AVANCE

Consulte la portada de EL PAÍS, Edición Nacional, del 8 de febrero »

ARQUITECTURA

Berlusconi teleurbanista

La improvisada televisión vecinal de la urbanización Milano 2 convirtió a 'Il Cavaliere' en magnate

ANDRÉS JAQUE

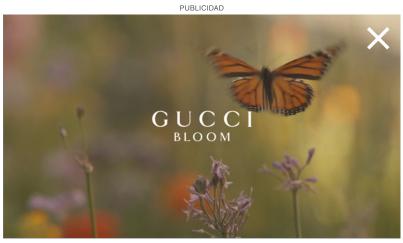
20 AGO 2014 - 14:07 CEST



Foto aérea de la urbanización Milano 2, creada por Silvio Berlusconi en 1968 a las afueras de Milán. ASTRIUM SERVICES / SPOT IMAGE SA

A pesar de que Silvio Berlusconi es conocido por su actividad política y empresarial, es en realidad el urbanismo el origen de su poder y el terreno en el que desarrolló las estrategias con las que ha desafiado el rumbo de Milán, de Italia y de la Unión Europea. Berlusconi y sus empresas Edilnord, Fininvest y Mediaset son los principales promotores de un urbanismo radical, diseñado para aislar a la población en sectores homogéneos y para eliminar la política de las relaciones entre consumo y producción.

La RAI comenzó sus emisiones en 1954 desde sus estudios de Corso Sempione, diseñados por Gio Ponti. Con el tiempo, la RAI unificó los usos lingüísticos, los horarios de comidas o las horas de sueño en Italia, para aportar una masa de trabajadores estandarizados, que fabricase y consumiese los productos genéricos de la industria nacional. La televisión, las viviendas sociales y el diseño de los espacios industriales fueron parte de un mismo proyecto de ensamblaje social. Los cuerpos, las vecindades y las ciudades como Milán, Madrid o Barcelona se reconstruyeron en su relación con televisiones nacionales, como la RAI o TVE, y con conglomerados industriales públicos, como el IRI en Italia o el INI en España. Todo esto entró en crisis a finales de los sesenta.



inRead invented by Teads

No solo los estudiantes protestaban en el Milán de 1968. También los trabajadaraídos por el "milagro económico". Pedían viviendas. Aunque en Lombardía l

¿Y tú qué piensas?

la escasez de viviendas cuadruplicaba el coste de la vida. En las calles se reclamaba más financiación. La revista *Casabella* apelaba a la industria para que usase la misma fuerza con que atraía a los trabajadores para generar soluciones constructivas rápidas y baratas. Bruno Zevi proponía en *L'Espresso* que se urbanizasen zonas rurales en las que el suelo era barato.

1968 es también el año en que Edilnord, la promotora de Silvio Berlusconi, presentó su plan para construir Milano 2, una urbanización de 712.000 metros cuadrados en el municipio de Segrate, a diez minutos de Milán. 2.600 apartamentos, en bloques aislados, construidos con tecnología de Siemens y Bticino. Los bloques rodeaban un espacio central con piscinas, pistas de tenis, colegios y un "jardín de la agresividad" en el que los niños, tal como explicaban los anuncios, podían aprender a pelearse como "indios y vaqueros". Todo inmerso en una jardinería exuberante con un espectacular, y aburrido, lago con cisnes. La financiación, la industrialización y la urbanización de zonas rurales habían llegado, pero no para solucionar los problemas de los trabajadores, sino para escapar de ellos. Edilnord anunciaba Milano 2 como "la ciudad de los número uno". La arquitectura para una nueva clase de milaneses: los ejecutivos empleados por empresas como IBM o Unilever que, con una presencia multinacional, comenzaban a desafiar las economías nacionales. Los número uno no tenían grandes propiedades, pero tenían grandes sueldos. Eran los número uno del consumo, autoexiliados en una isla en la que Edilnord controlaba los alquileres de los locales comerciales en los que podrían gastar sus sueldos.



Estudios de Tele Milano en los años setenta, en Milano 2

Si la vivienda social italiana tenía cubierta plana y hormigón gris, la ciudad de los número uno era folk, con fachadas rojo lombardo y tejado cerámico. Para evitar que las antenas de televisión enturbiasen la evocación folk, Giancarlo Ragazzi y Giulio Possa, los arquitectos, decidieron instalar una red subterránea de televisión. En 1974 Giacomo Properzj y Alceo Moretti se engancharon a la red y comenzaron a emitir happenings cutres en los que participaban los vecinos de Milano 2. Nacía Tele Milano Cavo, y fue un éxito. Un año después Berlusconi se hacía con la cadena. Emitían de madrugada, innovaban en los formatos, daban espacio a lo juvenil y a lo experimental, a mucho de lo que no encajaba en el proyecto vertical de la RAI. Fue un éxito de audiencia. Con la evolución de la legislación italiana llegaría a ser la principal cadena del emporio internacional de Mediaset. Desde entonces, en el centro de Milano 2, junto al lago de los cisnes, están los estudios y oficinas de Mediaset. Publitalia, la agencia que comercializa los contenidos publicitarios de Mediaset, modificó radicalmente la relación entre anunciantes y consumidores.

Si la RAI unificaba a la sociedad, Publitalia comenzó en 1980 a diseñar la programación para aislar en una franja horaria y en un canal concreto a los potenciales compradores de los productos de sus anunciantes.

Si la RAI educaba y agrupaba, Mediaset atraía y aislaba en sectores de programación especializados. Berlusconi lo explicó claramente: "Yo no vendo espacio, vendo ventas". Las estrategias que habían funcionado comercialmente en el diseño de Milano 2, y que forman parte de la cadena de proyectos que han arrasado con la posibilidad de una Europa equitativa, fueron aplicadas con las mismas intenciones en el diseño de medios. Milano 2 atrajo y promovió entre los líderes del consumo la autoexclusión frente a la promiscuidad comercial de Milán. Y su evolución, en forma de urbanismo transmediático, distribuye a la población en nichos aislados de consumo, en los que se vive observando contenidos televisivos cargados con patrones de consumo. Un aislamiento que nunca sería posible sin edificios en los que para ver a los vecinos hay que encender la tele. En estas redes que conectan los cuartos de estar con, por ejemplo, el simplista y reaccionario programa televisivo Sálvame deluxe, se ha hablado sin embargo de drogas, malos tratos o explotación laboral con una claridad y detalle con los que rara vez se habla en los Parlamentos. En la recepción y en el margen para el descontrol que contienen puede surgir lo político. En Facebook, por ejemplo, se ha promovido el intercambio de contenidos abiertos y se han fortalecido movimientos de protesta que han llegado a ocupar las plazas y a incomodar a las corporaciones internacionales. Contribuir a potenciar la parte urbana, política e inclusiva de las arquitecturas transmediáticas contemporáneas es el reto al que ahora nos enfrentamos.

El pasado 7 de junio se inauguró la 14ª Bienal de Arquitectura de Venecia, que permanecerá abierta hasta el 23 de noviembre. El arquitecto Andrés Jaque y su estudio Oficina de Innovación Política presentan el proyecto Sales Oddity. Milano 2 and the polítics of direct-to-home TV urbanism (Perdidos en la televenta. Milano 2 y las políticas de los urbanismos televisivos a la carta), por invitación del director de la hienal. Rem Koolhaas

¿Y tú qué piensas?

ARCHIVADO EN:

RAI · Milán · Silvio Berlusconi · Medios comunicación · Lombardía · Italia · Europa occidental · Europa



NEWSLETTERS Recibe el boletín de Babelia

CONTENIDO PATROCINADO



Los diagramas de Gantt están anticuados (hay otra opción)

(MONDAY.COM)



Con este sencillo truco proteja su ordenador gratis.

(THE REVIEW EXPERTS)



SUV Peugeot 2008, un vehículo versátil y compacto. Pruébalo

(WWW.PEUGEOT.ES)



Un estudio universitario da con la app más eficiente para aprender idiomas

(BABBEL)

Y ADEMÁS...



Vuelve el Foro Transfiere, el enlace entre investigación y empresa

(RETINA)



Sabino Aguad explicó por qué no llegó Luis Jiménez a la U

(AS.COM - CHILE)



"La madre que me parió": Multitud de comentarios tras lo que dijo Paulina Rubio en

(LO MÁS VISTO)



Ana Rosa, más contundente que nunca en 'El Programa de AR': "No se debe consentir"

(LO MÁS VISTO)

Recommended by

© EDICIONES EL PAÍS S.L.