme ad interventi di mappatura, esplorazioni e passeggiate architettoniche, ipotesi di costruzioni di orti comuni, si inserì l'ideazione di una televisione di quartiere, *Corviale Network*, per raccontare la realtà del luogo e farla raccontare ai suoi abitanti. Una televisione locale basata su programmi rodati come quelli di cucina e d'intrattenimento come il noto *C'è Posta per Te* (in onda dal 2000) dove

³ In merito alla neotelevisione Eco scriveva: "Dopo tanti dubbi, finalmente una cosa sicura: la Neotelevisione c'è. È vera perché è sicuramente un'invenzione televisiva", (Eco, 1983, p.164)

il postino di Maria De Filippi venne impersonato da un abitante del palazzo⁴.

Riprendendo la definizione di Umberto Eco che divide, con l'avvento delle televisioni commerciali, la televisione, in paleo e neo, uno degli elementi di maggior differenziazione tra queste due "ere" è stato lo spostamento della televisione verso una dimensione interna sempre meno capace di mostrare eventi indipendentemente dalla tv stessa. Una tautologica affermazione di realtà «lo sto trasmettendo, ed è vero» (Eco, 1983, p.170), nella quale anche il ruolo dello spettatore è cambiato. La divisione tra colui che presenta e colui al quale viene presentato un qualcosa si perde nella familiarità di un discorso all'interno del quale una marcata distinzione dei piani non sarebbe funzionale. In particolare questa confusione dei quadri rappresenta uno degli elementi principali della pratica performativa e dell'estetica di Schlingensief. La televisione della quale e alla quale parla Schlingensief è quella dei primissimi anni 2000, ovvero, quella televisione che sta passando dalla sua seconda fase, quella della concorrenza, alla terza fase, ovvero, quella dell'abbondanza o multi televisione. Proprio questa definizione risulta essere calzante per capire il portato delle tre operazioni di Schlingensief qui prese in esame in quanto anche esse rappresentano una multi opera o opera multipla dove la performance, pur restando l'elemento principale, converge con televisione e teatro non esaurendosi, al pari della televisione dell'abbondanza, in un solo medium. Come scrive Massimo Scaglioni: «Considerata l'importanza e la pervasività dei mezzi di comunicazione nella società contemporanea, e il fatto che i media non sono solo semplici strumenti, ma piuttosto ambienti in cui siamo immersi, il mutamento in corso nell'età dell'abbondanza è davvero culturale in senso ampio. Riguarda

⁴ In merito all'esperienza Corviale si veda, M.Franzoso, A.Bassi, G.D'Ambrosio, *Corviale Network*, in, F. Gennari Santori, Flaminia, B. Pietromarchi (a cura di), *Osservatorio Nomade. Immaginare Corviale. Pratiche ed estetiche per la città contemporanea*. Milano, Mondadori, 2006 : «Corviale Network è andata in onda su RomaUno, emittente locale di notizie che trasmette anche sul satellite, in otto puntate settimanali di quindici minuti, spesso replicate. Lo spazio nel palinsesto di RomaUno, ha fatto sì che Corviale Network non fosse, come molte altre televisioni di quartiere, limitata a un territorio circoscritto, piuttosto l'ha trasformata in uno strumento efficace e diretto di "riscatto" dell'immagine del quartiere» p.147

cioè la “cultura” nel suo senso allargato, antropologico: “un intero modo di vita” come l’ha definita Raymond Williams (1958). La terza età della televisione è dunque caratterizzata tanto dal mutamento quanto dall’inerzia, sui diversi piani che caratterizzano il mezzo. [...] La televisione (il medium) non contempla più un solo apparecchio di fruizione unico e privilegiato (il televisore) che pure resta in questa fase, il fulcro delle pratiche di consumo domestico». (Scaglioni, 2017, p.47).

Freak Stars 3000 (2002)

Freak Stars 3000 rappresenta una “classica” opera multipla in stile Schlingensief. Comprende performance dal vivo, video documentazione, teatro e televisione.

A livello di prodotto finale *Freak Stars* è un documentario che racconta la costruzione di un programma televisivo, un talent show con/per persone con disabilità intellettive, che porterà poi alla grande esibizione finale davanti ad un pubblico. Tutto è giocato su un piano molto caro all’artista tedesco, ovvero, quello dell’ambiguità e confusione dei quadri. La linea tra realtà e finzione è molto sottile e, in questo caso, quella tra normalità e diversità è addirittura difficile da vedere. *Freak Stars* nella sua impostazione si ispira da una parte al meccanismo del casting televisivo e dall’altra al reality show *Big Brother* (1999) ed è girato quasi interamente all’interno della casa di cura Tiele Winckler Haus di Berlino trasformata per l’occasione in uno studio televisivo. Tutto è costruito con un palinsesto televisivo impeccabile e i format di una certa televisione generalista vengono disvelati attraverso la disabilità e la differenza. Il talent show di Schlingensief è diviso in categorie/momenti: *Casting*, *Home Shopping*, *Hit Parade*, *Press Club* e *Freak Man*. Tutto è molto “plausibile” e gli ospiti, con la loro enfasi “eccessiva”, non fanno altro che alzare il livello di credibilità. La finalità ultima del programma è quella di creare una band di talenti freak che si esibisca nello show finale presso il teatro Wolkbuhne di Berlino. Per arrivare a questo scopo, Schlingensief inizia, come da copione di ogni talent, dal casting. A gruppi di tre, gli ospiti vengono chiamati davanti ad una giuria, composta dallo stesso artista più due assistenti, per reci-

tare una poesia, leggere un brano a scelta o cantare una canzone. Di fronte ai giurati sfilano così gli aspiranti cantanti che a mala pena riescono a parlare o seguire un filo "logico" di pensiero. Gli sguardi incerti e gli scatti di ira si placano, però, dopo ogni applauso. Le selezioni del casting continuano e alla fine saranno ben sedici i concorrenti che vi prenderanno parte. Tra un casting e l'altro il programma viene intervallato da pubblicità - il momento *Home Shopping*- sempre interpretate dagli ospiti. La "televendita" rappresenta quell'elemento di neo-televisione in cui, come scriveva Eco, il venditore di Piacenza parla alla gente di Piacenza facendo un commento sulle tette di una signora di Piacenza⁵.

Prima della ripresa dei casting viene introdotto il momento *Hit Parade* e la rubrica *Press Club*. Il momento *Hit Parade* unisce sia la pubblicità che il video musicale. Si tratta infatti della réclame di immaginari successi cantati dagli ospiti del Tiele Winckler raccolti in cofanetti e cd edizione speciale. Mentre la pubblicità appare in sovra impressione, con numero da chiamare e prezzo, gli aspiranti talenti si esibiscono in prove canore correndo e ballando nel giardino della struttura. Il *Club Press* riprende lo stile tipico degli approfondimenti giornalistici dividendo i vari attori in redattori di giornali locali a seconda della loro provenienza. L'artista, in questo caso, assume il ruolo di moderatore. Come in ogni dibattito giornalistico che verte sui temi dell'attualità politica gli animi si scaldano e lo stesso Schlingensiefel incita i suoi attori all'invettiva sfiorando di continuo tra il piano dell'interpretazione performativa a quello della rappresentazione dell'opera. Il discorso generale, apparentemente assente, si snoda tra urla ed esternazioni rabbiose su tematiche quali l'informazione stampa e le posizioni dei vari leader di partito come quella di Helmut Kohl.

Il *Freak Man*, segue la scia del *Club Press* ed è forse quello che più di tutti riesce a creare un cortocircuito e molto probabilmente è anche quello sul quale l'artista a livello di struttura generale ha lavorato maggiormen-

5 «La Neo TV indipendentemente [...] punta la telecamera sulla provincia, e mostra al pubblico di Piacenza la gente di Piacenza, riunita per ascoltare la pubblicità di un orologio di Piacenza, mentre un presentatore di Piacenza fa battute grasse sulle tette di una signora di Piacenza che accetta tutto per essere vista da quelli di Piacenza mentre vince una pentola a pressione» (Eco, 1983, p.176) .

te indirizzando alcuni temi della conversazione. Anche in questo caso ritorna il modello dell'arena politica. Il dibattito tra personaggi politici - nel primo episodio Merkel e Struckman e nel secondo Horts Mahler - è condotto in maniera incalzante e basato su una serie di botta e risposta. Come in *Club Press* gli attori sono vestiti a seconda del personaggio che interpretano. L'artista non è presente in scena e i "politici" sono seduti uno di fronte all'altro. Tutto è studiato nei minimi dettagli, non solo nei costumi e nel trucco, che nel suo essere approssimativo richiama direttamente la storia senza appesantirla ancor di più - Mahler, noto terrorista ed estremista tedesco ha i capelli e i baffi di Hitler disegnati con un pennarello - ma anche nei gesti. Come ad esempio quello di Mahler che, infastidito dalle domande, si alza e lascia lo studio. Nella sua impostazione *Freak Man* permette agli ospiti della casa di cura di entrare nel mondo frenetico e schizofrenico della televisione trasformandosi in presentatori a loro agio davanti ad una telecamera. È come se la finzione eliminasse una sorta di pregiudizio sociale verso tutte quelle modalità inappropriate di interazione sociale come urla, scatti d'ira e movimenti scomposti facendole diventare parte integrante di una recita moralmente accettata. A questi format si susseguono brevi sketch meno programmatici che fungono da collante. Tra questi: come funziona una vasca da bagno all'interno della casa di cura; alcuni momenti canori sul treno e i brevissimi sketch *In/Out*. Un elemento immancabile mutuato dal Big Brother è quello del confessionale, ovvero, un luogo privato all'interno del quale i concorrenti parlano di se stessi, dei problemi con gli altri partecipanti confessandosi in maniera laica.⁶ In uno di questi momenti "liturgici" Schlingensiefel ne approfitta per fare delle domande più personali ai suoi attori. Ad Achim chiede: «Sei handicappato? (Bist du behindert?)», lui risponde di sì. L'artista allora insiste chiedendo: «Dove sei handicappato?

⁶ Sul ruolo del confessionale all'interno del Big Brother versione italiana si veda: C. Demaria, L. Grosso, L. Spaziante, *Reality Tv. La televisione ai confini della realtà*, Rai VQPT, n.190, Roma, 2002 «All'interno si trova lo spazio del Confessionale, spazio "altro" e sensorialmente separato dalla casa. Attraverso di esso l'abitante-concorrente entra in comunicazione con il Confessore, ruolo che di norma è rivestito da un attore (Autore) invisibile, ma che ciclicamente si concretizza nella conduttrice, affinché essa entri in contatto con la Casa, e che dunque può essere identificato come l'impersonificazione della stessa televisione», p.82.

(Wo bist du denn behindert?)», la riposta è «Nel culo (Am Arsch)». Ad una concorrente chiede se si è innamorata di qualcuno degli ospiti della casa di cura e ad un'altra ancora quale siano i suoi sogni e desideri. La modalità di interazione di Schlingensief è tutt'altro che buonista o paternalista e durante l'intera preparazione dello spettacolo finale, il suo ruolo è più che altro quello di un co-regista capace di riadattarsi ogni volta alla particolarità del caso.

Tra i "pazienti" spicca Mario Garzaner, l'unico vero attore, feticcio di Schlingensief, presente in diverse sue opere sia cinematografiche come *120 Tage Von Botropf*, performative come *Bitte liebt Österreich* e televisive *U 3000*. Si potrebbe dire che Garzaner rappresenti l'insider dell'artista e che la sua recitazione aiuti gli altri concorrenti nella realizzazione degli sketch. Proprio a Garzaner è affidata la rubrica sul meteo. Anche Achim von Paczensky e Olga Stowhase sono presenti nel secondo episodio del programma *U 3000* ma il loro ruolo è marginale rispetto alla funzione recitativa di Garzaner.

Il casting continua per altri due round nei quali progressivamente vengono eliminati i concorrenti. Ad ogni round viene a sua volta aggiunta un'ulteriore prova. Nel secondo, i concorrenti sono messi di fronte al *vocal coaching* dove l'insegnante di musica Irm Hermann cerca di impostare tonalità, armonie e intonazioni. Nel terzo, invece, i concorrenti sono alle prese con lo studio test, ovvero una registrazione in studio, nella realtà una stanza insonorizzata all'intero della struttura, dove devono dimostrare la loro abilità nell'eseguire un determinato brano. Al termine del terzo round vengono scelti i concorrenti che formeranno la *freak band*: Horts Gelonneck, Achim von Paczensky, Helga Stowhase, Kerstin Grassmann, Werner Brecht e ovviamente Mario Garzaner. L'ultima parte del documentario rappresenta il racconto della serata finale. Schlingensief davanti alla folla radunata presso il Wolkbuhne presenta i suoi attori che, uno ad uno, scendono da una limousine firmando autografi e stringendo mani. In questo momento la costruzione televisiva del talent raggiunge il suo apice. I concorrenti lasciano il loro luogo privato per incontrare il pubblico. Se prendiamo come esempio uno noto format musicale, *The Voice*, possiamo vedere esattamente tutte le fasi del processo di *Freak*

Stars. The Voice si divide in *blind audition*, *round* e concerto finale. Tutto quello che riguarda il *vocal coaching* e il training degli aspiranti cantanti viene realizzato all'interno di una scuola/casa lontano dal pubblico che rappresenta, invece, il luogo dell'esibizione. Il progressivo evolversi della capacità canora del concorrente è accompagnato dallo stringersi del legame con il coach e soprattutto da una sorta di trasformazione fisica, e nell'abbigliamento, che lo porterà ad essere il personaggio che si esibirà nella serata finale. La presentazione finale al Wolkbuhne rappresenta poi una summa della performatività di Schlingensief. Sul palco tutto è presente simultaneamente, gli sketch provati nella casa di cura prendono vita in un contesto continuamente mutevole. Schlingensief presenta, interagisce e performa allo stesso tempo e l'oggetto "palcoscenico" ricostruisce il contenuto della televisione stessa.

Se non fosse per gli attori protagonisti tutto il palinsesto di *Freak Stars* sarebbe assolutamente credibile, del resto l'artista gioca proprio sulla plausibilità di una realtà impossibile dove la scena principale, e l'immagine che ne viene delineata, è presa da coloro i quali non ne hanno accesso.

U 3000 (2000)

La prima interferenza televisiva, nel senso di programma trasmesso su un canale - RTL, Sat.1, Kulturfenster Kanal 4 e ORF - è stata l'operazione *Talk 2000* (1997) girata nella caffetteria del Wolkbuhne Theatre di Berlino. La stampa svizzera - Bund - definì *Talk 2000* come una sorta di allenamento propedeutico per *U 3000*.⁷ Per certi aspetti, soprattutto per l'aspetto tecnico di costruzione di un programma, *Talk 2000* è stata la palestra attraverso la quale, come si dirà di seguito, Schlingensief non solo ha sperimentato il linguaggio televisivo e la sua forma scenica ma lo ha destrutturato. In *Talk 2000*, pur nella sua irriducibile performatività, Schlingensief ha seguito maggiormente il copione standard della tv

⁷ Bund - Schweiz, Aufzeichnungen aus dem Untergrund "U3000"
<http://www.u3000.de/Rezensionen/rezensionen.html>

d'intrattenimento mentre in *U 3000* ha superato il ruolo del presentatore.

U 3000 è un talk show itinerante realizzato nel 2000, trasmesso sul canale televisivo Mtv e andato in onda per otto puntate dal 31 novembre 2000 al 25 gennaio 2001.

Il programma *U 3000* è girato interamente nei vagoni della metropolitana n.7 di Berlino. In particolare ne vengono usati tre, uno riservato a palco centrale, uno usato come camerino ed uno destinato ai live concert mentre gli altri sono normalmente usati dai passeggeri. Il vagone/studio è organizzato in maniera minimale per non interferire sul servizio di trasporto urbano della linea Rathaus Spandau - Rudow.

Nella sua metropolitana/studio televisivo Schlingensiefel prende il ruolo di presentatore sciamano esasperando e caoticizzando ogni cliché tipico del varietà. *U 3000* prevede, infatti, interviste con ospiti sia famosi che gente comune, momenti musicali, quiz, concorsi a premi. Il tutto però è portato all'assurdo ed allora ecco che il concorso diventa una sfida tra la famiglia Krishnamurti e il signor Stolz impegnati rispettivamente a distruggere la propria auto, con i familiari a bordo, e nuotare in nell'acqua ghiacciata. Chi dei due realizza la propria prova in 30 minuti diventa il vincitore del contest. Per fare questo Schlingensiefel si avvale del collegamento in diretta dall'esterno. Se in *Bitte liebt Österreich* e *Freak Stars 3000*, l'artista lascia molto spazio all'improvvisazione e al caso, fino addirittura a diventare il co-protagonista del suo stesso intervento, in *U 3000* è il conduttore totale della trasmissione portando così all'estremo la sua performatività tanto da spaventare i suoi stessi ospiti. Nel primo episodio Schlingensiefel arriva correndo nel vagone/studio con un vestito bianco ed un'appariscente pelliccia rosa.

L'intento è chiaro: l'artista è il contenuto stesso del programma e il suo mondo si articola attraverso una serie di format televisivi. Ogni puntata rappresenta un capitolo a parte e l'artista ne rappresenta l'unica ossatura di fondo.

Lo studio/vagone è organizzato con un piccolo palco circolare posizionato tra due delle porte di ingresso/uscita, le pareti sono decorate con una serie di ritratti che fanno da contrappunto l'uno all'altro, da Gesù a Wag-

ner, da Kohl a Honecker. Oltre alla troupe, al pubblico e agli invitati, nel vagone è presente una non specificata giuria essenzialmente composta dall'attore Mario Garzaner. La prima puntata si apre con Ilse Garzaner, madre di Mario, che con un alto parlante dà il benvenuto al pubblico e annuncia l'inizio dello show. Schlingensief, così, dà avvio alla sua mezz'ora di performance estrema lanciando pagine di testi quali, ad esempio, Herbert Marcuse *Contro rivoluzione e rivolta* nella versione pubblicata dalla casa editrice Suhrkamp con la quale lo stesso artista ha pubblicato un libro che viene, così, sponsorizzato in stile "consigli per gli acquisti" come avviene in diverse trasmissioni⁸. Dopo di che è il momento dei primi ospiti e della tv verità. Alla prima fermata, viene fatta salire la famiglia Abels di Berlino insieme al giovane attore Robert Stadlober. Il tema famiglia ricorre in ogni episodio. La famiglia viene accolta da uno stacco musicale e alla prima domanda domanda dell'artista, se la velocità rappresenta un problema nella loro vita, guadagnano subito 100 punti. Il gioco a premi si mischia con il varietà, e l'approfondimento con l'intrattenimento. Prima della seconda fermata, l'artista introduce il suo medico personale mostrando le proprie lastre alla spina dorsale. Questa purtroppo per Schlingensief diventerà ben presto la modalità con cui presenterà e performerà il suo cancro ai polmoni. Alla seconda fermata vengono fatte salire le sorelle Marie e Margot Hellwig cantati folk molto popolari in Germania. A questo punto gli ospiti sono tutti presenti e dopo due brevi intervalli in stile carosello, Vita e Morte, dove Vita è rappresentato dallo spezzone di una giovenca partoriente e Morte da un anziano sul letto d'ospedale, lo show vero e proprio può iniziare. La famiglia Abels vs le sorelle Hellwig in *racconta in un minuto i tuoi problemi*. Schlingensief indossa i panni dell'intervistatore cinico e inizia a chiedere quali siano le condizioni di vita della famiglia Abels. Il padre/marito Abels inizia a raccontare la difficile situazione di salute di sua moglie aggravata dall'impossibilità ad avere accesso a determinate cure e nel richiedere assistenza sanitaria. La madre/moglie Abels piange in silenzio e Schlingensief torna a vestire i panni del performer meta-televisivo dicendo alla

⁸ C. Schlingensief, *Nazis Rein*, Suhrkamp, 2001, Berlino.

signora che le lacrime non fanno altro che aumentare il suo compenso gli ascolti e che tutto questo fa parte della cultura del cinismo televisivo e per questo non deve piangere. Proprio per combattere il cinismo l'artista annuncia un esperimento su se stesso: scolarsi un'intera bottiglia di whiskey. Schlingensiefel inizia a bere e urlare, mentre l'alcol gli cola lungo il corpo e sui vestiti, sembra di assistere ad una performance in stile azionismo viennese. Il clima diventa per un attimo serio e sospeso e gli ospiti stessi sembrano preoccupati, in particolare Margot Hellwig che invita Schlingensiefel a fermarsi. L'artista, così, confonde nuovamente i quadri di realtà e finzione spingendo le persone ad una presa di posizione, morale se si segue il quadro della realtà, divertita se invece si opta per il versante finzione. Dopo il collegamento esterno con la sfida tra la famiglia Krishnamurti e il signor Stolz, l'artista lancia il momento musicale correndo verso il vagone dove l'aspetta il gruppo hip hop Specialitz. Questo spazio musicale rappresenta un momento ricorrente essendo l'intero programma inserito nel contesto Mtv. Quest'obbligo risulta molto interessante perché spinge l'artista a fare qualcosa di diverso dal suo stesso show, lo costringe in un certo senso ad un altro ruolo. Di contro proprio per affermare la sua posizione Schlingensiefel intervista il gruppo di giovani rapper con domande esistenziali o comunque fuori luogo fino ad arrivare a spogliarsi e correre nudo fuori dal vagone. In un'intervista per il Salzburg Nachrichten (9 dicembre 2000) gli è stato chiesto come fosse stato il suo rapporto con Mtv. L'artista ha risposto che ci sono stati tentativi di censura ma che alla fine lo stesso canale ha imparato che con non lui non si può programmare.⁹ (*MTV hat sich mit mir sicher ein Kuckucksei gelegt, die haben gelernt, dass man mit mir nicht gut planen kann.*) Una volta rientrato, l'artista inizia a lanciare soldi, 300 marchi per dimostrare come l'economia di mercato crei divisioni. Dopo un'altra esibizione canora, questa volta da parte delle sorelle Hellwig, Schlingensiefel chiude la puntata con il motto della trasmissione «U3000 vi augura il meglio» aggiungendo poi «Questo sistema sociale crollerà in dieci anni».

⁹ M. Behr, "Ich bin nicht zuverlässig", in, Salzburger Nachrichten, 19/12/2000
<http://www.u3000.de/Rezensionen/Presse-neu/presse-neu.html>.

Bitte liebt Österreich (Please Love Austria) (2000)

La performance *Bitte liebt Österreich* anche se non realizzata attraverso il medium televisivo, è direttamente ispirata al format *Big Brother*. È una performance complessa che gioca sulla confusione dei quadri di realtà e finzione portando in uno spazio pubblico, e nello stesso tempo, i meccanismi della televisione, della performance, del discorso politico e della partecipazione digitale. Nel giugno del 2000, (1-6 giugno) l'artista posizionò tre container nella piazza dell'Opera di Vienna. Su uno dei container campeggiava lo striscione *Ausländer raus!* (Fuori gli immigrati).

All'interno dei container, 12 rifugiati che avevano fatto richiesta d'asilo politico potevano essere "eliminati" dal pubblico da casa attraverso votazione sul sito webfreetv.com. Il vincitore avrebbe ottenuto la cittadinanza austriaca attraverso matrimonio. Seguendo l'impotestazione *Big Brother*, sul sito venivano poi riportate le storie dei singoli concorrenti di modo che il pubblico potesse farsi un'idea su chi votare. Ad esempio, della concorrente Teresa Bequiri si legge che ama divertirsi, ballare e andare alle feste. Al momento non ha nessuno relazione fissa e il suo motto è «vivi solo una volta». Alle informazioni personali si aggiungevano poi aspirazioni e prospettive. Riguardo alla concorrente Leila al-Hashimi si leggeva che il suo interesse verso il container era di natura sociologica e che era incuriosita dalla reazione di persone così diverse all'interno di uno spazio così piccolo. Di Ramus Pivok si leggeva, invece, che il container rappresentava una sfida personale e che il denaro aveva solo un ruolo secondario. La giornata dei concorrenti era organizzata in diverse tappe. Ore 9 colazione, ore 11 ginnastica, ore 13 pranzo, ore 14 lezione di tedesco.

I container rappresentavano, dunque, l'attivazione di un programma televisivo in uno spazio pubblico con l'incognita del tema sociale. Secondo Erika Fischer-Lichte la ripresa del format *Big Brother* deve essere letta in chiave ironica in particolare per quello che riguarda «la postulata o reale interattività dei nuovi media» (Fischer-Lichte, 2017, p.125). Questa ambiguità e mimeticità vennero usate come strumento di propaganda politica, sia dai pro che dai contro immigrazione, e con il passare dei giorni sempre più gente si riunì attorno all'opera dell'artista per parlare in ma-

niera accesa di questioni sociali e politiche. Dentro il container i concorrenti erano inconsapevoli di quanto succedeva all'esterno proprio come nel reality show dove è fatto divieto di comunicare con l'esterno, avere computer e telefoni. Ogni giorno alle ore 20:00 due concorrenti, quelli eliminati, lasciavano la "casa", o per meglio dire venivano espulsi, per far ritorno al loro paese d'origine. Schlingensief aveva il ruolo di presentatore che dal tetto del container, raccontava alla piazza la vita dei concorrenti. Sul palco/tetto intervennero diversi esponenti politici e culturali a discutere della questione immigrazione. Ad ogni provocazione surreale dell'artista rispondeva una concreta e reale reazione della gente. A differenza di *U 3000* o *Freak Stars*, dove l'artista riesce ad impostare una sorta di regia, in *Bitte liebt Österreich* il "fattore umano" è assolutamente incontrollabile. La rabbia e l'indignazione che montarono in quei giorni portarono l'estetica dell'intervento ad una dimensione così reale che un gruppo di attivisti decise di occupare il container per liberare gli immigrati. Erika Fischer-Lichte sottolinea in modo particolare il meccanismo di imprevedibilità del loop di feedback, ovvero, dell'impossibilità di collegare una determinata azione ad una diretta conseguenza dal momento che i due quadri - quello performativo e quello della realtà - non venivano apertamente dichiarati chiamando, di fatto, in causa lo spettatore a prendere consapevolezza della sua risposta in base al quadro d'azione che sceglieva di seguire: «Schlingensief lasciava intenzionalmente il pubblico nell'incertezza riguardo all'eventualità che l'espulsione venisse eseguita effettivamente e che dunque il pubblico avesse davvero la possibilità di influire con il suo voto sul corso degli avvenimenti che sarebbero seguiti allo spettacolo teatrale - in questo caso, di influire sul destino di altri esseri umani. Senza alcun dubbio, tuttavia, il pubblico influiva sul corso dello spettacolo. [...] l'interattività costituiva il principio dominante. Il teatro e la televisione possono ben essere due media interattivi, ma il teatro offre chiaramente maggiori e più efficaci possibilità d'interazione della televisione» (Fischer-Lichte, 2017, p.126).

Proprio rispetto a questa incertezza in un'intervista del 19 dicembre del 2000 per il *Salzburg News*, Schlingensief disse che la prevedibilità rappresentava la morte della sua causa e che il clamore generato lo colse di

sorpresa. L'artista affermò di essersi fatto da parte di fronte ad una situazione che aveva preso il sopravvento, sottolineando come altre figure, in particolare quelle politiche, avessero cavalcato l'onda del momento¹⁰.

Conclusioni

Analizzare queste opere di Schlingensiefel oltre il criterio del performativo tenendo a mente la metodologia ibrida dei Television Studies, significa analizzare contemporaneamente tre aspetti/discipline come sociologia, humanities e cultural studies - in quanto toccano rispettivamente gli effetti dei media, il loro testo/struttura narrativa e il contesto.¹¹

Cosa ci dice l'operazione *Bitte liebt Österreich*, ad esempio, se adottiamo questa lettura arricchente? Ci parla degli effetti nel reale - recrudescenza nazionalista e anarchismo nell'esatto momento storico in cui il partito conservatore FPO era diventato la terza forza del paese - facendoci così capire come di fronte ad un certo sensazionalismo la risposta sia sempre estrema e mai programmata. Potremmo dire che Schlingensiefel nei suoi lavori sulla televisione la incarna, nella definizione di Judith Butler, in quanto la performa. Attraverso la regia teatrale e la fisicità dei suoi protagonisti - siano essi disabili partecipanti o pubblico inconsapevole - Schlingensiefel mostra il comportamento che reifica la televisione e le modalità con cui i corpi costruiscono le azioni che la televisione stessa ha

¹⁰ «Wenn, wie im Falle des Wiener Container-Projektes, wieder einmal alle in Ihre Falle tapen: empfinden Sie da Genugtuung, oder macht Ihnen das exakte Eintreffen des Erwarteten nicht auch Angst?».

Schlingensiefel: "Diese Verärgerung war nicht beabsichtigt. Ich war selbst sehr überrascht wie große Dinge dann geworden sind. Bisweilen war ich nicht mehr Herr der Lage. Ich konnte hinter der Aktion verschwinden, die Hauptrollen haben dann andere übernommen. Viele Politiker haben bei diesem Projekt mitgemacht, ohne Bezahlung. Berechenbarkeit wäre der Tod meiner Sache, die Kraft liegt immer im Überraschungspotenzial»,
<http://www.u3000.de/Rezensionen/rezensionen.html>

Nel documentario di Paul Poet (*Ausländer raus! Schlingensiefel Container*, 2002) si possono vedere le diverse reazioni della gente in piazza. Su di tutte, quella di un'anziana signora che si scaglia fisicamente contro Schlingensiefel insultandolo e cercandolo di colpire. Al culmine della sua invettiva la signora insulta Schlingensiefel chiamandolo "artista".

¹¹ A riguardo si veda, M.Scaglioni, A.Sfardini, *La televisione come oggetto di studio e il campo dei Television studies*, M.Scaglioni, A.Sfardini, Carocci, Roma, 2017.

standardizzato - ad esempio il confessionale del Big Brother usato in *Freak Stars* o il gioco a premi in *U 3000* - contribuiscono a creare un nuovo senso, ad offrire, seppur nel loro essere grotteschi, un'altra possibilità.

Da un punto di vista tecnico, inoltre, una visione delle operazioni di Schlingensiefel alla luce dei Television Studies ci permette di inquadrarle all'interno di quelli che sono i cambiamenti del "mondo televisione" facendoci così uscire dal concetto di opera totale wagneriana o di happening in stile Fluxus che la critica artistica propone seguendo il suo stesso tracciato storico. Quelle di Schlingensiefel sono multi opere al pari della multi televisione e riescono a costruire un senso se prese nella loro complessità visiva che non può essere spiegata solo attraverso lo strumento testuale ma che necessita della stessa lettura visuale che propone.

Quella di Schlingensiefel è una televisione che segue un copione teatrale, un teatro con i ritmi della televisione ed un performativo con un riscontro sociale. Una televisione libera da ruoli.

Bibliografia

Andrejevic, M. (2009), *Exploiting YouTube: Contradictions of user-generated labour*, in P. Snickers and P. Vonderau (eds.), *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden.

Bourdieu P. (1997), *Sulla Televisione*, Feltrinelli, Milano.

Butler J. (1988), *Performative Act and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory*, in, *Theatre Journal*, Vol. 40, No. 4, The Johns Hopkins University Press.

Carelli P. (2017), *Quando la tv incontra la rete: la social TV*, in, Scaglioni M., Sfardini A. (2017), a cura di, *La televisione. Modelli teorici e percorsi d'analisi*, Carocci, Roma.

Demaria C., Grosso L., Spaziante L. (2002), *Reality Tv. La televisione ai confini della realtà*, Rai VQPT, n.190, Roma.

Eco U. (1983), *Sette anni di desiderio*, Bompiani, Milano.

Fadda S. (2017), *Definizione zero. Origini della videoarte fra politica e comunicazione*, Meltemi, Roma.

Fischer-Lichte E. (2016), *Estetica del performativo. Una teoria del teatro dell'arte*, Carocci, Roma.

Garofalo D. (2017), *Black Mirror. Memorie dal futuro*, Edizioni Estemporanee, Roma.

Grasso A. (2017), a cura di, *Storia della comunicazione e dello spettacolo in Italia, vol. II: I media alla sfida della convergenza (1979-2012)*, Vita e Pensiero, Milano.

Missika, J.L. (2007), *La fine della televisione*, Lupetti, Milano.

Hesmondhalgh D. (2010) *User-generated content, free labour and the cultural industries*, *Ephemera Journal Theory and Politics in Organization*.

Scaglioni M., Sfardini A. (2017), a cura di, *La televisione. Modelli teorici e percorsi d'analisi*, Carocci, Roma.

Scaglioni M., Sfardini A. (2008), *MultiTV. L'esperienza televisiva nell'età della convergenza*, Carocci, Roma.

Schlingensief C. (2001), *Nazis Rein*, Suhrkamp, Berlino.