



HAL
open science

Donne di città in città da uomini: un'analisi geografica di Sex and the City

Rachele Borghi, Antonella Rondinone

► **To cite this version:**

Rachele Borghi, Antonella Rondinone. Donne di città in città da uomini: un'analisi geografica di Sex and the City. *Geotema*, 2009, 33, pp.34-43. hal-01382210

HAL Id: hal-01382210

<https://hal.science/hal-01382210>

Submitted on 16 Oct 2016

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Donne di città in città da uomini: un'analisi geografica di *Sex and the City*

1. Introduzione

Sex and the City è un *serial* televisivo creato e trasmesso inizialmente negli Stati Uniti, tra il 1998 e il 2004. La serie è basata sull'omonimo romanzo di Candace Bushnell (1997), a sua volta una raccolta del materiale pubblicato all'interno di una rubrica, anch'essa intitolata *Sex and the City*, tenuta dall'autrice sul *New York Observer*². Sia il libro della Bushnell sia il serial televisivo che ne è derivato hanno riscosso un ampio successo di pubblico e di critica in tutto il mondo. La serie³ si è guadagnata 7 Emmy Award e 8 Golden Globe.

Indipendentemente dalle considerazioni di merito, è difficile non considerare questo prodotto televisivo come un fenomeno socio-culturale di rilievo. Cosa l'ha reso tale? Ambientato in una Manhattan chiaramente *upper class*, *Sex and the City* tratta della vita sentimentale e sessuale di quattro amiche, presentando come modello sociale una tipologia di donne apparentemente emancipate e postmoderne che vantano le medesime opportunità degli uomini: "Per la prima volta nella storia di Manhattan le donne hanno le stesse possibilità economiche e lo stesso potere degli uomini, insieme al lusso di poterli trattare come oggetti sessuali" (Samantha Jones, 1:1).

Nonostante solo una minima percentuale dei milioni di spettatori che hanno decretato il successo mediatico del serial possa ragionevolmente identificarsi nelle quattro amiche trentenni, bianche, con un reddito elevato ed appartenenti all'alta borghesia cosmopolita newyorkese, *Sex and the City* è riuscito ad appassionare il pubblico, arrivando ad essere considerato il codice transnazionale della donna affettivamente ed economicamente indipendente. Il mensile femminile *Cosmopolitan* l'ha addirittura definito "Il manifesto delle single dell'intero pianeta" (Grasso, 2008, p. 231). Il *serial*,

¹ Nonostante il saggio sia stato concepito e sviluppato congiuntamente dalle autrici e un'attribuzione netta dei paragrafi risulti difficoltosa e limitativa nel rendere merito all'apporto di ciascuna, si attribuiscono a Rachele Borghi i paragrafi 1 e 2 e ad Antonella Rondinone i paragrafi 3, 4 e 5. Le traduzioni delle citazioni provenienti dai testi redatti in lingua inglese sono a cura delle autrici. Ringraziamo sentitamente Bruno Vecchio, Davide Papotti, Filippo Celata e Silvia Aru per aver dedicato il loro tempo e le loro competenze alla lettura di questo lavoro. Le loro osservazioni e i loro suggerimenti sono stati fondamentali.

² Il *New York Observer* è un settimanale fondato da Arthur Carter e pubblicato per la prima volta a New York il 22 settembre 1987. Si occupa prevalentemente di argomenti e questioni relative all'area urbana di New York ed in particolare a Manhattan (cultura, patrimonio immobiliare, politica, media, tempo libero, editoria, vip), in una prospettiva politica molto liberale. Il *New York Observer* si propone agli inserzionisti come il giornale dei consumatori più colti, influenti e ad alto reddito (www.observer.com).

³ Il *serial* è composto da 94 puntate divise in 6 serie, prodotto da Darren Star, già noto produttore di *Beverly Hills 90210* e di *Melrose Place*, entrambi diventati telefilm in grado di imporre dettami di comportamento e di stile al target a cui erano rivolti. *Sex and the City* è stato trasmesso inizialmente negli Stati Uniti dal canale satellitare HBO, uno dei primi ad utilizzare il sistema del *pay per view*. Il fatto di essere a pagamento e libero dalla pubblicità liberava HBO sia dalla censura statale sia dal timore di offendere la sensibilità dei potenziali acquirenti di spazi pubblicitari. Di conseguenza l'emittente poteva rischiare la messa in onda di un programma dai contenuti sessualmente espliciti (Akass e McCabe, 2004, p. 4). La serie poteva contare su un alto budget. La prassi di invitare registi ospiti a girare alcuni episodi ha offerto al *serial*, esteticamente molto curato, un'aria più cinematografica che televisiva. Questo aspetto, insieme al particolare stile di vita che *Sex and the City* propone, è il frutto della specifica strategia di marketing di un canale che intende affermarsi come un marchio di qualità.

tuttavia, propone un modello di femminilità e di singletudine (nonché uno stile di vita) molto specifici, che la sua ampia diffusione ha finito per far percepire come globale (se non nella pratica almeno nell'immaginario), nonostante sia ben lungi dall'essere tale.

L'obiettivo di questo lavoro non è, tuttavia, quello di proporre un'analisi sociologica della serie vista come un fenomeno di costume (se non nella misura necessaria allo svolgimento di quella geografica), per la quale rimandiamo, per esempio, al pregevole volume curato da Akass e McCabe (2004) o al saggio di Stern (2008). Ma, riconoscendo *Sex and the City* come un fenomeno di costume, il nostro intento è quello di analizzare l'utilizzo che le protagoniste (assurte ad icone della femminilità globale) fanno dei luoghi, evidenziando come la forte connotazione di genere che caratterizza il loro consumo e la loro rappresentazione di essi si adegui perfettamente ad una precisa formazione (e affermazione) dell'identità delle protagoniste stesse. Verrà mostrato come la descrizione dello spazio urbano che caratterizza *Sex and the City* e le modalità con cui le protagoniste ne fruiscono sono perfettamente consone al modo in cui il serial affronta le questioni di genere: con un atteggiamento aperto e paritario che, nella sostanza, si rivela del tutto funzionale al contesto dominante. L'emancipazione dell'«altro» proposta dal *serial*, infatti, si esperisce esclusivamente in un ampliamento della gamma di possibilità, che non comprende affatto quella di sovvertire l'ordine del discorso, essenzialmente *androcentrico*, nel quale si trova ancora intrappolata. Lo stesso atteggiamento si osserva nel consumo dei luoghi: l'apparente liberalizzazione dello spazio pubblico che si presenta come pienamente accessibile alle donne ne nasconde una gestione ancora radicalmente incardinata all'interno della cornice concettuale maschile. La serie, nonostante le apparenze, si dimostra ben lungi dal promuovere un uso dello spazio atto ad ospitare performance «altre», rimanendo ingabbiata in una concezione eterosessuale e soprattutto eteronormativa⁴ dello spazio, soprattutto di quello pubblico.

Il nostro obiettivo sarà quello di mostrare come *Sex and the City* offra una descrizione della città che in sostanza conferma lo *status quo* del sistema sociale dominante e della sua spazializzazione e come, probabilmente senza una precisa progettualità, il serial finisca per proiettare e legittimare una concezione maschile nella quale le differenze di genere sono ancora determinanti, nonostante appaiano sotto una luce diversa. Osserveremo, inoltre, come a loro volta l'utilizzo e il consumo di uno spazio così configurato contribuiscano alla costruzione e al consolidamento di una precisa identità di genere in un sistema in cui le due variabili – luogo e identità - tendono a rafforzarsi a vicenda.

2. *Sex and the City*, manifesto globale dell'emancipazione femminile?

Ambientato in una New York patinata e tendenzialmente fiabesca, *Sex and the City* tratta della vita sentimentale e sessuale di quattro amiche (bianche, occidentali ed eterosessuali) che hanno da poco superato i trenta. Il telefilm è costruito intorno al personaggio di Carrie Bradshaw, scrittrice e voce narrante di ogni episodio, presentata come icona mondana vagamente intellettuale. Carrie tiene una rubrica intitolata *Sex and the City* sul settimanale newyorkese noto nella *fiction* come *New York Star*, rubrica nella quale elabora e narra, insieme alle proprie, le vicissitudini sentimentali delle sue inseparabili compagne di avventura: Samantha Jones, Charlotte York e Miranda Hobbes.

Samantha ha un'agenzia di pubbliche relazioni, è la più sicura di sé e la più sessualmente disinibita: è quella che, nelle sue parole, fa “sesso come un uomo”⁵. Si definisce *trysexual* ovvero disposta a

⁴ Con il termine eteronormatività si intende la naturalizzazione dell'eterosessualità quale «normale» espressione delle relazioni sessuali. Attraverso l'analisi di questo concetto, i *queer studies* hanno messo in discussione la sessualità normativa, ovvero ciò che viene considerato «giusto» e «normale» – e quindi acquisisce il diritto di essere manifestato all'interno dello spazio pubblico - e hanno permesso di riflettere sulle diverse violazioni delle regole di sessualità e di genere, in società che si sono costruite sulla riproduzione controllata e sul potere dell'uomo bianco occidentale nelle economie industriali (Wiegman 2006).

⁵ Charlotte: “Con un pene artificiale?”, Samantha: “No, senza provare sentimenti” (1:1).

provare tutto almeno una volta. Charlotte, romantica e conservatrice, è sempre alla ricerca del vero amore, di un principe azzurro che tarda ad arrivare (“Esco con uomini da quando avevo 15 anni, sono esausta, lui dov’è?”, 3:1), con il quale pensa di formare una famiglia ed acquistare una casa nell’esclusiva località balneare degli Hamptons. Miranda, infine, razionale e concentrata sulla carriera, è un avvocato di successo con una visione estremamente cinica della vita e degli uomini, pronta a lavorare 15 ore al giorno pur di diventare socia dello studio legale nel quale lavora.

Ogni personaggio intende porsi, nell’idea dei produttori e ormai anche degli spettatori⁶, come l’incarnazione di uno degli archetipi della femminilità contemporanea, rispecchiando gran parte degli stereotipi, ma anche dei desideri, legati alla vita delle trentenni occidentali. Le quattro amiche, ad esempio, sono inizialmente single, ma solo di passaggio visto che tutte e quattro lo vedono come uno stadio transitorio (stereotipo), appartengono all’alta borghesia newyorkese (desiderio), hanno un elevato potere di acquisto (desiderio), sono bianche (stereotipo), belle secondo i parametri codificati della bellezza occidentale (stereotipo e desiderio), magre (stereotipo e desiderio), possiedono un elevato grado di istruzione (desiderio), e hanno dei lavori gratificanti (desiderio).

Queste caratteristiche, tra le altre, sono state abilmente utilizzate nella costruzione dell’immagine delle protagoniste come donne emancipate e postmoderne, in grado di adottare uno stile di vita libero ed attraente all’interno di un contesto sociale che sembra offrire una possibilità di riscatto non solo alle donne, ma anche agli altri generi subalterni, i cosiddetti *queer*, riassunti nella sigla LGBT (*lesbian, gay, bisexual e transgender*). Molti personaggi secondari, alcuni dei quali presenti per tutta la durata della serie, sono uomini gay, mentre in molte puntate le protagoniste incrociano le loro strade con *drag queen* e *transgender*. Nonostante il tema dell’omosessualità (principalmente maschile) e della bisessualità siano più volte affrontati nel corso delle sei serie e la presenza di sessualità ‘altre’ appaia come ampiamente acquisita nel tessuto sociale che fa da sfondo al *serial*, tutte le protagoniste se ne discostano. L’unica eccezione è rappresentata dalla breve relazione lesbica che Samantha ha con un’artista brasiliana⁷. La bisessualità, soprattutto, crea inquietudine in quanto non permette un’etichettatura precisa. A questo proposito Samantha perora la causa della non-definizione sessuale ad una Carrie sbigottita all’idea che la sua amica volesse avere un rapporto con due uomini gay, non per il fatto che fossero due ma proprio in quanto gay (2:16): “Svegliati. Siamo nel 2000. Nel nuovo millennio non ci saranno etichette sessuali. Solo espressioni sessuali. Non si parlerà di andare a letto con uomini o donne, andremo tutti a letto con degli individui (...) Saremo tutti pansessuali, non importerà essere gay o etero”. Poi in realtà, come generalmente accade in *Sex and the City*, tutto rientra nella ‘normalità’: Samantha non va a letto con i gay in questione e le categorie di partenza ne escono rafforzate. Lo stesso vale per la presunta emancipazione femminile. Miranda, che rimane incinta al di fuori di una relazione di coppia stabile, finisce per sposare il padre del bambino, perchè nessun’altra opzione di lieto fine è considerata plausibile. Il lavoro, così importante per lei, passa in secondo piano rispetto alla famiglia, così come fa il suo amato appartamento *trendy* nel cuore di Manhattan, al quale ella rinuncia per trasferirsi in un terratetto a Brooklyn, assai più consono all’idea dominante di dimora familiare americana. Samantha, che ritiene il coinvolgimento emotivo un ostacolo alle proprie esperienze sessuali, capitola davanti ad una relazione di coppia che, per non tradire la spregiudicatezza che caratterizza

⁶ È interessante notare che *Sex and the City* ha consolidato nel pubblico una percezione stereotipata delle diverse modalità di esperire la femminilità, riducendola alle quattro categorie incarnate dalla protagoniste. Sui mensili femminili come sulla rete abbondano i test per stabilire la percentuale di Carrie o di Miranda presente in ogni donna. Si vedano a titolo esemplificativo <<http://quiz.ivillage.com/astrology/tests/sexandthecity.htm>>, <<http://www.brainfall.com/quizzes/which-sex-and-the-city-character-are-you/>>, <<http://www.alfemminile.com/mag/psiche/d3952/x21811.html>>.

⁷ Non a caso è stata scelta Samantha come protagonista dell’avventura lesbica. Samantha, che nel *serial* ha il ruolo della *trysexual* libertina e curiosa, si avventura persino sulla strada di una relazione omosessuale. In breve, però, la storia si rivela nient’altro che un *detour* e finisce nella bacheca delle curiosità della sua vita amorosa non appena la protagonista rientra nel consolidato ruolo eterosessuale.

il suo personaggio, è assortita in modo vagamente provocatorio con un giovane attore. Charlotte, che da sempre cerca il principe azzurro, si trova a divorziare dall'uomo perfetto e a trovare "perfetto" un uomo poco attraente e poco raffinato, che però la ama sopra ogni altra cosa. E Carrie, dopo mille vicissitudini amorose a metà tra cinismo e romanticismo, torna tra le braccia di Big, l'uomo che dopo averla duramente messa alla prova con la sua refratterietà alla vita di coppia si redime e accetta, come tutti i protagonisti, di fare esattamente ciò che ci si aspetta da lui: convolare a giuste nozze con il grande amore.

I comportamenti delle quattro donne ostentano un'idea di emancipazione assodata, quasi data per scontata, visibile attraverso una serie di atteggiamenti legati ad una gestione del corpo e della propria sessualità 'libera'. In realtà le protagoniste non raggiungono mai un effettivo affrancamento dalla visione consolidata della femminilità e dei rapporti uomo-donna, ritornando sempre all'interno delle categorie tradizionali e legittimando continuamente i modelli dominanti.

In questo scenario apparentemente libero e paritario, la glamourizzazione dell'emancipazione e della diversità si presenta come uno degli aspetti più attraenti (per il pubblico) ed interessanti (per gli osservatori del fenomeno) del canovaccio narrativo proposto dal *serial*. Essa, infatti, è stata in grado di insinuare nell'immaginario degli spettatori abituali una precisa percezione della libertà sessuale, sia nelle pratiche sia nell'orientamento. Tuttavia, l'apparente celebrazione della diversità assume in realtà i toni di una sorta di folklorizzazione, dal momento che non si traduce mai in una critica né aperta né celata all'eteronormatività.

Le *performance* 'altre', infatti, restano un contorno alle vicende delle protagoniste, le quali finiscono ogni volta per conformare le proprie azioni alla percezione condivisa della femminilità e soprattutto al comportamento 'giusto'. I corpi femminili e quelli maschili adottano, pertanto, un comportamento di genere ritenuto 'appropriato' all'interno dello spazio pubblico, andando così a produrre e a legittimare un certo tipo di spazio sociale:

[...] la produzione di un determinato spazio sociale serve anche a produrre un determinato tipo di 'corpo'; un corpo concepito, sia come dimensione materiale della persona, sia come un insieme di concetti e di idee costruiti socialmente. Idee e/o concetti che ci indicano e che sanzionano ciò che è 'appropriato' (e quindi normale/normato) per il corpo di un uomo e ciò che lo è per il corpo di una donna (Minca, 2001, p. 57).

Di conseguenza, le pratiche corporali messe in scena in *Sex and the City*, le *performance*, per definirle con le parole di Judith Butler (1990 e 1993), non si propongono mai come 'aggressioni' ai luoghi o rotture dell'ordine prestabilito ma piuttosto come conferme.

Anche il linguaggio utilizzato nei dialoghi, pur servendosi di termini sessualmente espliciti atti a dimostrare l'emancipazione delle protagoniste e l'appropriazione di una sfera considerata appannaggio maschile, quella cioè della libertà sessuale, non mette mai in crisi il sistema sociale. La visione dell'emancipazione femminile proposta appare, tra l'altro, fortemente limitata dal fatto che tutte le protagoniste sono bianche, eterosessuali, convenzionalmente attraenti e soprattutto economicamente benestanti. Il tempo che spendono ad analizzare la propria vita sessuale è, infatti, chiaramente un privilegio della loro posizione sociale.

Nel mondo di *Sex and the City* molto è permesso (anche parlare esplicitamente di pratiche e di posizioni sessuali durante il pranzo e negli spazi pubblici) purché alla fine, comunque, ciascuno prenda il posto consono alla propria posizione sociale ed al proprio ruolo di genere all'interno della cornice dominante. Nonostante l'apparente emancipazione, l'immagine della donna *single* che barcolla da una relazione all'altra (su tacchi griffati, frutto della sua indipendenza economica, e rigorosamente a spillo, in modo da non mettere mai in discussione il suo ruolo sociale), in cerca dell'uomo giusto, riconduce al concetto portante del contesto sociale patriarcale: la famiglia⁸.

⁸ La famiglia viene poi definitivamente celebrata nel film in cui alla fine anche Carrie (oltre a Miranda e a Charlotte che l'avevano già fatto nel serial) sposa il grande amore della sua vita.

Sebbene contestate apertamente e a volte schernite, la famiglia e la dimensione privata permangono quali pilastri della vita delle donne, traducendosi spazialmente in una celebrazione dello spazio privato. Tale lettura è confermata dal fatto che nessuna delle protagoniste si interessa alla sfera pubblica e politica. “Non posso credere che tu esca con un politico, non vai nemmeno a votare!” dice Charlotte a Carrie che aveva appena trovato un nuovo fidanzato in una puntata che si apre con queste parole: “Pensavo che formassimo una bella coppia: io esperta di moda, lui esperto di politica. In effetti non c’è molta differenza: entrambi ricicliamo idee stantie facendole sembrare originali ed ispirate” (3:2).

Le protagoniste considerano la politica un argomento noioso e una ‘cosa da uomini’, come ben dimostra il dialogo che si svolge durante uno dei numerosi brunch in cui parlano di politica (Miranda: “Da quando ti interessi alla politica?” Charlotte: “È un modo interessante per conoscere uomini interessanti”) e del criterio con cui scelgono a chi dare il loro voto presidenziale (Samantha: io voto sempre in base alla bellezza dei candidati. Il paese va molto meglio quando c’è un bell’uomo alla Casa Bianca, 3:2).

Il potere ostentato dalle protagoniste rimane, quindi, relegato ad ambiti ‘tipicamente’ femminili, confermando e legittimando l’esclusione delle donne dalla sfera pubblica.

3. Cucine vuote e ristoranti alla moda: spazio pubblico e spazio privato nella formazione dell’identità di classe e di genere

Carrie non ha mai preparato un pasto, non possiede una pentola e nel forno conserva i maglioni. Per Miranda in cucina si prepara il caffè e al massimo si aprono i pacchetti dei *take away* che costituiscono la cena quando non si va al ristorante. La cucina di Samantha viene inquadrata solamente quando la sua compagna del momento (l’artista brasiliana) in un impeto d’ira rompe tutti i piatti che riesce a trovare, mentre quella di Charlotte assurge al ruolo di protagonista solamente quando lei, per dimostrare all’uomo che ama di poter essere una buona moglie, gli prepara un’elaborata cena *kosher*.

In *Sex and the City* la cucina, tradizionale *topos* spaziale della femminilità⁹, viene deliberatamente svuotata delle presenze femminili per mostrare l’elevato grado di emancipazione delle protagoniste. Questo dato risulta particolarmente interessante per due motivi. In primo luogo porta a riflettere sull’idea piuttosto diffusa che le donne, liberate dalle catene dei ruoli femminili tradizionali, facciano bene a non saper cucinare e a fare di questo un vanto in una plateale assimilazione di comportamenti tradizionalmente maschili come aperta dichiarazione di uguaglianza. Inoltre (aspetto particolarmente interessante in questa sede), la sottrazione della presenza femminile alle cucine come segnale di emancipazione mette in evidenza la forte relazione di causalità tra spazio e costruzione identitaria.

I luoghi che le protagoniste del *serial* frequentano o non frequentano (esattamente come accade anche in realtà assai meno cinematografiche), cucine comprese, sono parte integrante della loro costruzione identitaria. Sono luoghi la cui struttura spaziale è determinata dalla performance del loro stile di vita, modellati dalle relazioni sociali intessute con persone con cui si condividono lo *status*, i valori e il potere d’acquisto. Strutture spaziali che una volta create e istituzionalizzate tendono a riprodurre gli stessi processi sociali che le hanno create (Massey, 1984, p. 53).

Se pensiamo all’identità come ad un tessuto possiamo immaginare i luoghi come i fili verticali che compongono la trama e che incrociano orizzontalmente i fili del genere, dell’etnia, della classe sociale, dell’età. Come afferma Daphne Spain (1992, p. 7) le definizioni di femminilità e di mascolinità vengono costruite in luoghi particolari: “Gli spazi genderizzati danno forma alle attività

⁹ È interessante notare la genderizzazione profondamente stereotipata degli spazi adottata dal *serial*. In una puntata della prima serie (1:7), durante una carrellata sulle opinioni di uomini e donne a proposito della monogamia (in cui, per sottolineare lo stereotipo, gli uomini sono prevedibilmente contrari e le donne a favore) gli uomini sono tutti ritratti in luoghi pubblici mentre le donne sono collocate in spazi privati, prevalentemente domestici, in cui la cucina risulta l’ambiente di gran lunga più ricorrente.

quotidiane, che allo stesso tempo sono influenzate dagli spazi in cui si svolgono. Una volta che hanno preso forma vengono dati per scontati, diventano invisibili e appaiono immutabili” (Spain, 1992, p. 28).

Ciascun luogo diventa, così, portatore di un particolare bagaglio identitario che unisce le persone che lo frequentano attraverso una serie di complessi codici comportamentali leggibili da ciascun membro. Tali codici si imprimono nello spazio diventando agenti di particolari dinamiche di territorializzazione: “Lo spazio è un ‘linguaggio morfico’, uno dei mezzi in cui la società è interpretata da suoi membri” (Hillier and Hanson, 1984, p. 198). A questo si aggiunge la percezione e il consumo del luogo come bene posizionale (*positional good*), ovvero come un bene in grado di affermare lo *status* sociale e di rivelare ciò che si desidera essere e/o apparire. I luoghi – come gli studi sul turismo e sugli spazi urbani hanno ripetutamente dimostrato – possono essere consumati come qualsiasi altro bene, offrendo al consumatore elementi da aggiungere al proprio capitale e da spendere all’interno della propria comunità interpretativa. Il consumo – e quello dei luoghi in particolare - è, infatti, un elemento fondamentale nella formazione dell’*habitus*, inteso come l’insieme dei valori, delle strutture cognitive e delle pratiche di identificazione di uno specifico segmento sociale (Bourdieu, 1995, p. 191-199). Quest’ultimo s’impegnerà a sostenere ed estendere il proprio *habitus* attraverso l’appropriazione di un certo capitale simbolico¹⁰. Di conseguenza, il consumo, poiché è in grado di modellare l’atteggiamento degli individui nei confronti dei luoghi e di assegnare nuovi significati alle sfere del naturale e delle relazioni sociali, rappresenta un potente e pervasivo processo interno alla dialettica socio-spaziale. Esso, inoltre, gioca un ruolo chiave nel trasferimento di significato dall’oggetto al consumatore, coinvolgendo anche gli ambienti nei quali tali oggetti vengono acquistati (Sack, 1988 in Knox, 2001):

Nell’atto di acquisto, si tratti di un gelato artigianale, di un pasto *nouvelle cuisine* o di una lezione di ballo, è compreso anche lo status elargito dal fatto di essere in quel negozio, in quel quartiere e di comprare quella determinata marca (Beauregard, 1986 in Knox, 2001, p. 266).

In questo processo, quindi, il paesaggio urbano diventa modello e allo stesso tempo specchio dello specifico sistema economico, culturale e sociale che caratterizza i suoi abitanti.

Così le protagoniste di *Sex and the City* abitano in zone della città che ben rispecchiano il loro *status* sociale e le loro inclinazioni personali. Carrie e Charlotte abitano su Park Avenue, una zona molto chic ed elitaria di Manhattan: Carrie in un piccolo appartamento ad equo canone pieno di riviste e di libri (molto *intellectual chic*) e Charlotte in un ampio appartamento luminoso ed elegante, da brava ragazza. Lo stesso vale per Miranda, che risiede sul lato occidentale di Central Park in un appartamento minimalista ed efficiente, proprio come lei. Samantha, invece, ha scelto il Meat Packing District, un quartiere di Manhattan che negli anni Novanta, dopo aver attraversato un decennio di fama come centro di smercio di droga e di prostituzione (in particolare di transessuali che ancora si vedono sotto casa di Samantha), ha subito un rapido processo di gentrificazione senza, tuttavia, perdere quell’aura di perdizione *trendy* che ben rispecchia il personaggio di Samantha.

4. Quali spazi per quali donne: segregazione spaziale, identità di genere, *status* sociale

New York, la quinta protagonista - come è stata più volte definita, dalla stampa, dagli studiosi e dal serial stesso - ha un ruolo predominante in *Sex and the City*. Tutte le puntate si aprono con una panoramica della città: Central Park, le strade affollate soprattutto da taxi, le Twin Towers, l’Empire State Building. Gran parte delle scene narrate nel *serial* è ambientata per le vie di New York rappresentata secondo cliché mediatico-narrativi ampiamente consolidati¹¹ che la mostrano

¹⁰ Il capitale simbolico comprende una serie di beni legittimanti che attestano la distinzione, il prestigio, la reputazione e la fama di chi li possiede (Bourdieu, 1983, passim).

¹¹ *Sex and the City* attinge a piene mani dall’immaginario newyorkese, sia per ciò che riguarda la percezione della città sia per ciò che riguarda lo stile di vita dei suoi abitanti, precedentemente creato da Woody Allen

come una città viva, caotica, inarrestabile e inafferrabile, all'interno della quale pulsa un solo cuore: Manhattan. Indiscusso centro storico ed economico di New York, nonché uno dei *borough* della città insieme a Bronx, Queens, Brooklyn e Staten Island, Manhattan, per le protagoniste del serial, è *The City*. L'unico luogo al mondo in cui tutto può succedere. Anche il fatto che le donne possano vivere esattamente come gli uomini. L'unico luogo in cui valga la pena vivere e al di là del quale si prova solo smarrimento. Lo afferma affranta Laney, uno dei personaggi secondari, amica delle protagoniste che, in seguito a matrimonio e figli, è stata "obbligata" a trasferirsi nel "lontano" New Jersey, sull'altra sponda dell'Hudson.

A questo proposito è interessante osservare la mappa che il sito ufficiale di *Sex and the City* mette a disposizione dei fan sotto la voce *Sex and the City New York* (Fig. 1). Essa mostra una Manhattan incompleta, epurata dalle parti meno glamour (tutto l'Up Town) e flottante nell'Hudson senza alcun collegamento con il resto del tessuto urbano circostante il quale, infatti, non è contrassegnato da nessuno dei simboli indicativi di una qualunque attività riguardante i protagonisti del serial. Per loro il resto della città non esiste. O meglio, niente esiste fuori da Manhattan. Più volte, infatti, si rimarca che Manhattan non è un luogo qualunque ("la città delle infinite possibilità", "la città dove si può trovare qualunque cosa in qualunque momento", "la città delle grandi aspettative"). È un luogo speciale, un'isola per l'appunto, in cui tutto può succedere al contrario di ciò che invece succede – o non succede - al di fuori.

Figura 1. La New York di *Sex and the City*



Fonte: <http://www.hbo.com/city/>

attraverso alcuni suoi celebri film quali ad esempio *Io ed Annie* (1977), *Manhattan* (1979) e *Hannah e le sue sorelle* (1986) (Grochowski, 2004).

Figura 2: New York. Divisione in *boroughs*



Legenda: 1: Manhattan, 2: Brooklyn, 3: Queens, 4: Bronx, 5: Staten Island

Fonte: http://en.citizendium.org/wiki/New_York_City

“*I don't do boroughs*” ripetono più volte le protagoniste nel corso delle varie puntate tutte le volte che si presenta loro l'occasione di attraversare il fiume per uscire da Manhattan per una qualunque ragione. Carrie, per esempio, descrive Staten Island come un pittoresco paese europeo dove la musica è indietro di vent'anni e si può fumare ovunque (3:1). Che dire di andarci ad abitare? Quando Miranda, si sposa dopo essere diventata madre, si rende conto di aver bisogno di una casa più grande. Per questioni economiche è costretta a lasciare Manhattan e pertanto si dispiega una tragedia. Sia lei sia le sue amiche oppongono un'enorme resistenza alla sola idea di prendere in considerazione un altro luogo di residenza. Uscire da Manhattan impone un cambiamento di stile di vita ed una perdita di *status* ma soprattutto un cambiamento radicale della propria percezione identitaria: il passaggio dal ruolo di single ad alto reddito, *glam* residente a Manhattan, a quello di donna sposata, madre, che vive a Brooklyn, uno dei *borough*: emerge qui, in maniera evidente, l'importanza dei luoghi come fili insostituibili di una precisa trama del vissuto personale. Cambiando i luoghi cambia non soltanto la vita quotidiana, ma anche la percezione che di sé hanno le protagoniste.

Il forte legame esistente tra luogo e costruzione dell'identità è evidentemente visibile nell'utilizzo che le protagoniste del *serial* fanno degli spazi pubblici. L'apertura degli spazi pubblici alle donne avvenuta nelle città occidentali verso la fine del XIX secolo ha riguardato soprattutto gli spazi riservati alle attività di consumo commerciale in un momento storico in cui lo sviluppo industriale richiedeva l'innescarsi del consumo di massa. In questo contesto si osserva il delinearsi e il consolidarsi di precisi ruoli sociali che - a grandi linee - prevedono gli uomini come produttori e le donne come consumatori. Per far in modo che il ruolo di consumatrice della donna potesse svilupparsi in maniera consona al modello sociale vigente, che prevedeva una netta divisione tra spazio pubblico (di pertinenza maschile) e spazio privato (di pertinenza femminile), si è proceduto alla femminilizzazione di specifici spazi pubblici, in cui una ben precisa tipologia di identità femminile fosse incoraggiata e protetta. In questo contesto, anche le donne delle classi medie e alte

erano libere di muoversi come gli uomini della loro stessa classe sociale (Domosh e Seager, 1998, pp. 88-93). È interessante notare che, nonostante oltre un secolo sia trascorso dall'ingresso di massa delle donne negli spazi pubblici urbani, sono proprio i luoghi del consumo (prevalentemente interni) a fare da scenario alle vicende delle protagoniste. Raramente esse vengono riprese in spazi pubblici non connessi al consumo¹² o nell'atto di camminare in spazi esterni. Si muovono in taxi (solo una volta Carrie prende mezzi pubblici, quando il tracollo della sua situazione sentimentale la porta anche al tracollo economico) per andare da un locale all'altro, da un negozio all'altro o da una casa all'altra. Inoltre, quasi tutti gli spazi da loro toccati sono spazi d'*élite*, in cui l'accesso è consentito ad una minoranza invitata per conoscenza o per celebrità. Di nuovo si presenta la questione della percezione e dell'utilizzo del luogo come bene di *status*. Il consumo di questi luoghi serve loro a riaffermare continuamente il proprio status sociale e la propria identità di donne mondane *upper class*. Il teatro dell'opera e le gallerie d'arte, nonché le librerie nelle quali Carrie presenta il suo libro, vengono presentate come luoghi fortemente connotati culturalmente, andando a compensare la 'frivolezza' di cui le protagoniste potrebbero essere accusate. Luoghi della cultura e luoghi del consumo si fondono così in maniera armonica rafforzandosi vicendevolmente, andando ad aumentare e consolidare il capitale sociale, culturale e simbolico di chi li frequenta.

Anche l'uso ribaltato dello spazio domestico rientra nel meccanismo di rafforzamento dell'identità di genere *upper class*. "Stai sverginando la mia cucina!" esclama Carrie entrando in casa e trovando il suo nuovo amore, Aidan, intento a preparare la cena. In effetti, come abbiamo poco sopra sottolineato, rare sono le volte in cui nel *serial* le protagoniste si trovano nello spazio della cucina. Anzi, le scene girate nelle cucine delle loro case hanno quasi sempre come protagonisti gli uomini. Il capovolgimento dei ruoli è qui reso manifesto dalla presenza della figura maschile in uno spazio tradizionalmente femminile. Sono le donne che rientrano dal lavoro e trovano il loro uomo indaffarato tra i fornelli. In un episodio, ad esempio, Samantha si ammala e si ritrova sola a dover badare a se stessa. La donna crolla emotivamente, e la sua amica Carrie tenta di consolarla mentre le prepara (in cucina) un frullato a base di sciroppo per la tosse e aranciata. La cucina diventa così lo sfondo della 'debolezza', del ritorno alla 'fragilità' femminile. Così, una volta guarita, Samantha ritorna ad essere protagonista dello spazio esterno e ad utilizzare lo spazio interno della casa solo per il sesso.

5. Conclusioni

Qualche tempo fa, proprio durante la stesura di questo saggio, un geografo americano rifletteva, durante una conversazione informale, sulla capacità onnivora della geografia di interessarsi a qualunque argomento, prendendo come caso limite la possibilità di occuparsi persino di *Sex and the City*. Questo commento, gettato come un amo nelle acque molto mosse (dalla passione intellettuale) e poco profonde (per la limitata esperienza) delle competenze di giovani studiose ci ha portato a riflettere ancora più metodicamente sul significato di un'analisi come quella che abbiamo brevemente proposto in questa sede. Perché, ma soprattutto come, rivolgere le competenze geografiche all'analisi di un *serial tv* oltre al desiderio (disdicevole?) di unire l'utile al dilettevole? La rilevanza di un'analisi geografica applicata a *Sex and the City* è rappresentata, a nostro avviso, dal ruolo chiave che i media hanno nella costruzione e nella reificazione sia dei ruoli di genere sia della loro spazializzazione, soprattutto nei casi, come quello esaminato in questa sede, in cui gli indici di ascolto e di diffusione sono estremamente elevati¹³. Ciò che ha maggiormente attirato la

¹² L'unica eccezione è rappresentata da Central Park, luogo prevalentemente deputato alle vicende romantiche, unico scampolo di "natura" concesso all'universo femminile. Una natura fortemente domesticata e femminilizzata fino ad essere ridotta a parco tematico degli stereotipi romantici: gli appuntamenti, il pic nic, la carrozza tirata dai cavalli, le passeggiate mano nella mano.

¹³ "La televisione fornisce un forum attraverso il quale gli spettatori apprendono il loro essere sociale (...) e aiuta ad integrare socialmente gli individui dimostrando i comportamenti, le idee e i valori appropriati. Può, inoltre, essere d'aiuto nella risoluzione dei conflitti provocati dal mutamento dell'identità proprio come

nostra attenzione di studiose è stata la capacità del *serial* di riuscire, a prescindere dalla verosimiglianza del contesto e delle biografie delle protagoniste, ad apparire allo stesso tempo plausibile ed audace, tanto da diventare una categoria interpretativa di riferimento per milioni di spettatori. Indipendentemente dal contesto sociale, culturale, economico e geografico. Una specie di canovaccio globale arguto e attraente di quella che dovrebbe/potrebbe essere la vita delle donne emancipate dai tradizionali ruoli di genere e dagli spazi concessi loro da secoli di consuetudine. A ben guardare, tuttavia, non si tarda ad accorgersi che l'emancipazione proposta, nonostante la sua efferata glamourizzazione, non è che il fumo negli occhi necessario a nascondere, nemmeno tanto bene, un cambiamento tutt'altro che radicale dei ruoli di genere e della loro spazializzazione. Ciò che il *serial* da un lato descrive e dall'altro legittima è un contesto in cui l'egemonia maschile si trova a fare i conti con una donna economicamente e sessualmente indipendente ed allo stesso tempo nient'affatto interessata alla possibilità di ridefinire il proprio ruolo al di fuori degli stereotipi tradizionali di eterosessualità, matrimonio e progenie: una donna al crocevia dell'emancipazione che si gode la libertà sessuale per distrarsi dal fatto che il discorso *androcentrico* non ha minimamente cambiato i suoi effetti sull'organizzazione della vita quotidiana. Nonostante si ponga come il manifesto globale dell'emancipazione femminile ed abbia avuto l'effetto di diventare il punto di riferimento per una moltitudine di donne appartenenti a contesti molto diversi fra di loro, *Sex and the city* è e rimane il concentrato di una precisa ideologia, talmente normalizzata nei paesi al momento culturalmente egemoni da essere in grado di standardizzare l'immagine di indipendenza ed emancipazione femminile e di esportarla a scala globale. *Sex and the city* non è molto di più di un grande cartellone pubblicitario: di un'identità e di uno stile di vita particolari che si traducono in un'organizzazione spaziale ed in un consumo dei luoghi consoni al mantenimento dello *status quo* ideologico a cui sottendono.

La nostra quotidiana esposizione a questi messaggi non solo fa sì che si diano per scontati i presupposti sociali radicati in ciò che ci viene proposto, ma fa anche in modo che essi non vengano riconosciuti come il frutto diretto di una precisa sfera ideologica (Rose, 2007, p. 76). La forza del discorso formulato nel *serial* risiede proprio nella sua capacità di adottare, legittimandolo, il discorso maschile e maschilista sui ruoli di genere e sull'uso degli spazi che da esso ne deriva, presentandolo come un discorso eversivo e lontano dai canoni tradizionali. Questo è possibile grazie alla naturalizzazione di una serie di stereotipi di genere che *Sex and the city* ribalta per poi riordinare e, di conseguenza, riconfermare. Gli atteggiamenti delle quattro protagoniste e le performance da loro messe in pratica, infatti, permettono alle spettatrici di legittimare modi di vita che si discostano (almeno teoricamente) dagli atteggiamenti consoni, spostando dallo spazio privato dell'interiorità a quello pubblico della condivisione (anzi, facendone quasi un elemento di distinzione) quelle pratiche normalmente sanzionate a livello sociale (masturbazione, tradimento, 'bisogno' di sesso...). Tuttavia, queste donne apparentemente liberate utilizzano "il linguaggio della politica femminista radicale solamente per raccontare di nuovo vecchie fiabe patriarcali di donne desiderose di essere travolte dall'amore" (Akass e McCabe, 2004, p. 180). Così, la spettatrice viene accompagnata mano nella mano dalle protagoniste a passeggio per New York, sentendosi anch'essa parte del 'gruppo' nonché di una ben più ampia comunità di giovani donne che sognano il successo, il potere e la possibilità di "fare sesso come un uomo". Fino alle ultime puntate.

Cosa succede alle quattro amiche che, con l'andare del tempo, hanno maturato la propria visione del mondo? Charlotte si sposa e non potendo avere figli si realizza con una bella cucciolata di cani e uno splendido appartamento su Park Avenue nel quale assestare la propria identità di casalinga di *upper class*. Miranda allenta il ritmo lavorativo per dedicarsi di più al marito e al figlio con i quali si è trasferita a Brooklyn, dove può abitare luoghi maggiormente consoni al nuovo ruolo di moglie e

accadeva al mito e al rito nelle società premoderne" Markle, 2008, pp. 55-56. La letteratura scientifica riguardante la rilevanza dei media nei processi di costruzione sociale ed identitaria è sterminata. Si vedano per esempio Brown, 1990; Kellner, 1992; Heide, 1995; Gauntlett, 2002.

di madre. Perfino la spudorata Samantha scopre la gioia di un rapporto monogamo. E Carrie? Lo sfondo delle vicende di Carrie nelle ultime puntate della sesta serie è quello di una Parigi assurda ad emblema dell'europeità, di un altrove rispetto al quale Carrie non sa più come collocarsi. Ed ecco quindi che arriva lui, il Principe Azzurro incarnato dalla figura di Mr. Big pronto a salvarla e a riportarla nel posto 'giusto': New York. Anche Mr Big, emblema dell'uomo che non vuole 'legami', capitola e decide di "andare a riprendere" Carrie, così come lo invitano a fare le tre amiche rimaste nella City. Ecco quindi che il cerchio si chiude e tutto cambia perché tutto resti uguale.

Bibliografia

- Akass K., McCabe J. (a cura di), *Reading Sex and the City*, London-New York, I.B. Tauris, 2004.
- Akass K., McCabe J., "Introduction: Welcome to the age of un-innocence", in Akass K., McCabe J. (a cura di), *Reading Sex and the City*, London-New York, I.B. Tauris, 2004, pp. 1-15.
- Arthurs J., "Sex and the City and consumer culture: Remediating postfeminist drama", *Feminist Media Studies*, 3, 2003, n. 1, pp. 83-98.
- Beauregard R., "The caos and complexity of gentrification", in Smith N. e Williams P. (a cura di) *Gentrification of the City*, Boston, Allen and Unwin, 1986.
- Bondi L., Domosh M., "On the Contours of Public Space: A Tale of Three Women", *Antipode*, 30, 1998, 3, pp. 270-289.
- Bourdieu P. *La distinzione. Critica sociale del gusto*, Bologna, Il Mulino, 1983.
- Bourdieu P., *Ragioni pratiche*, Bologna, Il Mulino, 1995.
- Brown M.E. (a cura di), *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*, Thousand Oaks, Sage, 1990.
- Bushnell C., *Sex and the City*, Milano, Mondadori, 2001.
- Butler J., *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of 'Sex'*, New York, Routledge, 1993 (tr. it. *Corpi che contano*. Milano, Feltrinelli, 1996)
- Butler J., *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, New York, Routledge, 1990 (tr. it. *Scambi di genere*, Milano, Sansoni, 2004).
- Crang M., *Cultural Geography*, Londra, Routledge, 2004.
- Dixon, D. e J.P. Jones III, "Feminist Geographies of Difference, Relation and Construction", in *Approches to Human Geography*, S. Aitken e G. Valentine (a cura di), Londra, Sage, 2006, pp. 42-56.
- Domosh M., Seager J., *Putting women in place: feminist geographers make sense of the world*, New York, Guilford Press, 2001.
- Foucault M., *L'archeologia del sapere*, Milano, Rizzoli, 1971.
- Gauntlett, D., *Media, Gender and Identity: An Introduction*, Londra-NewYork, Routledge, 2002.
- Gerhard J. "Sex and the City: Carrie Bradshaw's queer postfeminism", *Feminist Media Studies*, 5, 2005, n. 1, pp. 37-49.
- Grasso G., "Single, sì: ma non per sempre", *Cosmopolitan*, 2008, n. 5, pp. 223-231.
- Grochowski T., "Neurotic in New York: the Woody Allen touches in *Sex and the City*" in Akass K., McCabe J. (a cura di), *Reading Sex and the City*, London-New York, I.B. Tauris, 2004, pp. 149-160.
- Harvey D., *Social justice and the city*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1973.
- Heide M.J., *Television Culture and Women's Lives*, Philadelphia, University of Pensilvanya Press, 1995.
- Hillier B., Hanson J., *The Social Logics of Space*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984.
- Kellner D., "Popular culture and the construction of postmodern identities" in Lash S., Friedman J. (a cura di), *Modernity and Identity*, Oxford, Basil Blackwell, 1992, pp. 145-194.

- Knox P., "The restless urban landscape" in Minca C. (a cura di), *Introduzione alla Geografia Postmoderna*, Padova, Cedam, 2001, pp. 261-294.
- Markle G., "'Can Women Have Sex Like a Man?': Sexual Script in *Sex and the City*", *Sexuality and Culture*, 12, 2008, pp. 45-57.
- Massey D., *Spatial Division of Labour: Social Structures and the Geography of Production*, London, Macmillan, 1984.
- Minca C., "Postmoderno e geografia", in Minca C. (a cura di), *Introduzione alla Geografia Postmoderna*, Padova, Cedam, 2001, pp. 1-84.
- Richards H., "*Sex and the City*: A visible flaneuse for the postmodern era" *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 17, 2003, n. 2, pp. 147-157.
- Rose G., *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, Sage, Londra, 2007.
- Sack R.D., "The consumer's world: Place as context", *Annals of the Association of American Geographers*, 1988, 78, 642-665.
- Spain D., *Gendered spaces*, Chapel Hill, University of North Carolina Press, 1992.
- Stern D. M., "Role Model and the City?: Viewers Respond to *Sex and the City*" saggio presentato alla conferenza annuale dell'*International Communication Association*, New York City, 2008, <http://www.allacademic.com/meta/p11714_index.html>.
- Wiegman R., "Interchanges: Heteronormativity and the desire for gender", *Feminist Theory* 7, 2006, n. 1, pp. 89-103.