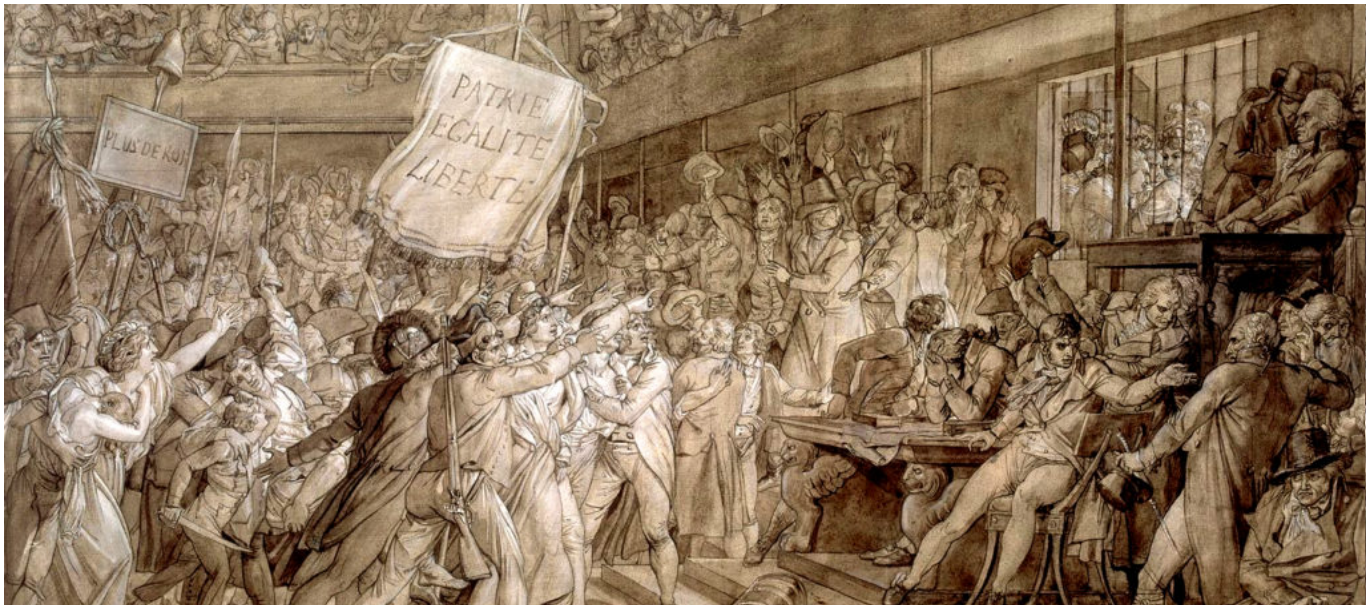


Revolution Square/1. Primavere arabe e rivoluzioni storiche

Nel settimo anniversario della rivolta in Tunisia, prima parte di un'analisi sul rapporto tra lo spazio pubblico della piazza, il suo uso e il suo «peso» politico

Tra pochi giorni ricorre l'anniversario del suicidio del giovane commerciante tunisino Mohamed Bouazizi che diede inizio al fenomeno delle primavere arabe. A distanza di 7 anni da quella data, alcuni dei movimenti di protesta hanno portato alla caduta di alcuni tra i dittatori più longevi del globo o hanno prodotto nuovi governi; in altri casi sono state promosse timide riforme. Alcune di esse si possono definire rivoluzioni, mentre in altri casi le proteste si sono trasformate in guerre civili che sono degenerate, come in Siria, nell'espansione dello Stato Islamico.
A poche settimane dalla liberazione di Raqqa, abbiamo scoperto che in Iraq gli aguzzini del califfato hanno spesso vietato ai suoi cittadini l'utilizzo dello spazio pubblico, riservandolo per reprimere e dare luogo a esecuzioni raccapriccianti, così come i Talebani – non appena occupato l'Afghanistan – murarono le piazze per negare l'assembramento di cittadini. I regimi di Ben Ali in Tunisia e di Mubarak in

Egitto hanno invece tentato di oscurare e censurare lo spazio di relazione contemporaneo, cioè i canali social Facebook e Twitter, credendo così di soffocare le rimostranze della popolazione, non riuscendoci. E allora viene da domandarsi quale sia stato il ruolo giocato dalle piazze tradizionali nel corso delle primavere arabe, e quali siano le ricorrenze con le grandi rivoluzioni storiche, che pure si sono risolte negli spazi pubblici.

Fisionomia dei luoghi della protesta

La serie di eventi che hanno interessato la fascia geografica ricompresa tra l'Africa settentrionale ed il Medioriente, poi denominato comunemente con il termine di Primavera Araba, sarà tramandata ai posteri come il primo fenomeno socio-politico di rilevanza globale del nuovo millennio. Sin dai primi giorni i moti insurrezionali vennero definiti dai media di tutto il mondo come "la Rivoluzione dei social network".

I nuovi rivoluzionari veicolano le loro idee, le opinioni ed anche le loro paure attraverso Twitter e Facebook, ma soprattutto usano queste piattaforme per trasmettere informazioni operative sulla situazione degli scontri, per organizzare proteste ed informare sulle reazioni delle forze di polizia o dell'esercito. La piattaforma fluida ed inafferrabile dei social rappresenta la vera novità delle sommosse del XXI secolo. I governi e le istituzioni faticano ad intercettare e tagliare i ponti comunicativi tra i vari gruppi che così si organizzano in una progressione inarrestabile, sfuggendo di fatto da quello che ha rappresentato forse da secoli lo strumento di potere più efficace tra quelli cosiddetti non violenti, cioè il controllo delle informazioni.

È vero infatti che negli ultimi decenni uno tra gli eventi che più hanno condizionato e rappresentato la svolta o la soglia negli esiti delle rivoluzioni è stato di fatto rappresentato dall'occupazione delle sedi radio-televisive. Fino a quel momento decisivo, le istituzioni sarebbero state in grado di manipolare le informazioni relative

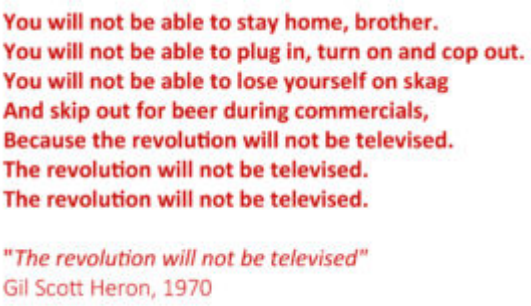
all'andamento degli scontri, nel tentativo – spesso realizzato – di gravare sul morale delle folle. La falsificazione dei dati, da entrambe le parti, è una scacchiera determinante sulla quale si giocano i destini degli scontri.
Per questo motivo il successo dei recenti moti insurrezionali venne immediatamente identificato con la condizione d'immaterialità, non potendo i Governi opporre il potere di sbarramento "fisico", da sempre il deterrente di ogni tipo di manifestazione; al Cairo, non appena occupata la piazza, viene immediatamente creata la pagina Facebook "Tahrir Square" che racconta i fatti di quei giorni in presa diretta.

Immateriale e semiologia dello spazio

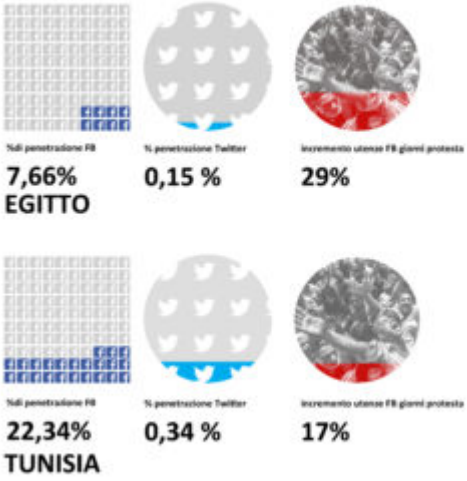
Quando ci pensiamo, in fondo, niente è più figlio della nostra epoca di questo aspetto: le nuove generazioni comunicano prevalentemente senza incontrarsi. Oggi la maggior parte delle relazioni avviene nella Rete, dove i ragazzi (e non solo) cancellano le più profonde inibizioni tipiche della fase adolescenziale. Nonostante sia lo stesso Mark Zuckerberg a negare la versione cinematografica che attribuisce la nascita di Facebook al superamento delle difficoltà di approccio con le sue coetanee, è comunque questo presumibilmente il più fondato motivo del successo iniziale del social network più utilizzato al mondo. Questo ha comportato una profonda modificazione della struttura del comportamento sociale; siamo ormai al terzo stadio delle relazioni immateriali, che oltre a nascere e maturare in Rete, in alcuni casi addirittura terminano senza nemmeno concretizzarsi in un incontro: **gli spazi pubblici perdono di valore e significato nelle relazioni sociali**. Tutto, o quasi, avviene sul web.
Eppure la comunicazione, a differenza dell'informazione, è un fenomeno più complesso. L'incontro fisico mette in gioco tutto il nostro corpo e attiva aree cerebrali differenti. Alcuni eventi che possiamo considerare sociologicamente più

significativi di altri, come le Rivoluzioni, ci inducono a pensare che la morte della prossemica sia ancora distante. Nello spazio, nelle sue misure, nella sua organizzazione, s'individua un vero e proprio canale di comunicazione, non solo tra i partecipanti alla protesta (farsi-forza) ma anche tra questi ed il potere costituito (fare-forza). La teoria delle distanze tra i corpi individua un valore semantico dell'uso dello spazio in grado di modificare condizioni di ordine psicosociologico.

La rivoluzione come fatto fisico



In una delle sue composizioni più note Gil Scott Heron, forse il primo vero rapper della storia (anche se tecnicamente la sua disciplina è catalogata come *spoken word*), nella ripetizione ossessiva dei versi *Revolution can not be televized* allude, precorrendo di qualche decennio i tempi del web ed i fatti di cui qui si dibatte, all'ineludibilità della questione fisica nella Rivoluzione, alla sua crudezza ed alla sua violenza.
È fuori di dubbio che a dispetto dell'attribuzione alla teoria della *Social Network Revolution*, anche le Primavere Arabe abbiano derivato il loro successo da un fattore molto meno immateriale, derubricando la questione del web a condizione non necessaria o quantomeno non sufficiente ai fini del buon esito dell'evento.



Abbastanza velocemente si comprende infatti che il ruolo dei social è notevolmente ridotto dall'analisi di penetrazione della rete nei Paesi coinvolti. Solo il 7% degli egiziani possedeva un'utenza Facebook e il 24% una internet. In Tunisia i dati sono di poco superiori, rispettivamente il 16% ed il 34%. Comunque valori non sufficienti a dimostrare la prevalenza del network. I dati confermano che i principali vettori delle informazioni relative all'organizzazione delle proteste furono Facebook e Twitter, le cui utenze crebbero sostanzialmente nei giorni "caldi", ma è altrettanto vero che durante i fatti di piazza Tahrir vi fu un blackout totale del traffico internet che avrebbe, nel caso, dovuto annientare la protesta.


Blackout internet durante le proteste di Piazza Tahrir dal 28 gen al 2 feb

Nel suo saggio *The Geosemiotics of Tahrir Square: a study of the relationship between discourse and space*, Mariam Aboelezz sostiene che vi è comunque una relazione inscindibile di carattere simbolico tra i messaggi twittati nella piazza del Cairo ed il suo contesto fisico che fa sì che i primi necessitino del secondo per ottenere un'efficacia sufficiente. **Eccole allora le piazze della Rivoluzione: persone fisiche reali che occupano uno spazio fisico reale e determinano un pressione fenomenica altrettanto tangibile.**

La Revolution Square araba presenta sorprendentemente caratteri

comuni. Normalmente in un ambito centrale ma al di fuori del nucleo storico, seppur a ridosso di esso, la sua ubicazione è ricca di significati per i ribelli. Se il tessuto storico, con la sua densità e la sua storia rappresenta la tradizione da cui ci si vuole svincolare, la parte nuova della città è considerata una proiezione dell'Occidente democratico e libertario a cui i nuovi giovani si riferiscono ed inoltre offre viali e grandi spazi, un'idea di modernità che incarna un mondo nuovo, anche se per noi paradossalmente ormai consumata. E poi quali e quanti spazi all'interno della fitta rete di vicoli potrebbero ospitare e raccogliere le migliaia di persone che reclamano un nuovo ordine dello Stato?
La Piazza della Rivoluzione ospita palazzi di rappresentanza delle delegazioni o delle compagnie straniere. Ha spesso hotel di catene internazionali che divengono gli spalti privilegiati per i reporter occidentali che possono osservare con un distacco privo di pericoli e falsificazioni i momenti più caldi degli scontri. Una delle minacce più rilevanti per la veridicità dei reportage di guerra infatti è rappresentata dalla modalità di "aggregazione" agli eserciti, ritenuta ormai necessaria al fine di raggiungere il centro dello scenario degli eventi. Tale condizione ingenera il più delle volte una sorta di compromesso tra esercito e giornalisti che riduce inevitabilmente la forza d'urto delle notizie, ammorbidendole al fine di salvaguardare la condizione di *embedded*. Le torri Hilton e Sheraton che si ergono impettite su questi luoghi rappresentano invece una finestra importante, forse vitale, per comunicare al mondo senza mediazioni le idee dei rivoluzionari. E poi gli edifici delle Istituzioni, quelle stesse contro cui si protesta. Allo stesso tempo tutto succede, il Bene ed il Male contemporaneamente si rappresentano nello stesso spazio fisico.

Organizzazione e comunicazione

Le piazze della Rivoluzione sono delle piccole città organizzate, hanno

palcoscenici, farmacie, tendopoli, monumenti temporanei, punti di distribuzione di acqua e cibo, raccolte rifiuti e cliniche di soccorso. Delle vere e proprie zone funzionali. Decine di migliaia di persone che convivono nello stesso spazio fisico ristretto per giorni o settimane sono una comunità, se non addirittura una popolazione, e hanno necessità diverse rispetto a quelle di un semplice raduno.

Garantire il funzionamento della piazza assicura la sopravvivenza della rivoluzione. I nuovi rivoluzionari si avvalgono di designer e grafici tanto quanto dei blogger. Fanno marketing e talvolta merchandising. La rivoluzione contemporanea è un brand perché in questo modo si veicola meglio e spesso si vende con uno slogan o associandosi all'immagine di fiori o colori. Questa abitudine in realtà non è nuova nelle rivoluzioni. Quella di Gheddafi in Libia del 1969 viene associata al colore verde, lo stesso del Libro guida del Rais, ma in realtà lo stesso venne scritto e pubblicato solo 9 anni dopo, nel 1975. La rivoluzione dei garofani che rovesciò la dittatura portoghese il 25 aprile 1974 così venne definita perché la popolazione infilò questi fiori nelle canne dei fucili dell'esercito, a comunicare la volontà di concludere le operazioni in maniera pacifica. Da questo momento l'uso dei fiori viene consolidato per comunicare le intenzioni non violente dei ribelli, come ad esempio nella rivoluzione dei tulipani 2005 in Kirghizistan e quella delle rose in Georgia.

L'uso simbolico preventivo diventa evidente con il caso dell'Azerbaijan quando i ribelli, che inizialmente avevano adottato il colore verde, optarono per il vessillo colorato arancione come avvertimento, in evocazione degli eventi dell'Ucraina che qualche mese prima così aveva colorato i moti che ribaltarono l'esito delle elezioni presidenziali. Del resto anche alcune recenti interpretazioni intorno alle forme di comunicazione delle organizzazioni terroristiche attribuiscono un ruolo codificato all'uso cromatico nel brand della paura.

Ma si potrebbe ipotizzare addirittura una sorta d'intenzionale manipolazione della

percezione nell'uso di determinati colori o della combinazione degli stessi, al fine di diminuire la distanza percettiva ed amplificare la potenza della piazza sulla base delle intuizioni cromatostereoptiche già anticipate da Goethe nella sua *Teoria dei colori* e rivalutate dalla scienza contemporanea, come ad esempio dagli esperimenti dello psicofisico Jocelyn Faubert a metà degli anni '90.

Pressione fisica

Ma soprattutto le piazze della Rivoluzione sono piene di gente. **Esiste una relazione fisica, quasi numerica, tra il successo di una Rivoluzione e l'occupazione media dello spazio pubblico che la ospita.** La pressione fisica delle persone, comunicata attraverso il numero dei partecipanti, i rumori e i suoni prodotti dalla folla inferocita, sono il fenomeno percettivo più impressionante di una Rivoluzione.
Se ricordiamo i cori esplosivi ed il rumore assordante generato dai tifosi sportivi negli stadi, normalmente con non più di 50.000 presenze, in grado di intimidire – seppure in maniera pacifica – gli avversari, siamo in grado d'immaginare la potenza comunicativa devastante di centinaia di migliaia di persone presenti in uno spazio pubblico con l'intenzione – molto meno pacifica – di sovvertire lo Stato e ben possiamo comprendere quanto questo fattore sia un passaggio obbligato nelle dinamiche evolutive di una Rivoluzione.
Non sempre però è il numero totale dei partecipanti il dato comune agli eventi che hanno avuto successo, quanto piuttosto quello della densità, cioè del rapporto tra lo spazio e le persone che in quel luogo stanno dimostrando. Lo studio di questa relazione pone in evidenza come le rivoluzioni necessitino uno spazio di una certa dimensione in grado di ospitare un numero molto elevato di persone, ma il caso della rivolta di piazza Tienanmen a Pechino sembrerebbe dimostrare che i due valori non possono essere letti singolarmente.

Una piazza troppo grande rischia di determinare un indice di occupazione eccessivamente basso e quindi di non permettere il verificarsi di quelle condizioni che favoriscono l'esito della rivolta. Di contro, i casi della Primavera Araba in cui la rivoluzione ha prodotto manifestazioni separate, ma non ha saputo trovare un momento di rappresentazione finale e totalizzante, si sono trasformate in contese armate infinite o guerre civili, come in Libia e Siria.
Infine, curioso è anche che la Rivoluzione "per antonomasia", quella francese, in un periodo e con un contesto storico totalmente diverso da quelle dell'era contemporanea, abbia avuto una densità di occupazione più vicina a quelle del Cairo e di Tunisi, piuttosto che a quella cinese del 1989. Anche il caso della caduta di Ceausescu in Romania nel 1989 è particolarmente interessante in quest'ottica, poiché in quella occasione furono eventi esogeni a determinare una compressione delle persone nella piazza della Rivoluzione, provocando in maniera quasi casuale le condizioni di successo di quella che non nacque, almeno nelle intenzioni iniziali, con il preordinato obiettivo di portare alla caduta ed all'uccisione del dittatore rumeno.
Il riscontro in parallelo, nel corso della storia, di questi caratteri comuni e ripetuti, sembra convincerci del fatto che la questione fisica è il vero carattere costitutivo di ogni Rivoluzione, che qualsiasi innovazione digitale non potrà mai modificare. L'analisi, la mappatura e lo studio degli spazi che hanno ospitato i momenti più significativi dei rivolgimenti politici violenti, traccia i caratteri comuni al di là della città o del Paese in cui si sono verificati e rappresenta il vero codice genetico di questi spazi pubblici.
Non c'è rivoluzione che non abbia la sua Piazza.

Immagine di copertina: François Gerard (1770-1837), Le 10 août 1792 *(© Photo RMN-Grand Palais / J.G. Berizzi)*

LEGGI LA SECONDA PARTE

Per approfondire

Tracce bibliografiche

Perani D., Fazio F., Borghese N. A., Tettamanti M., Ferrari S., Decety J., Gilardi M. C., *Differential brain correlates for watching real and virtual hand actions*, NeuroImage, ed. Academic Press, Orlando 2001

Hall E. T., *La dimensione nascosta. Vicino e lontano: il significato delle distanze tra le persone*, Bompiani, Milano 1968

Di Liddo M., Falconi A., Iacovino G., La Bella L., *Il ruolo dei Social Network nelle Rivolte Arabe*, in «Osservatorio di Politica Internazionale Parlamento Italiano», n. 40, settembre 2011, Centro Studi Internazionali, Roma

Mourtada R., Salem F., *Arab Social Media Report*, Vol.1, n.2, Dubai School of Government, maggio 2011

Aboelezz M., *The Geosemiotics of Tahrir Square: a study of the relationship between discourse and space*, in *Occupy – The spatial dynamics of discourse in global protest movements*, numero speciale di «Journal of Language and Politics», Ed. Luisa Martín Rojo, Madrid; John Benjamins Publishing Company, 2014

Manning C., *Opinion – Chelsea Manning on the U.S. Military and Media Freedom*, in «New York Times», 14 giugno 2014

Beifuss A., Trivini Bellini F., *Branding Terror: The Logotypes and Iconography of Insurgent Groups and Terrorist Organizations*, Merrell Publishers, Londra 2013

Goethe J. W., *Zur Farbenlehre*, Cotta, Tubingen, 1810

Faubert J., *Seeing depth in colour. More than just what meets the eyes*, Vision Research, Elsevier, 1994

Damasio A. R., *Emozione e coscienza*, Adelphi, Milano 2000

Rock I., *The Logic of Perception*, MIT Press, Cambridge 1983

Ledoux J., *The Emotional Brain* (The Mysterious Underpinnings of Emotional Life), Simon & Schuster, Touchstone 1998

About Author



Franco Tagliabue Volonté

Franco Tagliabue Volonté insieme a Ida Origgi fonda lo studio ifdesign, che viene nominato Architetto Italiano dell'Anno 2021 dal Consiglio Nazionale. Si laurea al Politecnico di Milano dove insegna Progettazione Architettonica ed è Professore Associato presso il Dastu (Dipartimento di Architettura e Studi Urbani). È vincitore di numerosi premi e autore di tra gli altri, del progetto del Centro Socio Educativo Noivoiloro di Erba, delle scuole di Palermo Sud e Mileto. È stato lecturer e visiting professor in diverse università internazionali, coordinatore del Programma RURURBAN nella Università UTPL di Loja Ecuador che lavora sulla città informale ed è stato più volte chiamato a rappresentare la nuova architettura italiana nelle più importanti esposizioni. È autore di libri, articoli e saggi.

See author's posts

Condividi