



# Umberto Eco

## Apocalittici e integrati

Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa



SERVICIO TÉCNICO LABORATORIO DE IDIOMAS

BOMPIANI

## Table of Contents

[Trama](#)

[Autore](#)

[Collana](#)

[Frontespizio](#)

[Copyright](#)

### [APOCALITTICI E INTEGRATI](#)

[Apocalittici e integrati: la cultura italiana e le comunicazioni di massa](#)

### [APOCALITTICI E INTEGRATI](#)

[Prefazione](#)

[ALTO, MEDIO, BASSO](#)

[Cultura di massa e “livelli” di cultura](#)

[La stuttura del cattivo gusto](#)

[Lettura di “Steve Canyon”](#)

### [I PERSONAGGI](#)

[L'uso pratico del personaggio](#)

[Il mito di superman](#)

[Il mondo di Charlie Brown](#)

### [I SUONI E LE IMMAGINI](#)

[La canzone di consumo](#)

[La musica e la macchina](#)

[La musica, la radio e la televisione](#)

[Appunti sulla televisione](#)

### [APOCALITTICI E INTEGRATI](#)

[I nichilisti fiammegianti](#)

[Da Pathmos a Salamanca](#)

[Sulla fantascienza](#)

[Strategia del desiderio](#)

[Il nostro mostro quotidiano](#)

[Note](#)

Quando questo libro è apparso in prima edizione nel 1964 “Apocalittici e integrati” era solo un titolo. Da allora è diventata una espressione di uso corrente, una opposizione quasi proverbiale. Quando il libro è apparso, applicare strumenti di indagine rigorosa ad argomenti come il fumetto, la canzone di consumo, la narrativa popolare, suonava, alle orecchie di molti, quasi oltraggioso: oggi nessuno potrebbe avanzare alcun dubbio sul fatto che l’enorme diffusione dei mezzi di comunicazione di massa abbia trasformato il cuore della nostra società, ne abbia permeato l’ideologia, e fornisca a tutti strumenti che fanno ormai parte del modo di parlare e di pensare quotidiano. Molti di questi saggi sono entrati nelle bibliografie internazionali sull’argomento, anche se alcuni risentono del clima e della problematica di quegli anni.

## **UMBERTO ECO**

È nato ad Alessandria nel 1932. È ordinario di Semiotica e Presidente della Scuola Superiore di Studi Umanistici presso l'Università di Bologna. Tra le sue opere di saggistica si ricordano: *Opera aperta* (1962), *La struttura assente* (1968), *Trattato di semiotica generale* (1975), *Lector in fabula* (1979), *Semiotica e filosofia del linguaggio* (1984), *I limiti dell'interpretazione* (1990), *La ricerca della lingua perfetta* (1993), *Kant e l'ornitorinco* (1997), *Sulla lettura* (2002) e *Direi quasi la stessa cosa. Esperienze di traduzione* (2003). Ha curato i volumi illustriati *Storia della Bellezza* (2004) e *Storia della Bruttezza* (2007).

TASCABILI BOMPIANI 26



UMBERTO ECO  
APOCALITTICI E INTEGRATI

SAGGI  
TASCABILI

© 1964/2008 RCS Libri S.pA.  
Via Mecenate 91 - 20138 Milano

ISBN 978-88-58-70361-8

Prima edizione digitale 2011 da  
IX edizione Tascabili Bompiani gennaio 2008

Realizzazione editoriale: studio g.due s.r.l.

In copertina:  
*Andy Warhol, Do-It-Yourself (Flowers), 1962.*  
Progetto grafico: Polystudio

Visita il sito [www.bompiani.eu](http://www.bompiani.eu) e diventa [fan di Bompiani](#) su Facebook

Quest'opera è protetta dalla Legge sul diritto d'autore.  
È vietata ogni duplicazione, anche parziale, non autorizzata.

# APOCALITTICI E INTEGRATI

## APOCALITTICI E INTEGRATI: LA CULTURA ITALIANA E LE COMUNICAZIONI DI MASSA

### **Le reazioni degli apocalittici e degli integrati. Allora**

*Un discorso su Apocalittici e integrati e il modo in cui viene accolto nel 1964 è interessante proprio perché con questo libro (malgrado il taglio provocatorio e una serie di analisi originali) l'autore non pensava di dire nulla di nuovo, bensì di fare il punto su di un dibattito ormai maturo. Un dibattito su cui esistevano tanti testi in tutto il mondo (e basta scorrere le note a piè di pagina, in cui si rimandava anche a pregevoli studi già apparsi in Italia) e che anche nel nostro paese stava ormai dando origine a una serie di iniziative di ricerca e di didattica negli ambienti universitari più avanzati.*

*Eppure questo libro ha successo e suscita una serie massiccia di polemiche (nonché l'adozione dell'espressione "apocalittici e integrati" come slogan da allora in poi corrente) proprio perché sembra cogliere di sorpresa una fascia della cultura italiana.*

*Il documento forse più tipico è una recensione di Pietro Citati (Il giorno, 14.10.64) intitolata "La Pavone e Superman a braccetto di Kant". Se il titolo è sbarazzino, il contenuto dell'articolo è preoccupato: il libro è detto spiritoso e intelligente, ma si lamenta che mentre "in ogni buona ricerca scientifica la materia studiata sceglie i propri strumenti, che si identificano perfettamente con essa... Eco, quasi volesse farsi perdonare l'umiltà del proprio argomento, cita senza ragione Husserl, Kant e Bal trušaitis". Sorvoliamo sull'idea che gli strumenti di analisi di una materia si devono identificare con essa, come se uno studio di criminologia dovesse procedere a coltellate e Kant potesse essere usato solo quando si parla di filosofia (che sarebbe poi rendergli un servizio alquanto umiliante): il fatto è che l'autore dell'articolo vede con molto sospetto questo uso degli strumenti della cultura Alta per spiegare e analizzare la cultura Bassa. "Questo ampliamento di orizzonti rivela un presupposto evidente: tutte le cose sono egualmente degne di considerazione, Platone e Elvis Presley appartengono allo stesso modo alla storia." Infatti il presupposto era evidente, ma a Citati non piaceva, perché questo gli appariva come il coronamento degli ideali segreti della cultura di massa: "Non so se questi ideali corrano il pericolo di realizzarsi. Ma se questo accadesse, fra pochi anni la maggior parte degli intellettuali italiani produrrà films, canzoni e fumetti; i più geniali insinueranno nelle proprie poesie qualche verso di Celentano... mentre su tutte le cattedre universitarie, giovani docenti analizzeranno i fenomeni della cultura di massa... e forse tutti noi stiamo già vivendo solo per consentire statistiche sempre più perfezionate, analisi sempre più esaurienti, o denunce furiose." Il brano era mirabilmente profetico: oggi, un buon numero di intellettuali italiani produce film e canzoni, i poeti compongono collages coi versi di Celentano, nelle università abbondano le tesi sui fumetti e il brano di Citati si rivela interessante solo perché consente un'analisi sulla situazione dell'intellettuale italiano nel 1964.*

*Ma l'analisi sarà ancora più esauriente se si considererà che il brano, benché si volesse profetico, in realtà era inconsciamente cronachistico: infatti già nel 1964 Calvino e Fortini scrivevano da tempo canzoni, Pasolini e Robbe-Grillet facevano film, i poeti Novissimi componevano con spezzoni di linguaggio massificato e alla facoltà di magistero di Roma il compianto Romano Calisi, incoraggiato dal pedagogista Luigi Volpicelli, istituiva un archivio nazionale del fumetto.*

*Il libro di Eco rappresentava esattamente la presa di coscienza della nuova situazione: ma, come si è detto, prendeva di sorpresa i meno informati, e suscitava una serie di articoli su quotidiani e settimanali, che lietamente o cupamente trasecolavano con titoli come: "Mandrake entra all'università" (ABC), "Dall'estetica a Rita Pavone" (Paese sera), "Da Joyce a Rita Pavone" (Il punto), "Anche i fumetti hanno il sangue blu" (Oggi), "Passaporto culturale per Mandrake e Topolino" (Lo specchio), "Anche l'hully gully diventa 'messaggio'" (Il giorno), "Per fortuna c'è Superman" (Il Resto del Carlino), "I fumetti entrano nelle università come impegnativa materia di studio" (La Gazzetta del Popolo), e così via. Si noti che in quasi tutti questi articoli l'espressione "fumetti" viene sempre scritta tra virgolette (non è ancora una buona parola della lingua italiana) e si noti soprattutto come la cosa che colpiva maggiormente l'immaginazione del recensore era proprio che si studiassero i fumetti; quando, nell'economia del libro essi ne occupavano meno di un quarto, mentre venivano discussi i problemi della televisione, della letteratura piccolo-borghese, della musica registrata, del romanzo popolare nei secoli scorsi.*

*Ma persino il Times Literary Supplement, che interveniva sul libro con esemplare puntualità, rivelava lo shock indulgendo a una immagine di prima pagina allora davvero inconsueta per questa rivista: un cane da fumetto, sia pure ricopiatato da Lichtenstein, che faceva "sniff sniff, arrrrff!"*

*Naturalmente non tutti questi articoli erano provinciali come il loro titolo redazionale; ed altri ne apparivano con titoli più "critici" e meditati. Tutti discutevano l'opposizione tra moralisti apocalittici e ottimisti integrati, ma in alcuni il problema delle comunicazioni di massa veniva approfondito in chiave più decisamente politica.*

*Escludendo pertanto le reazioni meramente scandalistiche, possiamo dividere i recensori tra conservatori amareggiati e progressisti in tensione. Dei conservatori amareggiati ci sarebbe poco da dire, la loro reazione era prevista proprio dal libro. Si trattava piuttosto, per essere conservatore intelligente, di far propria la polemica contro gli apocalittici ingenui e di riproporre, lodando il libro, una posizione apocalittica più sfumata. È quello che fa A.G. Solari (ritenuto unanimemente lo pseudonimo di Giose Rimanelli) su Lo specchio ("Passaporto culturale per Mandrake e Topolino", 6.9.64). L'articolo legge il libro con simpatia e complice arguzia, e situa Eco tra gli assertori della Ragione: veleno in coda, l'accusa di illuminismo era in quei tempi dura da sopportare – da sinistra. Era, storicamente parlando, una accusa di destra, ma non erano ancora venute fuori le edizioni Rusconi a restaurare i classici della tradizione antilluministica e attaccare su Lo specchio superando l'autore a sinistra era una bella mossa. In questa garbata condanna l'autore veniva svelato per quel che era, un paladino delle Avanguardie (si ricordasse Opera aperta!) le quali sono notoriamente l'altro volto della cultura di massa. Il che a pensarci bene, era la posizione dell'adornismo di allora, che arrivava da Francoforte attraverso la mediazione conservatrice di Elémire Zolla (uno dei bersagli polemici di Apocalittici) e in questa forma veniva assunto da molti a sinistra. Coerente come al solito appariva invece Montale: pronto ad affrontare curioso la novità, pronto a dichiararsene inquieto, pessimista ma non dogmatico. Il titolo del suo corsivo sul Corriere della sera (2.8.64) era "Di bene in*

*meglio”; d'accordo con l'autore che i mezzi di massa esistono e occorre dominarli e piegarli a fini umani. Ma quali sono i fini dell'uomo? “Qui si naviga nel buio.” Non drammatizziamo, anche il telefono si diceva che avrebbe nociuto all'intimità familiare e poi abbiamo digerito anche quello. Tanto vale dire che la vita è una corrente che va dove va e ci si può benissimo integrare. Per il resto vegliano silenziosi e impopolari gli apocalittici, consapevoli della loro condizione di protestatari “contro i mezzi e pur dentro i mezzi”. Ma “probabilmente la guerra fredda pro e contro i mass media tra qualche decennio apparirà priva di senso. Nessuna rivoluzione sociale muterà sostanzialmente il volto tecnico-meccanico del mondo”.*

*Interessante invece la reazione di una parte della cultura marxista che proprio in quegli anni si apriva a una considerazione più attenta di questi fenomeni sostituendo un atteggiamento realistico e analitico all'adornismo di riporto. Mario Spinella in Rinascita (3.10.64: “Apocalittici e integrati”) legava la polemica contro la cultura aristocratica alle riflessioni gramsciane e faceva proprio il punto di partenza del libro e cioè la polemica di Marx e Engels contro Bruno Bauer. Muoveva a Eco il rimprovero di non avere dato spazio al problema dell'ambito socio-economico entro cui si muovono i mezzi di comunicazione di massa, cercava di spiegare le ragioni per cui Eco privilegiava una analisi delle strutture testuali, lo richiamava allo sfondo storico dei prodotti analizzati, riteneva tuttavia questo tipo di “strutturalismo” più criticamente consapevole dei propri limiti che non quello di origine francese e valutava infine il libro di Eco come “il meglio che sia stato scritto sinora sull'argomento” anche “per la tensione del suo discorso più recente nei confronti del marxismo”. Su Mondo Nuovo, il settimanale del PSIUP, Francesco Indovina affermava che “soltanto con apporti di questo tipo... sarà possibile condurre un'azione coerente per trasformare il fenomeno in una positiva esperienza critica delle ‘masse’. L'approccio di Eco ci pare importante per questa volontà di saldare le condizioni economiche, politiche e sociali del fenomeno con la struttura stessa del messaggio di massa: se, infatti, manca tale relazione ci pare vi sia il rischio di girare a vuoto, lasciando libero campo ai manipolatori”.*

*Col titolo “Una terra ancora vergine per gli studiosi italiani” Vittorio Spinazzola valutava il libro in Vie Nuove (10.12.64). Gli rimproverava una certa occasionalità nei criteri di raccolta, ne lamentava le debolezze teoriche, l'oscillazione tra la pura descrizione e il tentativo di cogliere le formidabili implicazioni ideologiche ed economiche di questi problemi, ma lo giudicava in definitiva un'opera pionieristica in cui l'autore assumeva “spavalivamente i rischi che essa comporta”.*

*Le ore libere, dell'ARCI, pubblicava in tre numeri successivi un dibattito di toni diversi a cui prendevano parte Rossana Rossanda, Luciano Paolicchi, Franco Fortini, Mario Spinella, Gianni Toti, Pietro A. Buttitta, Mino Argentieri, Walter Pedullà, Nanni Saba. Si andava da chi diceva “né apocalittici né integrati” a chi confessava di aver letto qualche albo di Gordon (ma si trattava di “uno di quei peccati veniali che non si confessano neppure”), a prese di posizione più meditate. Ma in definitiva questo dibattito era abbastanza rappresentativo di tutta la varietà di posizioni, non teoricamente omogenee, tipiche della sinistra marxista sull'argomento; e più significativo ancora era il fatto che il tema venisse discussso a fondo da tante firme rappresentative.*

*Sull'Avanti! (3.10.64) Walter Pedullà definiva Eco, nella sua posizione di terzaforzismo tra apocalittici e integrati, come “un realista che accetta il dialogo e fa concessioni per non perdere tutto. E il suo libro è una sorta di splendido memoriale di Yalta sulla cultura di massa”.*

*Tra i consensi sarà curioso registrare un articolo di Oreste del Buono (“Teorie serie su problemi*

*frivoli”, La Settimana Incom, 30.8.64) in cui tra i pochi rimproveri si contesta a Eco di essere “forse un po’ troppo benevolo” con Charlie Brown – severità compromettente per chi avrebbe poi diretto Linus, ma questo è proprio il bello di queste rivisitazioni di vecchie recensioni. Tra i netti dissensi un articolo di Michele Rago sull’Unità. (29.11.64: “Cultura di massa e cultura della massa”) che rimprovera al libro superficialità e occasionalità, abili colpi di prestidigitazione polemica – anche se si condivide gran parte degli interessi di fondo; e uno molto irritato di Gianfranco Corsini (Paese Sera, 19.9.64) che, già recensore entusiastico di Opera aperta, ora rimprovera a Eco di avere tentato qui di fondere, in modo raccogliticcio, i moduli di quel primo libro con quelli dei pastiches di Diario minimo, con risultati non proprio felici. Infine un pezzo di Enzo Siciliano su La Fiera Letteraria (27.9.64) dove col titolo “Cominciar bene non basta” svolge un discorso a tre risvolti. Un esordio laudativo contemplato da un indulgente “D’accordo, d’accordo, d’accordo”; una serie di obbiezioni al filone “illuministico” che sembrano di stampo tradizionalista; e un richiamo all’analisi storica e, implicitamente, alla pratica sociale, che fanno terminare l’articolo abbastanza “a sinistra”. Col che siamo ai primi mesi dopo la pubblicazione. Poi gradatamente arrivano le recensioni sulle riviste specializzate. Ma ormai il libro ha decollato: una serie di edizioni, due traduzioni integrali e altre a spezzoni (come l’autore ci dice, non ha mai considerato questo libro un’opera organica e ha preferito consentire solo traduzioni di saggi isolati) e uno slogan, che continua ad essere impiegato, spesso senza più ricordare da dove venga.*

### **Le reazioni dell’autore. Adesso**

*“Ogni volta che si trattava di rifare un’edizione di questo libro cercavo di impedirla, e per due ragioni. Perché era nato per caso, come del resto molti critici si sono accorti; e perché su questi argomenti ogni mattina ci si sveglia e le cose sono cambiate, bisognerebbe riscrivere tutto. Questo spiega perché un libro come Opera aperta l’ho praticamente rifatto, la Struttura assente cambiava forma ad ogni nuova traduzione, mentre Apocalittici l’ho sempre lasciato ripubblicare così com’era. E ho sempre accettato di ripubblicarlo perché i librai mi dicevano che la gente lo chiedeva. Non si può cancellare il proprio passato, come il dittatore di 1984: e dunque ecco qui, così pensavo nel 1964. E se oggi fosse il 1964, probabilmente ripubblicherei lo stesso libro. Ogni società culturale ha le ‘novità’ che si merita.*

*“Come nasce Apocalittici? I fenomeni di costume, la cultura popolare, il romanzo poliziesco, il fumetto erano vecchie passioni mie. Solo che vi dedicavo articoli di giornale e pezzi ‘divertenti’ come quelli di Diario minimo, che allora pubblicavo su Il Verri. Nel 1959 vi scrivevo una ‘Estetica dei parenti poveri’ in cui elencavo, col tono di chi dice paradossi, tra le ricerche possibili: evoluzione del tratto grafico da Flash Gordon a Dick Tracy; esistenzialismo e Peanuts; gesto e onomatopea nel fumetto; schemi standard di situazioni narrative; influenza dell’eco magnetica nell’evoluzione della vocalità dopo i Platters; uso estetico del telefono; estetica della partita di calcio. Su tutti questi temi ora sono stati scritti dei libri. Uno, quello sulle situazioni standard, era stato scritto tanti anni prima da Propp, ma io nel 1959 non lo sapevo.*

*“Sui problemi della televisione avevo già fatto una comunicazione al congresso internazionale di*

*estetica del 1956, sui personaggi ‘topici’ della narrativa popolare avevo scritto sulla Rivista di Estetica nel 1958. Ma erano tutti interessi marginali. Piuttosto ero stato stimolato da un libro che rifiutavo in blocco ma che resterà il bersaglio palese o occulto di Apocalittici: ed era L’eclissi dell’intellettuale di Elémire Zolla. In fondo, sia pure in negativo, aveva aperto in Italia il discorso sulla cultura di massa.*

*“Credo però che la rivelazione mi sia venuta tra il 1961 e l’inizio del 1962. Invitato a partecipare al simposio su demitizzazione e immagine da Enrico Castelli, presso l’Istituto di Studi Filosofici di Roma, mi preoccupò perché vi parteciperanno mitologi illustri come Kerényi, studiosi di ermeneutica filosofica come Ricoeur, teologi protestanti, storici delle religioni, gesuiti e domenicani, filosofi in ordine sparso. Che gli dico? Penso che il problema del mito e dell’immagine non è soltanto un appannaggio delle epoche primitive e classiche. Ho in un armadio due o trecento copie degli albi originali con le storie a colori di Superman e penso che in fondo è un mito del nostro tempo, non esprime una religione ma una ideologia... Insomma, arrivo a Roma e inizio la relazione posando sul tavolo la mia pila di fumetti di Superman. Che faranno, mi cacciano? Nossignore, mi scompaiono metà dei fumetti, vuoi vedere che con l’aria di esaminarli, quegli abati con le maniche larghe li fanno sparire come niente? A parte questo (che era un segno del cielo) ne nasce una discussione e mi convinco che il tema è da riprendere.*

*“E proprio in quell’anno leggo *L’esprit du temps* di Edgar Morin, il quale dice che per poter analizzare la cultura di massa bisogna segretamente divertirvisi, non puoi parlare del juke box se ti fa schifo infilarci la monetina... Perché allora non usare i miei fumetti e i miei libri come oggetto di lavoro?*

*“D’altra parte nel 1961 Aldo Visalberghi stava preparando una serie di numeri della Rivista Pirelli sulla televisione (‘Verso una civiltà della visione?’: devo dire, all’epoca, il contributo più approfondito sull’argomento) e, richiesto di collaborare, lavoro come un matto leggandomi tutto quanto aveva prodotto in quel campo la sociologia americana. Tanto che scrivo decine di cartelle che poi Visalberghi non utilizza tutte, perché su quelle cose aveva già scritto un altro collaboratore. Ma in quel saggio inserisco come puro esempio la ‘Fenomenologia di Mike Bongiorno’, che poi diventa un soggetto a sé. Poi nel 1963 la rivista *De Homine* pubblica un numero unico monstre sulla cultura di massa, e questo mi stimola a stendere un lungo regesto che poi è il primo capitolo di Apocalittici. E nel 1961 Gilbert Cohen-Séat aveva organizzato a Milano un convegno sulla civiltà visiva e io lo avevo trascinato nel 1962 in Bompiani a preparare con Sergio Morando quello che sarebbe stato l’Almanacco 1963, ‘Civiltà dell’immagine’. Poi durante il mio viaggio di nozze, nel 1962, ero capitato a Grosseto per un simposio sulla televisione, contestato a sinistra da Armando Plebe e dall’Altrove Assoluto da Achille Campanile, il quale ebbe in quell’occasione una delle sue battute memorabili: che leggere il giornale al mattino e cercarne poi conferma nel Telegiornale della sera era come inviare una lettera concludendo ‘segue telegramma’. “Insomma, per dire, tutta una serie di interessi che mi portavano a scrivere varie cose. Mentre negli ambienti universitari cominciavano a farsi strada le prime analisti della comunicazione di massa: io tengo un corso libero a Torino tra la fine del 1963 e il 1964 su ‘estetica e comunicazioni di massa’, dove svolgo quelli che poi saranno i temi di Apocalittici, ma qualcosa non funziona, forse viene troppa gente alla lezione che poi è solo un corso libero (so che da allora all’università di Torino non ci ho più rimesso piede) e finisce che con gli studenti ci riuniamo di sera in un centro sociologico distaccato dall’università, e riesaminando gli appunti dell’epoca mi*

*accordo che c'era tra gli studenti anche Guido Viale, e si facevano analisi delle strutture narrative delle novelle dei settimanali femminili. Le vie del Signore...*

*“Ma si vede che la questione è nell’aria, perché viene bandito un concorso a cattedra dal titolo assurdo: Pedagogia e psicologia delle comunicazioni di massa (perché mettere solo teoria delle comunicazioni di massa non sembrava ancora abbastanza accademico) ed è logico che poi il concorso sia andato a vuoto, perché non c’era nessun concorrente che fosse psicologo, massmediologo e pedagogista a un tempo, ma insomma, io penso, perché non provo? E siccome ci vogliono le pubblicazioni, metto insieme tutti i saggi e gli articoli che avevo scritto sull’argomento (ecco perché molti recensori hanno trovato il libro raccoglitticcio, sfido io) e li mostro a Bompiani. Benissimo, dice lui, come si intitola? Beh, dico io, qualcosa come Psicologia e pedagogia delle comunicazioni di massa. Ma lei è matto – e aveva ragione, poverino. Diciamo allora: il problema della cultura di massa. Non mi faccia ridere. (È inutile, stavo sperimentando le leggi dell’industria culturale.) Bene, dice Bompiani, mi lasci rivedere i saggi. E va a cadere sull’ultima sezione, che raccoglieva articoli di giornali, e che avevo intitolato ‘Apocalittici e integrati’. Ecco, fa Bompiani, ecco il titolo (come San Giuseppe quando il Re Magio inciampa, cade e bestemmia e lui dice ‘ecco un bel nome per il bambino!’). Ma non c’entra niente col resto del libro, dico io. C’entra, dice lui. Ma non è sviluppato abbastanza, dico io. E lo sviluppi, dice lui. Ed ecco il perché dell’introduzione, che poi è un saggio vero e proprio e svolge il tema dell’opposizione tra apocalittici e integrati. Han proprio ragione gli apocalittici, così si ‘confezionano’ i libri.*

*“Come scriverei oggi questo libro? Lo dicevo nella prefazione del 1964, fare la teoria delle comunicazioni di massa è come fare la teoria di giovedì prossimo. Basta pensare che in quegli anni uscivano inchieste sociologiche sul futuro dei giovani in cui si pronosticava una generazione disinteressata della politica, volta a una buona posizione, un matrimonio tranquillo, una casetta e un’utilitaria.*

*“Nel 1974 il libro è stato ristampato nella collana economica ‘I satelliti’ (tra l’altro eliminando per ragioni economiche una serie di scritti che nell’attuale edizione vengono invece reintegrati) e, tanto per aggiornarlo, vi premettevo le osservazioni che seguono. Le riporto perché, come vedremo, anch’esse sono in parte superate.*

Cosa è cambiato nel frattempo? Anzitutto, questi temi non risultano più così offensivi ed eccentrici come apparve allora a molta cultura benpensante: lo studio sempre più approfondito dei fenomeni di comunicazione di massa si è diffuso oggi in Italia sia a livello scientifico che a livello di azione educativa e politica; e non ci spiace pensare che questo libro abbia contribuito, tra altri fattori, a incrementare questo tipo di interessi. Di conseguenza molte delle ricerche che qui erano soltanto prefigurate, sono diventate realtà, e la bibliografia andrebbe quindi ampiamente aggiornata.

Nel generale affinamento dei metodi, si sono fatti strada gli strumenti semiotici (che qui venivano abbozzati nel saggio sul cattivo gusto); strumenti che ho poi applicato nei miei studi sul messaggio televisivo, sulle strutture narrative nei romanzi di Fleming, sui rapporti tra retorica e ideologia ne *I Misteri di Parigi* di Sue, sulla stampa quotidiana, nelle analisi della pubblicità apparse ne *La struttura assente* (1968) e *Le forme del contenuto* (1971).

Quanto ai temi centrali di *Apocalittici e integrati*, sono emerse nel frattempo alcune conferme:

una enorme serie di ricerche sul fenomeno della ricezione ha ormai stabilito i limiti delle ricerche di contenuto e delle analisi teoriche attuate sui messaggi, introducendo quella vasta dimensione semiotica costituita dalla variabilità dei codici di destinazione, che deformano e flettono in vari modi i significati originali dei messaggi stessi. Quindi, se in questo libro circolava ancora la persuasione “illuministica” di una auspicabile azione culturale per il miglioramento dei messaggi, oggi propenderemmo maggiormente per una azione politica che aggredisca i messaggi – così come sono – nel momento in cui vengono “letti” (trasformando quella che era la strategia riformistica delle comunicazioni in una continua guerriglia della ricezione), o per una decisa azione di informazione alternativa, quale si è manifestata dal 1968 in avanti. Per cui avverto come piuttosto dattate e possibilmente ingenue certe osservazioni del saggio “Alto, medio, basso” sul protagonismo degli operatori culturali come “funzionari dell’umanità”. Non perché non esista *anche* quella strada, ma perché non esiste *solo* quella strada. E altre forme di protagonismo meno corporativo sono venute alla luce. La presa della parola non è stata soltanto uno slogan. Tutto questo però rende ancora più valida – mi pare – la polemica contro la nozione indifferenziata di “massa” o di “uomo massa”. Anche se a questo proposito il libro oggi dovrebbe tener conto di due posizioni così vicine ed opposte tra loro, solo apparentemente riconducibili alla dicotomia, ormai tradizionale, tra “apocalittici e integrati”; e si allude alle posizioni di Marcuse e di McLuhan.

Tuttavia, di fronte a chi vede l’industria della comunicazione nella società tecnologica avanzata come una massiccia operazione di appiattimento unidimensionale degli utenti, e a chi vede la nascita di un nuovo villaggio globale, dove una sensibilità rinnovata si nutre ottimisticamente non dei contenuti ma della forma stessa e della allucinante molteplicità dei messaggi, ci sembra che rimanga valida (e confermata dai fatti) una delle ipotesi che attraversano tutto questo libro: un accrescimento quantitativo della informazione, per disordinato e oppressivo che appaia, può produrre risultati imprevisti, secondo la legge per cui nella circolazione delle idee non vi è neutralizzazione riformistica: bensì ogni accrescimento culturale – qualsiasi sia il progetto ideologico che lo determina – produce esiti che, in dialettica con circostanze date, vanno molto al di là delle previsioni degli strateghi o degli studiosi della comunicazione.

Quanto è successo dal maggio 1968 ad oggi dimostra che la civiltà delle comunicazioni non produce necessariamente né l'uomo unidimensionale né il selvaggio beatamente allucinato del nuovo villaggio globale: in luoghi e momenti diversi, rispetto a destinatari diversi, lo stesso tipo di bombardamento comunicativo può produrre o l'assuefazione o la rivolta. Il che non ci deve indurre ad abbandonarci al libero mercato della comunicazione e alla sua liberale saggezza, ma ad approfondirne i meccanismi per farne poi esplodere le contraddizioni attraverso pratiche alternative, sia dal di dentro che dal di fuori.

Poiché sono arrivato a *oggi* a queste conclusioni solo dopo aver scritto *ieri* questo libro, si può dunque pensare che la lettura di queste pagine possa offrire al nuovo lettore, anche là dove esse andrebbero integrate, riscritte o rifiutate, gli strumenti concettuali e il materiale esemplificativo per un suo *iter* personale.

“Ebbene, devo ricorreggere le mie impressioni del 1974: allora quasi mi vergognavo del fatto che nel

*1964 auspicassi una sorta di intervento dall'interno, di bonifica dell'industria culturale da parte dei suoi stessi operatori. Ma negli ultimi anni sono intanto successe altre cose. La riscossa dei giornalisti, per esempio, che sono riusciti a imporre un controllo democratico sulle decisioni delle direzioni e delle proprietà. Poco, ma moltissimo se lo si commisura alla situazione del 1964. I mutamenti avvenuti nella radiotelevisione. Facile per i giovani oggi vederla come espressione dell'ideologia dominante. Dovevano vederla negli anni sessanta. Telegiornali in concorrenza ideologica erano una cosa inimmaginabile quando scrivevo questo libro. E infine la nascita delle radio alternative, un nuovo modo di usare i mezzi di massa.*

*"Apparentemente la generazione del sessantotto aggrediva la civiltà dei mass media in un'ottica 'marcusiana' abbastanza vicina agli apocalittici del mio libro, che avevano generato dunque dei seguaci 'popolari' e non aristocratici; ma la stessa generazione, esasperando la tematica apocalittica, spinge a destra gli apocalittici di vecchia leva, o meglio ne rivela quella matrice aristocratica che io già denunciavo: e si veda la parabola di Horkheimer. Contemporaneamente, armata di camera portatile e videotape, elaborando slogan, cartelloni, murales, svolge i propri discorsi con gli strumenti stessi delle comunicazioni di massa, scoprendo che gli stessi mezzi tecnici possono essere usati per fare discorsi diversi. E il fumetto? Chi potrebbe dire oggi che non può essere piegato a fini critici? Se mai assistiamo a una inflazione di fumetti 'rivoluzionari'..."*

*"È che il territorio si modifica, dal di dentro e dal di fuori. E se si scrivono libri sulle comunicazioni di massa bisogna accettare che siano provvisori. E che magari perdano e riacquistino d'attualità nello spazio di un mattino.*

*"Ma in fondo se questo libro mi interessa, ancora è per altre ragioni: è che mi ha aperto definitivamente la strada agli studi semiotici. Con *Opera aperta* avevo studiato il linguaggio delle avanguardie; con Apocalittici studiavo il linguaggio del loro opposto (o, come altri diranno, del loro fatale complemento). Ma di fronte a due fenomeni così apparentemente divaricati, in cui i linguaggi venivano utilizzati in modi così diversi, avevo bisogno di un quadro teorico unificante. E questo quadro mi si fa chiaro proprio mentre lavoro sul saggio sul Kitsch, dove inizio a utilizzare la linguistica jakobsoniana. E in questa prospettiva i saggi che sarei pronto a ricuperare senza troppe correzioni sono quello su Steve Canyon (con un'analisi più tecnica, naturalmente), quello sul Kitsch, quello sull'uso pratico del personaggio e quello su Superman.*

*"Per quanto concerne il senso generale del libro, forse ciò che lo renderà ancora leggibile è proprio l'aspetto che ha indotto tanti recensori a domandarsi se io fossi apocalittico o integrato, dando le risposte più divergenti, e non ho ancora capito se è perché ero ambiguo, perché ero problematico o perché ero dialettico. O se erano loro a non essere nessuno dei tre e avevano bisogno di risposte a tutto tondo, o bianco o nero, o sì o no, o giusto o sbagliato. Come se fossero stati inquinati dalla cultura di massa."*

## **APOCALITTICI E INTEGRATI**

## PREFAZIONE

È profondamente ingiusto sussumere degli atteggiamenti umani – in tutta la loro varietà, in tutte le loro sfumature – sotto due concetti generici e polemici come quelli di “apocalittico” e “integrato”. Certe cose si fanno perché la titolazione di un libro ha le sue esigenze (si tratta, lo vedremo, di industria culturale, ma cercheremo appunto di dire come questo termine vada assunto in una accezione il più possibile decongestionata); e si fanno anche perché, se si vuole impostare un discorso introduttivo ai saggi che seguiranno, occorrerà fatalmente identificare alcune linee metodologiche generali: e per definire ciò che *non* si vorrebbe fare, risulta comodo tipicizzare all'estremo una serie di scelte culturali, che naturalmente andrebbero analizzate in concreto e con maggiore serenità. Ma questo è compito dei vari saggi e non di una introduzione. D'altra parte a coloro che definiamo come apocalittici o integrati, rimproveriamo proprio di avere diffuso dei concetti altrettanto generici – dei “concetti feticio” – e di averli usati come teste di turco per polemiche improduttive o per operazioni mercantili di cui noi stessi quotidianamente ci nutriamo.

Tanto è vero che per definire la natura di questi saggi, per poterci fare intendere preliminarmente dal lettore, anche noi siamo obbligati a ricorrere a un concetto generico e ambiguo come quello di “cultura di massa”. Tanto generico, ambiguo e improprio, che proprio ad esso si deve lo sviluppo dei due tipi di atteggiamenti ai quali (con ingenerosa ma indispensabile vis polemica) stiamo muovendo alcune contestazioni.

Se la cultura è un fatto aristocratico, la gelosa coltivazione, assidua e solitaria, di una interiorità che si affina e si oppone alla volgarità della folla (Eraclito: “Perché volete trarmi d'ogni parte o illetterati? Non per voi ho scritto, ma per chi può capirmi. Uno vale per me centomila, e nulla la folla”), allora il solo pensiero di una cultura condivisa da tutti, prodotta in modo che si adatti a tutti, e elaborata sulla misura di tutti, è un mostruoso controsenso. La cultura di massa è l'anticultura. Ma siccome nasce nel momento in cui la presenza delle masse nella vita associata diventa il fenomeno più evidente di un contesto storico, la “cultura di massa” non segna una aberrazione transitoria e limitata: diventa il segno di una caduta irrecuperabile, di fronte alla quale l'uomo di cultura (ultimo superstite della preistoria destinato ad estinguersi) non può che dare una estrema testimonianza in termini di Apocalisse.

Di contro, la risposta ottimistica dell'integrato. Poiché la televisione, il giornale, la radio, il cinema e il fumetto, il romanzo popolare e il Reader's Digest mettono ormai i beni culturali a disposizione di tutti, rendendo amabile e leggero l'assorbimento delle nozioni e la ricezione di informazioni, stiamo vivendo in un'epoca di allargamento dell'area culturale in cui finalmente si attua ad ampio livello, col concorso dei migliori, la circolazione di un'arte e una cultura “popolare”. Se questa cultura salga dal basso o sia

confezionata dall'alto per consumatori indifesi, non è problema che l'integrato si ponga. Anche perché, se gli apocalittici sopravvivono proprio confezionando teorie sulla decadenza, gli integrati raramente teorizzano, e più facilmente operano, producono, emettono i loro messaggi quotidianamente ad ogni livello. L'Apocalisse è un'ossessione del *dissenter*, l'integrazione è la realtà concreta di coloro che *non dissentono*. L'immagine dell'Apocalisse va rilevata dalla lettura dei testi *sulla cultura di massa*; l'immagine dell'integrazione emerge dalla lettura dei testi *della cultura di massa*. Ma sino a che punto non ci troviamo di fronte a due facce di uno stesso problema e i testi apocalittici non rappresentano il più sofisticato prodotto che si offre al consumo di massa? Allora la formula "Apocalittici e integrati" non suggerirebbe l'opposizione tra due atteggiamenti (e i due termini non avrebbero valore di sostantivo) ma la predicazione di due aggettivi complementari adattabili agli stessi produttori di una "critica popolare della cultura popolare".

\* \* \*

L'apocalittico in fondo *consola* il lettore, perché gli lascia intravedere, sullo sfondo della catastrofe, l'esistenza di una comunità di "superuomini" capaci di elevarsi, non foss'altro che attraverso il rifiuto, al di sopra della banalità media. Al limite la comunità ridottissima – ed eletta – di chi scrive e di chi legge, "noi due, tu ed io – gli unici che abbiamo capito, e che siamo salvi: gli unici a non essere massa". Si è detto "superuomini" pensando all'origine nicciana (o pseudo-nicciana) di molti di questi atteggiamenti. Ma lo si è detto con malizia, pensando alla malizia con cui Gramsci insinuava che il modello del superuomo nicciano fosse da individuarsi negli eroi della narrativa ottocentesca di appendice, nel Conte di Monte Cristo, in Athos, in Rodolfo di Gerolstein o (concessione generosa) in Vautrin.

Se il rapporto pare peregrino, si riflette sul fatto che tipico della cultura di massa è stato sempre far balenare agli occhi dei propri lettori, cui viene richiesta una disciplinata "medietà", la possibilità che tuttavia – stanti le condizioni esistenti, e proprio grazie ad esse – possa un giorno fiorire dalla crisalide di ciascuno di noi uno *Uebermensch*. Il prezzo da pagare è che questo Uebermensch si occupi di una infinità di piccoli problemi, ma conservi l'ordine fondamentale delle cose: è il vizio piccolo riformistico del Rodolfo dei *Misteri di Parigi*, e non se n'erano accorti solo Marx ed Engels ma anche – contemporaneamente a loro – Belinskij e Poe, in due recensioni che sembrano ricalcare stranamente la polemica della *Sacra Famiglia*.

In uno dei saggi che seguiranno studiamo un Superuomo tipico della cultura di massa contemporanea, il Superman dei fumetti: e ci pare di poter concludere che questo eroe superdotato usa le sue vertiginose possibilità operative per realizzare un ideale di assoluta passività, rinunciando ad ogni progetto che non sia già omologato dai catasti del buon senso ufficiale, diventando l'esempio di una proba coscienza etica sprovvista di ogni dimensione politica: Superman non parcheggerà mai la macchina in sosta vietata e non farà mai la rivoluzione. Se ben ricordiamo, degli Uebermenschen citati da Gramsci, l'unico che abbia coscienza politica e che si prefigga di mutare l'ordine delle cose è il Giuseppe Balsamo di Dumas. Ma, guarda caso, Balsamo, alias Cagliostro, che pure usa le sue molteplici vite per affrettare i giorni della rivoluzione francese, impegnato com'è a organizzare sette di illuminati e mistiche riunioni di frammassoni, o a ordire trame galanti per mettere a disagio Maria Antonietta, dimentica semplicemente di redigere l'Enciclopedia e di fomentare la presa della Bastiglia (due fatti, l'uno di cultura di massa e l'altro di organizzazione delle masse).

Dall’altro lato della barricata abbiamo il superuomo proposto dal critico apocalittico: il quale oppone alla banalità imperante il rifiuto, e il silenzio; nutrito dalla sfiducia totale in qualsiasi azione che possa modificare l’ordine delle cose. Posta la superumanità come un mito nostalgico (di cui sono imprecisati i riferimenti storici), anche qui si attua in fin dei conti un invito alla passività. L’integrazione, cacciata dalla porta rientra dalla finestra.

Ma questo mondo, che gli uni ostentano di rifiutare e gli altri accettano e incrementano, non è un mondo per il superuomo. È anche il nostro. Nasce con l’ascesa delle classi subalterne alla fruizione dei beni culturali e con la possibilità di produrre questi grazie a procedimenti industriali. L’industria culturale, come vedremo, appare con Gutenberg e con l’invenzione della stampa a caratteri mobili, e prima ancora. E dunque il mondo di Superman è anche il mondo degli uomini d’oggi. Questi ultimi sono inesorabilmente condannati a diventare dei “supermen”, e quindi dei sottodotati, o potranno individuare in questo mondo le linee di forza per un nuovo civile colloquio? Questo mondo è solo per lo Uebermensch, o può essere anche un mondo per l’uomo?

Pensiamo che, se dobbiamo operare *in e per* un mondo costruito sulla misura umana, questa misura andrà individuata non adattando l’uomo a queste condizioni di fatto, ma comunque *a partire da queste condizioni di fatto*. L’universo delle comunicazioni di massa è – lo riconosciamo o no – il nostro universo; e se di valori vorremo parlare, le condizioni oggettive delle comunicazioni sono quelle fornite dall’esistenza dei giornali, della radio, della televisione, della musica riprodotta e riproducibile, delle nuove forme di comunicazione visiva e audiovisiva. A queste condizioni non sfugge nessuno, neppure il virtuoso che, indignato dalla natura inumana di questo universo dell’informazione, trasmette la propria protesta lungo i canali della comunicazione di massa sulle colonne del grande quotidiano, o sulle pagine del volume in paperback stampato in linotype e diffuso nei chioschi delle stazioni.

\* \* \*

Al virtuoso apocalittico noi dobbiamo alcuni concetti feticcio. E un concetto feticcio ha la particolarità di bloccare il discorso, irrigidendolo il colloquio in un atto di reazione emotiva. Si pensi al concetto feticcio di “industria culturale”. Cosa di più riprovevole dell’accostamento tra l’idea di cultura (che implica un privato e sottile contatto d’animo) e quello di industria (che evoca linee di montaggio, riproduzione in serie, pubblica circolazione e commercio concreto di oggetti fatti merce)? Evidentemente un maestro miniaturista medievale, che confezionava le immagini del suo libro d’ore per il committente, era ancorato a un rapporto artigianale: ogni immagine, se da un lato rimandava a un codice di credenze e convenzioni, dall’altro si rivolgeva al committente singolo, e instaurava con lui un rapporto preciso. Ma non appena qualcuno inventa la possibilità di stampare xilograficamente pagine di una bibbia riproducibile in più esemplari, succede un fatto nuovo. Una bibbia che si riproduce in più copie costa meno e può andare a più persone. Una bibbia che viene venduta a più persone non sarà una bibbia minore? E allora la si chiamerà *biblia pauperum*. D’altra parte il fattore esterno (diffusibilità e prezzo) influenza anche sulla natura del prodotto: il disegno si adatterà alla comprensione di una udienza più vasta, meno letterata. Non sarà più utile collegare il disegno al testo con un gioco di cartigli svolazzanti che ricorda da vicino il fumetto? La *biblia pauperum* incomincia a sottoporsi a una condizione che qualcuno, secoli dopo, attribuirà ai moderni mezzi di massa: l’adeguazione del gusto, e del linguaggio, alle capacità ricettive della media.

Poi Gutenberg inventa i caratteri mobili, e nasce il libro. Un oggetto di serie, che deve uniformare il proprio linguaggio alle possibilità ricettive di un pubblico alfabetizzato che ormai (e grazie al libro, sempre più) è più vasto di quello del manoscritto. Non solo: il libro, creando un pubblico, produce lettori che a loro volta lo condizioneranno.

Si vedano le prime stampe popolari del XVI secolo, che riprendono su un piano laico e su più affinate basi tipografiche la proposta della *biblia pauperum*. Sono stampate da tipografie minori, su richiesta di librai ambulanti e di cantimbanchi, per essere vendute al popolo minuto, nelle fiere e nelle piazze.

Epopee cavalleresche, lamenti sui fatti politici o di cronaca, burle, barzellette o frottole, sono stampate male, trascurando spesso di menzionare e il luogo e la data perché dei prodotti della cultura di massa hanno già la prima caratteristica, l'esser effimeri. Del prodotto di massa hanno poi la connotazione primaria: offrono sentimenti e passioni, amore e morte già confezionati quanto all'effetto che debbono conseguire; i titoli di queste storie contengono già l'imbonimento pubblicitario e il giudizio esplicito sul fatto preannunciato, quasi il consiglio di come goderne: *Danese Ugieri, Opera bella et piacevole d'armi et d'amore, nuovamente ristampata e corretta con la morte del gigante Mariotto, la quale nelli altri non si ritrova*; oppure: *Nuovo racconto del crudele e compassionevol caso occorso in Alicante di una madre che ha ucciso il proprio figliuolo, e dato da mangiare gl'interiori a una cagna e li membri al marito*. Per non parlare delle immagini livellate secondo uno standard sempre grazioso ma fondamentalmente modesto, teso alla presentazione di effetti violenti, come si conviene a un romanzo d'appendice o a un fumetto. Evidentemente non si può parlare di cultura di massa nel senso che si intende oggi: diverse erano le circostanze storiche, il rapporto tra il produttore di queste stampe e il popolo, diversa la divisione tra cultura dotta e cultura popolare, che cultura era nel senso etnologico del termine. Ma già ci accorgiamo come la riproducibilità in serie, e il fatto che i clienti si accrescessero in numero e si ampliassero in raggio sociale, poneva una tal rete di condizioni da caratterizzare a fondo questi libretti, così da farne un genere a sé con un proprio senso del tragico, dell'eroico, del morale, del sacro, del ridicolo, adeguato al gusto e all'ethos di un "consumatore medio" – medio tra gli infimi. Diffondendo tra il popolo i termini i di una moralità ufficiale, questi libri svolgevano opera di pacificazione e di controllo, favorendo l'esplosione di umori bizzarri fornivano materiale di evasione. Ma in fin dei conti sostenevano l'esistenza di una categoria popolare di "letterati", e contribuivano all'alfabetizzazione del loro pubblico. Infine qualcuno stampa le prime gazzette. E con la nascita del giornale, il rapporto tra i condizionamenti esterni e fatto culturale si precisa ancor più: cos'è un giornale se non un prodotto, formato da un numero fisso di pagine, obbligato a uscire una volta al giorno, in cui le cose dette non saranno più soltanto determinate dalle cose da dire (secondo una necessità assolutamente interiore) ma dal fatto che una volta al giorno si dovrà dir tanto da riempire tante pagine? A questo punto siamo già, compiutamente, nell'industria culturale. Che appare quindi come un sistema di condizionamenti coi quali ogni operatore di cultura dovrà fare i conti, se vorrà comunicare ai suoi simili. Se vorrà cioè comunicare agli uomini, perché ora tutti gli uomini si sono avviati a diventare suoi simili, e l'operatore di cultura ha cessato di essere il funzionario di un committente per essere il "funzionario dell'umanità".

Porsi in rapporto dialettico, attivo e consapevole, con i condizionamenti dell'industria culturale, è diventato per l'operatore di cultura l'unica via per espletare la sua funzione.

Anche perché non è casuale la concomitanza tra civiltà del giornale e civiltà democratica, presa di

coscienza delle classi subalterne, nascita dell'equalitarismo politico e civile, epoca delle rivoluzioni borghesi. Ma d'altro canto non è neppure casuale che, chi conduce a fondo e con coerenza la polemica contro l'industria culturale, faccia risalire il male non alla prima emissione televisiva, bensì all'invenzione della stampa; e, con essa, alle ideologie dell'equalitarismo e della sovranità popolare. In realtà l'uso indiscriminato di un concetto feticio come "industria culturale" implica, in profondo, proprio l'incapacità di accettare questi eventi storici, e – con essi – la prospettiva di una umanità che sappia operare sulla storia.

Come hanno notato recentemente Pierre Bourdieu e Jean-Claude Passeron, "appare chiaro che la profezia 'massmediatica' trova le sue vere radici non, come vuole far credere, nella scoperta anticipata di nuovi poteri, ma in una visione pessimistica dell'uomo, di questo *Anthropos* eterno, diviso tra *Eros* e *Thanatos* e votato alle definizioni negative. Sospesi tra la nostalgia di un verde paradiso delle civiltà infantili e la speranza disperata dei domani dell'Apocalisse, i profeti massmediatici propongono l'immagine sconcertante di una profezia insieme tonante e balbuziente, poiché essa non sa scegliere tra l'amore proclamato per le masse minacciate dalla catastrofe e l'amore segreto per la catastrofe".

Dal momento che, invece, l'industria culturale sia assunta correttamente come un sistema di condizionamenti connessi ai fenomeni su elencati, il discorso esce dalla genericità per articolarsi sui due piani complementari della descrizione analitica dei vari fenomeni e della loro interpretazione in base al contesto storico in cui appaiono. Su questo piano il discorso implica, poi, anche un'altra presa di coscienza: il sistema di condizionamenti detto industria culturale non presenta la comoda possibilità di due livelli indipendenti, l'uno quello della comunicazione di massa, l'altro quello della elaborazione aristocratica, che la precede senza esserne condizionata. Il sistema dell'industria culturale pone una rete di condizionamenti reciproci, tale che anche la nozione di cultura *tout court* ne viene coinvolta. Se il termine "cultura di massa" rappresenta un ibrido impreciso in cui non si sa cosa significhi cultura e cosa significhi massa, tuttavia è chiaro che a questo punto non si può più pensare alla cultura come a qualcosa che si articoli secondo le imprescindibili e incorrotte necessità di uno Spirito che non venga storicamente condizionato dall'esistenza della cultura di massa. Da questo momento in avanti anche la nozione di "cultura" richiede una rielaborazione e una riformulazione; per lo stesso motivo per cui, quando si è asserito che la storia viene fatta concretamente dagli uomini intesi a risolvere i propri problemi economici e sociali (e da tutti gli uomini, in rapporto di opposizione dialettica tra classe e classe) si è dovuto articolare diversamente anche l'idea di una funzione dell'uomo di cultura.

"Cultura di massa" diventa allora una definizione d'ordine antropologico (dello stesso tipo di definizioni come "cultura alorese" o "cultura bantu"), valida ad indicare un preciso contesto storico (quello in cui viviamo) in cui tutti i fenomeni comunicativi – dalle proposte di divertimento evasivo agli appelli all'interiorità – appaiono dialetticamente connessi, ricevendo ciascuno dal contesto una qualificazione che non permette più di ridurli a fenomeni analoghi apparsi in altri periodi storici.

Allora è chiaro che l'atteggiamento dell'uomo di cultura, di fronte a questa situazione, deve essere lo stesso di chi di fronte al sistema di condizionamenti "era del macchinismo industriale" non si è posto il problema di come tornare alla natura, e cioè prima dell'industria, ma si è chiesto in quali circostanze il rapporto dell'uomo al ciclo produttivo riducesse l'uomo al sistema, e come invece occorresse elaborare una nuova immagine di uomo in rapporto al sistema di condizionamenti; un uomo non deliberato dalla

macchina ma *libero in rapporto alla macchina*.

\* \* \*

Ora non vi è nulla che impedisca una indagine concreta su questi fenomeni come la diffusione delle categorie feticcio. E tra le più pericolose dovremmo ancora indicare quelle di “massa”, o “uomo massa”. Sulla invalidità metodologica di questi concetti si dirà nei saggi che seguono (cercando di delimitare l’ambito di discorso in cui possano essere usati): ma qui varrà la pena di ricordare le ascendenze storiche di questa contrapposizione manichea tra la solitudine, la lucidità dell’intellettuale e la ottusità dell’uomo massa. Radici che non vanno cercate né nella *Rivolta delle masse* né nelle *Considerazioni inattuali*, ma nella polemica di coloro che ormai siamo abituati a ricordare come “signor Bruno Bauer e consorti”, e cioè in quella corrente dei giovani hegeliani che faceva capo alla “Allgemeine Literaturzeitung”.

“La testimonianza peggiore in favore di un’opera è l’entusiasmo con cui la massa si rivolge ad essa... Tutte le grandi imprese della storia sono state sinora fondamentalmente sbagliate e prive di effettivo successo perché la massa si è interessata ed entusiasmata per esse... Ora lo spirito sa dove cercare il suo unico avversario – nelle frasi, nelle autoillusioni, nella mancanza di nerbo delle masse.” Sono frasi scritte nel 1843, ma potrebbero essere riprese ancor oggi in sede adatta, e fornirebbero materiale per un ottimo elzeviro sulla cultura di massa. Sia bene inteso, non si vuole contestare a nessuno il diritto di elaborare una opposizione tra lo Spirito e la Massa, di ritenere che l’attività culturale debba essere definita in questi termini, e di dare testimonianza di questa lacerazione in modi che possono incuterci il massimo rispetto. Solo, è bene che le ascendenze siano chiarite e si illuminino il luogo storico di una polemica che l’avvento macroscopico della società di massa doveva rinverdire.

Buona parte delle formulazioni pseudo-marxiste della scuola di Francoforte, ad esempio, manifestano la loro parentela con l’ideologia della “sacra famiglia” baueriana e dei movimenti collaterali. Compresa la persuasione che il pensatore (il “critico”) non potrà e non dovrà proporre rimedi, ma al massimo testimoniare il proprio dissenso: “La critica non costituisce alcun partito, non vuole avere nessun partito per sé, ma star sola, sola mentre si sprofonda nel suo oggetto, sola quando si contrappone ad esso. Si distacca da ogni cosa... Ogni legame è per essa una catena.” E a questo passo, dal quaderno VI della “Allgemeine Literaturzeitung” fa riscontro l’intervento di Koeppen sulla “Norddeutsche Blätterne” dell’11 agosto 1844, in merito al problema della censura: “La critica è al di sopra degli affetti e dei sentimenti, non conosce amore ed odio per cosa alcuna. Perciò non si pone contro la censura per lottare con essa... La critica non si smarrisce nei fatti e non si può smarrire nei fatti: è perciò un controsenso pretendere da essa che annienti coi fatti la censura, e che procacci alla stampa la libertà che le spetta.” Non sarà allora illegittimo collazionare, accanto a questi brani, le affermazioni di Horkheimer, fatte un secolo dopo, in polemica con una cultura pragmatistica, accusata di deviare e consumare le energie, necessarie alla riflessione, nella formulazione dei programmi attivistici – a cui egli oppone un “metodo della negazione”. E non a caso uno studioso di Adorno, pur affettuoso e consenziente come Renato Solmi, aveva identificato in questo autore una tentazione speculativa, una “critica della prassi” per cui il discorso filosofico evita di soffermarsi sulle condizioni e i modi concreti di quel “trapasso”, che il pensiero dovrebbe individuare in una situazione nel momento stesso in cui la sottopone a una critica radicale. Adorno stesso, dal canto proprio, terminava i suoi *Minima Moralia*

prospettando la filosofia come il tentativo di considerare tutte le cose dal punto di vista della redenzione, rivelando il mondo nelle sue fratture, come apparirà un giorno nella luce messianica: ma in questa attività il pensiero si involge in una serie di contraddizioni, tali che, dovendole tutte lucidamente patire, “rispetto all’esigenza che così gli si pone, la stessa questione della realtà e dell’irrealtà della redenzione diventa pressoché indifferente”.

Ora, si potrà facilmente obiettare che la risposta che Marx dava a Bruno Bauer era: *Le masse, qualora acquistino coscienza di classe, possono prendere la direzione della storia e porsi come sola reale alternativa al vostro Spirito*” (“bisogna aver conosciuto lo studio, l’avidità di sapere, l’energia morale, l’impulso a progredire senza sosta degli *ouvriers* francesi e inglesi, per potersi fare un’idea dell’*umana nobiltà* di questo movimento”), mentre la risposta che l’industria della cultura di massa dà implicitamente ai suoi accusatori è: *la massa, superate le differenze di classe, è ormai la protagonista della storia e quindi la sua cultura, cultura prodotta per essa e consumata da essa, è un fatto positivo*. Ed è in questi termini che la funzione degli apocalittici ha una propria validità, nel denunciare cioè che l’ideologia ottimistica degli integrati è profondamente falsa e in mala fede. Ma lo e (lo accenneremo in alcuni dei saggi) proprio perché anche l’integrato, tal quale l’apocalittico, assume con la massima disinvolta (solo mutandovi il segno algebrico) il concetto fetuccio di “massa”. Produce per la massa, progetta una educazione di massa, e collabora così alla riduzione dei propri soggetti a massa.

Che poi le cosiddette masse stiano o no al gioco, se in realtà abbiano uno stomaco più forte di quanto credono i loro manipolatori, se sappiano esercitare una facoltà di discriminazione sui prodotti che vengono loro offerti da consumare, se sappiano risolvere in stimoli positivi, volgendoli a impieghi imprevisti, messaggi che erano stati emessi con tutt’altra intenzione – questo è un altro problema.

L’esistenza di una categoria di operatori culturali che producono per le masse, usando in realtà le masse per fini di profitto anziché offrire loro delle reali occasioni di esperienza critica, è un fatto assodato: e l’operazione culturale va giudicata per le intenzioni che manifesta e per il modo in cui struttura i suoi messaggi. Ma, nel giudicare questi fenomeni, all’apocalittico (che ci aiuta a farlo), bisogna pur sempre opporre l’unica decisione che egli non assume, quella stessa che Marx opponeva ai teorici della massa: “Se l’uomo è formato dalle circostanze, si devono rendere umane le circostanze.”

\* \* \*

Quello che invece si rimprovera all’apocalittico è di non tentare mai, in realtà, uno studio concreto dei prodotti e dei modi in cui vengono davvero consumati. L’apocalittico non solo riduce i consumatori a quel fetuccio indifferenziato che è l’uomo massa, ma – mentre lo accusa di ridurre ogni prodotto artistico, anche il più valido, a puro fetuccio – riduce egli stesso a fetuccio il prodotto di massa. E anziché analizzarlo, caso per caso, per farne emergere le caratteristiche strutturali, lo nega in blocco. Quando lo analizza, allora tradisce una sua strana propensione emotiva, e manifesta un irrisolto complesso di amore-odio – tale che nasce il sospetto che la prima e più illustre vittima del prodotto di massa sia proprio il critico virtuoso.

È questo uno dei fenomeni più curiosi e appassionati di quel fenomeno di industria culturale che è la critica apocalittica all’industria culturale. Come la manifestazione, a mala pena mascherata, di una passione frustrata, di un amore tradito; meglio, come l’esibizione nevrotica di una sensualità repressa, simile a quella del moralista che, denunciando l’oscenità di una immagine, si sofferma così a lungo e

voluttuosamente sull’immondo oggetto del suo sdegno, da tradire in quel gesto la sua reale natura di animale carnale e concupiscente.

Il fenomeno è stato notato a proposito di molte polemiche contro il Kitsch, specie nell’ambito culturale tedesco: così che Karl Markus Michel osservava anni fa che – poiché persino chi si sente immune da ogni sentimentalismo, talora non può evitare che gli colino le lagrime sulle guance, anche se sa di quale infima qualità sia lo stimolo che lo sconvolge – spesso il desiderio del Kitsch, nei suoi critici, è così intenso, che viene appagato attraverso una condanna di esso attuata mediante una lode dell’arte, formulata secondo tutte le buone regole dell’emotività Kitsch. Così il gesto dell’intellettuale, insidiato dalla passione per il Kitsch, sembra essere quello del ricco che, importunato da un postulante, ordina al proprio servo: “Caccia quest’uomo. Mi spezza il cuore.”

*Caccia quest’uomo, mi spezza il cuore!* Come non pensare a questa frase di fronte al seguente brano di Günther Anders, alla nota 11 del suo saggio sulla televisione, *Il mondo come fantasma e come matrice?* “In una esposizione dedicata alla TV ebbi la discutibile fortuna di vedere e sentire un attore che recitava uno sketch nella stanza accanto e al tempo stesso sette sue proiezioni televisive. Degno di rilievo era: 1) che l’attore si divideva per l’occhio in sette fratelli identici, ma aveva una sola voce indivisa che risuonava nelle due stanze; 2) che le immagini apparivano più naturali dell’originale, perché l’attore, proprio per conferire naturalezza alle riproduzioni, si era dovuto truccare; 3) (e ciò, più che degno di rilievo, era spaventoso) che l’incarnazione plurima dell’attore non spaventava già più: tanto è ormai ovvio per noi aspettarci soltanto prodotti in serie.”

Questo il brano. Ne emerge anzitutto una sorta di morbosa attrazione per il mistero degli specchi e la moltiplicazione dell’immagine umana. Alla radice vi è una sorta di terrore metafisico, lo stesso che assale il primitivo quando si accorge che qualcuno lo sta ritraendo, e ritiene che, con l’immagine, gli venga sottratta l’anima. Ora, una riflessione poetica sul mistero degli specchi, è del tutto legittima; e, fatta a titolo di divagazione lirica o di paradosso immaginativo, può dare altissimi risultati (Rilke: “*Specchi: nessuno cosciente ha descritto cosa nasconde la vostra essenza....*” Borges: “*Dal fondo remoto del corridoio lo specchio ci spiava. Scoprimmo (a notte alta questa scoperta è inevitabile) che gli specchi hanno qualcosa di mostruoso. Bioy Casares ricordò allora che uno degli eresiarchi di Uqbar aveva giudicato che gli specchi, e la copula, sono abominevoli, perché moltiplicano il numero degli uomini.*”)

Ma in questo caso Anders non sta facendo arte. Sta riflettendo su un fenomeno comunicativo tipico del nostro tempo. Sappiamo – e per molti aspetti le sue intuizioni sono valide – che di questo fenomeno egli dà una definizione: la TV riduce il mondo a fantasma, e quindi blocca ogni reazione critica e ogni risposta operativa nei suoi adepti. Ma, in definitiva, egli ci sta ancora dicendo quale effetto faccia la TV su se stesso. Nessuno riuscirà ad appagare una nostra curiosità insoddisfatta: cosa stava dicendo quell’attore sullo schermo? Stava dicendo “La risposta è esatta!”, oppure “Ci colleghiamo con le carceri di Dallas per trasmettervi le fasi del trasferimento di Oswald”? Perché in questo secondo caso vogliamo sapere per quanti e quali spettatori la ripresa diretta dell’omicidio di Ruby abbia vanificato il mondo in puro fantasma, sospendendolo in una zona di irrealità. Certo non per quei giurati che la difesa di Ruby rifiutava costantemente, persuasa che, avendo visto per televisione le fasi dell’omicidio, si fossero formati una idea circa i fatti tale che tutte le finzioni procedurali e i fantasmi giuridici, tipici di un processo, non avrebbero più potuto contestarla.

Ma è chiaro che in questo caso al critico non interessano né il contenuto, né le modalità strutturali, né le condizioni fruitive del messaggio. Ciò che emerge in primo piano è una forma di attrazione morbosa per il *mysterium televisionis*. Così facendo il critico non ci aiuta ad uscire dalla fascinazione ma, al massimo, a soggiacervi ancor più. Sua aspirazione, forse, è indurre i propri pari a chiudere il televisore. Ma che esso rimanga aperto per tutti gli altri, è evidentemente una fatalità a cui la critica non può opporsi (ricordiamo: “la critica non si smarrisce nei fatti e non si può smarrire nei fatti....” – che poi in altri casi Anders si sia coraggiosamente smarrito nei fatti, e pensiamo alla sua polemica contro l’atomica, una polemica che mirava a una modificazione della realtà, questo depone a suo favore; ma non a caso un altro critico apocalittico, recentemente in Italia, glielo ha rimproverato, accusandolo di squallido demagogismo).

Il brano di Anders ci ricorda un’altra pagina, scritta in tutt’altra situazione storica, e per altri motivi, ma che – come vedremo – ha con la prima sottili legami psicologici e ideologici (nel senso deteriore del termine “ideologia”). La pagina è dalla *Apologia ad Guillelmum, Sancti Theodorici Remensis Abbati*, di San Bernardo. San Bernardo era irritato contro un tipico produttore di “cultura di massa”, almeno nei limiti in cui si poteva produrre cultura di massa nel XII secolo: l’abate Suger. In un contesto storico in cui – posta una classe dirigente in possesso degli strumenti culturali, e le classi subalterne escluse per lo più dall’esercizio della scrittura – l’unica possibilità di educare le masse era la traduzione dei contenuti ufficiali della cultura in immagini, Suger aveva fatto proprio il programma del Sinodo di Arras, riassunto da Onorio di Autun nella formula: “pittura est laicorum literatura”.

Il programma di Suger è noto: la cattedrale doveva diventare una sorta di immenso libro di pietra in cui non solo la ricchezza degli ori e delle gemme inducesse nel fedele sensi di devozione, e le cascate di luce dalle pareti aperte suggerissero l’effusività partecipante della potenza divina, ma le sculture dei portali, i rilievi dei capitelli, le immagini delle vetrate comunicassero al fedele i misteri della fede, l’ordine dei fenomeni naturali, le gerarchie delle arti e dei mestieri, le vicende della storia patria.

Di fronte a questo programma San Bernardo, sostenitore di una architettura spoglia e rigorosa, in cui la suggestione mistica sia data dalla limpida nudità della casa di Dio, esplode in una descrizione accusatrice, che mette alla gogna le mostruose efflorescenze iconografiche dei capitelli: “Caeterum in claustris coram legentibus fratribus, quid facit ridicula monstruositas, mira quaedam deformis formositas ac formosa deformitas? Quid ibi immundae simiae? quid feri leones? quid monstruosi centauri? quid semihomines? quid maculosae tigrides? quid milites pugnantes? quid venatores tubicinantes? Videas sub uno capite multa corpora, et rursus in uno corpore capita multa. Cernitur hinc in quadrupede cauda serpentis, illinc in pisce caput quadrupedis. Ibi bestia praefert equum, capra trahens retro dimidiā; hic cornutum animal equum gestat posterius. Tam multa denique tamque mira diversarum formarum ubique varietas appetet, ut magis legere libeat in marmoribus quam in codicibus, totumque diem occupare singula ista mirando quam in lege Dei meditando. Proh Deo! Si non pudet ineptiarum, cur vel non piget expensarum?”

Non conta che qui la polemica verta sulle immagini dei capitelli dei chiostri, offerte quindi ai monaci letterati piuttosto che alle folle illetterate. Questa pagina riassume i termini di una discussione che riguarda soprattutto gli ornamenti della chiesa vera e propria. L’osservazione che sorge spontanea alla lettura è che qui San Bernardo si tradisca, e nell’accusare manifesti anzitutto il turbamento di chi per

primo è stato avvinto e sedotto da quelle immagini. Nessuna pagina meglio di questa potrebbe infatti comunicarci, in mancanza di altri documenti, il fascino e la forza del bestiario romanico-gotico. Qui San Bernardo ripropone quella stessa lacerazione fatta d'odio e di amore che manifesta, nello stesso testo, di fronte ai beni terreni che egli asceticamente rifiuta: "Nos vero qui jam de populo exivimus, qui mundi quaeque pretiosa ac speciosa pro Christo reliquimus, qui omnia pulcre lucentia, canore mulcentia, suave olentia, dulce sapientia, tactu placentia, cuncta denique oblectamenta corporea arbitrati sumus ut sterco..." È sterco, d'accordo, ma quanta passione inappagata per questi escrementi perduti...

Non è il caso di essere ingenerosi: una simile tensione ridonda a tutto favore dell'asceta a cui la rinuncia evidentemente è costata qualcosa. Tuttavia, se volessimo giudicare Bernardo sul nostro metro di contemporanei, dovremmo obiettargli che, mentre si sofferma con inequivocabile sensualità ("caccia quest'uomo, mi spezza il cuore!") sulla natura diabolica delle immagini, non tocca il problema di base la società medievale è pur sempre organizzata in modo che una classe produca una cultura elaborata sulla propria misura e la comunichi (sia che usi le immagini o si rifaccia alla predicazione in una chiesa spoglia e nuda) alle classi subalterne, alle quali non competono né l'elaborazione della cultura né la corresponsabilità della cosa pubblica. Di conseguenza il discorso di Bernardo si svolge solo su due diverse modalità comunicative nell'ambito di uno stesso modello culturale.

Il modello culturale medievale era talmente organico e integrato che ovviamente Bernardo non poteva comportarsi diversamente, e muovergli sul seno rimproveri del genere denoterebbe scarsa coscienza storica. Ma quello che non si può rimproverare a San Bernardo, è nostro dovere contestarlo ai contemporanei che si comportino nella stessa maniera.

\* \* \*

La situazione nota come cultura di massa si verifica nel momento storico in cui le masse entrano come protagoniste nella vita associata, corresponsabili della cosa pubblica. Queste masse sovente hanno imposto un proprio ethos, hanno fatto valere in diversi periodi storici delle esigenze particolari, hanno messo in circolazione un proprio linguaggio, hanno elaborato cioè proposte che salgono dal basso. Ma paradossalmente il loro modo di divertirsi, di pensare, di immaginare non nasce dal basso: attraverso le comunicazioni di massi viene proposto loro sotto forma di messaggi formulati secondo il codice della classe egemone. Abbiamo così la situazione singolare di una cultura di massa nel cui ambito un proletariato consuma modelli culturali borghesi ritenendoli una propria espressione autonoma. Dal canto proprio una cultura borghese – nel senso in cui la cultura "superiore" è ancora la cultura della società borghese degli ultimi tre secoli – identifica nella cultura di massa una sottocultura" che non le appartiene, senza avvedersi che le matrici della cultura di massa sono ancora quelle della cultura superiore".

Suger sapeva benissimo che i mostri dei portali delle cattedrali costituivano delle traduzioni visive di verità teologiche elaborate nell'ambito della cultura universitaria; il tentativo che faceva era di unificare in un unico modello culturale e la classe dominante e la classe soggetta, se non altro perché, in buona fede, riconosceva entrambe come ali estreme di uno stesso popolo di Francia e di Dio. San Bernardo attacca i mostri, ma solo perché non li giudica strumentalmente utili a stabilire questa stessa unità spirituale, che ritiene conseguibile per altre vie. D'altro canto Suger, nell'elaborare un repertorio iconografico da suggerire ai propri artisti, si rifà con grande sensibilità anche al repertorio immaginativo

delle classi popolari.

Nell'ambito della moderna cultura di massa invece la situazione è assai più sfumata.

Solo che vi si rifletta, dovrebbe parere mostruosa la situazione di una società in cui le classi popolari traggono occasioni di evasione, di identificazione e di proiezioni dalla trasmissione televisiva di una *pochade* ottocentesca dove si rappresentano i costumi dell'alta borghesia fine secolo. L'esempio è estremo, ma riflette una situazione consueta. Dai modelli divistici del cinema, ai protagonisti dei romanzi d'amore sino alle trasmissioni televisive per la donna, la cultura di massa per lo più rappresenta e propone situazioni umane che non hanno alcuna connessione con le situazioni dei consumatori e che tuttavia per essi diventano situazioni modello. E purtuttavia in quest'ambito possono accadere fenomeni che sfuggono ad ogni inquadramento teorico. Proponete in una trasmissione pubblicitaria il modello di una giovane donna raffinata che *deve* usare l'aspirapolvere Tale, per non rovinarsi le mani e mantenerle belle e curate. Mostrate queste immagini all'abitante di un'area sottosviluppata per cui non l'aspirapolvere ma una casa da spolverare costituisca ancora un mito irraggiungibile. E facile suggerire l'idea che per costui l'immagine si proponga come puro fantasma proveniente da un mondo che non lo riguarda. Ma alcuni rilievi sulle reazioni delle popolazioni del nostro meridione di fronte allo stimolo televisivo, porterebbero a pensare che in molti di questi casi la reazione dello spettatore sia invece di tipo attivo e critico: di fronte alla rivelazione di un mondo possibile, e non ancora attuale, nasce un moto di rivolta, un'ipotesi operativa, comunque un giudizio. Ecco un caso di interpretazione del messaggio secondo un codice che non è quello di chi comunica. Abbastanza per porre in questione la nozione di "messaggio massificante", "uomo massa" e "cultura di evasione".

Così anche il preoccupante paradosso di una cultura per le masse che provenga dall'alto e non salga dal basso, non consente ancora di definire in termini definitivi il problema: nell'ambito di questa situazione gli esiti sono imprevedibili e spesso contraddicono le premesse e le intenzioni. Ogni definizione del fenomeno in termini generali rischia di essere un nuovo contributo a quella genericità che è tipica del messaggio di massa. Il critico della cultura si trova di fronte a un dovere di ricerca che non gli consente né le reazioni umorali né le indulgenze nevrotiche. La prima cosa di cui deve imparare a dubitare sono le proprie reazioni, che *non fanno testo*. Cittadino non più del popolo di Francia e di Dio, ma di una moltitudine di popoli e di razze che non conosce ancora compiutamente, perché sta vivendo in una civiltà di mutanti, il critico dovrà rifarsi ogni volta agli oggetti e ai loro consumatori come se si apprestasse a scoprire qualcosa di inedito.

Ma rileggiamoci la nota di Günther Anders. Essa inizia in un modo agghiacciante: "In una esposizione dedicata alla TV ebbi la discutibile fortuna di vedere e sentire..." Dunque, nel momento in cui ci invita a leggere alcune centinaia di pagine di un proprio scritto sul fenomeno televisivo, Anders ci avvisa che la sola volta che gli accadde di esaminare in concreto il fenomeno della trasmissione di immagini, lo fece con disgusto e noia. Aspettiamo ad accusare Anders di leggerezza. Egli è ancora uno dei rappresentanti più illustri di una certa malintesa tradizione umanistica. In lui non va accusato un atto di personale dishonestà, ma un vizio mentale che ha titoli di nobiltà – e ha spesso la scusante di una disperata buona fede. Non ci sarà da stupirsi allora quando il critico apocalittico irride alla pretesa che i mezzi di massa (come le macchine) siano strumenti, e come tali strumentalizzabili. In realtà egli si è rifiutato in partenza

di esaminare lo strumento e di saggiarne le possibilità; l'unica verifica che ha fatto è stata dall'altro lato della barricata, e scegliendo se stesso come cavia: "Le mele mi provocano eruzioni cutanee, dunque sono cattive. Cosa sia una mela, e quali sostanze contenga, non mi interessa. Se altri mangiano mele e stanno bene, vuol dire che sono dei degenerati." Se per caso esistesse un *racket* dei mercati ortofrutticoli, per colpa del quale la popolazione mangia solo mele acerbe, o è obbligata a nutrirsi solo di mele, questo al critico apocalittico sfugge, senza rimpianti. Di lì ad affermare che i rackets, come la mafia, sono un fenomeno biologico, e che nessuna forza al mondo potrà eliminarli, il passo è breve. A questo punto non ci interessa più sapere se il critico apocalittico era mosso da oneste intenzioni, e si batteva per spingerci a mangiare, oltre alle mele, anche carne. Per quanto riguarda i consumatori di mele, egli è un alleato dei *gangsters*.

\* \* \*

Cerchiamo allora di articolare diversamente il punto di vista. L'ascesa delle classi subalterne alla partecipazione (formalmente) attiva alla vita pubblica, l'allargarsi dell'area di consumo delle informazioni, ha creato la nuova situazione antropologica della "civiltà di massa". Nell'ambito di tale civiltà, tutti gli appartenenti alla comunità diventano, in misure diverse, consumatori di una produzione intensiva di messaggi a getto continuo, elaborati industrialmente in serie e trasmessi secondo i canali commerciali di un consumo retto dalle leggi della domanda e dell'offerta. Una volta definiti questi prodotti in termini di *messaggi* (e mutata con cautela la definizione di "cultura di massa" in quella di "comunicazioni di massa", *mass media* o mezzi di massa), si proceda all'analisi della struttura di questi. Analisi strutturale che non deve solo soffermarsi sulla forma del messaggio, ma definire anche in che misura la forma è determinata dalle condizioni oggettive dell'emissione (che quindi del messaggio determinano anche il significato, le capacità di informazione – le qualità di proposta attiva o di pura reiterazione del già detto). In secondo luogo, stabilito che questi messaggi si rivolgono a una totalità di consumatori difficilmente riducibili a un modello unitario, stabilire per via empirica le differenti modalità di ricezione a seconda della circostanza storica o sociologica, e delle differenziazioni del pubblico. In terzo luogo (e ciò competerà alla ricerca storica, e alla formulazione di ipotesi politiche), stabilito in che misura la saturazione dei vari messaggi può concorrere veramente a imporre un modello di uomo-massa, esaminare quali operazioni siano possibili nell'ambito del contesto esistente, e quali richiedano invece diverse condizioni di base.

I saggi che seguono illumineranno solo alcuni aspetti della problematica accennata. Il primo fornirà una rassegna delle posizioni critiche sull'argomento. Il secondo (*La struttura del cattivo gusto*) cercherà di elaborare uno strumento critico per definire in termini strutturali il valore estetico di messaggi elaborati per un pubblico *medio*. Il terzo (*Lettura di Steve Canyon*) cercherà di fornire un esempio di ricorso all'esperienza diretta: e dalla lettura, il più possibile analitica e minuziosa, di una pagina di fumetti, si farà derivare una tavola di problemi che coinvolgerà tutto il campo dei mezzi di massa, implicando una definizione metodologica dei vari tipi di ricerca possibile. Una seconda sezione del volume si occuperà dei "personaggi" come modelli di comportamento, dai miti con funzione puramente proiettiva, alle costruzioni di un'arte più consapevole che, permettendoci un rapporto critico col personaggio, realizzano alcune condizioni di tipicità e consentono una fruizione estetica vera e propria.

Una terza sezione conterrà discussioni su problemi concernenti gli elementi visivi e sonori di questa

nostra civiltà che non è solo *della visione* ma anche *del rumore*. Saranno più che altro abbozzi di una casistica, proposte di ricerca in équipe, puntualizzazioni ed ipotesi in termini pedagogici e politici. Un'ultima sezione raccoglierà scritti occasionali, articoli apparsi su quotidiani e riviste, ove l'opposizione tra apocalittici e integrati viene riproposta a livello intuitivo e polemico. Ci è parso utile considerare anche queste "schede", proprio perché un discorso sui mezzi di massa è continuamente "occisionato", legato alla osservazione di costume, stimolato anche da rilievi marginali. Recentemente un critico rimproverava, al nostro saggio sulla canzone di consumo, di contenere ben cinque pagine scritte tutte al condizionale. Dal punto di vista stilistico non riusciamo a compiacerci di questo record. Ma da un punto di vista metodologico, tutti i saggi di questo volume sono stati pensati al condizionale. Nel riunire quelli editi e nel collegarli agli inediti, non ci siamo neppure preoccupati di eliminare qualche contraddizione. Con lo spostare il punto di vista, questi problemi assumono sempre nuovi aspetti – e pongono in forse il già detto. Un discorso che verte su fenomeni così strettamente legati alla quotidianità, che non appena definisce un fatto e i suoi effetti urta nell'apparizione di un nuovo fenomeno che pare smentire la diagnosi precedente, non può che essere una catena di sillogismi ipotetici con la maggiore e la minore al congiuntivo e la conclusione al condizionale. Se c'è un'idea direttiva di questi scritti è che oggi sia impossibile elaborare, come qualcuno ha fatto, una "Theorie der Massenmedien": il che equivalebbe a concepire una "teoria di giovedì prossimo".

Proprio perché non si può sussumere questi fenomeni sotto una formula teorica unitaria, occorre farli oggetto di una ricerca che non teme di sottoporli a tutte le verifiche. Che non teme soprattutto di usare strumenti troppo nobili per oggetti vili. Una delle obiezioni che si muovono a ricerche del genere (e che sono state mosse a taluni di questi saggi) è di aver posto in opera un apparato culturale esagerato per parlare di cose di minima importanza, come un fumetto di Superman o una canzonetta di Rita Pavone. Ora, la somma di questi messaggi minimi che accompagnano la nostra vita quotidiana, costituisce il più vistoso fenomeno culturale della civiltà in cui siamo chiamati ad operare. Nel momento in cui si accetta di fare di questi messaggi oggetto di critica, non vi sarà strumento inadeguato, e si dovrà saggialli come oggetti degni della massima considerazione.

D'altra parte l'obiezione è piuttosto vecchia. E ricorda quella di coloro che, reputando come degna una scienza solo se si esercitava sulle realtà incorruttibili (quali le sfere celesti o le *quidditates*) giudicavano inferiore una ricerca che si svolgesse a ciò che è soggetto a corruzione. Così il sapere non veniva valutato in base alla dignità del metodo, ma alla dignità dell'oggetto.

Pertanto, nell'introdurre a un discorso sulle "cose minime" e senza storia, non sappiamo resistere alla tentazione di coprirci le spalle con un ricorso alla storia, prendendo a prestito le parole di chi ha ritenuto che fosse dignitoso far discorsi sopra "le umili e basse materie": "È di tanto vilipendio la bugia, che – scriveva Leonardo – s'ella dicesse bene già di cose di Dio, ella toglie grazia a sua deità, ed è di tanta eccellenza la verità, che s'ella laudasse cose minime, esse si fanno nobili; ed è sua verità in sé di tanta eccellenza che, ancora s'ella si estenda sopra le umili e basse materie, senza comparazione ella eccede le incertezze e le bugie estese sopra li magni e altissimi discorsi... Ma tu, che vivi di sogni, ti piacciono più le ragioni sofistiche e le barerie de' pallaji nelle cose grandi e incerte, che le certe e naturali e non di tanta altura."

\* \* \*

Un'ultima annotazione, che riconferma la natura "condizionale" di queste ricerche, e il sospetto che siano continuamente da rifare. Vorremmo dedicare il libro ai critici che tanto sommariamente abbiamo definito apocalittici. Senza le requisitorie dei quali, ingiuste, parziali, nevrotiche, disperate, non avremmo potuto elaborare i tre quarti delle idee che sentiamo di condividere; e nessuno di noi, forse, si sarebbe accorto che il problema della cultura di massa ci coinvolge sino in fondo, ed è segno di contraddizione per la nostra civiltà.

Milano, gennaio 1964

ALTO, MEDIO, BASSO

## CULTURA DI MASSA E “LIVELLI” DI CULTURA

“Ma quando si venne alla scrittura: ‘Questa scienza o re, disse Theut, renderà gli egiziani più sapienti e più atti a ricordare, perché questo ritrovato è un rimedio giovevole e alla memoria e alla dottrina.’ E il re disse: ‘O artificiosissimo Theut, altri è abile a generare le arti, altri a giudicare qual vantaggio o qual danno può derivarne a chi sarà per servirsene. E ora tu, come padre delle lettere, nella tua benevolenza per loro hai affermato il contrario di ciò che possono. Esse infatti, col dispensare dall’esercizio della memoria, produrranno l’oblio nell’animo di coloro che le abbiano apprese, come quelli che, confidando nella scrittura, ricorderanno per via di questi segni esteriori, non da sé, per un loro sforzo interiore’...” Naturalmente oggi non possiamo essere d’accordo con re Thamus; se non altro perché, a qualche decina di secoli di distanza, la rapida crescita del repertorio di “cose” da sapere e da ricordare ha reso improbabile l’utilità della memoria come unico strumento di sapienza; e d’altro canto il commento che Socrate fa al racconto del mito di Theut (“tu sei disposto a credere che essi [i discorsi] parlino come esseri pensanti; ma ove tu rivolga loro qualche domanda, volendo imparare, non ti rispondono che una sola cosa, e sempre la stessa”) è superato dalla diversa coscienza che la cultura occidentale ha elaborato del libro, della scrittura e delle sue capacità espressive, là dove ha stabilito che attraverso l’uso della parola scritta può prendere corpo una forma capace di risuonare nell’animo di chi la fruisca in modi sempre vari e sempre più ricchi.

Tuttavia questo brano del *Fedro* andava citato per ricordarci come ogni modificazione degli strumenti culturali, nella storia dell’umanità, si presenti come una profonda messa in crisi del “modello culturale” precedente; e non manifesti la sua reale portata se non si considera che i nuovi strumenti agiranno nel contesto di una umanità profondamente modificata, sia dalle cause che hanno provocato l’apparire di quegli strumenti che dall’uso degli strumenti stessi. L’invenzione della scrittura, sia pure ricostruita attraverso il mito platonico, è un esempio; quella della stampa o quella dei nuovi strumenti audiovisivi un altro.

Valutare la funzione della stampa commisurandola a un modello di uomo tipico di una civiltà basata sulla comunicazione orale e visiva, è un gesto di miopia storica e antropologica che non pochi hanno commesso; mentre il procedimento è diverso, e la via da seguire è quella che ci ha recentemente mostrato Marshall McLuhan con il suo *The Gutenberg Galaxy*, dove cerca di enucleare appunto gli elementi di un nuovo “uomo gutenberghiano”, con il suo sistema di valori, rispetto al quale andrà valutata la nuova fisionomia assunta dalla comunicazione culturale.

Così avviene in genere con i *mass media*: li si giudica commisurandone il meccanismo e gli effetti a un modello di uomo rinascimentale che evidentemente (se non altro a causa dei *mass media*, ma anche a causa dei fenomeni che hanno reso possibile l’avvento dei *mass media*) non esiste più.

È evidente, invece, che occorrerà discutere i vari problemi partendo dall'assunzione, storica e antropologico-culturale a un tempo, che con l'avvento dell'era industriale e l'ascesa al controllo della vita associata delle classi subalterne, si è stabilita nella storia contemporanea una civiltà dei *mass media*, della quale andranno discussi i sistemi di valori e rispetto alla quale andranno elaborati nuovi modelli etico-pedagogici<sup>2</sup>. Tutto questo non esclude il giudizio severo, la condanna, l'atteggiamento rigoristico: ma esercitati rispetto al nuovo modello umano, non in riferimento nostalgico a quello vecchio. In altri termini, si richiede agli uomini di cultura un atteggiamento di indagine costruttiva; laddove di solito si sceglie l'atteggiamento più facile: e di fronte al prefigurarsi di un nuovo panorama umano, del quale è difficile individuare i confini, la forma, le tendenze di sviluppo, si preferisce candidarsi come il Rutilio Namaziano della nuova transizione. Ed è logico che un Rutilio Namaziano non rischia niente, ha sempre diritto al nostro commosso rispetto e riesce a passare alla storia senza compromettersi col futuro.

#### *La cultura di massa sotto accusa*

Gli atti di accusa contro la cultura di massa, quando sono sostenuti da scrittori acuti ed attenti, hanno una loro funzione dialettica in una discussione sul fenomeno. I *pamphlets* contro la cultura di massa vanno dunque letti e studiati come documenti da inserire in una ricerca equilibrata, tenendo conto tuttavia degli equivoci che non di rado ne stanno alla base.

In fondo la prima presa di posizione sul problema è stata quella di Nietzsche con la sua individuazione della "malattia storica" e di una delle sue forme più vistose, il giornalismo. Anzi, nel filosofo tedesco vi era già in germe la tentazione presente in ogni polemica del genere: la diffidenza verso l'equalitarismo, l'ascesa democratica delle moltitudini, il discorso fatto dai deboli e per i deboli, l'universo costruito non sulla misura del superuomo ma dell'uomo comune. La stessa radice ci pare animi anche la polemica di Ortega y Gasset; e non è certo immotivato ricercare alla radice di ogni atto di insofferenza verso la cultura di massa una radice aristocratica, un disprezzo che solo apparentemente si rivolge alla cultura di massa, ma in verità si appunta sulle masse; e solo apparentemente distingue tra massa come gruppo gregale e comunità di individui autoresponsabili, sottratti alla massificazione e all'assorbimento in gregge: perché al fondo vi è sempre la nostalgia di un'epoca in cui i valori della cultura erano un appannaggio di classe e non venivano messi a disposizione, indiscriminatamente, di tutti<sup>3</sup>.

Ma non tutti i critici della cultura di massa sono ascrivibili a questo filone. Senza parlare di Adorno, la cui posizione è troppo nota perché occorra farne il punto, si pensi a tutta la schiera di *radicals* americani che conducono una feroce polemica contro gli elementi di massificazione presenti nel corpo sociale del loro paese; la loro critica è indubbiamente progressista nelle intenzioni e la diffidenza verso la cultura di massa è diffidenza verso una forma di potere intellettuale capace di condurre i cittadini a uno stato di soggezione gregale, terreno fertile per qualsiasi avventura autoritaria. Un esempio tipico è quello di Dwight MacDonald, che negli anni trenta fu su posizioni trotskyste, e quindi pacifiste e anarchiche. La sua critica rappresenta forse il punto più equilibrato raggiunto nell'ambito di questa polemica e come tale va citata.

MacDonald parte dalla distinzione, ormai canonica, dei tre livelli intellettuali, *high*, *middle* e *lowbrow* (distinzione che risale a quella tra *highbrow* e *lowbrow* proposta da Van Wyck Brooks in *America's*

*Coming of Age*) mutandole la denominazione secondo un più violento intento polemico: contro le manifestazioni di un'arte di *élite* e di una cultura propriamente detta, si ergono le manifestazioni di una cultura di massa, che non è tale, e che perciò egli non chiama *mass culture* ma *masscult* e di una cultura media, piccolo borghese, che egli chiama *midcult*. Sono ovviamente *masscult* i fumetti, la musica gastronomica tipo *rock'n' roll* o i peggiori telefilm, mentre il *midcult* è rappresentato da opere che paiono possedere tutti i requisiti di una cultura aggiornata e che invece, di fatto, della cultura costituiscono una parodia, una depauperazione, una falsificazione attuata a fini commerciali. Alcune delle pagine critiche più gustose di MacDonald sono dedicate all'analisi di un romanzo come *Il vecchio e il mare* di Hemingway, che egli considera un tipico prodotto di *midcult*, col suo linguaggio volutamente e artificiosamente lirizzante, la tendenza a raffigurare personaggi "universali" (ma di una universalità allegorica e manieristica); e sullo stesso piano egli pone *Piccola Città* di Wilder.

Questi esempi mettono in chiaro uno dei punti sostanziali della critica di MacDonald: non si rimprovera alla cultura di massa la diffusione di prodotti di infimo livello e di nessun valore estetico (come potrebbero essere alcuni fumetti, le riviste pornografiche, o i telequizzes); si rimprovera al *midcult* di "sfruttare" le scoperte dell'avanguardia e di "banalizzarle" riducendole a elementi di consumo. Critica, questa, che colpisce nel segno e ci aiuta a comprendere perché tanti prodotti di facile smercio commerciale pur ostentando una esteriore dignità stilistica in fin dei conti suonino falso; ma che in fin dei conti riflette una concezione fatalmente aristocratica del gusto. Dobbiamo ammettere che una soluzione stilistica sia valida solo quando rappresenta una scoperta che rompe con la tradizione e per questo viene compartecipata da pochi eletti? Ammesso questo, una volta che tale stilema arrivi a immettersi in un circuito più ampio e ad inserirsi in nuovi contesti, perde di fatto tutta la sua forza o acquista una nuova funzione? Posto che abbia una funzione, è fatalmente negativa, e cioè lo stilema serve ormai soltanto a mascherare sotto una patina di novità formale una banalità di atteggiamenti, un complesso di idee, gusti ed emozioni passivi e sclerotizzati?

Si viene ad aprire qui una serie di problemi che una volta impostata in sede teorica<sup>4</sup>, dovrà essere sottomessa a un complesso di verifiche concrete. Ma di fronte a certe prese di posizione nasce il sospetto che il critico costantemente si rifaccia a un modello umano che, anche se non lo sa, è classista: ed è il modello di un gentiluomo rinascimentale colto e meditativo a cui una determinata condizione economica permette di coltivare con amorosa attenzione le proprie esperienze interiori preservandole da facili commistioni utilitaristiche e garantendone gelosamente l'assoluta originalità. Ma l'uomo di una civiltà di massa non è più quest'uomo. Migliore o peggiore, è un altro, e altre dovranno essere le sue vie di formazione e di salvezza. Individuarle, questo per lo meno uno dei compiti. Diverso sarebbe il problema se i critici della cultura di massa (e tra costoro vi è chi pensa a questo modo, e allora il discorso cambia) ritenessero che il problema della nostra civiltà sia quello di riportare ogni membro della comunità alla fruizione di esperienze di ordine superiore, dando a ciascuno la possibilità di accedervi. Ma la posizione di MacDonald è un'altra: nei suoi ultimi scritti egli confessa che, se un tempo egli aveva proposto per la possibilità della prima soluzione (elevare le masse alla cultura "superiore"), ora ritiene che l'impresa sia impossibile e che la frattura tra le due culture sia definitiva, irreversibile, irrimediabile. Sciaguratamente, a illuminare un atteggiamento del genere, sorge spontanea una spiegazione piuttosto malinconica: ed è che intellettuali del tipo di MacDonald si erano impegnati, negli

anni venti, in una azione progressista di tipo politico, che in seguito avvenimenti interni della politica americana hanno frustrato; per cui questi uomini si sono ritirati, dalla critica politica, su quella culturale; da una critica volta a mutare la società, a una critica aristocratica sulla società, quasi ponendosi fuori dalla mischia e rifiutando ogni corresponsabilità. Con questo dimostrando, sia pure contro voglia, che un modo di risolvere il problema esiste, ma non è solo un modo culturale, perché implica una serie di operazioni politiche e in ogni caso una politica della cultura<sup>s</sup>.

#### *Cahier de doléances*

Dalle varie critiche alla cultura di massa emergono comunque alcuni “capi d'accusa” di cui è necessario tenere conto<sup>e</sup>.

- a) I *mass media* si rivolgono a un pubblico eterogeneo e si specificano secondo “medie di gusto” evitando le soluzioni originali.
- b) In tal senso, diffondendo su tutto il globo una “cultura” di tipo “omogeneo”, distruggono le caratteristiche culturali proprie di ogni gruppo etnico.
- c) I *mass media* si rivolgono a un pubblico inconscio di sé come gruppo sociale caratterizzato; il pubblico quindi non può manifestare delle esigenze nei confronti della cultura di massa, ma deve subire le sue proposte senza sapere che la subisce.
- d) I *mass media* tendono a secondare il gusto esistente senza promuovere rinnovamenti della sensibilità. Anche quando sembrano rompere con delle tradizioni stilistiche, di fatto si adeguano alla diffusione, ormai omologabile, di stilemi e forme oramai da tempo diffuse a livello della cultura superiore e trasferitesi a livello inferiore. Omologando quanto è stato ormai assimilato, svolgono funzioni di pura conservazione.
- e) I *mass media* tendono a provocare emozioni vive e non mediate; in altri termini, invece di simboleggiate una emozione, di rappresentarla, la provocano; invece di suggerirla, la consegnano già confezionata. Tipico in questo senso il ruolo dell'immagine rispetto al concetto; oppure della musica come stimolo di sensazioni anziché come forma contemplabile<sup>f</sup>.
- f) I *mass media*, immessi in un circuito commerciale, sono sottomessi alla “legge della domanda e dell'offerta”. Quindi danno al pubblico solo ciò che esso vuole o, quel che è peggio, seguendo le leggi di una economia fondata sul consumo e sostenuta dall'azione persuasiva della pubblicità, suggeriscono al pubblico cosa deve desiderare.
- g) Anche quando diffondono i prodotti della cultura superiore li diffondono livellati e “condensati” in modo da non provocare alcuno sforzo nel fruttore; il pensiero viene riassunto in “formule”; i prodotti dell'arte vengono antologizzati e comunicati in piccole dosi.
- h) In ogni caso anche i prodotti della cultura superiore vengono proposti in una situazione di completo livellamento con altri prodotti di trattenimento; in un settimanale a rotocalco il servizio su un museo d'arte viene equiparato al pettegolezzo circa il matrimonio della diva<sup>g</sup>.
- i) I *mass media* incoraggiano perciò una visione passiva ed acritica del mondo. Viene scoraggiato lo sforzo personale per il possesso di una nuova esperienza.
- l) I *mass media* incoraggiano una immensa informazione circa il presente (riducono nei limiti di una cronaca attuale sul presente anche le eventuali riesumazioni sul passato) e intorpidiscono perciò ogni

coscienza storica<sup>9</sup>.

*m)* Fatti per il trattenimento e il tempo libero, sono studiati per impegnare solo il livello superficiale della nostra attenzione. Viziano in partenza il nostro atteggiamento, e perciò anche una sinfonia, ascoltata attraverso un disco o la radio, sarà frutta nel modo più epidermico, come indicazione di un motivo fischiattabile, non come un organismo estetico da penetrare in profondo mediante una attenzione esclusiva e fedele<sup>10</sup>.

*n)* I *mass media* tendono ad imporre simboli e miti dalla facile universalità, creando dei “tipi” di immediata riconoscibilità e perciò riducono al minimo l’individualità e la concretezza e delle nostre esperienze e delle nostre immagini, attraverso le quali noi dovremmo realizzare esperienze<sup>11</sup>.

*o)* Per far questo lavorano sulle opinioni comuni, sugli *endoxa*, e quindi funzionano come una continua riconferma di ciò che noi già pensiamo. In questo senso svolgono sempre una azione socialmente conservatrice<sup>12</sup>.

*p)* Si sviluppano quindi, anche quando fingono spregiudicatezza, sotto il segno del più assoluto conformismo, nel campo dei costumi, dei valori culturali, dei principi sociali e religiosi, delle tendenze politiche. Favoriscono proiezioni verso modelli “ufficiali”<sup>13</sup>.

*q)* I *mass media* si presentano quindi come lo strumento educativo tipico di una società a sfondo paternalistico, in superficie individualistica e democratica, sostanzialmente tendente a produrre modelli umani eterodiretti. Visti più a fondo appaiono una tipica “sovrastruttura di un regime” capitalistico” usata a fini di controllo e di pianificazione coatta delle coscenze. Infatti mettono apparentemente a disposizione i portati della cultura superiore ma svuotati dell’ideologia e della critica che li animava. Assumono i modi esteriori di una cultura popolare, ma anziché crescere spontaneamente dal basso vengono imposti dall’alto (e della cultura genuinamente popolare non hanno i sali, gli umori, la vitalissima e sana volgarità). Come controllo delle masse svolgono una funzione che in certe circostanze storiche avrebbero svolto le ideologie religiose. Mascherano questa loro funzione di classe manifestandosi invece sotto l’aspetto positivo della cultura tipica di una società del benessere dove tutti hanno le stesse occasioni di cultura in condizioni di perfetta egualianza<sup>14</sup>.

Ciascuna delle proposizioni elencate è sottoscrivibile e documentabile. C’è da chiedersi se il panorama della cultura di massa e la sua problematica vengano esaurite da questo elenco di imputazioni. E a questo proposito occorrerà ricorrere ai “difensori” del sistema.

#### *Difesa della cultura di massa*

Occorrerà dire anzitutto che tra coloro che dimostrano la validità della cultura di massa molti svolgono un discorso semplicistico dall’interno del sistema, senza alcuna prospettiva critica, non di rado legati agli interessi dei produttori. Tipico sarà il caso di Ernest Dichter, che nel suo *Strategia del desiderio* svolge un’appassionata apologia della pubblicità sullo sfondo di una “filosofia” ottimistica dell’incremento delle esperienze, che altro non è che il mascheramento ideologico di una struttura economica precisa, fondata sul consumo per il consumo<sup>15</sup>. In altri casi abbiamo invece studiosi del costume, sociologi e critici, ai quali non dobbiamo certo imputare un ottimismo che permette loro di vedere più lontano di quanto non accada ai loro avversari “apocalittici”. Se staremo in guardia contro il fervore di un David Manning White o di un Arthur Schlesinger (fermo su posizioni di un riformismo un po’ troppo

illuministico), non possiamo trascurare molte delle rilevazioni di Gilbert Seldes, di Daniel Bell, di Edward Shils, Eric Larrabee, Georges Friedmann e altri<sup>16</sup>. Anche qui cerchiamo di elaborare una tavola delle proposizioni.

a) La cultura di massa non è tipica di un regime capitalistico. Nasce in una società in cui tutta la massa di cittadini si trova a partecipare a pari diritti alla vita pubblica, ai consumi, alla fruizione delle comunicazioni; nasce inevitabilmente in qualsiasi società di tipo industriale<sup>v</sup>. Ogni volta che un gruppo di potere, una associazione libera, un organismo politico o economico si trova a dover comunicare alla totalità dei cittadini di un paese, prescindendo dai vari livelli intellettuali, deve ricorrere ai modi della comunicazione di massa e subisce le regole inevitabili della “adeguazione alla media”. La cultura di massa è propria di una democrazia popolare come la Cina di Mao, dove si svolgono le polemiche politiche per mezzo di grandi cartelloni a fumetti; tutta la cultura artistica dell’Unione Sovietica è una tipica cultura di massa, con tutti i difetti di una cultura di massa, tra i quali il conservatorismo estetico, il livellamento del gusto sulla media, il rifiuto delle proposte stilistiche che non corrispondono a ciò che il pubblico già si attende, la struttura paternalistica della comunicazione dei valori.

b) La deprecata cultura di massa non ha affatto preso il posto di una fantomatica cultura superiore; si è semplicemente diffusa presso masse enormi che un tempo non avevano accesso ai beni della cultura. L’eccesso di informazione sul presente a scapito della coscienza storica viene ricevuto da una parte della umanità che un tempo non aveva informazioni sul presente (e quindi era tagliata fuori da una inserzione responsabile nella vita associata) e non era dotata di conoscenze storiche se non sotto forma di sclerotizzate nozioni circa mitologie tradizionali<sup>18</sup>.

Quando ci immaginiamo il cittadino di un paese moderno che legge sullo stesso rotocalco notizie circa la diva e informazioni su Michelangelo, non dobbiamo commisurarlo all’umanista antico che si muoveva con limpida autonomia nei vari campi dello scibile, ma al bracciante o al piccolo artigiano di qualche secolo fa che era escluso dalla fruizione dei beni culturali. Il quale, se anche in chiesa o nel palazzo comunale poteva vedere opere di pittura, tuttavia le fruiva con la stessa superficialità con cui il lettore moderno getta l’occhio distrattamente sulla riproduzione a colori dell’opera celebre, più interessato ai particolari aneddotici che non ai complessi valori formali. Quindi l’uomo che fischieta Beethoven perché lo ha sentito alla radio è già un uomo che, sia pure al semplice livello della melodia, ha avvicinato Beethoven (né si può negare che a questo livello si manifesti già in misura semplificata la legalità formale che regge agli altri livelli, armonico, contrappuntistico, ecc. l’opera intera del musicista), mentre un’esperienza del genere un tempo era riservata alle classi abbienti; tra i cui rappresentanti moltissimi probabilmente, pur sottomettendosi al rituale del concerto, fruivano la musica sinfonica allo stesso livello di superficialità. A questo proposito si citano le cifre impressionanti di musica valida diffusa oggi alla radio o dai dischi, e ci si domanda se questa accumulazione di informazione musicale non debba essersi risolta, in molti casi, in stimolo efficace per acquisizioni culturali autentiche (e quanti di noi non si sono fatti una formazione musicale proprio attraverso lo stimolo dei canali di massa?)<sup>19</sup>.

c) È vero che i *mass media* propongono in misura massiccia e senza discriminazioni vari elementi di informazione in cui non viene distinto il dato valido da quello di pura curiosità o di trattenimento; ma negare che questa accumulazione di *informazione* possa risolversi in *formazione*, significa professare una concezione alquanto pessimistica della natura umana e non credere che una accumulazione di dati

quantitativi, bombardando di stimoli le intelligenze di una grande quantità di persone, non possa risolversi, per alcune, in mutamento qualitativo<sup>20</sup>. Questo genere di risposte poi ha buon gioco proprio perché mette a nudo l'ideologia aristocratica dei critici dei *mass media*; e dimostra come essa sia pericolosamente uguale a quella di coloro che commiserano i valligiani dell'Ossola a cui gli antiquari hanno sostituito la vecchia madia di legno robusto e il tavolo "alla fratina" con uno squallido mobilio in alluminio e *formica*; non tenendo conto del fatto che questo squallido mobilio lavabile e grossolanamente festoso, porta una possibilità di igiene in case in cui l'antico mobilio in legno pesante e tarlato non costituiva in alcun modo un elemento di educazione del gusto; e che l'apprezzamento di quel mobilio tradizionale costituisce soltanto una deformazione estetica della nostra sensibilità, che pensa ormai in termini di pregiato antiquariato ciò che, senza l'avvento del tavolo in *formica*, sarebbe rimasto un miserabile esempio di quotidiana indigenza.

d) Alla obiezione che la cultura di massa diffonde tuttavia anche prodotti di intrattenimento che nessuno oserebbe giudicare positivi (fumetti a sfondo erotico, riprese televisive di pugilato, telequiz che rappresentano un appello agli istinti sadici del grosso pubblico) si risponde che, da quando mondo è mondo, le folle hanno amato i *circenses*; e appare naturale che in mutate condizioni di produzione e di diffusione i duelli di gladiatori, le lotte degli orsi *et similia* siano stati sostituiti da altre forme di intrattenimento deteriore, che ciascuno depreca ma che non si dovrebbero considerare un segno particolare della decadenza dei costumi<sup>21</sup>.

e) Una omogeneizzazione del gusto in fondo contribuirebbe a eliminare a certi livelli le differenze di casta, a unificare le sensibilità nazionali, svolgerebbe funzioni di decongestione anticolonialistica in molte parti del globo<sup>22</sup>.

f) La divulgazione dei concetti sotto forma di *digest* evidentemente ha avuto funzioni di stimolo se i tempi nostri hanno assistito a quella che in America viene definita la "rivoluzione dei *paperbacks*", e cioè la diffusione in enormi quantità di opere culturali validissime a prezzi molto bassi in edizione integrale.

g) È vero che la diffusione dei beni culturali, sia pure i più validi, quando divenga intensiva ottunde le capacità di ricezione. Ma questo è un fenomeno di "consumo" del valore estetico o culturale che è comune ad ogni epoca, salvo che oggi si realizza in dimensioni macroscopiche. Anche nel secolo scorso chi avesse ascoltato per troppe volte di seguito una certa composizione avrebbe finito per abituare l'orecchio a una ricezione di tipo schematico e superficiale. A questo "consumo" viene sottoposta ogni manifestazione, in una società dominata dalla cultura di massa, e la prova migliore è che le stesse critiche alla cultura di massa, veicolate attraverso libri a grande tiratura, quotidiani, riviste, sono diventate dei perfetti prodotti di una cultura di massa, ripetute come slogan, commercialiate come beni di consumo e occasioni di intrattenimento snobistico (come molteplici episodi nostrani di critica alla dissipazione giornalistica, condotta sulla colonne dei giornali, tristemente ci dimostrano).

h) I *mass media* offrono una congerie di informazioni e di dati circa l'universo senza suggerire dei criteri di discriminazione; ma in definitiva sensibilizzano l'uomo contemporaneo nei confronti del mondo; e in realtà le masse sottoposte a questo tipo di informazione non ci paiono più sensibili e più partecipanti, nel bene e nel male, alla vita associata, che non le masse dell'antichità pronte a ossequenze tradizionali nei confronti di sistemi e valori stabili e indiscutibili? Se questa è l'epoca delle grandi follie totalitarie,

non è anche l'epoca dei grandi mutamenti sociali e delle rinascite nazionali dei popoli sottosviluppati? Segno dunque che i grandi canali di comunicazione diffondono informazioni indiscriminate ma provocano sommovimenti culturali di un qualche rilievo<sup>23</sup>.

i) Infine, non è vero che i mezzi di massa siano stilisticamente e culturalmente conservatori. In quanto costituiscono un insieme di nuovi linguaggi, hanno introdotto nuovi modi di parlare, nuovi stilemi, nuovi schemi percettivi (basti pensare alla meccanica della percezione dell'immagine, alle nuove grammatiche del cinema, della ripresa diretta, del fumetto, allo stile giornalistico...): bene o male si tratta di un rinnovamento stilistico che spesso ha costanti ripercussioni sul piano delle arti cosiddette superiori, promuovendone lo sviluppo<sup>24</sup>.

#### *Una problematica mal posta*

La difesa dei *mass media* avrebbe numerosi titoli di validità, se non peccasse quasi sempre di un certo "liberismo" culturale. Viene data cioè per scontata la persuasione che la circolazione libera e intensiva dei vari prodotti culturali di massa, poiché ha indubbi aspetti positivi, sia in sé naturalmente "buona". Al massimo si avanzano proposte per un controllo pedagogico-politico delle manifestazioni più deteriori (censura sui fumetti sado-pornografici) o dei canali di trasmissione (controllo sulle reti televisive). Raramente si tien conto del fatto che dal momento che la cultura di massa per lo più viene prodotta da gruppi di potere economico a fini di profitto, rimane sottomessa a tutte le leggi economiche che regolano la fabbricazione, lo smercio e il consumo degli altri prodotti industriali: "Il prodotto deve piacere al cliente", non deve porgli problemi, il cliente deve desiderare il prodotto e deve essere indotto a un ricambio progressivo del prodotto. Di qui i caratteri a-culturali dei prodotti stessi e l'inevitabile "rapporto da persuasore a persuaso", che è in definitiva un rapporto paternalistico, che si pone tra produttore e consumatore.

Va notato che anche in un diverso regime economico il rapporto paternalistico può benissimo rimanere immutato; nel caso in cui, ad esempio, la diffusione della cultura di massa rimanga nelle mani, se non dei gruppi di potere economico, dei gruppi di potere politico, che impieghino i mezzi stessi a fini di persuasione e dominio. Ma tutto questo serve soltanto a dimostrarci che la cultura di massa è un fatto industriale e come tale subisce molti dei condizionamenti tipici di qualsiasi attività industriale.

L'errore degli apologeti è di ritenere che la moltiplicazione dei prodotti dell'industria sia di per sé buona, secondo una ideale omeostasi del libero mercato, e non debba essere sottoposta a una critica e a nuovi orientamenti<sup>25</sup>.

L'errore degli apocalittico-aristocratici è di pensare che la cultura di massa sia radicalmente cattiva proprio perché è un fatto industriale, e che oggi si possa dare cultura che si sottragga al condizionamento industriale.

I problemi sono mal posti dal momento che vengono formulati così; "è bene o male che ci sia la cultura di massa?" (anche perché la domanda sottintende la sfiducia reazionaria nell'ascesa delle masse, e intende mettere in dubbio la validità del progresso tecnologico, del suffragio universale, dell'educazione estesa alle classi subalterne, ecc.).

Il problema invece è: "dal momento che la presente situazione di una società industriale rende ineliminabile quel tipo di rapporto comunicativo noto come insieme dei mezzi di massa, quale azione

culturale è possibile per far sì che questi mezzi di massa possano veicolare valori culturali?"

Non è utopistico pensare che un intervento culturale possa mutare la fisionomia di un fenomeno di questo genere. Pensiamo a cosa intendiamo oggi per "industria editoriale". La fabbricazione di libri è diventata un fatto industriale, sottomesso a tutte le regole della produzione e del consumo; di qui una serie di fenomeni negativi, come la produzione su comando, il consumo provocato artificiosamente, il mercato sostenuto con la creazione pubblicitaria di valori finti. Ma l'industria editoriale si distingue in questo dall'industria dei dentifrici: che vi sono inseriti uomini di cultura, per i quali il fine primario (nei casi migliori) non è la produzione di un libro da vendere, bensì la produzione di valori per la diffusione dei quali il libro appare lo strumento più comodo. Ciò significa che, secondo una partizione percentuale che non saprei precisare, accanto a "produttori di oggetti di consumo culturale", agiscono "produttori di cultura" che accettano il sistema dell'industria del libro per fini che ne esorbitano. Per pessimisti che si voglia essere, l'apparizione di edizioni critiche o di collane popolari testimonia una vittoria della comunità culturale sullo strumento industriale con il quale si è felicemente compromessa. A meno che si pensi che la stessa moltiplicazione delle universali economiche sia un fatto negativo di spreco intellettuale (col che si ritorna alla posizione aristocratico-reazionaria che abbiamo discussa).

Il problema della cultura di massa è proprio questo: oggi è manovrata da "gruppi economici", che perseguono fini di profitto, e realizzata da "esecutori specializzati" nel fornire al committente ciò che ritiene più smerciabile, senza che si verifichi un massiccio intervento degli uomini di cultura nella produzione. L'atteggiamento degli uomini di cultura è proprio quello della protesta e del riserbo. E non vale dire che l'intervento di un uomo di cultura nella "produzione della cultura di massa" si risolverebbe in un nobile quanto sfortunato gesto subito soffocato dalle leggi inesorabili del mercato. Dire: "il sistema in cui ci muoviamo rappresenta un esempio di Ordine talmente perfetto e pervasivo, che ogni atto isolato di modifica di fenomeni isolati, si risolve in pura testimonianza" (e suggerire: "dunque, meglio il silenzio, la ribellione passiva") è posizione accettabile sul piano mistico, ma diventa singolare quando è sostenuta, come avviene di solito, sulla base di categorie pseudo-marxiste. In tal caso, infatti, una data situazione storica viene irrigidita in un modello, in cui le contraddizioni originarie si sono composte in una sorta di massiccio sistema relazionale puramente sincronico. A questo punto tutta l'attenzione si sposta sul modello come tutto inscindibile, e l'unica soluzione viene intravista come negazione totale del modello. Siamo nel campo delle astrazioni e delle malintese presunzioni di totalità: a questo punto si ignora che all'interno del modello continuano ad agitarsi le contraddizioni concrete, che qui si stabilisce una dialettica di fenomeni, tale che ogni fatto, che modifichi un aspetto dell'insieme, anche se apparentemente perde rilievo di fronte alla capacità di ricupero del sistema-modello, di fatto ci restituisce non più il sistema A iniziale, ma un sistema A1. Negare che una somma di piccoli fatti, dovuti all'iniziativa umana, possano modificare la natura di un sistema, significa negare la stessa possibilità delle alternative rivoluzionarie, che si manifestano solo a un momento dato, in seguito alla pressione di fatti infinitesimali, la cui aggregazione (anche puramente quantitativa) è esplosa in una modifica qualitativa.

Grava di solito su equivoci del genere la persuasione che, proporre interventi modificatori parziali *in campo culturale*, equivalga a quell'atteggiamento che *in politica* è il "riformismo", come opposto all'atteggiamento rivoluzionario. Non si calcola anzitutto che, se riformismo significa credere

nell'efficacia delle modificazioni parziali, escludendo le alternative radicali e violente, nessun atteggiamento rivoluzionario ha mai escluso quelle serie di interventi parziali che mirino a creare le condizioni per alternative radicali, e che siano condotti lungo la linea direttiva di una ipotesi più ampia. In secondo luogo ci pare che la categoria del riformismo sia assolutamente inapplicabile al mondo dei valori culturali (e che dunque un discorso valido per i fenomeni di "base" sia inapplicabile a certe leggi specifiche di talune manifestazioni sovrastrutturali). A livello della base socio-economica una modifica parziale può attenuarne certe contraddizioni e evitarne l'esplosione per lunghissimo tempo; in tal senso l'operazione riformistica può assumere valore di contributo alla conservazione dello status quo. Ma a livello di una circolazione delle idee, invece, non accade mai che una idea, anche se fatta circolare isolatamente, diventi il punto di riferimento statico di desideri ormai pacificati: al contrario, essa sollecita un ampliamento del discorso. In termini assai chiari, se in una situazione di tensione sociale aumento le paghe agli operai di una fabbrica, può darsi che questa soluzione riformistica distolga gli operai dall'occupare lo stabilimento. Ma se a una comunità agricola di analfabeti insegnano a leggere affinché siano in grado di leggere i "miei" proclami politici, nulla potrà impedire che questi uomini domani leggano anche i proclami "altrui".

A livello dei valori culturali non si dà cristallizzazione riformistica; si dà soltanto l'esistenza di processi di consapevolezza progressiva che, una volta aperti, non sono più controllabili da chi li ha scatenati. Di qui la necessità di un intervento attivo delle comunità culturali, nel campo delle comunicazioni di massa. Il silenzio non è protesta, è complicità; e tale è il rifiuto di compromissione.

Naturalmente, perché l'intervento sia efficace, occorre che sia preceduto da una conoscenza del materiale su cui si lavora. Per lo più, sino ad oggi, la polemica aristocratica sui mezzi di massa ha distolto dallo studio delle loro modalità specifiche (o ha orientato verso tale studio solo coloro che davano per scontata la pacifica bontà di tali mezzi, e che pertanto ne esaminavano la modalità per usarli nei modi più sconsiderati o più interessati). Tale disdegno è stato favorito anche da un'altra persuasione: che le modalità delle comunicazioni di massa costituissero senz'ombra di dubbio quella serie di caratteristiche che tali comunicazioni assumono in un preciso sistema socio-economico, quello di una società industriale fondata sulla libera concorrenza. Ora, si è tentato già di suggerire come, probabilmente, molti dei fenomeni connessi alla comunicazione di massa potranno sopravvivere anche in altri contesti socio-economici, dato che sono dovuti alla specifica natura del rapporto comunicativo che si verifica quando, dovendo comunicare a vaste masse di pubblico, si deve ricorrere a procedimenti industriali, con tutti i condizionamenti dovuti alla meccanizzazione, alla riproducibilità in serie, al livellamento del prodotto secondo una media, e così via. Anticipare come questi fenomeni potranno configurarsi in altri contesti, appartiene alla pianificazione politica. Sul piano scientifico si dà per ora una sola alternativa fruttuosa, ed è esaminare per intanto come il fenomeno si configuri *ora*, nell'ambito in cui è possibile esercitare una indagine concreta, basata su dati sperimentali.

A questo punto si può riportare il discorso, dal piano dei problemi generali, a quello delle decisioni particolari. In tal caso esso si restringe a un semplice richiamo: il richiamo a un intervento che si attui nella duplice forma della collaborazione e dell'analisi critica costruttiva. I mezzi di massa, da molti, non sono mai stati fatti segno ad analisi scientifica che non fosse deprecatoria o a un commento critico assiduo e orientativo. Quando questo è avvenuto, si sono osservati dei cambiamenti. L'esempio della

televisione è sintomatico

Nessuno può negare che attraverso una critica culturale serrata (non disgiunta, questo è importante, da un'azione a livello politico), si sia ottenuto il miglioramento di un certo settore dei programmi e una apertura del discorso. In questo senso la critica culturale crea il mercato e offre ai produttori orientamenti capaci di assumere rilievo coattivo. La comunità degli uomini di cultura costituisce ancora, per fortuna un “gruppo di pressione”.

L'intervento critico può anzitutto portare alla correzione della persuasione implicita che cultura di massa sia la produzione di cibo culturale per le masse (intese come categoria di sotto-cittadini) attuata da una *élite* di produttori. Può riproporre il tema di una cultura di massa come “cultura esercitata a livello di tutti i cittadini” che non significa neppure che cultura di massa sia cultura prodotta dalle masse; non c’è forma di creazione “collettiva” che non sia mediata da personalità più dotate che si fanno interpreti di una sensibilità della comunità in cui vivono. Quindi non si esclude la presenza di un gruppo colto di produttori e di una massa di fruitori; salvo che il rapporto da paternalistico diventa dialettico: gli uni interpretano le esigenze e le istanze degli altri

### *Critica dei tre livelli*

Questo ideale di una cultura democratica impone una revisione del concetto dei tre livelli culturali (*high, middle e low*), i quali vanno spogliati di alcune connotazioni che li rendono tabù pericolosi.

a) I livelli non corrispondono a una livellazione classistica. È un punto ormai pacifico. Si sa che il gusto *high brow* non è necessariamente quello delle classi dominanti; si assistono a curiose convergenze per cui la Regina di Inghilterra ama quella pittura di Annigoni che da un lato troverebbe consenziente Krusciov, dall'altro incontrerebbe i favori di un operaio impressionato dagli ardimenti dell'ultimo astrattista<sup>26</sup>. Professori universitari si dilettano della lettura dei fumetti (sia pure con differenti atteggiamenti ricettivi, come si vedrà) mentre attraverso le collane popolari membri delle classi un tempo subalterne adiscono ai valori “superiori” della cultura.

b) I tre livelli non rappresentano tre gradi di complessità (snobisticamente identificata col valore). In altri termini: solo nelle interpretazioni più snobistiche dei tre livelli, si identifica quello “alto” con le opere nuove e difficili, comprensibili solo agli *happy few*. Si pensi a un’opera come *Il Gattopardo*.

Indipendentemente da un giudizio critico complessivo, l’opinione comune la ascrive al livello “alto”, per il tipo di valori che veicola e la complessità dei suoi riferimenti culturali. Tuttavia, sociologicamente parlando, se ne è attuata una diffusione e una degustazione a livello *middle brow*. Ora, il successo ottenuto al livello “medio” è segno di un deperimento del valore culturale reale? In certi casi sì. Alcuni romanzi italiani che hanno ottenuto recentemente successi strepitosi, dovevano la loro fortuna proprio alle ragioni messe in luce da MacDonald a proposito de *Il vecchio e il mare*: divulgano stilemi e atteggiamenti culturali ormai svuotati della loro forza iniziale e accortamente banalizzati (complice l’assuefazione del gusto attraverso gli anni), e li mettono a livello di un pubblico pigro che si illude di fruire valori culturali nuovi mentre, in realtà, non fa che dar fondo a un magazzino estetico ormai deperito<sup>27</sup>. Ma in altri casi il criterio non è valido. Nello stesso modo esistono dei prodotti di una cultura *lower brow*, ad esempio certi fumetti, che vengono consumati come prodotto sofisticato a livello *high brow*, senza che questo costituisca necessariamente una qualifica del prodotto. Vediamo dunque che il

panorama è assai più complesso di quanto si creda. Esistono prodotti che, nati a un certo livello, risultano consumabili a un livello diverso senza che il fatto comporti un giudizio di complessità o di valore. Rimane peraltro aperto il problema se tali prodotti non presentino strutturalmente due possibilità fruitive diverse, offrendo cioè due differenti aspetti di complessità.

c) I tre livelli quindi non coincidono con tre livelli di validità estetica. Si può avere un prodotto *high brow* che si raccomanda per qualità di “avanguardia” e richiede, per essere fruito, una certa preparazione culturale (o una propensione alla sofisticatezza) e che tuttavia, proprio nell’ambito delle valutazioni proprie a quel livello, deve essere giudicato “brutto” (senza che per questo sia *low brow*). E vi possono essere prodotti *low brow*, destinati a essere fruiti da un vastissimo pubblico, che presentano caratteristiche di originalità strutturale, capacità di superare i limiti imposti dal circuito di produzione e consumo in cui sono immessi, tali da permetterci di giudicarli come opere d’arte dotate di una loro assoluta validità (ci pare questo il caso di fumetti quali i *Peanuts* di Charlie M. Schulz o del jazz nato come merce di consumo, anzi come “musica gastronomica”, nelle case di tolleranza di New Orleans)<sup>28</sup>.

d) La trasmigrazione di stilemi da un livello superiore a uno inferiore non significa necessariamente che detti stilemi abbiano trovato cittadinanza al livello inferiore solo perché si sono “consumati” o “compromessi”. In certi casi è veramente così, in altri assistiamo a una evoluzione del gusto collettivo che assorbe e sfrutta a più ampio livello scoperte che avevano dovuto essere anticipate in via puramente sperimentale, a livello più ristretto. Quando Vittorini recentemente parlava della distinzione tra una letteratura come “mezzo di produzione” e una letteratura come “bene di consumo” evidentemente non pensava di deprezzare la seconda identificando la prima come la Letteratura *tout court*. Intendeva parlare di diverse funzioni che la letteratura assume a diversi livelli. Credo vi possa essere un romanzo inteso come opera di trattenimento (bene di consumo) dotato di validità estetica e capace di veicolare valori originali (non imitazioni di valori già realizzatisi) e che tuttavia prende come base comunicativa una *koiné* stilistica che è stata creata da altri esperimenti letterari i quali avevano avuto funzioni di proposta (anche se forse non avevano realizzato dei valori estetici compiuti, ma solo degli abbozzi di una forma possibile)<sup>29</sup>.

#### *Una possibile conclusione, più alcune proposte di ricerca*

Questo ci permette dunque di avanzare una interpretazione dello stato presente della nostra cultura, che tenga conto di una sopravvenuta complessità della circolazione dei valori (teoretici, pratici ed estetici).

In un’epoca come quella di Leonardo la società si divideva in uomini in possesso degli strumenti culturali e uomini che ne erano esclusi. I possessori dei valori culturali possedevano la cultura nel suo complesso: Leonardo era un matematico e un tecnico, progettava macchine possibili e acquedotti concreti. Con lo sviluppo della cultura abbiamo assistito anzitutto a una stabilizzazione di più livelli teoretici: tra ricerca teorica e ricerca sperimentale si è creato uno iato e un sistema di “disparità di sviluppo” che talora ha presentato *décalages* di vari decenni e anche più. Tra le ricerche delle geometrie non euclidee o della fisica relativistica e le loro applicazioni alla risoluzione di problemi tecnologici concreti vi è stato un lasso di tempo notevolissimo. Tuttavia sappiamo che le scoperte einsteiniane non erano meno valide per il fatto che non se ne intravedeva l’applicazione concreta, e che

le stesse ricerche, applicate allo studio dei fenomeni nucleari, e di lì a una tecnologica concretissima, non si sono per questo “consumate” o depauperate. Questa disparità di sviluppo e questa correlazione tra livelli teoretico-pratici diversi sono accettati oggi come fenomeni tipici della nostra cultura.

Ora ci pare occorra riconoscere che anche nel campo dei valori estetici si sia verificata una specificazione dei livelli di tipo analogo: da un lato l’azione di un’arte di avanguardia, che non pretende e non deve pretendere alla immediata comprensibilità, e che svolge azione di sperimentazione sulle forme possibili (senza che per questo essa debba necessariamente, anche se in certi casi avviene, procedere ignorando gli altri problemi e giudicandosi la sola creatrice di valori culturali); dall’altro un sistema di “traduzioni” e di “mediazioni”, talora con scarti di decenni, per cui modi di formare (coi sistemi di valori connessi) si ritrovano a livelli di più vasta comprensibilità, integrati ormai alla sensibilità comune, in una dialettica di reciproche influenze assai difficili a definire e che tuttavia di fatto si instaura attraverso una serie di rapporti culturali di vario genere<sup>10</sup>. La differenza di livello tra i vari prodotti non costituisce a priori una differenza di valore, ma una differenza del rapporto fruitivo nel quale ciascuno di noi volta volta si pone. In altri termini: tra il consumatore di poesia di Pound e il consumatore di un romanzo giallo, in linea di diritto, non esiste alcuna differenza di classe sociale o di livello intellettuale. Ciascuno di noi può essere l’uno e l’altro in diversi momenti della propria giornata, nell’un caso cercando un’eccitazione di tipo altamente specializzato, nell’altro una forma di trattenimento che sia in grado di veicolare una categoria di valori specifica.

Dico “in linea di diritto”. Perché si potrebbe obiettare che in linea di fatto io posso fruire sia di Pound che del romanzo giallo, mentre un contabile bancario di categoria C, per una serie di motivi (molti dei quali non irrimediabili ma allo stato attuale dei fatti insormontabili) può fruire solo del romanzo giallo, e quindi si trova culturalmente in stato di soggezione.

Il problema andava posto però in linea di diritto proprio per questo. Perché solo se in linea di diritto ci si avvierà a intendere la differenziazione dei livelli come una differenziazione puramente circostanziale delle richieste (e non dei richiedenti), ai vari livelli si potranno produrre opere che conducano, nell’ambito stilistico prescelto, un discorso culturalmente creativo. Cioè: solo se si acquisirà coscienza del fatto che il consumatore di fumetti è il cittadino nel momento in cui desidera distrarsi attraverso l’esperienza stilistica propria del fumetto, e che quindi il fumetto è un prodotto culturale fruito e giudicato da un consumatore che in quell’occasione sta specificando la propria richiesta in quella direzione, ma porta in quella esperienza di fruizione la sua esperienza intera di uomo educato anche alla fruizione di altri livelli, solo allora la produzione del fumetto si troverà ad essere determinata da un tipo di richiesta culturalmente avvertita. Il curioso è che questa situazione di diritto, per i consumatori intellettualmente più agguerriti, si verifica già di fatto. L’uomo di cultura che in determinate ore ascolta Bach, in altri momenti è propenso ad accendere la radio per ritmare la propria attività attraverso una “musica d’uso” da consumare a livello superficiale. Salvo che in questa attività (dominato da una implicita diffidenza moralistica verso quello che giudica un atto colpevole) accetta di “incanaglirsi” e non rivolge richieste particolari al prodotto di cui usa; così facendo accetta di scendere di livello, gode di farsi “normale”, uguale a una massa che in cuor suo disprezza ma di cui subisce il fascino, il richiamo primordiale. Mentre il problema non è di deprecare il ricorso a una musica di intrattenimento, ma di pretendere una musica che intrattenga secondo moduli di dignità stilistica, con perfetta aderenza allo

scopo (quindi con artisticità) e senza che i richiami viscerali, indispensabili all'uopo, prevalgano oltre una certa misura su altri elementi di equilibrio formale. Dunque, solo accettando la visione dei vari livelli come complementari e fruibili tutti dalla stessa comunità di fruitori, si può aprire una strada a una bonifica culturale dei *mass media*; e si noti che si è ricorso all'esempio più estremo, quello di una musica consumata come sottofondo ritmico. Ma si pensi alle trasmissioni di intrattenimento televisivo, alla narrativa di evasione, al film commerciale.

Il problema è più grave invece, sempre in linea di fatto, se viene considerato dal punto di vista del consumatore comune (il contabile di cui si parlava prima): per cui nasce il problema di un'azione politico-sociale tale da permettere non solo all'abituale fruitore di Pound di poter ricorrere al romanzo giallo, ma anche all'abituale fruitore di romanzo giallo di poter adire a una fruizione culturale più complessa. Il problema, lo si è detto, è anzitutto politico (un problema di scolarità, anzitutto, e poi di tempo libero, ma inteso non come "regalo" di ore da dedicare alla cultura e all'ozio: inteso come un nuovo rapporto nei confronti del momento lavorativo, non più sentito come "estraneo" perché di fatto ritornato sotto il "nostro" controllo), ma viene facilitato dal riconoscimento di una parità in dignità dei vari livelli, e da un'azione culturale che parta dall'assunzione di questo presupposto. In quanto, accettata questa parità, si accentuerà un gioco di passaggi reciproci tra i vari livelli.

Nessuno pensa che tutto questo debba avvenire in modo pacifico e istituzionalizzato. La lotta di una "cultura di proposta" contro una "cultura di trattenimento" si stabilirà sempre attraverso una tensione dialettica fatta di intolleranze e reazioni violente. Né si deve pensare che una più equilibrata visione dei rapporti tra i vari livelli porti all'eliminazione degli squilibri e di quei fenomeni negativi lamentati dai critici dei *mass media*. Una cultura di trattenimento non potrà mai evitare di sottomettersi a certe leggi della domanda e dell'offerta (salvo a diventare ancora una volta cultura paternalistica di trattenimento "edificante" imposto dall'alto). L'utopia prefigurata ha valore di "norma metodologica" a cui gli uomini di cultura potrebbero utilmente attenersi per muoversi tra i vari livelli. Il resto appartiene alla realizzazione concreta, con tutti gli scarti e i fallimenti del caso.

Ricorderò sempre l'episodio di un telecronista televisivo mio amico, uomo di mestiere sicuro e dignitoso che con gli occhi sul monitor faceva una telecronaca di un certo avvenimento da una cittadina della provincia piemontese. Mentre il regista gli passava le ultime immagini, il telecronista concludeva la sua telecronaca, in verità assai sobria, con un accenno alla sera che scendeva sulla città. A quel punto, per una inspiegabile bizzarria del regista, o per un errore di missaggio, appariva sul monitor, completamente fuori luogo, un'immagine di bambini che giocavano in una stradina. Il telecronista si trovò allora nella necessità di commentare l'immagine, e, ricorrendo a un trito repertorio bassamente retorico, disse: "Ed ecco i fanciulli, intenti ai loro giochi di oggi, ai loro giochi di sempre..." L'immagine era diventata simbolica, universale, patetica, e rappresentava un modello di quel *midcult* che MacDonald deprecava, fatto di falsa universalità, di allegorismo vuoto. D'altra parte il telecronista non avrebbe potuto tacere, dato che, nell'ambito di una discutibile "poetica della telecronaca", egli riteneva di dover associare per esigenze di ritmo, un continuum parlato al continuum delle immagini. La natura del mezzo, la sua accidentalità, l'esigenza di rispettare le attese degli spettatori, lo avevano fatto scadere nel *poncif*. Ma prima di reagire a questa irrimediabile trivialità dei mezzi di massa, occorre chiedersi quante volte, nella letteratura di "alto livello", le esigenze del metro o della rima, l'ossequenza

al committente, o altre determinazioni pertinenti alle leggi estetiche o sociologiche, non abbiano portato a compromissioni analoghe. L'episodio, se ci dice che nel nuovo panorama umano determinato da una cultura di massa le possibilità di regressione sono infinite, ci indica anche come possa esercitarsi una critica costruttiva dei vari fenomeni e una individuazione dei punti deboli.

Non è nostro compito indicare come gli uomini di cultura possano intervenire quali "operatori" nell'area della cultura di massa. Possiamo soltanto accennare in sintesi ad alcune direzioni di ricerca lungo le quali è possibile stabilire un'analisi scientifica dei *mass media*, anche a livello di ricerca universitaria. Se non altro per fornire gli elementi di una discussione costruttiva che parta da una obiettiva presa di coscienza dei fenomeni. Ecco qui di seguito alcune proposte di ricerca.

a) *Una ricerca tecnico-retorica sui linguaggi tipici dei mezzi di massa e sulle novità formali che essi hanno introdotto. Valgano tre esempi.*

1. *Fumetti*: la successione cinematografica delle *strips*. Ascendenze storiche. Differenze. Influenze del cinema. Processi di apprendimento implicati. Possibilità narrative connesse. Unione parola-azione realizzata mediante artifici grafici. Nuovo ritmo e nuovo tempo narrativo derivato. Nuovi stilemi per la rappresentazione del movimento (i disegnatori di fumetti copiano alla moviola; non da modelli immobili, ma da fotogrammi che fissano un momento del movimento), Innovazioni nella tecnica dell'onomatopea. Influenze delle esperienze pittoriche precedenti. Nascita di un nuovo repertorio iconografico e di standardizzazioni che ormai funzionano come *topoi* per la *koiné* dei fruitori (destinati a divenire elementi di linguaggio acquisito per le nuove generazioni). Visualizzazione della metafora verbale. Stabilizzazione di tipi caratteriologici, loro limiti, loro possibilità pedagogiche, loro funzione mitopoietica<sup>31</sup>.

2. *Televisione*: grammatica e sintassi della ripresa diretta. Sua specifica temporalità. Suo rapporto di imitazione-interpretazione-adulterazione della realtà. Effetti psicologici. Rapporti di ricezione.

Trasformazioni subite da un'opera realizzata in altra sede (teatro, cinema) una volta ripresa: o trasmessa entro le dimensioni del piccolo schermo: modificazione degli effetti e dei valori formali. Tecnica ed estetica delle comunicazioni non specificamente artistiche una volta sottomesse alle leggi grammaticali della ripresa e della trasmissione<sup>32</sup>.

3. *Romanzi gialli o di "science fiction"*: primalità del *plot* rispetto ad altri valori formali. Valore estetico della "trovata" conclusiva come elemento intorno a cui ruota tutta l'invenzione. Struttura "informativa" della trama. Elemento di critica sociale, utopia, satira moralistica; loro differenze rispetto a prodotti della cultura "superiore". Ricorso a diversi tipi di scrittura e differenze stilistiche tra gialli tradizionali e gialli d'azione; rapporto con altri modelli letterari<sup>33</sup>.

b) *Una ricerca critica sulle modalità e sugli esiti dei travasi di stilemi da livello superiore a livello medio.* Casi in cui appare valida la denuncia di MacDonald (lo stilema, una volta trasposto, appare banalizzato) e casi in cui si ha invece reale acquisizione e reviviscenza dello stilema in altro contesto. Si potrebbero fare due esempi. Durante il telegiornale del 14 marzo 1963 Sergio Zavoli, commentando non ricordo quale triste avvenimento, mostrava una folla che seguiva un feretro al cimitero e così commentava: "Ciascuno ha la sua morte da piangere, il suo dolore da murare..." Quindi, mentre si vedevano disegnarsi per terra le ombre dei dolenti: "Per terra la pietà disegna le sue ombre." È chiaro che, se può

essere perdonata la metafora “ciascuno ha il suo dolore da murare”, diventa più difficile sorvolare su quella pietà che disegna per terra le sue ombre. Si tratta evidentemente di una chiara tentazione estetistica, dell’incapacità di rinunciare a una immagine visiva formalmente interessante (i dolenti identificati attraverso le ombre), su cui si è sovrapposta un’immagine verbale che trasponeva nell’ambito di un discorso cronistico un marinismo, che forse può avere avuto un suo *avatar* in qualche sede qualificata, ma che in quella sede appariva peggio che gratuito: rappresentava una sorta di inganno, blandiva il pubblico con l’illusione che esso fosse ammesso a fruire di tesori poetici originali e tuttavia in grado di apprezzare, mentre di fatto sfruttava la sua assuefazione a stilemi ormai veramente consunti e depauperati<sup>34</sup>.

Il secondo esempio è rappresentato da un romanzo come *Comma 22* di Heller. È un romanzo “di consumo”, che si presenta con tutte le attrattive del facile e spiritoso dialogato del technicolor hollywoodiano. Di fatto svolge una sua polemica antibelicistica chiara e puntuale e manifesta con autenticità una sua visione anarchica e assurda della vita contemporanea, dell’esercito, dei rapporti di proprietà, dell’intolleranza politica. Per far questo mette a frutto tutte le risorse di una narrativa di avanguardia, dal *flash back* alla circolarità temporale, dal monologo interiore all’amplificazione grottesca tipica di certo Joyce (quello del capitolo del Ciclope, nell’*Ulisse*), e così via. Si assiste qui alla trasposizione a livello di consumo di stilemi ormai acquisiti dalla sensibilità e dalla cultura corrente, e tuttavia motivati dalle esigenze di un certo discorso. Sorge il dubbio con che gli stilemi si ritrovino qui depauperati e traditi, ma che solo qui essi abbiano trovato la loro vera ragion d’essere. Dubbio paradossale, beninteso, ma che serve a dimostrare come in questo caso i passaggi e le trasfusioni tra vari livelli appaiano legittimi e produttivi; e come si possa fare narrativa di consumo realizzando valori artistici originali; come attraverso simili esempi di una cultura di massa (o di una cultura “media”) i lettori possano essere avviati alla degustazione di prodotti anche più complessi; come infine ciascuno di noi, anche il più colto e sofisticato, possa ricorrere a simili forme di trattenimento senza avere l’impressione di incanaglirsi.

Solo attraverso rilievi critici del genere si rende possibile un discorso equilibrato sui significati che via via possono assumere i rapporti di trasfusione tra i vari livelli.

c) *Un’analisi estetico-psicologico-sociologica di come le differenziazioni di atteggiamento fruitivo possano influire sul valore del prodotto fruito*<sup>35</sup>. Cioè: non è la diffusione mediante disco della Quinta di Beethoven che la banalizza. Se mi reco in una sala di concerto coll’intento di passare due ore lasciandomi cullare dalla musica, attuo una banalizzazione dello stesso ordine; Beethoven diventa qualcosa da fischiare. Ora è fatale che molti prodotti culturalmente validi, diffusi attraverso determinati canali, si sottomettano a banalizzazione dovuta non al prodotto stesso ma alle modalità di fruizione. Occorrerà analizzare anzitutto se, nel caso di opere d’arte, anche il cogliere l’aspetto superficiale di una forma complessa non mi permetta, se non altro, di adire per via laterale alla fruizione della vitalità formativa che l’opera esibisce anche nei suoi aspetti più superficiali<sup>36</sup>. Per contro, occorrerà stabilire se nel caso di prodotti nati per un semplice intrattenimento, la fruizione a livello sofisticato li carichi di significati arbitrari o individui in essi valori più complessi che di fatto veicolavano. Dovrà seguire un’analisi dei limiti teorici e pratici entro i quali un dato atteggiamento fruitivo non alteri irrimediabilmente la natura dell’opera fruita; e i limiti entro i quali un’opera è capace di imporre certi

valori indipendentemente dall’atteggiamento fruitivo con cui l’abbordiamo.

d) Infine, *analisi critico-sociologica dei casi in cui novità formali, anche dignitose, agiscono come semplici artifici retorici per veicolare un sistema di valori che di fatto non hanno nulla a che vedere con essi*. Ad esempio: chi segue i fumetti di *Mary Atkins* pubblicati su “Il giorno”, noterà come il disegno si articoli attraverso soluzioni di inquadrature e di montaggio di alto livello tecnico (il disegnatore appartiene alla scuola del grande Alex Raymond) esibendo angolature inusitate e arditissime, scorci ispirati alla grammatica cinematografica, stacchi (vignette dopo vignetta) da campi lunghi, ripresi dall’alto, a riprese in cui la “camera” (puramente ideale) inquadra i personaggi attraverso l’ansa formata dal braccio di un personaggio posto in primissimo piano, ecc. Ora tutti questi artifici stilistici vengono impiegati senza alcun riferimento alle necessità del racconto, a puro titolo sensazionalistico, non solo, ma il racconto esibisce un repertorio di situazioni assai banali, di sentimenti piattamente elementari, di soluzioni narrative stanchissime. Dunque si ha qui il caso palese di un’apparente novità grafica posta al servizio di una complessiva banalità. Più interessanti sono i casi in cui la assoluta novità grafica serve a veicolare contenuti politicamente e socialmente conformistici (l’artificio modernistico usato come strumento retorico a fini di potere); i casi in cui il disegno di tipo tradizionale veicola contenuti tradizionalistici; i casi in cui il disegno nuovo e originale diventa invece lo strumento perfettamente amalgamato di un discorso di rottura, e così via.<sup>37</sup>.

Si è così proposta una serie di ricerche possibili (ciascuna delle quali potrebbe costituire argomento per un seminario universitario) mediante le quali si potrebbero portare elementi di discussione in un dibattito sulla cultura di massa che tenga conto dei suoi mezzi espressivi, del modo in cui vengono usati, del modo in cui vengono fruiti, del contesto culturale in cui si inseriscono, del sottofondo politico o sociale che dà loro carattere e funzione.

## LA STRUTTURA DEL CATTIVO GUSTO

Il cattivo gusto soffre della stessa sorte che Croce riconosceva come tipica dell'arte: tutti sanno benissimo cosa sia e non temono di individuarlo e predicarlo, salvo trovarsi imbarazzati nel definirlo. E tanto difficile appare la definizione che ci si rimette, anche per riconoscerlo, non ad un paradigma, bensì al giudizio degli *spoudaioi*, dei periti, vale a dire delle persone di gusto: sul cui comportamento ci si basa per definire, in precisi ambiti di costume, il buono o cattivo gusto.

Talora il riconoscimento è istintivo, deriva dalla reazione irritata a qualche disproporzione palese, a qualcosa che appare fuori luogo: come la cravatta verde su un abito blu, l'osservazione impertinente fatta nell'ambiente meno adatto (e qui il cattivo gusto, sul piano del costume, diventa *gaffe* e mancanza di tatto) oppure l'espressione enfatica che non è giustificata dalla situazione: "Si vedeva il cuore di Luigi XVI pulsare con violenza sotto il merletto della camicia... Giovanna ferita [nell'orgoglio], ma trattenendo il sangue come i gattopardi feriti dallo strale..." (sono due frasi da una vecchia traduzione italiana di Dumas). In tutti questi casi il cattivo gusto è individuato come assenza di misura, salvo poi definire le regole di questa "misura", e accorgersi che variano con le epoche e con le civiltà.

D'altra parte, cosa più istintivamente di cattivo gusto delle sculture funerarie del Cimitero Monumentale di Milano? E come potremmo accusare di dismisura queste corrette esercitazioni canoviane, volta a volta rappresentanti il Dolore, la Pietà, la Fama o l'Oblio? Ci accorgiamo che, formalmente, di queste non si può predicare una assenza di misura. E che dunque, se nell'oggetto la misura sussiste, allora la smisuratezza sarà storica (è fuor di misura rifare Canova in pieno ventesimo secolo), o circostanziale (la cosa nel posto sbagliato: ma è fuor di misura elevare statue del Dolore in un luogo come un cimitero?) oppure – ancora, e qui stringiamo più da vicino il nucleo del problema – fuor di misura sarà prescrivere ai dolenti, mediante apposita statua, i modi e l'intensità del dolore, invece di lasciare al gusto e all'umore di ciascuno la possibilità di articolare i propri sentimenti più autentici. Ed ecco che con quest'ultimo suggerimento ci siamo avvicinati a una nuova definizione del cattivo gusto, che sembra la più accreditata, e che lascia in ombra il riferimento a una misura (ma solo apparentemente, e vi ritorneremo nei paragrafi seguenti): ed è la definizione del cattivo gusto, in arte, come *prefabbricazione e impostazione dell'effetto*.

La cultura tedesca, forse per esorcizzare un fantasma che la ossessiona da vicino, ha elaborato con maggior impegno una definizione di questo fenomeno, e lo ha riassunto in una categoria, quella del *Kitsch*, talmente precisa che il termine, risultato intraducibile, è stato trasportato di peso anche nelle altre lingue<sup>1</sup>.

*Stilistica del Kitsch*

“Sussurra lontano il mare e nel silenzio fatato il vento muove teneramente le rigide foglie. Una veste opaca di seta, ricamata in bianco avorio ed oro, fluttua intorno alle sue membra e lascia scorgere un tenero collo sinuoso, sul quale gravano le trecce color di fuoco. Ancora non era accesa la luce nella stanza solitaria di Brunilde – le palme snelle si levavano come ombre scure e fantasiose dai preziosi vasi di Cina: al centro biancheggiavano i corpi marmorei delle statue antiche, come fantasmi, e sulle pareti appena si intravedevano i quadri nelle loro larghe cornici d’oro dai sommessi riflessi. Brunilde era seduta al pianoforte e faceva scivolare le mani sulla tastiera, immersa in un dolce fantasticare. Un ‘largo’ fluiva in un cupo ricercare, come veli di fumo si sciolgono dalle ceneri incandescenti e vengono sfilacciati dal vento, vorticando in lembi bizzarri, separati dalla fiamma senza essenza. Lentamente la melodia cresceva maestosa, rompeva in accordi potenti, ritornava su se stessa con voci infantili, supplicanti, incantate, indicibilmente dolci, con cori d’angeli, e sussurrava sopra foreste notturne e forre solitarie, ampie, rosso ardenti, dalle steli antiche, giocando intorno a cimiteri campestri abbandonati. Prati chiari si aprono, primavere giocano con figure leggiadramente mosse, e davanti all’autunno sta seduta una donna vecchia, una donna malvagia, intorno alla quale cade ogni foglia. Inverno sarà, grandi angeli luccicanti, che non sfiorano la neve, ma alti come i cieli, si inclineranno verso i pastori in ascolto e canteranno loro del bambino favoloso di Betlemme.

“L’incanto celeste, sazio di segreti del santo Natale, tesse intorno alla forra invernale che dorme in profonda pace, siccome suonasse da lungi un canto d’arpa, stranito nel rumore del giorno, siccome il segreto stesso della tristezza cantasse l’origine divina. E fuori il vento notturno carezza col tocco delle sue tenere mani la casa d’oro, e le stelle vagano per la notte invernale.”

Il brano riportato costituisce un maligno *pastiche* elaborato da Walther Killy<sup>2</sup>, utilizzando brani di sei autori tedeschi; cinque produttori di rinomata merce letteraria di consumo, più un *outsider* che, ci duole dirlo, è Rilke. Osserva Killy che l’origine composita del brano è difficilmente rilevabile perché la caratteristica costante dei vari pezzi è la volontà di *provocare un effetto sentimentale*, anzi di offrirlo già provocato e commentato, già confezionato, in modo che il contenuto oggettivo della vicenda (il vento di notte? una fanciulla al pianoforte? la nascita del Redentore?) sia meno importante della *Stimmung* di base. L’intento prevalente è quello di creare una atmosfera lirizzante, e per far ciò gli autori utilizzano espressioni già cariche di fama poetica oppure elementi che posseggano comunque in proprio una capacità di mozione affettiva (vento, notte, mare eccetera). Tuttavia gli autori non paiono fidarsi della capacità evocatrice delle singole parole: e le fasciano, le corredano di parole accessorie, in modo che l’effetto, se per caso si perdesse, venga reiterato, e garantito. Così il silenzio in cui il mare sussurra, a scanso di equivoci, sarà “incantato”, e le mani del vento, se non bastasse loro esser “tenere”, ecco che “carezzano”, la casa su cui vagano le stelle sarà “d’oro”.

Killy insiste poi molto, oltre che sulla tecnica della reiterazione dello stimolo, sul fatto che lo stimolo è *assolutamente fungibile*: e l’osservazione potrebbe essere intesa in termini di *ridondanza*. Il brano letto ha tutte le caratteristiche del messaggio ridondante: quivi uno stimolo aiuta l’altro mediante la cumulazione e la ripetizione – perché ogni stimolo singolo, in quanto già sottoposto, per antica tradizione lirica, ad usura, rischia di consumarsi, e quindi va ribadito in altra forma.

I verbi (sussurra, fluttua, scivola, vaga) concorrono poi a ribadire la “liquidità” del testo, condizione della sua “liricità”, in modo che in ogni fase del dettato prevalga l’effetto momentaneo, destinato ad

estinguersi alla fase successiva (che, per fortuna, lo reintegra).

Killy ricorda come anche dei grandi poeti abbiano provato la necessità di ricorrere all’evocazione lirica, magari inserendo dei versi nel corso di una narrazione, come Goethe, al fine di rivelare di colpo un tratto essenziale della vicenda che il racconto, articolato per modi logici, non potrebbe esprimere. Ma nel Kitsch il cambio di registro non assume funzioni di conoscenza, interviene solo per rafforzare lo stimolo sentimentale, e in definitiva l’inserzione episodica diventa la norma.

Articolandosi così come una comunicazione artistica in cui il progetto fondamentale non è quello di coinvolgere il lettore in una avventura di scoperta attiva, ma semplicemente di piegarlo con forza od avvertire un determinato effetto – credendo che in questa emozione consista la fruizione estetica – il Kitsch apparirebbe come una forma di menzogna artistica, o, come dice Hermann Broch “il male nel sistema di valori dell’arte... La malizia di una generale falsità della vita.”

*Ersatz*, facilmente commestibile, dell’arte, è logico che il Kitsch si proponga allora come cibo ideale per un pubblico pigro che desideri adire ai valori del bello e convincersi di fruirne, senza perdersi in sforzi impegnativi; e Killy parla del Kitsch come tipico atteggiamento di origine piccolo borghese, mezzo di facile affermazione culturale per un pubblico che si illude di fruire una rappresentazione originale del mondo, mentre in realtà gode solo di una imitazione secondaria della forza primaria delle immagini. In tal senso Killy si allinea con tutta una tradizione critica, che dalla Germania si è allargata anche ai paesi anglosassoni, la quale, definito in questi termini il Kitsch, lo identifica con la forma più appariscente di una cultura di massa e di una cultura media, e comunque di una cultura di consumo. D’altra parte Broch stesso avanza il sospetto che, senza una goccia di Kitsch, nessun tipo di arte possa esistere; e Killy si domanda se la falsa rappresentazione del mondo, che il Kitsch offre, sia veramente e solamente menzogna, o non soddisfi una ineliminabile esigenza di illusione che l’uomo nutre. E quando definisce il Kitsch come figlio naturale dell’arte ci lascia il sospetto che, alla dialettica della vita artistica e del destino dell’arte nella società, sia essenziale la presenza di questo figlio naturale, che *produce effetti* in quei momenti in cui i suoi consumatori desiderano di fatto *godere degli effetti*, anziché impegnarsi nella più difficile e riservata operazione di una fruizione estetica complessa e responsabile. In argomentazioni di tal genere è sempre presente peraltro una assunzione astorica del concetto di arte: e infatti basterebbe pensare alla funzione che l’arte ha rivestito in altri contesti storici, per rendersi conto che il fatto che un’opera tenda a provocare un effetto, non implica affatto la sua esclusione dal regno dell’arte. Nella prospettiva culturale greca, infatti, l’arte aveva la funzione di provocare effetti psicologici, e tale era il compito della musica e della tragedia, almeno a prestar fede ad Aristotele. Che poi sia possibile, in quell’ambito, individuare una seconda accezione del concetto di godimento estetico, inteso come apprezzamento della forma con la quale l’effetto viene realizzato, è un altro problema. Sta di fatto che in determinate società l’arte si integra così profondamente alla vita quotidiana che la sua funzione primaria appare quella di stimolare determinate reazioni, ludiche, religiose, erotiche, e di stimolarle bene. Al massimo si potrà in seconda istanza valutare “quanto bene”; ma la funzione primaria rimane la stimolazione di effetti.

La stimolazione dell’effetto diventa Kitsch in un contesto culturale in cui l’arte sia vista, invece, non come *tecnicità inherente a una serie di operazioni diverse* (ed è la nozione greca e medievale) ma come *forma di conoscenza attuata mediante una formatività fine a se stessa, che permetta una*

*contemplazione disinteressata*. In questo caso allora ogni operazione che tenda, con mezzi artistici, a fini eteronomi, cade sotto la rubrica più generica di una *artisticità* che si attua in varie forme, ma che non va confusa con l'arte. Potrà essere intriso di abilità artistica il modo con cui rendo appetibile un manicaretto, ma il manicaretto, effetto di artisticità, non sarà arte nel senso più nobile del termine, in quanto non godibile per il puro gusto del formare che in esso si manifesta, ma anzitutto desiderabile per la sua commestibilità<sup>4</sup>.

Ma, a questo punto, cosa ci autorizza a dire che un oggetto, in cui si manifesti una artisticità volta a fini eteronomi, sia perciostesso *di cattivo gusto*?

Un abito femminile che, con sapienza artigianale, sappia mettere in risalto le grazie di chi lo indossa, non è un prodotto di cattivo gusto (lo diventa se forza l'attenzione di chi guarda solo su certi aspetti più vistosi della persona che lo porta: ma in tal caso non mette affatto in rilievo la grazia complessiva della donna, ma ne squilibria la personalità riducendola a mero supporto di un aspetto fisico particolare). Quindi, se la provocazione dell'effetto non caratterizza da sola il Kitsch, qualcos'altro interverrà a costituire il fenomeno. E questo qualcosa d'altro emerge in fondo dalla stessa analisi di Killy, quando si abbia ben chiaro che il brano che egli esamina tende a proporsi come brano d'arte. E tende a presentarsi come opera d'arte proprio perché ostentatamente impiega modi espressivi che, per tradizione, si è soliti vedere impiegati in opere d'arte, riconosciute come tali dalla tradizione. *Il brano riportato è Kitsch non solo perché stimola effetti sentimentali, ma perché tende continuamente a suggerire l'idea che, godendo di questi effetti, il lettore stia perfezionando una esperienza estetica privilegiata.*

E quindi, a caratterizzarlo come brano Kitsch, non intervengono solo i fattori linguistici interni al messaggio, ma anche l'intenzione con cui l'autore lo "vende" al pubblico, nonché l'intenzione con la quale il pubblico vi si rivolge. In questo caso ha ragione Broch quando ricorda che il Kitsch non riguarda tanto l'arte, quanto un comportamento di vita, poiché il Kitsch non potrebbe prosperare se non ci fosse un Kitsch-Mensch, che ha bisogno di una tale forma di menzogna per riconoscervisi. Allora il consumo del Kitsch apparirebbe in tutta la sua forza negativa, come una continua mistificazione, una fuga dalle responsabilità che l'esperienza dell'arte invece impone; come affermava il teologo Egenter, il Padre della Menzogna userebbe il Kitsch per alienare le masse dalla salvezza, giudicandolo più efficace, nella sua forza mistificante e consolatrice, degli stessi scandali, i quali almeno risvegliano pur sempre, assalendo nel pieno della loro energia negatrice, le difese morali dei virtuosi<sup>5</sup>.

#### *Kitsch e cultura di massa*

Se si evidenzia la definizione del Kitsch, come *comunicazione che tende alla provocazione dell'effetto*, si comprende allora come sia venuto spontaneo identificare Kitsch e cultura di massa: vedendo il rapporto tra cultura "superiore" e cultura di massa come una dialettica tra avanguardia e Kitsch. L'industria della cultura, che si rivolge a una massa di consumatori generica, in gran parte estranea alla complessità della vita culturale specializzata, è portata a vendere *effetti già confezionati*, a prescrivere col prodotto le condizioni d'uso, col messaggio la reazione che esso deve provocare. Nella prefazione di questo libro abbiamo riportato i titoli delle prime stampe popolari del Cinquecento, dove la tecnica della sollecitazione emotiva emerge come prima indispensabile caratteristica di un prodotto popolare

che cerchi di adeguarsi alla sensibilità di un pubblico medio e a stimolarne la richiesta commerciale: dal titolo della stampa popolare al titolo di giornale, il procedimento non muta; la narrativa d'appendice perfeziona questa tecnica, la romanza ottocentesca non ha altro fine. Di conseguenza, mentre la cultura media e popolare (entrambe prodotte già a livelli più o meno industrializzati, e sempre più dall'alto) non vendono più l'opera d'arte, quanto i suoi effetti, ecco che gli artisti si sentono spinti per reazione a insistere sul polo opposto: non più a suggerire effetti, e non più a interessarsi all'opera, quanto al *procedimento che porta all'opera*.

Con una formula fortunata, Clement Greenberg ha affermato che, mentre l'avanguardia (intendendola in generale come l'arte nella sua funzione di scoperta e invenzione) *imita l'atto dell'imitare*, il Kitsch (inteso come cultura di massa) *imita l'effetto dell'imitazione*; Picasso dipinge la causa di un effetto possibile, un pittore oleografico come Repin (amato dalla cultura ufficiale sovietica del periodo staliniano) dipinge l'effetto di una causa possibile; l'avanguardia nel far arte pone in evidenza i procedimenti che portano all'opera, ed elegge questi ad oggetto del proprio discorso, il Kitsch pone in evidenza le reazioni che l'opera deve provocare, ed elegge a fine della propria operazione la reazione emotiva del fruitore<sup>6</sup>. Una definizione del genere si ricollega in fondo a quella presa di coscienza, ormai acquisita dalla critica contemporanea, per cui dai romantici ai giorni nostri la poesia si è sempre più specificata come discorso intorno alla poesia e alle possibilità della poesia, e per cui oggigiorno le poetiche paiono diventate più importanti dell'opera, l'opera non essendo altro che un discorso continuo sulla propria poetica, e meglio ancora la poetica di se stessa<sup>7</sup>.

Ciò che però in Greenberg non viene compreso appieno, è che il Kitsch non nasce come conseguenza dell'elevarsi della cultura d'élite su livelli sempre più impervi; il processo è assolutamente inverso. L'industria di una cultura di consumo tesa alla provocazione di effetti nasce, come abbiamo già visto, prima della stessa invenzione della stampa. Quando questa cultura popolareggiante si diffonde, l'arte prodotta dalle élites è ancora collegata alla sensibilità e al linguaggio comune di una società. È proprio man mano che l'industria della cultura di consumo si afferma sempre più, via via che la società viene invasa da messaggi commestibili e consumabili senza fatica, che gli artisti incominciano ad avvertire una vocazione diversa. È nel momento in cui i romanzi popolari soddisfano le esigenze di evasione e di presunta elevazione culturale del pubblico, quando la fotografia si rivela utilissima ad assolvere le funzioni celebrative e pratiche che prima doveva assumersi la pittura, è allora che l'arte incomincia ad elaborare il progetto di una "avanguardia" (anche se non si usa ancora questo termine). Da molti il momento della crisi è posto verso la metà del secolo scorso, ed è chiaro che quando Nadar riesce egregiamente, e con ottimi risultati, a soddisfare un borghese desideroso di eternare le proprie fattezze ad uso dei discendenti, il pittore impressionista può avventurarsi nell'esperimento *en plein air*, dipingendo non più quello che, a percezione finita, crediamo di vedere, ma lo stesso procedimento percettivo per cui, interagendo con i fenomeni fisici della luce e della materia, sviluppiamo l'atto di visione<sup>8</sup>. Ma non è un caso se la problematica di una poesia sulla poesia appare già agli inizi del XIX secolo: il fenomeno della cultura di massa è ormai alle porte da qualche secolo, il giornalismo e la narrativa popolare del XVIII secolo ne costituiscono una chiara manifestazione, e i poeti sono stati probabilmente, almeno in questo caso, dei visionari eccellenti, correndo ai ripari prima che la crisi fosse pienamente macroscopica.

Ora se, come si è suggerito prima, il Kitsch rappresentasse solo una serie di messaggi che una industria della cultura emette al fine di soddisfare certe richieste, ma senza pretendere di gabellarli per arte, non sussisterebbe un rapporto dialettico tra avanguardia e Kitsch. E qualcuno ha affermato che voler intendere la cultura di massa come un surrogato dell'arte, costituisce un equivoco che sposta i termini reali del discorso. Se infatti si pensa alle comunicazioni di massa come alla circolazione intensa di una rete di messaggi che la società contemporanea prova il bisogno di emettere per una serie complessa di finalità, l'ultima delle quali è la soddisfazione del gusto, non si troverà più alcun rapporto e nessuna contraddizione scandalosa tra l'arte e la comunicazione radiofonica di notizie, la persuasione pubblicitaria, la segnaletica stradale, le interviste televisive col primo ministro<sup>9</sup>. E infatti in equivoci del genere incorrono coloro che vogliono ad esempio elaborare "estetiche" della televisione senza distinguere tra la televisione come veicolo generico di informazioni, *servizio*, e la televisione come veicolo specifico di una comunicazione a fini artistici. Che senso ha stabilire se sia di buon gusto o meno stimolare un effetto emotivo, quando si parla di un cartellone stradale che deve invitare gli automobili alla prudenza, o di un cartellone pubblicitario che deve stimolare gli acquirenti ad una data scelta? Il problema è un altro: nel caso del cartellone pubblicitario è morale, economico, politico (concerne la liceità di una pressione psicologica a fini di profitto), nel caso del cartellone stradale è un problema pedagogico e civile (necessità di ricorrere a una pressione psicologica per un fine approvato da tutta la società, reso indispensabile dal particolare stato psichico in cui si trova chi guida, meno sensibile a sollecitazioni d'ordine razionale e più facilmente stimolabile a livello emotivo).

Tuttavia, se il problema delle comunicazioni di massa va affrontato anche e soprattutto sotto questi punti di vista, che prescindono da valutazioni estetiche, il problema di una dialettica tra avanguardia e Kitsch sussiste e ben più in profondo. Poiché non solo l'avanguardia sorge come reazione alla diffusione del Kitsch, ma il Kitsch si rinnova e prospera proprio ponendo continuamente a frutto le scoperte dell'avanguardia. Così questa, da un lato, trovandosi a funzionare suo malgrado come ufficio studi dell'industria culturale, reagisce a questa circonvenzione cercando di elaborare continuamente nuove proposte eversive – e questo è un problema che riguarda un discorso sulla sorte e sulla funzione dell'avanguardia nel mondo contemporaneo – mentre l'industria della cultura di consumo, stimolata dalle proposte dell'avanguardia, continuamente svolge opera di mediazione, diffusione e adattamento, sempre e di nuovo prescrivendo in modi commerciabili come provare il dovuto *effetto* di fronte a modi di formare che originariamente volevano farci riflettere solo sulle *cause*.

In tal senso allora la situazione antropologica della cultura di massa si delinea come una continua dialettica tra proposte innovatrici e adattamenti omologatori, le prime continuamente tradite dai secondi: con la maggioranza del pubblico che fruisce dei secondi credendo di adire alla fruizione dei primi.

### *Il Midcult*

Tuttavia, irrigidita in questi termini, la dialettica è troppo semplice. Teoricamente la formulazione del problema appare persuasiva, ma esaminiamo in pratica come possono configurarsi alcuni casi concreti. Si dia il livello minimale di una cultura di massa, la produzione di lampade votive funerarie, di soprammobili rappresentanti marinaretti o odalische, di fumetti d'avventura, di romanzi gialli o film

western di secondo circuito. In tal caso abbiamo un messaggio che mira a produrre un effetto (di eccitazione, di evasione, di tristezza, di gioia, eccetera) e che assume i procedimenti formativi dell'arte; il più delle volte, se gli autori sono artigianalmente avveduti, essi prenderanno a prestito dalla cultura di proposta elementi nuovi, soluzioni particolarmente inedite; nel saggio successivo (*Lettura di Steve Canyon*) vedremo come un disegnatore di fumetti commercialissimi possa rifarsi alle più elaborate tecniche cinematografiche. Con tutto ciò chi emette il messaggio non pretende affatto che chi lo riceve lo interpreti come opera d'arte; né vuole che gli elementi presi a prestito dall'avanguardia artistica siano visibili e godibili come tali. Egli li usa solo perché li ha giudicati funzionali. L'ignobile modellatore di odalische di gesso o di maiolica potrà più o meno confusamente risentire gli echi di una tradizione decadente, subire il fascino di archetipi che vanno dalla Salomé di Beardsley a quella di Gustave Moreau, e potrà pretendere che il riferimento sia esplicito per il proprio acquirente. E questi, dal canto proprio, potrà mettere il soprammobile in sala da pranzo come atto di promozione culturale, ostentazione di gusto, stimolo per compiacimenti presunti colti... Ma quando Depero si rifà ai procedimenti futuristici per disegnare le affiches dei prodotti Campari, o un compositore di Timpan Alley prende a prestito il tema beethoveniano di *Per Elisa* per costruirvi un gradevole ballabile, l'utilizzazione del prodotto colto viene finalizzata a un consumo che non ha nulla a che vedere con la presunzione di una esperienza estetica; al massimo, il consumatore del prodotto, nel consumarlo, viene a contatto con modi stilistici che hanno conservato qualcosa della nobiltà originaria di cui ignora l'origine; e ne apprezza l'assestamento formale, l'efficacia funzionale; godendo così una sua esperienza estetica che però non pretende di sostituire esperienze "superiori". A questo punto il problema si sposta ancora su altri livelli (liceità della pubblicità, funzione pedagogica o sociale del ballo), ma la problematica del Kitsch ne resta esclusa. Si hanno qui prodotti di massa che tendono alla provocazione di effetti, ma che non si presentano come sostituti dell'arte.

Di questo si sono, più o meno confusamente, avveduti i più acuti tra i critici della cultura di massa. I quali da un lato hanno relegato i prodotti "funzionali" tra i fenomeni indegni di analisi (dal momento che non riguardano la problematica estetica, non hanno interesse per l'uomo colto), e si sono voltati a definire invece un altro livello del consumo culturale, quello "medio". Per MacDonald la cultura di massa di livello inferiore, il *Masscult*, nella sua banalità, ha almeno una sua ragione storica profonda, una sua forza selvaggia, simile a quella del primo capitalismo descritto da Marx e Engels, e nel suo dinamismo travolge le barriere di classe, le tradizioni di cultura, le differenziazioni di gusto, instaurando una discutibile, deprecabile, ma omogenea, democratica comunità culturale (in altre parole il *Masscult*, anche se si rifà a standard e modi delle avanguardie, nella sua irriflessa funzionalità non si pone il problema di un riferimento alla cultura superiore, e non lo pone alla massa dei consumatori).

Ben diverso è invece il *Midcult*, bastardo del *Masscult*, che appare come "una corruzione della Cultura Alta", che di fatto è soggetto ai desideri del pubblico, come il *Masscult*, ma in apparenza invita il fruitore a una esperienza privilegiata e difficile. Per comprendere cosa MacDonald intenda per *Midcult*, vale la pena di seguirlo nella sua perfida e saporosa analisi de *Il vecchio e il mare* di Hemingway<sup>10</sup>.

All'interno della stessa produzione di Hemingway si può seguire una dialettica tra avanguardia e Kitsch: da un periodo in cui la sua scrittura costituiva veramente uno strumento di scoperta della realtà, a quando questa stessa scrittura viene conservata inalterata in apparenza, ma di fatto si piega alle

esigenze di commestibilità richieste da un pubblico medio, che ormai vuole adire alla fruizione di uno scrittore così provocante. Mac Donald riporta l'inizio di uno dei primi racconti, *The Undefeated*, la storia di un torero "suonato", scritta negli anni venti:

"Manuel Garcia salì le scale sino all'ufficio di don Miguel Retana. Posò in terra la valigia e bussò alla porta. Nessuno rispose. Manuel, in piedi sul pianerottolo, sentì tuttavia che nella stanza c'era qualcuno. Lo sentì attraverso la porta."

È il caratteristico "stile Hemingway". Poche parole, una situazione resa attraverso dei comportamenti. Il tema così introdotto è quello di un uomo finito che si appresta all'ultima battaglia. Passiamo ora all'inizio de *Il vecchio e il mare*, anche qui la presentazione di un uomo finito che si appresta all'ultima battaglia:

"Era un vecchio che pescava da solo su una barca a vela nella Corrente del Golfo ed erano ottantaquattro giorni ormai che non prendeva un pesce. Nei primi quaranta giorni lo aveva accompagnato un ragazzo, ma dopo quaranta giorni passati senza che prendesse neanche un pesce, i genitori del ragazzo gli avevano detto che il vecchio era decisamente e definitivamente *salao*, che è la peggior forma di sfortuna, e il ragazzo li aveva ubbiditi andando in un'altra barca che prese tre bei pesci nella prima settimana. Era triste per il ragazzo veder arrivare ogni giorno il vecchio con la barca vuota e scendeva sempre ad aiutarlo a trasportare o le lenze addugliate o la gaffa e la fiocina e la vela serrata all'albero. La vela era rattoppata con sacchi di farina e quand'era serrata pareva la bandiera di una sconfitta perenne."

MacDonald nota che il brano è scritto nella prosa falso-biblica usata da Pearl Buck ne *La buona terra* ("uno stile che sembra avere un fascino maligno sui *midbrows*"), con una grande abbondanza di "e, e, e,", che sostituiscono la normale virgolazione, in modo da conferire al tutto la cadenza di un antico poema; i personaggi sono mantenuti in un'aura di generalità (il Bambino, il Vecchio) in cui saranno lasciati sino alla fine, proprio per sottolineare l'impressione che non siano individui, ma Valori Universali – e che quindi attraverso di essi il lettore stia fruendo una esperienza di ordine filosofico, una rivelazione profonda della realtà. *The Undefeated* è di 57 pagine, *Il vecchio e il mare* ne conta 140, ma si ha l'impressione che nel primo si dica meno di quel che accade e nel secondo avvenga il contrario. Il secondo racconto non solo procede continuamente sull'orlo della falsa universalità, ma pone in opera quello che MacDonald chiama un "constant editorializing" (e che altro non è che quel porre la pubblicità del prodotto, che già abbiamo rilevato nella "opera bella et piacevole" del Danese Ugieri): a un certo punto Hemingway pone in bocca al protagonista la frase "Sono uno strano vecchio", e MacDonald commenta spietatamente: "Provalo, vecchio, non dirlo." È chiaro dunque cosa il lettore medio trova in un racconto di questo tipo: i modi esteriori di un Hemingway prima maniera (un Hemingway ancora indigesto e scostante) ma diluiti, reiterati sino a che non siano stati assimilati; l'ipersensibilità di Manuel Garcia, ormai avvezzo alla mala sorte, è suggerita, rappresentata da quell'avvertire la presenza ostile dell'impresario irreperibile, oltre la porta chiusa; la mala sorte del vecchio è spiegata al lettore stimolando la sua ipersensibilità con l'agitargli davanti agli occhi, sinché non si commuova, quella vela che pare "la bandiera di una sconfitta perenne" (e che è sorella di latte del silenzio incantato e dei sommessi riflessi che aleggiavano nella camera di Brunilde, nel primo brano esaminato). Ma sia ben chiaro che il lettore medio non avvertirebbe pienamente la forza persuasiva di

quella vela-vessillo, se una metafora del genere non gli evocasse confusamente alla memoria metafore analoghe, nate in altri contesti poetici, ma ormai acquisite dalla tradizione letteraria. Stabilitosi il corto circuito mnemonico, provata l'impressione, e l'impressione che l'impressione sia "poetica", il gioco è fatto. Il lettore è consci di aver consumato arte e di aver visto nel volto, attraverso la Bellezza, la Verità. Ora Hemingway è davvero un autore per tutti, e meritierà il Premio Nobel (che, come suggerisce MacDonald, non a caso è andato anche a Pearl Buck).

Ci sono delle rappresentazioni della condizione umana in cui questa condizione è portata ai limiti di una tale generalità, che quanto si apprende intorno ad essa è buono a tutti gli usi, e a nessuno; il fatto che l'informazione sia data travestendola da Esperienza Estetica, ne riconferma la sostanziale falsità.

Tornano alla mente i riferimenti di Broch e di Egenter alla menzogna e alla vita ridotta a menzogna.

Veramente in questi casi il Midcult prende la forma del Kitsch, nella sua accezione più piena, e assume funzione di pura consolazione, diventa stimolo ad evasioni acritiche, si fa illusione commerciabile.

Ma, se accettiamo la analisi di MacDonald, dobbiamo stare attenti alle sfumature che il problema assume proprio grazie alle sue intuizioni penetranti. Perché in tal caso il Midcult manifesta alcune caratteristiche che non vanno sempre, come in questo caso, necessariamente insieme. Il brano letto è un esempio di Midcult perché: 1) prende a prestito procedimenti dell'avanguardia e li adatta per confezionare un messaggio comprensibile e godibile da tutti; 2) impiega questi procedimenti quando sono già noti, divulgati, frusti, *consumati*; 3) costruisce il messaggio come provocazione di effetti; 4) lo vende come Arte; 5) pacifica il proprio consumatore convincendolo di aver realizzato un incontro con la cultura, in modo che esso non si ponga altre inquietudini.

Ora, queste cinque condizioni si trovano in ogni prodotto di Midcult, o qui si uniscono in una sintesi particolarmente insidiosa? Mancando una di queste condizioni, si ha ancora Midcult? MacDonald stesso, nell'indicare altri esempi di Midcult, sembra oscillare tra accezioni diverse, che ricoprono volta a volta uno o più dei cinque punti elencati. Così è Midcult la *Revised Standard Version of the Bible*, pubblicata sotto l'egida della Yale Divinity School, versione che "distrugge uno dei più grandi monumenti della prosa inglese, la versione di Re Giacomo, al fine di rendere il testo 'chiaro e significativo per il pubblico odierno', il che è come fare a pezzi l'abbazia di Westminster per costruire Disneyland con i frammenti": e in questo caso è chiaro come a MacDonald importi il fatto estetico mentre non gli interessa minimamente il problema di un avvicinamento del pubblico medio alle sacre scritture (progetto che, qualora ne venga riconosciuta la necessità, rende abbastanza plausibile l'operazione della Yale Divinity School). In questo caso il Midcult viene identificato con la divulgazione (punto 1) che in sé è dunque cattiva.

È Midcult il Club del Libro del Mese, per il fatto che diffonde opere "medie" alla Pearl Buck, e dunque vende come arte quello che invece è solo ottima merce di consumo (punto 4 e 5). È Midcult *Piccola Città* di Wilder, che impiega un caratteristico portato dell'avanguardia, l'effetto brechtiano di straniamento, per fini consolatori e ipnotici, e non per coinvolgere lo spettatore in un processo critico (punto 3). Ma poi appaiono esempi di Midcult i prodotti di un *design* medio che divulgano oggetti di uso comune le vecchie scoperte del Bauhaus (punto 2), e qui non si vede perché il fatto debba irritare il critico, dato che i progettisti del Bauhaus progettavano appunto forme d'uso comune che avrebbero dovuto diffondersi ad ogni livello sociale. È chiaro che, a proposito degli oggetti di *design*, la polemica

potrebbe vertere sul fatto che questi modelli acquistavano un senso, nelle intenzioni dei progettisti, solo se inseriti in un contesto urbanistico e sociale profondamente trasformato; e che, realizzati come puri strumenti di consumo, avulsi dal loro contesto ideale, acquistano un ben più povero significato. Ma grava su MacDonald il sospetto che a irritarlo sia il semplice fatto della divulgazione. Il fatto è che per lui la dialettica tra avanguardia e prodotto medio si pone in modo assai rigido e unidirezionale (il passaggio tra Alto e Medio è a entropia costante...), e nel suo discorso le ragioni dell'arte "superiore" non vengono mai messe in dubbio. In altri termini egli non si pone mai la domanda se molte delle operazioni dell'avanguardia siano state prive di ragioni storiche profonde, o se queste ragioni non vadano proprio cercate nel rapporto tra avanguardia e cultura media. L'avanguardia, l'arte "superiore", gli appare senza riserve come il regno del valore; e si è portati a pensare che ogni tentativo di mediare i risultati diventi cattivo automaticamente perché l'uomo medio, il cittadino della civiltà industriale contemporanea, è irrecuperabile; che i modi formativi dell'avanguardia diventino sospetti non appena arrivino ad essere compresi dai più; e sorge allora il dubbio che per il critico il criterio del valore sia la non-diffusione e la non diffusibilità, così che la critica del Midcult appare come una pericolosa iniziazione a quel gioco dell'*in* e dell'*out*, per il quale non appena qualcosa, in origine riservato agli *happy few*, viene per questo apprezzato e desiderato da molti, esce dal giro delle cose valide<sup>11</sup>. Allora il criterio snobistico si sostituisce al rilievo critico, la sociologia, e l'ossequenza alle esigenze della massa, sia pure in senso opposto, gravano sul gusto e sulle capacità di giudizio del critico, il quale rischia di venir condizionato proprio da quel pubblico medio che aborre: egli non amerà certo ciò che ama il pubblico medio, ma in compenso odierà ciò che esso ama; in un modo o nell'altro è ancora il pubblico medio a dettar legge, e il critico aristocratico è vittima del suo stesso gioco.

Il pericolo è che a una sociologia estetica del consumo delle forme, si sottenda una presunzione snobistica: che i modi di formare, le espressioni, le metafore si consumino, è un fatto assodato, ma chi stabilisce il criterio su cui giudicare la soglia del consumo? Perché una data linea di carrozzeria automobilistica si consuma? e per chi? La differenza tra sensibilità critica e tic snobistico si fa infima: la critica della cultura di massa diventa in questi casi l'ultimo e più raffinato prodotto della cultura di massa, e il raffinato che fa quello che gli altri non fanno ancora, in effetti attende il "via" degli altri per fare qualcosa di diverso. Lasciata agli umori individuali, al palato del singolo, alla valutazione di costume, la critica di gusto diventa un gioco assai sterile, capace di darci emozioni gradevoli, ma di dirci assai poco sui fenomeni culturali di una società nel suo complesso. Allora buono e cattivo gusto diventano categorie labilissime, che possono non servire affatto per definire la funzionalità di un messaggio che probabilmente assolve a ben altre funzioni nel contesto di un gruppo o dell'intera società. La società di massa è così ricca in determinazioni e possibilità, che vi si stabilisce un gioco di mediazioni e rimandi, tra cultura di scoperta, cultura di puro consumo, cultura di divulgazione e mediazione, difficilmente riducibili alle definizioni del bello o del Kitsch.

In tante di queste surciglioase condanne del gusto massificato, nell'appello sfiduciato a una comunità di fruitori intenti solo a scoprire le bellezze riposte e segrete del messaggio riservato della grande arte, o dell'arte inedita, non viene mai lasciato uno spazio per il consumatore medio (per ciascuno di noi in veste di consumatore medio) che alla fine di una giornata chiede a un libro o a una pellicola la stimolazione di alcuni effetti fondamentali (il brivido, la risata, il patetico) per ristabilire l'equilibrio della

propria vita fisica o intellettuale. Il problema di una equilibrata comunicazione culturale non consiste nell'abolizione di questi messaggi, ma nel loro dosaggio, e nell'evitare che vengano venduti e consumati come arte. Ma quante volte il messaggio artistico non viene usato come stimolo evasivo, quante volte lo stimolo evasivo non viene visto con occhio critico e diventa oggetto di una riflessione consapevole? La comunità dei consumatori di messaggi, in una società di massa, prevede una serie di reazioni che non sono così facilmente riconducibili al modello unitario dell'uomo-massa. Una ricerca psico-sociologica può darci ragione di questa varietà. Ma una analisi della struttura del messaggio in generale, nella sua forma comune e nella sua forma privilegiata di messaggio poetico, potrà forse già indicarci la radice strutturale di questa variabilità degli esiti e delle fruizioni.

E potrà permetterci di individuare, nella struttura stessa del messaggio, la molla del Kitsch (la sua possibilità di funzionare come Kitsch) in termini tali che il Kitsch possa essere definito come una forma di dismisura, di falsa organicità contestuale – e dunque ancora come menzogna, truffa perpetrata non a livello dei contenuti ma della stessa forma della comunicazione.

### *Struttura, del messaggio poetico*

*Provocazione di effetti e divulgazione di forme consumate:* questi sembrano essere i due poli fondamentali tra i quali oscilla una definizione del Midcult o del Kitsch. Ma è facile avvedersi che nel primo caso si indica una caratteristica formale del messaggio, nel secondo una sua “fortuna” storica, una sua dimensione sociologica.

C’è, è vero, un modo di sintetizzare i due punti vedendoli come manifestazioni accessorie di un’unica situazione ben più grave: quando Adorno parla della riduzione del prodotto musicale a “feticcio”<sup>12</sup> – e quando sottolinea che una sorta del genere coinvolge non solo la ignobile canzonetta di consumo, ma anche il prodotto artistico di nobili origini, non appena esso venga, introdotto nel circuito del consumo di massa – egli vuole dirci appunto che non si tratta di sapere se ascoltando una composizione il consumatore fruisce un messaggio volto alla pura stimolazione di effetti, o se accetta come esperienza estetica originaria la percezione di forme consumate e fruste: egli ci avverte che in entrambi i casi il rapporto tipico tra uomo massificato e prodotto artistico mercificato si configura come irriflessa e non analizzabile adorazione di un oggetto feticcio; la musica, buona o cattiva, non viene più percepita analiticamente, ma accettata in blocco, come cosa che è bene consumare perché il mercato la impone e ci avverte, in precedenza, che è buona, esimendoci da ogni giudizio.

Ma questo atteggiamento è quello che in precedenza abbiamo criticato come improduttivo. Esso infatti erige l'uomo-massa consumatore in feticcio generico, e l'oggetto consumabile in un altro feticcio inanalizzabile. Abbiamo rilevato che a livello del consumo di massa gli atteggiamenti sono più differenziati di quanto ritenga una critica così radicalmente negativa. E stiamo cercando di spostare il discorso proprio su un piano di differenziazioni progressive, in modo da acquistare qualche strumento di analisi. Cercheremo dunque di stabilire cosa accada a un prodotto indiscutibilmente valido (la *Quinta* di Beethoven, la *Gioconda*) una volta immesso in un circuito di consumo di massa; e quale sia invece il meccanismo onde funziona un prodotto, immesso nel medesimo circuito, ma costruito utilizzando elementi elaborati ad altri livelli e in altri contesti.

Un punto di partenza può essere dato da una assunzione dell’opera d’arte come *struttura* – intendendo

questo termine come sinonimo di *forma*, e usandolo preferenzialmente non solo perché ci permette di collegarci con altre ricerche sulla struttura della comunicazione, ma anche perché “forma” potrebbe suggerire una nozione di un organismo di tipo quasi biologico, così strettamente connesso in ogni sua parte da risultare indecomponibile; mentre alla nozione di struttura si associa maggiormente l’idea di una relazione tra elementi, così che si possa considerare la situazione di elementi che, appartenenti a una struttura, ne vengono prelevati per inserirli in altri contesti strutturali.

Un’opera d’arte come struttura costituisce un sistema di relazioni tra molteplici elementi (gli elementi materiali costitutivi della struttura-oggetto, il sistema di riferimenti a cui l’opera rimanda, il sistema di reazioni psicologiche che l’opera suscita e coordina, eccetera) che si costituisce a diversi livelli (il livello dei ritmi visivi o sonori, il livello dell’intreccio, il livello dei contenuti ideologici coordinati, eccetera)<sup>13</sup>.

Il carattere di unità di questa struttura, quello che ne costituisce la qualità estetica, è il fatto che essa appare, in ogni suo livello, organizzata secondo un procedimento sempre riconoscibile, quel *modo di formare* che costituisce lo *stile* e in cui si manifestano la personalità dell’autore, le caratteristiche del periodo storico, del contesto culturale, della scuola a cui l’opera appartiene<sup>14</sup>. Pertanto, una volta vista come opera organica, la struttura permette che in essa siano identificati elementi di quel modo di formare che indicheremo come *stilemi*. Grazie al carattere unitario della struttura, ogni stilema presenta caratteristiche che lo ricollegano agli altri stilemi e alla struttura originaria: tanto che da uno stilema si può inferire la struttura dell’opera completa, o nell’opera mutilata si può reintegrare la parte distrutta. Nella misura in cui è riuscita, un’opera d’arte fa scuola e genera una scuola di imitatori. Peraltro essa può far scuola in due modi: il primo consiste nel proporsi come esempio concreto di un modo di formare, ispirandosi al quale un altro artista può anche elaborare modi operativi propri e originali; il secondo consiste nell’offrire a tutta una tradizione di sfruttatori degli stilemi, usabili anche avulsi dal contesto originario, e tuttavia sempre capaci di evocare, anche se isolati, le caratteristiche di questo contesto (se non altro a titolo di stimolo mnemonico, così che chi individua uno stilema qualificato in qualsiasi altro contesto, è portato istintivamente a evocarne l’origine – caricando senza avvedersene il nuovo contesto di una parte dell’approvazione che veniva tributata al contesto originario).

In questa serie di definizioni abbiamo tuttavia introdotto una serie di nozioni che ci impediscono di considerare una struttura artistica come un insieme di relazioni interne autosufficiente. Abbiamo detto che l’opera coordina un sistema di riferimenti esterni (i significati delle parole significanti di un poema; i riferimenti naturalistici delle immagini di un quadro, ecc.); che coordina un insieme di reazioni psicologiche dei propri interpreti; che rimanda attraverso il proprio modo di formare alla personalità dell’autore e alle caratteristiche culturali di un dato contesto; e così via. Un’opera è dunque *un sistema di sistemi*, alcuni dei quali non riguardano le relazioni formali interne all’opera ma le relazioni dell’opera con i propri fruitori e le relazioni dell’opera col contesto storico culturale da cui trae origine. In questo senso un’opera d’arte ha alcune caratteristiche in comune con ogni tipo di messaggio che sia rivolto da un autore a un ricettore (e che quindi non va solo considerato come fatto autosufficiente, ma deve essere inserito in un insieme di rapporti). Esaminiamo dunque le caratteristiche del messaggio comunicativo in generale per stabilire poi le modalità distintive di un messaggio artistico. E per comodità esaminiamo anzitutto la natura del messaggio linguistico – dato che dalle esperienze su tale tipo di messaggi derivano le acquisizioni più valide di una moderna teoria della comunicazione<sup>15</sup>. Il

messaggio linguistico costituisce infatti un modello di comunicazione che può anche essere impiegato per definire altre forme comunicative.

I fattori fondamentali della comunicazione sono *l'autore*, *il ricettore*, *il tema* del messaggio e il *codice* a cui il messaggio fa riferimento.

Anche nella teoria dell'informazione l'emissione di un messaggio comprensibile si basa sull'esistenza di un sistema di possibilità prevedibili, un sistema di classificazioni in base al quale conferire un valore e un significato agli elementi del messaggio: e questo sistema è il codice stesso, in quanto insieme di regole di trasformazione, convenzionalizzate, da termine a termine, e reversibili.

Per il messaggio linguistico, il codice è costituito da quel sistema di istituzioni convenzionalizzate che è la *lingua*. La lingua, in quanto codice, stabilisce il rapporto tra un significante e il suo significato o – se vogliamo – tra un simbolo e il suo referente, nonché l'insieme delle regole di combinazione tra i vari significanti<sup>16</sup>. All'interno di una lingua si stabiliscono delle scale successive di autonomia da parte dell'autore di messaggi: “nella combinazione di tratti distintivi in fonemi, la libertà del parlante è nulla; il codice ha già stabilito tutte le possibilità che possono essere utilizzate nella lingua in questione. La libertà di combinare i fonemi in parole è circoscritta [è stabilita dal lessico] ed è limitata alla situazione marginale della creazione di parole. Nella formazione delle frasi a partire dalle parole, le costrizioni del parlante sono minori. Infine, nella combinazione delle frasi in enunciati, l'azione delle regole costrittive della sintassi si arresta e la libertà di ogni parlante particolare si arricchisce sostanzialmente, benché occorra non trascurare il numero degli enunciati stereotipi”<sup>17</sup>.

Ogni segno linguistico si compone di elementi costituenti e appare in *combinazione* con altri segni: è un *contesto* e si inserisce in un contesto. Ma viene scelto per essere immesso in un contesto attraverso un'opera di *selezione* tra termini alternativi. Così ogni ricettore che si trova a comprendere un messaggio, lo intende come *combinazione* di parti costituenti (frasi, parole, fonemi: che possono essere combinati o sotto forma di concatenazione o di concorrenza, secondo che si stabiliscano in un contesto ambiguo o lineare), *selezionate* in quel repertorio di tutte le possibili parti costituenti, che è il codice (e, nella fattispecie, la lingua data). Quindi il ricettore deve continuamente riferire i segni che riceve e al codice e al contesto<sup>18</sup>.

Va sottolineato, come Jakobson ricorda, che “il codice non si limita a ciò che gli ingegneri chiamano ‘il contenuto puramente cognitivo del discorso’ [e dunque il suo aspetto semantico]: la stratificazione stilistica dei simboli lessicali, come le pretese variazioni ‘libere’, nella loro costituzione come nelle loro regole di combinazione, sono ‘previste e preparate’ dal codice”<sup>19»</sup>

Ma, se il codice riguarda un sistema d'organizzazione che va al di là della ordinazione dei significati, non bisogna dimenticare che la nozione di codice riguarda anche un sistema d'organizzazione che sta al di qua del livello dei significati, al di qua della stessa organizzazione fonologica per cui la lingua distingue nel discorso orale quella serie finita di unità informative elementari che sono i fonemi (organizzati in un sistema di opposizioni binarie). La stessa psicologia si rifà alla teoria dell'informazione per descrivere i processi di ricezione a livello sensoriale come ricezione di unità informative; e i processi di coordinazione di questi stimoli-informazioni come decodificazione di messaggi basata su di un codice. Che questo codice sia ritenuto fisiologicamente innato o culturalmente acquisito (e se riproduca o no il codice oggettivo in base al quale gli stimoli si costituivano in *forme* prima ancora di essere ricevuti e

decodificati in quanto messaggi), questo è problema che esula dal nostro discorso. Sta di fatto che la nozione di codice dovrà essere assunta anche in questa accezione, nel momento in cui ci accingiamo a definire il messaggio poetico, *dato che in esso è da valutare anche la percezione del messaggio in quanto organizzazione concreta di stimoli sensoriali*. Questo ricorso al codice percettivo acquisterà poi tanto maggior valore quanto più si passerà, dalla considerazione di messaggi che rivestono precise funzioni significative (come il messaggio linguistico) a messaggi come quello plastico o sonoro dove emerge maggiormente la necessità di una decodificazione a livello percettivo, data la maggiore libertà che qui esiste ai livelli d'organizzazione più complessa, non costretti nelle maglie di codici istituzionalizzati come la lingua.

Chiarito questo punto, torniamo ad esaminare il rapporto messaggio-ricezione a livello linguistico. Il ricevitore si trova dunque davanti al messaggio, impegnato in un atto di interpretazione che consiste essenzialmente in una decodificazione. Nella misura in cui l'autore esige che il messaggio sia decodificato in modo da dare un significato univoco e preciso, esattamente corrispondente a quanto egli ha inteso comunicare, introdurrà nel messaggio stesso degli elementi di rafforzamento, di reiterazione, che aiutino a stabilire senza equivoco sia i riferimenti semantici dei termini sia le relazioni sintattiche tra di essi: il messaggio sarà dunque tanto più univoco quanto più sarà *ridondante*, e i significati saranno ripetutamente ribaditi. Ogni codice contiene delle regole atte a generare ridondanza e nel linguaggio parlato comune una buona percentuale (variabile secondo le lingue) degli elementi del messaggio ha pura funzione di ridondanza – dato che teoricamente sarebbe possibile dire le stesse cose in modo assai più ellittico (rischiando naturalmente una decodificazione aberrante).

La ridondanza concorre a sottolineare l'univocità del messaggio; e messaggio univoco sarà quello che la semantica definirebbe come *proposizione referenziale*, in cui si cerca di stabilire una assoluta identità tra il rapporto che pone, tra significanti e significati, l'autore e quello che porrà il decodificatore. In questi casi il decodificatore si trova immediatamente rimandato a un codice familiare, che egli conosceva prima di ricevere quel messaggio; e si renderà conto che il messaggio pone la massima cura nel seguire tutte le prescrizioni del codice.

Il messaggio che definiamo come “poetico” appare invece caratterizzato da una *ambiguità* fondamentale: il messaggio poetico usa di proposito i termini in modo che la loro funzione referenziale venga alterata; per far questo pone i termini in relazioni sintattiche che contravvengano le regole consuete del codice; elimina le ridondanze in modo che la posizione e la funzione referenziale di un termine possa essere interpretata in più modi; elimina la possibilità di una decodificazione univoca; dà al decodificatore la sensazione che il codice vigente sia violato in modo tale che esso non serva più a decodificare il messaggio. In tal senso il ricevitore si trova nella; situazione di un criptoanalista costretto a decodificare un messaggio di cui non si conosca il codice, e che pertanto deve dedurre il codice non da conoscenze precedenti il messaggio, ma dal contesto del messaggio stesso<sup>20</sup>. In questo modo il ricevitore si trova impegnato a tal punto, personalmente, sul messaggio che la sua attenzione si sposta, dai significati a cui il messaggio poteva rinviarlo, alla struttura stessa dei significanti: e così facendo ottempera al fine che gli era prescritto dal messaggio poetico, che si costituisce come ambiguo proprio perché propone se stesso come il primo oggetto dell'attenzione: “la messa in rilievo del messaggio per opera di se stesso è ciò che caratterizza propriamente la funzione poetica...”<sup>21</sup>. Quando si specifica l'arte

come operazione autonoma, come un formare per formare, si mette l'accento su questa caratteristica della comunicazione artistica, che in termini di teoria della comunicazione e di linguistica strutturale può essere definita così: “Il mettere a fuoco il messaggio in quanto tale, l'accento messo sul messaggio per conto proprio, ecco cosa caratterizza la funzione poetica del linguaggio”<sup>22</sup>. A tal fine l'ambiguità non è una caratteristica accessoria del messaggio: è la molla fondamentale che porta il decodificatore a esercitare un atteggiamento diverso sul messaggio, a non consumarlo come puro veicolo di significati, una volta compresi i quali il messaggio, che ne costituiva il semplice tramite, viene dimenticato: ma a vederlo come una sorgente continua di significati mai immobilizzabili in una sola direzione, e quindi ad apprezzare la struttura tipica di questa sorgente di informazione, che mi stimola una continua decodificazione, e che tuttavia è organizzata in tal modo da coordinare le mie decodificazioni possibili, da obbligarmi a interrogarmi sempre sulla fedeltà della mia interpretazione, riferendola alla struttura del messaggio<sup>23</sup>. È questa una definizione dell'arte come *esperienza aperta* che non è stata certo inventata dai teorici della comunicazione e dai linguisti strutturalisti, salvo aver trovato nelle loro formulazioni una conferma alla luce di un determinato metodo di indagine<sup>24</sup>.

Da una nozione di opera d'arte come continua polarità tra *compiutezza* e *inesauribilità*<sup>25</sup>, alle proposte di una dialettica tra *forma* e *apertura* che si verificherebbe in qualsiasi opera d'arte<sup>26</sup>, sino alle recenti radicali affermazioni per cui l'opera sarebbe una sorta di schema linguistico che la storia continua a riempire<sup>27</sup>, l'estetica contemporanea ha insistito a sufficienza su questo punto; e non è esso che ci interessa particolarmente in questa sede.

Ci importa piuttosto stabilire che il decodificatore, di fronte al messaggio poetico, si pone nella caratteristica situazione di tensione interpretativa, proprio perché l'ambiguità, realizzandosi come offesa al codice, genera una *sorpresa*<sup>28</sup>. L'opera d'arte ci si propone come un messaggio la cui decodificazione implica un'avventura, proprio perché ci colpisce attraverso un modo di «organizzare i segni che il codice consueto non prevedeva. Da questo punto in avanti, nell'impegno di scoprire il nuovo codice (tipico, per la prima volta, di quell'opera – e tuttavia legato al codice consueto, che in parte viola e in parte arricchisce), il ricettore si introduce per così dire nel messaggio facendo convergere su di esso tutta la serie di ipotesi consentite dalla sua particolare disposizione psicologica ed intellettuale; in difetto di un codice esterno a cui rifarsi completamente, elegge a codice ipotetico il sistema di assunzioni su cui si basano la sua sensibilità e la sua intelligenza. La comprensione dell'opera nasce da questa interazione»<sup>29</sup>.

Ma una volta compresa, immessa in un circuito di ricezioni ciascuna delle quali si arricchisce dei risultati delle decodificazioni precedenti (di qui la funzione della critica), l'opera rischia di urtare contro una sorta di abitudine che il ricettore ha lentamente elaborato nei suoi confronti. Quel particolare modo di offendere il codice (quel particolare modo di formare) diventa una nuova possibilità del codice; almeno nella misura in cui ogni opera d'arte modifica le abitudini linguistiche di una comunità, rendendo accettabili espressioni che prima venivano ritenute aberranti. Il messaggio poetico, quindi, trova ormai il ricettore così preparato (sia perché egli lo ha esperito già molte volte, sia perché nell'ambito culturale in cui vive mille divulgazioni e commenti glielo hanno reso familiare) che l'ambiguità del messaggio *non lo sorprende più*. Il messaggio viene orecchiato come qualcosa che riposi sopra un codice acquisito. Di solito lo si interpreta di colpo applicandogli, a mo' di codice, la più accreditata e diffusa delle

decodificazioni attuatane (l'interpretazione corrente, o – più spesso – una formula che riassume l'interpretazione corrente). Il messaggio perde così, agli occhi del ricettore, la sua carica di informazione. Gli stilemi di quell'opera si sono *consumati*<sup>50</sup>.

Allora si capisce come questo fatto non solo spieghi quello che comunemente, in termini di sociologia del gusto, è inteso come “consumo delle forme”; ma anche chiarisca come una forma possa diventare “feticcio” e venire fruita non per ciò che è o può essere, ma per ciò che rappresenta sul piano del prestigio o della pubblicità. Amare la Gioconda perché rappresenta il Mistero, o l'Ambiguità, o la Grazia Ineffabile, o l'Eterno Femminino (ma poi l'utilizzazione del feticcio può essere snobisticamente più sfumata: “Ma era proprio una donna?”, “Bastava un colpo di pennello in più e il sorriso non era più quello”, e così via) significa accettare un messaggio determinato avendogli sovrapposto, come codice, una decodificazione precedente irrigidita in formula. In effetti non si guarda più alla Gioconda come a un messaggio da mettere in rilievo per la sua struttura: la si usa come segno, come significante convenzionale il cui significato è una formula diffusa dalla pubblicità.

### *Ricupero del messaggio poetico*

*In tal senso una definizione del Kitsch potrebbe suonare: è Kitsch ciò che appare consumato; che arriva alle masse o al pubblico medio perché è consumato; e che si consuma (e quindi si depaupera) proprio perché l'uso a cui è stato sottoposto da un gran numero di consumatori ne ha affrettato e approfondito l'usura.*

Una definizione del genere si basa sul rapporto di inaspettatezza e sorpresa che dovrebbe ingenerare, nel ricettore, l'attenzione per la struttura particolare del messaggio poetico. Questo rapporto comunicativo in effetti entra in crisi. Ma questa crisi non dice nulla sulla struttura del messaggio, la quale, da un punto di vista oggettivo, eliminato ogni riferimento a un ricettore storicamente situato, dovrebbe rimanere inalterata: il messaggio dovrebbe essere ancora carico di quelle possibilità comunicative che l'autore vi ha immesso tenendo presente un ricettore ideale (ideale sino a un certo punto, poiché l'autore si rivolgeva a un ricettore a giorno di un determinato codice, a cui l'ambiguità prevede comunque il riferimento).

Infatti il messaggio poetico, proprio perché propone la propria struttura come primo oggetto di considerazione, è sempre più complesso di un messaggio referenziale comune. Il messaggio referenziale, una volta che ha rispettato le convenzioni volute dal codice, per rendere inequivocabili i propri segni e la loro funzione nel contesto, deve essere abbandonato. Il suo autore ad esempio non si pone particolari problemi nell'ordine della selezione dei termini: se due termini, alla luce del codice, hanno lo stesso significato, poco importerà usare l'uno o l'altro; al massimo, per esigenze di ridondanza, si useranno entrambi, l'uno a ribadire l'altro.

L'autore di un messaggio poetico invece tende ad accentuare quelle caratteristiche che da un lato rendano più imprecisa la referenza del termine, dall'altro inducano a soffermarsi sul termine, come elemento di una relazione contestuale, e a valutarlo come elemento primario del messaggio. In altre parole, il fatto che due termini abbiano lo stesso significato, per l'artista non risolve ancora nulla: perché il suono di uno dei due termini sarà più adatto a porsi in relazione col suono di un altro termine

del contesto, e dall’urto di queste due sonorità potrà nascere una assonanza che metta in allarme il ricettore, e lo spinga ad associare quei due termini che forse, alla luce del codice, avevano un rapporto assai più tenue; in tal caso invece il rapporto diventa necessario, il ricettore si chiede se non esista una più profonda parentela tra i referenti dei due termini, tale che i due referenti stessi vengano messi in crisi, e si generi al loro posto il fantasma di un terzo referente, che di fatto non è significato da nessun termine, ma è suggerito dall’accostamento fonico tra i due; e l’attenzione del ricettore si sposterà immediatamente anche sulla strategia comunicativa che ha indotto l’autore ad attuare quel collegamento. Dunque, il messaggio poetico non si costituisce solo come un sistema di *significati*, indicato da un sistema di *significanti*, ma anche come *il sistema delle reazioni sensibili e immaginative stimolate dalla materia di cui son fatti i significanti*<sup>31</sup>.

In poesia dunque, anche nell’ambito di un solo verso, si costituisce un sistema di rapporti assai complesso; il verso, eliminando le ridondanze, condensa ambiguumamente in un semplice schema linguistico una serie indefinita di significati possibili e si costituisce come il sistema di tutti i significati che possono essergli conferiti (il sistema di tutte le interpretazioni cui può dar luogo, il sistema di tutti i patterns emotivi che può stimolare)<sup>32</sup>. Un messaggio poetico, allora, è una struttura che difficilmente può essere irridigita in una definizione o riassunta in una formula convenzionale.

Quindi non è possibile parlare di consumo a proposito di messaggi poetici, come si parla di consumo a proposito di messaggi referenziali. Un messaggio come “Vietato sporgersi”, che appare sulle vetture ferroviarie, per l’essere stato reiterato e offerto alla nostra decodificazione una infinità di volte e in mille occasioni, si presta ottimamente al consumo: nessuno vi pone più mente quando decide di affacciarsi dal finestrino di un treno in corsa. Per renderlo di nuovo efficace occorrerebbe reiterarlo in modo originale, o arricchirlo con la comunicazione delle ammende comminate ai contravventori; o meglio tradurlo in una nuova formula che, proprio per la sua inaspettatezza, costituisca elemento di choc; ad esempio: “Due mesi fa il signor Rossi, sporgendosi da questo stesso finestrino, si è visto asportare un occhio da un ramo sporgente nel tratto Cavallermaggiore-Bra.”

Ma il caso del messaggio poetico è diverso. La sua ambiguità è una continua sfida al decifratore distratto, un permanente invito alla criptoanalisi. Nessuno può affermare che, diffusosi oltre ogni limite di sopportazione, un messaggio poetico, inteso ormai da molti come puro “feticcio”, possa essere a tratti affrontato da qualcuno con una disposizione di assoluta verginità.

Nessuno può affermare infine che il messaggio, offerto a ricettori che lo affrontano per la prima volta, sfugga alla utilizzazione come feticcio e – pur non stimolando una decodificazione appropriata – venga affrontato in modo del tutto nuovo, *alla luce di un codice che non era quello previsto dall’autore*.

Fenomeni del genere costituiscono la “fortuna” di un’opera d’arte attraverso i secoli. La “bianca” grecità, interpretata dai romantici, costituisce un tipico esempio di messaggio decodificato alla luce di un codice diverso da quello dei suoi costruttori.

Nel caso di un messaggio referenziale, l’interpretazione con codice diverso è letale. La nota frase “I Vitelli dei romani sono belli” costituisce un esempio di messaggio che, riferito al codice-lingua latina acquista un significato conforme alla volontà comunicativa dell’autore (“Va’ o Vitellio al suono di guerra del dio romano”), letto invece riferendosi al codice-lingua italiana comunica un altro significato.

Si dia ora il verso dantesco “Pape Satan, Pape Satan Aleppe”: nei cui confronti ciascun critico è un

criptoanalista che si sforza di individuare un codice utile.

La maggior parte dei lettori della *Divina Commedia* rinuncia evidentemente a leggerlo sulla base di un codice; ma questo messaggio ha alcune particolarità strutturali che fan sì che si salvi, qualsiasi sia la decodificazione, una certa catena di ritmi e di assonanze, nonché la misura dell'endecasillabo. E poiché, nell'ambito di un'opera di poesia, il messaggio viene intenzionato anche come autoriflettente, incentrato su se stesso, qualsiasi sia la decodificazione, il ricettore ne gode un certo schema di base e ricupera in parte la funzione che esso aveva nel contesto della cantica.

Se poi si suppone che Dante abbia volutamente impiegato parole prive di senso preciso per creare un'aura di magia e di esotericità diabolica, allora la ambiguità nella individuazione del codice si pone di fatto come il solo e vero codice; la non decodificabilità istituisce la capacità comunicativa del messaggio; per via non convenzionale, esso comunica un significato preciso: il demonio sta rivolgendosi a qualcuno in *jargon* diabolico; che poi il lettore rimanga a domandarsi il significato dei termini, questo fa parte dell'impressione che l'autore del messaggio voleva far provare.

Jakobson, per dare un esempio minimale di messaggio che si propone come oggetto di attenzione embrionalmente estetica, cita lo slogan politico *I like Ike*. "Esso consiste di tre monosillabi e conta tre dittonghi (*ay*) ciascuno dei quali è seguito simmetricamente da un fonema consonantico (*/l... k... k...*). L'ordinamento delle tre parole presenta una variazione: nessun fonema consonantico nella prima parola, due attorno al dittongo nella seconda, una consonante finale nella terza. Hymes ha notato la dominanza di un simile nucleo (*ay*) in certi sonetti di Keats. Le due parti della formula *I like / Ike* rimano tra loro, e la seconda delle due parole che rimano è completamente inclusa nella prima (rima ed eco: *layk - ayk*), immagine paronomastica di un sentimento che avvolge completamente il suo oggetto. Le due metà formano una allitterazione vocalica, e la prima delle due parole in allitterazione è inclusa nella seconda (*ay / ayk*), immagine paronomastica del soggetto amante avvolto dall'oggetto amato. Il ruolo secondario della funzione poetica rinforza il peso e l'efficacia di questa formula elettorale."

Ecco un esempio di messaggio, poetico ai minimi termini, il quale però propone una tale complessità di struttura che presenta sempre qualche aspetto recuperabile anche per chi lo senta come totalmente consumato. In più, proprio per la sua complessità, esso pare prestarsi a una lettura che prescinda dal codice linguistico a cui si riferisce. Si dia infatti un auditore, anche di lingua inglese, che non sappia chi fosse Ike: il messaggio perderà la sua tensione provocatoria (a livello goliardico), ma conserverà pur sempre una certa cantabilità (si salva una decodificazione a livello della percezione sonora). Intendendo per Ike un personaggio qualsiasi, che non sia un presidente degli Stati Uniti, la formula è assai più povera; se il personaggio è un clown da circo, essa diventa piuttosto banale: ciò non toglie che rimanga una formula apprezzabile per la concisione e il gioco delle assonanze.

Ma se in luogo di *I like Ike* abbiamo un verso di Dante, o un intero poema (di cui sappiamo che si potrebbe svolgere una analisi ben altrimenti complessa e approfondita, tesa a mettere in rilievo una serie di meccanismi strutturali) allora, ci rendiamo conto di quanto l'opera si presti a essere decodificata anche in misura aberrante, conservando pur sempre una sua forza comunicativa.

Diffusa attraverso una dispensa settimanale (acquistata da un acquirente che intende con esso appropriarsi di un feticcio, da usare a scopo quasi magico, per pura ostentazione di prestigio, per alibi culturale) la riproduzione di un grande maestro della pittura potrà o non essere guardata, o essere vista

adattandole un codice del tutto particolare, che il ricettore inesperto maneggia con disinvoltura credendosi autorizzato a consumare l'opera in tal senso. Chi ci dice allora che purtuttavia questo ricettore non fruisca, del quadro-messaggio, uno degli infiniti aspetti di quella complessità strutturale che lo costituisce, in modo che il quadro sfugge in una certa misura al consumo, e restituisce al suo ricettore uno schema, esile ma reale, di una comunicazione originariamente più ricca?

*La Tempesta* di Giorgione interpretata solo nei suoi riferimenti imitativi, ignorando i riferimenti al repertorio iconologico (il pastore visto come bel giovane e non come Mercurio), il carro di fieno di Bruegel interpretato come imitazione di un bel carro di fieno; *I promessi sposi* letto solo come romanzo d'appendice in cui si desideri sapere cosa accadrà a Renzo e Lucia; il bisonte di Altamira goduto come schizzo vivace di un animale in movimento, senza riferimento alla sua funzione magica... Ecco alcuni esempi di decodificazione parziale, attuata impiegando codici incompleti, spesso del tutto arbitrari (i contadini attorno al carro di fieno potrebbero diventare per qualcuno il riferimento al sano e onesto lavoro dei campi; per altri addirittura una glorificazione profetica della comunità kolkosiana), e che tuttavia permette un avvicinamento all'opera, una lettura del messaggio, recuperandone un livello che purtuttavia esisteva, anche nelle intenzioni dell'autore. La vita delle opere, attraverso i secoli e in seno a una società, è ricca di questi malintesi, di questi sbagli di mira, di queste aberrazioni fruitive, così frequenti, intense, mutuamente integrantesi, che quasi costituiscono la norma; mentre la decodificazione esemplare (esemplare non perché unica, ma perché ricca, complessa, esercitata a tutti i livelli del messaggio) costituisce spesso la norma ideale della critica, il momento di massima attualizzazione dell'opera contemplato dall'estetica. Non sempre dunque il consumo di una forma è totale e irrecuperabile; e la struttura di cui venga fruito anche un solo livello, proprio per la profonda parentela che lega ogni stilema al complesso relazionale dell'opera, si manifesta in scorcio, attraverso l'elemento parziale, come lo spunto incompiuto di una fruizione più piena, che rimane sullo sfondo, ma non si annulla del tutto.

D'altra parte, se la lettura di un messaggio secondo un codice inesatto o incompleto, pur non distruggendo le sue capacità comunicative, ci restituisce pur sempre un messaggio impoverito, dobbiamo convenire che in molti casi accade l'opposto: un messaggio in sé abbastanza povero di informazione, letto alla luce di un codice arbitrario, può risultare, per il ricettore, assai più ricco di quanto l'autore non intendesse. Tipico il caso del bisonte d'Altamira interpretato riferendosi alle acquisizioni della pittura contemporanea (alla luce dunque di un codice complesso che contempla altri criteri di gusto, tecniche della rappresentazione cosciente del movimento, eccetera), in modo da acquistare una ricchezza di intenzioni che per la maggior parte sono introdotte dal ricettore. La maggior parte dei reperti archeologici della classicità sono interpretati facendo convergere sull'oggetto una serie di riferimenti che erano estranei all'autore: le braccia mancanti, l'erosione dei secoli diventano, nella tarda copia ellenistica, significanti di una incompiutezza allusiva che rimandano a una rosa di significati costruiti da secoli di cultura, ma ignoti all'artigiano tardo greco. E tuttavia l'oggetto, come sistema di elementi, era anche questo sistema di significanti e di significati possibili. L'avanspettacolo di periferia per la truppa, visto dall'intellettuale alla ricerca di episodi di costume, si carica di riferimenti a una oscenità fescennina di cui lo sciagurato capocomico non ha mai avuto sentore; e tuttavia questi, coordinando in uno schema assai rozzo alcune rozze intuizioni circa gusti e aspettative di un pubblico

popolare, di fatto strutturava anche una serie di riferimenti a comportamenti archetipi che in un modo o nell'altro funzionano ancora e vengono elaborati, e consumati, d'istinto.

Accade insomma a un messaggio, interpretato con un codice sovrabbondante, quello che accade all'*objet trouvé*, che l'artista sottrae a un contesto naturale (o ad altro contesto artificiale) e inquadra come opera d'arte: in tal caso l'artista elegge certi aspetti dell'oggetto come possibili significanti di significati elaborati dalla tradizione culturale. Nell'atto di sovrapporre arbitrariamente un codice a un messaggio senza codice (oggetto naturale) o con altro codice (scarto di lavorazione industriale) l'artista in realtà inventa, formula ex novo quel messaggio. Ma c'è da chiederci se egli arbitrariamente fa convergere sulla struttura riferimenti mutuati da una tradizione estranea, quella dell'arte contemporanea (per cui un sasso può sembrare Moore, un aggeggio meccanico può sembrare Lipchitz) oppure se l'arte contemporanea, nell'elaborare i propri modi di formare, non si fosse già riferita a modi d'essere della natura o dell'industria, integrando quindi al proprio codice elementi di altri codici<sup>33</sup>. Così accade, nella vita quotidiana, che l'intellettuale annoiato, nella sala di concerto, non decodifichi affatto la sinfonia che ascolta, e la riceva come puro feticcio; mentre l'uomo comune, che fischieta sul lavoro le note di quella stessa sinfonia, orecchiate per radio, ne ricuperi un aspetto e corrisponda così, meglio dell'altro, alle aspettative del compositore.

Tutte queste osservazioni ci dicono che *il rapporto d'intenzionalità fruitiva muta la capacità informativa del messaggio*. Il messaggio poetico rimane come struttura complessa capace di stimolare una decodificazione assai varia. Nella circolazione intensiva di messaggi, in cui anche il messaggio poetico è coinvolto e venduto al proprio pubblico come merce di consumo, la vita delle opere è tuttavia più varia e imprevedibile di quanto non possiamo supporre nei momenti di maggior sconforto. Nel sovrapporsi delle decodificazioni ingenue o aberranti, nell'uso indiscriminato dei codici, nello specificarsi di intenzionalità fruitive occasionali e occasionate, si stabilisce una dialettica tra messaggi e ricettori che non è riducibile a schema, e che costituisce un imprevedibile territorio di indagine. Un territorio dove si fanno possibili le opere di riadattamento e orientamento del gusto, le operazioni di recupero, malgrado l'irriflessa e sanguigna bestialità di un consumo quotidiano che sembra livellare ogni messaggio nel rumore, ogni ricezione nella disattenzione cronica.

### *Il Kitsch come “boldinismo”*

In questo panorama confuso e vitalissimo è facile che una industria della cultura cerchi di venire incontro ai propri utenti prendendo l'iniziativa della decodificazione parziale. Un messaggio poetico è troppo complesso, accade che di solito il ricettore distratto ne colga solo un aspetto, o lo accetti sovrapponendogli una decodificazione precedente diventata formula? Ebbene, si attui una operazione di mediazione, offrendo al pubblico non i messaggi originari, ma messaggi più semplici, in cui appaiano incastonati, a mo' di riferimento eccitante, stilemi tratti da messaggi ormai celebrati per le loro qualità poetiche.

La maggior parte delle operazioni di Midcult sono di questo tipo. Non si parla dei messaggi di massa: là la ricerca dell'effetto può essere ragionevole, lo si è visto, non pretende ad apparire come sostitutivo dell'esperienza estetica, l'impiego di modi di formare mutuati dall'arte ha funzione strumentale: uno stilema è usato perché in un dato messaggio ha dato buona prova comunicativa, se un rapporto di

onomatopee è risultato elemento di choc in una poesia di Poe perché non devo utilizzarlo per rendere memorabile la pubblicità di un detergente? Nessuno, fruendo di questa pubblicità, penserà di godere una esperienza “superiore”: il problema si sposta su altri livelli di polemica, il rapporto tra arte e Kitsch non è in causa.

Ma col Midcult la cosa è ben diversa. Uno stilema, qualora abbia appartenuto a un messaggio di prestigio, ha una sua fortuna presso un pubblico desideroso di esperienze qualificate.

Il prodotto di Midcult cercherà dunque di costruire un nuovo messaggio (per lo più teso alla provocazione di effetti) in cui quello stilema si inserisca e nobiliti il nuovo contesto. Ma badiamo: non è detto che in mano a un artigiano sapiente l'inserzione non avvenga secondo i modi di una consequenzialità strutturale tale da rendere accettabile, quasi originale, il nuovo messaggio. Non avveniva così per gli architetti rinascimentali che utilizzavano elementi architettonici greco romani proprio perché carichi di una loro nobiltà? L'inserzione può avvenire in modo che l'inserto rimanga intenzionato come inserto. La citazione musicale classica in Strawinsky costituisce un esempio di stilema tratto da altro contesto che viene inserito in un contesto nuovo: dove la palese intenzionalità dell'inserzione conferisce necessità all'inserto, e richiama il ricettore a un codice interpretativo che tenga conto di questo atteggiamento. È il caso del collage, del quadro polimaterico, dove i materiali inseriti conservano un intenzionale riferimento alla loro origine. È il caso del frammento di mura serviane inserito nel complesso architettonico della facciata della stazione di Roma. Qui non si tenta di contrabbandare al pubblico un frammento di “arte” per dargli l'impressione che tutto il contesto sia arte, mentre è puro supporto artigianale a uno stilema “citato”. Il contesto è necessario perché si costituisce come citazione esplicita. Più raro il caso di una citazione che scompaia come tale e si amalgami in un sistema di relazioni di nuovo tipo: se pure si potrebbero menzionare ottimi esempi di romanzi di consumo, tesi dunque a fini di puro intrattenimento, dove ad esempio la tecnica del monologo interiore è impiegata per rendere una certa situazione, si adatta allo scopo, funziona come stilema originale e fa dimenticare la sua natura di modo di formare preso a prestito da Joyce.

*Ma ciò che caratterizza invece il vero e proprio Midcult, e lo caratterizza come Kitsch, è l'incapacità di fondere la citazione nel contesto nuovo: e di manifestare uno squilibrio nel quale il riferimento colto emerge provocatoriamente, ma non è intenzionato come citazione, è contrabbandato come invenzione originale, e tuttavia sovrasta sul contesto, troppo debole per sopportarlo, troppo difforme per accettarlo e integrarlo. In tal caso definiremo, in termini strutturali, il Kitsch come lo stilema avulso dal proprio contesto, inserito in un altro contesto la cui struttura generale non ha gli stessi caratteri di omogeneità e di necessità della struttura originaria, mentre il messaggio viene proposto – in grazia della indebita inserzione – come opera originale e capace di stimolare esperienze inedite.*

Un esempio tipico di questo procedimento ci è dato da un pittore, giustamente famoso presso il pubblico medio della propria epoca, come Boldini.

Boldini è ritrattista di fama, è il pittore delle signore, è l'artefice di ritratti che costituiscono per il committente una fonte di prestigio e un oggetto di piacevole consumo. Pittore della nobiltà e dell'alta borghesia, nell'ambito del sistema in cui vive; Boldini, potrebbe essere il normale venditore di un prodotto assai richiesto. La bella donna che gli chiede un ritratto non vuole anzitutto un'opera d'arte: vuole un'opera in cui si ribadisca il concetto che essa è una bella donna.

A questo scopo Boldini costruisce i suoi ritratti secondo le migliori regole della provocazione dell'effetto.

Se si osservano le sue tele, in particolare i ritratti muliebri, si nota come il viso e le spalle (le parti scoperte) obbediscano a tutti i canoni di un raffinato naturalismo. Le labbra di queste donne sono carnose e umide, le carni evocano sensazioni tattili; gli sguardi sono dolci, provocanti, maliziosi o sognanti, ma sempre diretti, pungenti, puntati sullo spettatore.

Queste donne non evocano l'idea astratta della bellezza, o non prendono la bellezza muliebre a pretesto per divagazioni plastiche o coloristiche; rappresentano *quella donna*, e al punto tale che lo spettatore è portato a desiderarla. La nudità di Cléo de Mérode ha un preciso intento eccitante, le spalle della Principessa Bibesco sono offerte al desiderio di chi guarda, la procacità di Marthe Regnier intende essere un invito alla verifica.

Non appena però passa a dipingere la veste, quando dal corsetto scende alle falde della gonna, e dalla veste trapassa allo sfondo, ecco che Boldini abbandona la tecnica "gastronomica": i contorni rinunciano alla precisione, i materiali si sfaldano in pennellate luminose, le cose diventano grumi di colore, gli oggetti si fondono in esplosioni di luce... La parte inferiore dei quadri di Boldini evoca ormai una cultura impressionistica, Boldini; è chiaro, ora fa dell'avanguardia, cita dal repertorio della pittura contemporanea. Al piano superiore aveva fatto della gastronomia, ora fa dell'arte; questi busti e questi volti *da desiderare* emergono dalla corolla di un fiore pittorico che invece è solo *da guardare*. La committente non potrà più avvertire disagio per essere stata pubblicizzata carnalmente come una cortigiana: il resto della sua figura non è diventato stimolo per degustazioni dello spirito, esperienza della pura percettività, godimento d'ordine superiore? La committente, il committente, lo spettatore, sono ormai tranquillizzati: in Boldini hanno esperito l'arte – e in soprappiù hanno delibato la sensazione, ciò che appariva ben più difficile nelle impalpabili donne di Renoir, o nelle asessuate silhouettes di Seurat. Il consumatore medio consuma la sua menzogna.

Ma la consuma come menzogna etica, come menzogna sociale, come menzogna psicologica, perché di fatto essa costituisce una *menzogna strutturale*. Il quadro di Boldini rappresenta il tipico caso di inserzione di stilemi, colti in un contesto incapace di conglobarli. La disproporzione tra i due livelli, alto e basso, di questi ritratti, è un fatto formale indiscutibile; queste donne sono delle *sirene stilematiche*, in cui al capo e al busto consumabile si uniscono vesti contemplabili. Non vi è alcuna ragione formale perché il pittore cambi registro stilistico passando dal viso ai piedi; salvo la giustificazione che il viso deve accontentare il committente, mentre la veste deve accontentare l'ambizione del pittore; che è già una condanna dell'opera, se non accadesse che anche la veste, e proprio la veste, è fatta per accontentare il committente e convincerlo che anche il viso, sbocciando da tanta veste, consente esperienze rispettabili.

Se il termine Kitsch ha un senso, non è perché designi un'arte che tende a suscitare effetti, perché in molti casi l'arte si propone anche questo fine, o se lo propone qualche altra degna attività che non pretende essere arte; non è perché contrassegni un'opera dotata di squilibrio formale, perché in tal caso si avrebbe solo un'opera brutta; e nemmeno caratterizza l'opera che utilizzi stilemi apparsi in altro contesto, perché questo può verificarsi senza che si cada nel cattivo gusto: *ma Kitsch è l'opera che, per farsi giustificare la sua funzione di stimolatrice di effetti, si pavoneggia con le spoglie di altre esperienze, e si vende come arte senza riserve*.

Talora il Kitsch può essere inavvertito, un peccato commesso senza volerlo, quasi perdonabile; e in

questi casi vale la pena di indicarlo solo perché ivi il meccanismo risulta con particolare chiarezza. Possiamo trovare, ad esempio, in Edmondo De Amicis l'impiego di uno stilema manzoniano con effetti risibili. Lo stilema manzoniano è quello che chiude la prima parte del rapporto sull'infelice Gertrude. Il rapporto ha proseguito per pagine e pagine, accumulando intorno alla figura della Monaca una serie di particolari patetici e terribili; si è disegnata lentamente la figura di questa vocazione sbagliata, di questa ribellione repressa, di questa disperazione latente. E, mentre già il lettore si avvia a ritenere Gertrude pacificata col suo destino, appare sulla scena lo scellerato Egisto. Egisto piomba nella vicenda al termine di questa accumulazione, appare come un inopinato intervento del fato, porta all'esasperazione la situazione della donna:

“Costui, da una sua finestrina che domina un cortiletto di quel quartiere, avendo veduta Gertrude qualche volta passare e girondolar lì, per ozio, allettato anzi che atterrito dai pericoli e dall'empietà dell'impresa, un giorno osò rivolgerle il discorso. La sventurata rispose.”

Sono già state spese numerose pagine critiche per commentare la lapidaria efficacia dell'ultima frase. Costruita in modo semplicissimo, di un soggetto e di un predicato, con il soggetto costituito da un aggettivo, la frase nello stesso tempo ci comunica la decisione di Gertrude e insieme la definizione morale di essa nonché la partecipazione emotiva del narratore. Poiché l'aggettivo “sventurata”, mentre condanna, compiange; intervenendo a definire la donna, sostituendosi al sostantivo, fa convergere tutta l'essenza del personaggio in quella qualifica che ne riassume la situazione, il passato, il presente e il futuro. Il verbo, poi, è tra i meno drammatici che si possano immaginare. “Rispose” indica la forma più generale della reazione, non il contenuto della risposta, né la sua intensità. Ma proprio in questo la frase acquista tutta la sua potenza espressiva, lasciando intravedere abissi di scelleratezza resi possibili dal primo irreversibile gesto, anzi, la stessa scelleratezza implicita nel gesto, da parte di una religiosa, da parte di chi sappiamo non attendesse, inconsciamente, che una scintilla per esplodere nella rivolta. La frase cade nel punto giusto in risoluzione di una accumulazione di particolari, e risuona come un accordo funebre, si scolpisce come una epigrafe.

Soggetto, costituito da un aggettivo, e predicato. Formidabile economia di mezzi. Aveva in mente, Edmondo De Amicis, la trovata manzoniana, quando stava scrivendo una delle più memorabili pagine del *Cuore*? Probabilmente no, comunque l'analogia c'è, e va rilevata. Franti, il compagno cattivo, cacciato dalla scuola, torna in classe accompagnato dalla madre. Il Direttore non osa respingerlo perché la donna fa pietà, affannata, coi capelli arruffati, grigi, fradicia di neve. Ma questi particolari non bastano evidentemente a provocare l'effetto voluto dal narratore; e si ricorrerà pertanto a una lunga perorazione della sventurata donna, che racconta tra grande abbondanza di punti esclamativi, e inframmezzando con scoppi di pianto, una triste vicenda in cui si accenna al padre violento, a lei sull'orlo della tomba. Non del tutto sicuro che il lettore abbia afferrato la drammaticità del fatto, l'autore ci precisa che la donna esce pallida e incurvata (anche lo scialle “strascica”), con la testa tremante; la si sente ancora tossire giù dalle scale.

A questo punto, come tutti sanno, il Direttore si rivolge a Franti e gli dice

“con accento da far tremare”: “Franti, tu uccidi tua madre! – Tutti si voltarono a guardare Franti. E quell'infame sorrise.”

Dunque, anche qui il brano finisce con uno stilema affine a quello manzoniano. Ma affine per la sola

connessione di un aggettivo (in funzione di soggetto) e un predicato. Commisurata al contesto, l'espressione rivela ben altra natura. Anzitutto cade proprio quando il lettore sta attendendosi un colpo di scena, una frase di chiusura, per dare sollievo alla sua emotività così a lungo sollecitata dalla massiccia accumulazione di effetti patetici. Poi l'aggettivo che designa il soggetto rappresenta una forma di giudizio pesante e indiscriminato, che acquista un sapore risibile se viene poi commisurato alle reali infamie del povero ragazzo. Infine il "sorrise" non è un "rispose"; sorridere è per Franti, in quel momento, l'ultima e più malvagia delle azioni che mai si potessero fare, e la frase non prelude più a nulla. Punto e basta, Franti è un infame. Nel complesso l'espressione è melodrammatica ed evoca piuttosto Jago che un ragazzotto intemperante della periferia torinese. Posta in quel punto, a chiudere il crescendo, l'espressione non è un accordo funebre ma un colpo di grancassa. Il brano non *dèsinit in piscem* perché in pesce comincia, ma ad ogni buon conto uno stilema così sobrio ed efficace qui appare completamente sprecato e comunque deteriorato irrimediabilmente. Anche la lezione pedagogica che poteva sottendersi a questa pagina, viene compromessa dalla rozzezza della comunicazione. Proposta come esempio di bello scrivere ai giovanetti italiani, la pagina diventa così irrimediabilmente Kitsch. Unica sua attenuante è che, come si è supposto, il riferimento dotto non era intenzionale.

Quando poi l'intenzione sia palese, allora il Kitsch, tipico del Midcult, si fa gloriamente ostentato. Ed è così Kitsch il semiastratto di certa arte sacra, che, non potendo esimersi dal rappresentare una Madonna o un santo, lo contrabbanda sotto forma geometrizzante per timore dell'oleografia (elaborando un'altra e più avanzata forma di oleografismo modernizzante); è Kitsch la figura alata sul radiatore della Rolls Royce, elemento grecizzante inserito a fini di ostentato prestigio su un oggetto che invece dovrebbe obbedire a più onesti criteri aerodinamici ed utilitari; ma, a un livello sociale inferiore, è Kitsch la *seicento* mascherata da macchina da corsa, percorsa da strisce orizzontali rosse e dotata non già di paraurti normali, ma di due piccoli rostri, a imitazione di certe macchine da circuito agonistico; come è Kitsch, sempre sulla macchina, l'efflorescenza di ampie pinne che evocano le lame dei carri falcati di barbarica memoria, corrette da una presunzione di plasticità avanguardistica; è Kitsch la radio a transistor dall'antenna smisuratamente lunga, completamente inutile ai fini della ricezione, ma indispensabile a titolo di prestigio, grazie anche all'evocazione, che attua, dei ricevitori portatili in uso presso le truppe americane ed eternati da innumerevoli pellicole di propaganda bellica. Ed è Kitsch il divano in stoffa stampata che riproduce le donnine di Campigli, non perché lo stile di Campigli appaia consumato o "massificato", ma perché quelle figure sono rese volgari dall'essere fuor di luogo, inserite in un contesto che non le richiede; come il quadro astratto riprodotto sulla ceramica, l'arredamento di bar che rifà Kandinsky o Soldati, o Reggiani.

### *Il gattopardo della Malesia*

La definizione del Kitsch ci ha dunque costretto a partire da molto più addietro, dalla distinzione tra messaggio comune e messaggio poetico; quest'ultimo è stato identificato come messaggio che, mentre incentra l'attenzione su di sé e sulla propria inabitualità, propone nuove alternative alla lingua di una comunità, nuove possibilità del codice; come un messaggio, dunque, che diventa stimolo e fonte di nuovi modi d'espressione, svolge funzione di scoperta e di provocazione (e non è ricevibile, neppure a distanza di secoli, se non viene di nuovo e sempre rivissuto in questa sua dimensione di novità). Ma tra

il messaggio poetico, che scopre e propone, e il Kitsch, che finge la scoperta e la proposta, abbiamo visto che vi sono vari altri tipi di messaggio, da quello di massa – che persegue finalità differenti da quelle dell’arte – a quel messaggio, artigianalmente corretto, che intende stimolare esperienze di vario tipo, non disgiunte da una serie di emozioni estetiche, e a questo scopo mutua dall’arte (nella sua funzione di scoperta) modi e stilemi, senza peraltro banalizzare ciò che ha mutuato, ma inserendolo in un contesto misto, tendente sia a stimolare effetti evasivo-consolatori, che a promuovere esperienze interpretative di una certa dignità: in modo che il messaggio, in questa sua duplice funzione, possa acquisire una sua necessità strutturale, e assolvere un compito spesso assai utile. Esiste, tra questo tipo di messaggio e il messaggio poetico vero e proprio, la stessa differenza che Elio Vittorini, con formula efficace, ha posto tra “mezzi di produzione” e “beni di consumo”. Ma sovente un messaggio tendente alla funzione poetica, pur realizzando le condizioni fondamentali di questo tipo di comunicazione, mostra degli squilibri, una sua instabilità strutturale; mentre altrettanto spesso un messaggio che tende a una funzione di onesto consumo, realizza un suo equilibrio pressoché perfetto. Segno che nel primo caso, malgrado la chiarezza delle intenzioni, non equivocabili, si ha un’opera non riuscita, o riuscita per un solo verso; e nel secondo si ha un bene di consumo talmente riuscito che l’attenzione del fruitore arriva a spostarsi sulla perfezione della sua struttura, e il bene di consumo ridà freschezza, sapore, evidenza a stilemi che pure esso non proponeva per la prima volta: e si ha in tal caso un singolare fenomeno di ricupero, per cui il bene di consumo diventa vera opera d’arte, e funziona in modo da proporre esso, per la prima volta in misura sorprendentemente stimolante, certi modi di formare che pure altri avevano già sperimentato<sup>34</sup>. Si stabilisce così una dialettica tra un’arte tesa alle esperienze originali, e un’arte tesa all’assestamento delle acquisizioni, in modo che talora è la seconda a realizzare le condizioni fondamentali del messaggio poetico, mentre la prima costituisce solo un coraggioso tentativo di realizzazione<sup>35</sup>.

Si tratta naturalmente di casi da indagare criticamente situazione per situazione; ancora una volta la riflessione estetica stabilisce le condizioni ottime di una esperienza comunicativa, non dà indicazioni per il giudizio sui casi singoli.

Nel nostro caso ci premeva porre l’accento sulla serie di gradazioni che, all’interno di un circuito di consumo culturale, si creano tra opere di scoperta, opere di mediazione, opere di consumo utilitario e immediato, e opere falsamente aspiranti alla dignità dell’arte: e dunque ancora una volta tra cultura d’avanguardia, cultura di massa, cultura media e Kitsch.

Per aver chiare queste distinzioni esaminiamo quattro brani. Nel primo abbiamo un artista, Marcel Proust, che vuole descriverci una donna, Albertine, e l’impressione che Marcel prova vedendola la prima volta. Proust non mira a suscitare un effetto di appetibilità; cerca un nuovo modo per abbozzare una situazione frusta, e attraverso un messaggio apparentemente banale (comunicazione dell’incontro tra un uomo e una donna, e relazione circa le sensazioni dell’uomo) vuole in fondo elaborare una nuova tecnica di conoscenza, una presa diversa sulle cose.

Di fronte a questo compito, Proust rinuncia a puntare tutto sulla descrizione di Albertine: ce la fa individuare a poco a poco, non come individuo, ma come elemento di una sorta di tutto indiviso, un gruppo di ragazze i cui tratti, i cui sorrisi, i cui gesti paiono fondersi in un unico balenare d’immagini – con una tecnica impressionistica in cui, anche quando egli descrive “un ovale bianco, degli occhi neri,

degli occhi verdi”, l’accenno somatico perde ogni capacità di evocazione sensuosa, per divenire nota di un accordo (e infatti egli vede il complesso delle fanciulle “confuso come una musica, in cui non avrei saputo isolare e riconoscere al passaggio le frasi, distinte ma dimenticate subito dopo”). È difficile citare passi di questa descrizione, proprio perché si prolunga per alcune pagine e non è riducibile a un nucleo di rappresentazioni: essa ci porta a individuare Albertine lentamente, e sempre col sospetto che la nostra attenzione, con quella dell’autore, abbia sbagliato mira... Il lettore si fa strada tra le immagini come in una vegetazione intricata, e non lo colpiscono particolarmente “le guance paffute e rosee”, il “colorito bruno”, quanto piuttosto l’impossibilità di distinguere un solo volto desiderabile, tra costoro che “mettevano tra i loro corpi indipendenti e separati, mentre avanzavano lentamente, un legame invisibile, ma armonioso come una stessa ombra calda, una stessa atmosfera, facendo di loro un tutto tanto omogeneo nelle sue parti quanto era diverso dalla folla in mezzo a cui si svolgeva lentamente il loro corteo”.

Si badi che, ad analizzare le espressioni una per una, ci sarebbero qui tutti gli elementi reperibili in un brano Kitsch; ma questi aggettivi non mirano mai a un oggetto, e tanto meno a procurarci un’emozione precisa; né a diffondere un’aura imprecisata di “liricità”: perché il lettore, mentre è invitato a dipanare la matassa d’impressioni che il brano gli propone, è continuamente richiamato a dominare le impressioni, in una altalena emotivo-critica che gli impedisce di perdersi in sentimenti personali evocati dal contesto e che non siano anzitutto *il sentimento del contesto*. A un certo punto Marcel è colpito dagli occhi bruni di una tra le ragazze, dall’emanazione di un “raggio nero” che lo arresta e lo turba. Ma subito sopravviene la riflessione: “Se pensassimo che gli occhi di una ragazza come quella non sono che una brillante rotella di mica, non saremmo così avidi di conoscere e di unire a noi la sua vita.” È un momento di arresto, poi il discorso riprende non più per rifiutare l’emozione ma per commentarla, approfondirla; la lettura non segue un unico filo, l’unica cosa negata, in questo brano così ricco di stimoli interpretativi, è l’ipnosi; non vi è fascinazione, ma attività.

Ma se invece di Marcel, a incontrare una fanciulla fosse stato il personaggio descritto da un onesto artigiano a un pubblico che chiede appunto fascinazione, emozione, tensione e consolazione ipnotica? Vediamo come si profila un’esperienza consimile per Sandokan, la Tigre della Malesia, quando, ne *Le tigri di Monpracem*, incontra per la prima volta Marianna Guillonk, meglio nota a molte generazioni come la Perla di Labuan:

“Aveva appena pronunciate queste parole, che il lord rientrava, ma non più solo. Dietro di lui si avanzava, sfiorando appena il tappeto, una splendida creatura, alla cui vista Sandokan non poté trattenere una esclamazione di sorpresa e di ammirazione.

Era una fanciulla di sedici o diciassette anni, piccola di taglia, ma snella ed elegante, dalle forme superbamente modellate, dalla vita così sottile che una sola mano sarebbe bastata per circondarla, dalla pelle rosea e fresca come un fiore appena sbucciato. Aveva una testolina ammirabile, con due occhi azzurri come l’acqua del mare, una fronte d’incomparabile purezza, sotto la quale spiccavano due sopracciglia leggiadramente arcuate, che quasi si toccavano.

Una capigliatura bionda le scendeva in pittoresco disordine, come una pioggia d’oro, sul bianco busticino che le copriva il seno.

Il pirata, nel vedere quella donna che sembrava una vera bambina, malgrado la sua età, si era sentito scuotere sino in fondo all’anima.”

Il brano non abbisogna di commenti: su un piano di artigianato piuttosto ingenuo, tutti i meccanismi atti a stimolare l’effetto sono messi in opera, sia per descrivere Marianna che per far avvertire l’intensità della reazione di Sandokan. Qualcuno delle generazioni a venire vorrà rimproverarci se, nella nostra infanzia, sentimmo per la prima volta, con la testa prima che coi sensi, le dimensioni della passione attraverso la macchina provocatrice architettata da Emilio Salgari? Gli sia riconosciuto almeno questo:

che egli non pretendeva di vendere la sua opera come arte<sup>36</sup>. Macchina per far immaginare, o sognare, la pagina salgariana *non chiede a nessuno di intenzionare il messaggio in quanto tale*. Il messaggio serve a indicare Marianna. A queste condizioni il meccanismo del Kitsch non scatta. A livello di una produzione di massa a fini di evasione ed eccitazione, il brano esaminato ha le carte in regola. Guai se la critica si scomoda per insolentirlo. Al massimo sarà la pedagogia a dover stabilire che simili emozioni non convengono ai giovanetti, o a decidere che, utile per i propri fini, lo stile di Salgàri non va proposto come esempio di bello scrivere, e quindi la sua lettura è da dosare opportunamente e da controbattere con la lettura di classici – o, ciò che parrebbe più conforme alle pretese medie di una scuola per bene, con la lettura di autori Kitsch.

Salgàri (o i suoi discendenti, che sono gli attuali bravissimi confezionatori di avventura, nel romanzo giallo o nella *space-opera*) andrà piuttosto studiato sul piano del costume o dell’analisi di contenuti. Ma questo costituisce un altro livello di interessi.

Poniamoci ora dal punto di vista di un narratore, fornito di gusto e di cultura, il quale per vocazione o per scelta intenda fornire al proprio lettore un prodotto dignitoso ma accessibile; che per un limite d’arte o per una decisione comunicativa esplicita non rinunci alla stimolazione di effetti, e tuttavia tenda ad elevarsi al di sopra della produzione di massa. Il problema di come rappresentare l’incontro tra un uomo e una donna (lo stesso di Proust e di Salgàri) gli si porrà allora in misura composita: da un lato l’esigenza di stimolare, in un breve giro di frasi, l’effetto che questa donna deve fare sul lettore; dall’altro il pudore dell’effetto scatenato, il bisogno di controllarlo criticamente.

Costretto a rappresentare l’incontro tra Sandokan e Marianna, il nostro scrittore potrebbe risolverlo così:

“L’attimo durò cinque minuti, poi la porta si aprì ed entrò Marianna. La prima impressione fu di abbagliata sorpresa. I Guillonk rimasero col fiato in gola; Sandokan si sentì addirittura come se gli pulsassero le vene delle tempie.

Sotto l’urto che ricevettero allora dall’impeto della sua bellezza, gli uomini rimasero incapaci di notare, analizzandola, i non pochi difetti che quella bellezza aveva; molte dovevano essere le persone che di questo lavoro critico non furono capaci mai.

Era alta e ben fatta, in base a generosi criteri; la carnagione sua doveva possedere il sapore della crema fresca alla quale rassomigliava, la bocca infantile quello delle fragole. Sotto la massa di capelli color di notte avvolti in soavi ondulazioni, gli occhi verdi albeggiavano immoti come quelli delle statue e, com’essi, un po’ crudeli. Procedeva lenta, facendo roteare intorno a sé la ampia gonna bianca, e recava nella persona la pacatezza, l’invincibilità della donna di sicura bellezza.”

Come si può notare la descrizione gastronomica si ritma qui con maggiore economia di mezzi e senso delle pause; ma, nonostante l’indubbia *concinnitas* del brano, che mancava in quello salgariano, il procedimento comunicativo è dello stesso ordine. L’inciso centrale ripete però lo stilema proustiano già applicato agli occhi di Albertine, consistente nel porre criticamente in dubbio l’effetto che prima l’autore ha suggerito. Se Proust non avrebbe accettato di piegarsi a una rappresentazione così immediata ed univoca, Salgàri sarebbe stato incapace di moderarla con tanta misura. A metà strada tra i due si pone invece Giuseppe Tomasi di Lampedusa. Il brano riportato appartiene infatti al *Gattopardo*, e il lettore vorrà rileggerlo sostituendo ai nomi fintizi quelli di Angelica, di Tancredi e dei Salina.

L’apparizione di Angelica al palazzo di Donnafugata si struttura dunque come il modello ideale di un prodotto medio, in cui tuttavia la contaminazione tra i modi della narrativa di massa, e le allusioni alla tradizione letteraria precedente, non degenerano in un *pastiche* grottesco. Questo brano non riveste la funzione di illuminazione e di scoperta che rivestiva quello di Proust; ma rimane pur sempre l’esempio di uno scrivere equilibrato e dignitoso, che potrà anche essere portato ad esempio ai giovanetti. Il

ricorso allo stilema colto è fatto con misura. Il risultato è un prodotto di consumo, destinato a piacere senza eccitare, a stimolare un certo livello di partecipazione critica senza polarizzare completamente l'attenzione sulla struttura del messaggio. Il brano evidentemente non esaurisce il libro (su cui il giudizio dovrebbe essere più articolato e complesso) ma ne costituisce un indice. La fortuna di quest'opera trova in queste caratteristiche strutturali una ragione persuasiva; e tuttavia il fatto che essa abbia avuto fortuna non autorizza a definirla un'opera di Midcult o di Kitsch. Si tratta di un bene di consumo che è riuscito inoltre a mediare una serie di problemi storico-sociali, sui quali l'opera non esercita di fatto alcuna operazione di scoperta, ma che è capace di restituirci, quali sono stati elaborati dalla coscienza storica di un'epoca e quali forse potevano sfuggire a molti tra i lettori.

Eccellente bene di consumo, *Il gattopardo* non è ancora il Kitsch. Il Kitsch prevede una contaminazione meno risolta, una più scoperta volontà di prestigio. Il brano che segue costituirà un esempio eccellente di quest'ultima possibilità, infima tra tutte.

Ray Bradbury, non a torto definito dall'intelligentzia media l'unico autore di fantascienza che abbia raggiunto la Letteratura (perché infatti, in luogo di raccontare storie fantascientifiche pure e semplici, si sforza di farle apparire continuamente artistiche grazie all'uso di un linguaggio esplicitamente "lirico"), si trova a scrivere una novella per "Playboy". "Playboy", come è noto, è una rivista che usa pubblicare avvincenti nudi di giovani donne, riprese con malizia e abilità. In ciò "Playboy" non è Kitsch: non finge il nudo d'arte – squallido alibi della pornografia – ma impiega tutti i mezzi tecnici e artistici a disposizione sul mercato per produrre nudi eccitanti, e tuttavia non volgari, accompagnandoli con *cartoons* arguti e piacevoli.

Sfortunatamente "Playboy" cerca promozioni sul piano culturale, tende ad essere un "New Yorker" per libertini e buontemponi; e ricorre alla collaborazione di narratori assai noti, che non disdegnano l'improbabile connubio col resto della rivista, dando prova di tolleranza e sense of humour. Ma il progetto stesso di cui il narratore si fa elemento, agisce fatalmente come elemento corruttore: ospitato dalla rivista per fornire un alibi colto all'acquirente in dissidio con la propria coscienza, il narratore produce spesso un *messaggio-alibi*. Produce Kitsch per un'operazione che è Kitsch alle radici. Così accade a Ray Bradbury, già Kitsch in proprio anche in altre sedi. Anche Bradbury narra dell'incontro tra due persone: ma come potrebbe, volendo "far arte", ricorrere al luogo frusto dell'incontro tra due amanti? Non entrerà subito e più direttamente nel mondo dei valori se narrerà dell'amore di un uomo per un'opera d'arte? Ed ecco che ne *Una stagione di tempo sereno* Bradbury racconta di un uomo che, trascinandosi dietro la moglie, intenerita e turbata, si reca a trascorrere le vacanze sulla costa francese (si pensi, dall'America!), presso Vallauris. Il fine è di sentirsi vicino al proprio idolo: Picasso. Il calcolo è perfetto: abbiamo l'arte, la modernità e il prestigio. Picasso non è scelto a caso: tutti lo conoscono, le sue opere son già divenute fetuccio, messaggi letti secondo uno schema già prescritto.

E una sera il nostro personaggio, verso il tramonto, passeggiando *rêveur* per la spiaggia ormai deserta, scorge da lungi un ometto anziano che sta divagando sulla rena con un bastone, e vi disegna strane figure. Inutile dire che si tratta di Picasso. Il nostro uomo lo comprende dopo che gli si è avvicinato di spalle, e ha visto i disegni sulla sabbia. Osserva trattenendo il fiato, timoroso di spezzare l'incanto. Poi Picasso si allontana e scompare. L'innamorato vorrebbe ora trattenere la sua opera, ma la marea sta salendo: tra poco la rena sarà sommersa, l'incanto spezzato.

Ma il riassunto non rende lo stile del racconto. Vediamo dunque cosa scorge il protagonista mentre il vecchietto disegna sulla sabbia:

“Perché sulla spiaggia piatta c’erano immagini di leoni greci e di capre mediterranee e di fanciulle con la carne di sabbia simile ad una polvere d’oro e satiri che suonavano corni scolpiti a mano e bimbi che danzavano, gettando fiori lungo tutta la spiaggia, e agnellini che caprioleggiavano seguendoli, e musici che suonavano arpe e lire e unicorni che portavano in groppa giovani verso lontani pascoli, boschi, templi in rovina, vulcani. Lungo la spiaggia, in una linea ininterrotta, la mano, lo stilo ligneo di questo uomo, chino nella febbre e nel sudore, schizzavano, univano, allacciavano qua e là, attorno, dentro, fuori, attraverso, cucinavano, sussurravano, si fermavano, poi si affrettavano come se quel mobile baccanale dovesse fiorire sino alla fine prima che il sole fosse cancellato dal mare. Venti, trenta metri e più di ninfe e di driadi o di fontane estive balzavano su in geroglifici avviluppati. E la sabbia, nella luce morente, era del colore del rame fuso su cui, adesso era stagliato un messaggio che ogni uomo in ogni tempo poteva leggere e assaporare, lungo gli anni. Tutto roteava e si posava nel proprio vento e nella propria gravità. Ora il vino stava per essere spremuto sotto i piedi, insanguinati dai grappoli, delle danzanti figlie dei vendemmiatori, ora mari fumiganti generavano mostri inguinati di monete mentre aquiloni fioriti spargevano profumo sulle nuvole fuggenti, ora... ora... ora... L’artista si fermò.”

Anche qui l’analisi è superflua. Qui viene prescritto al lettore cosa deve individuare e godere – e come goderlo – nell’opera di Picasso; meglio, dell’opera di Picasso gli viene fornita una quintessenza, un *resumé*, una immagine condensata. Giova notare che di Picasso è stato scelto il momento più facile e decorativo (grava anche sul pittore, splendidamente ritratto in questa fase della sua produzione, un sospetto di Kitsch...) e che dell’artista è accettata l’immagine più convenzionale e romantica. Questo improbabile andar per spiagge a decorare la battiglia, fa cadere anche nel lettore meno provveduto ogni residua resistenza che gli impedisca ancora di riconoscere in Picasso un feticcio adeguato alla sua condizione media. Da un lato Bradbury interpreta l’arte picassiana con un tipico impiego di codice impoverito (ridotto al puro gusto dell’arabesco, e a un trito repertorio di rapporti convenzionali tra figure stereotipe e sentimenti altrettanto prefissati), dall’altro il suo brano costituisce una tipica collazione di stilemi presi a prestito da tutta una tradizione tardo decadente (vi si potrebbero individuare echi di Pater, Wilde, spezzoni di epifanie joyciane – la ragazza uccello! – dannunzianesimi di secondo rango...) e uniti soltanto dall’intenzione esplicita di accumulare effetti. E tuttavia *il messaggio vuole essere intenzionato in quanto tale*: è formulato in modo che il lettore si entusiasmi per un autore che “scrive così bene”...

L’impressione totale, per il lettore Midcult, è di una estrema tensione lirica. Il racconto non solo è consumabile, ma è anche bello, anzi, mette a disposizione la Bellezza. Tra questa bellezza e quella delle fanciulle del paginone centrale di “Playboy”, non vi è molta differenza; tranne che, gastronomiche entrambe, la seconda ostenta una ipocrisia più maliziosa, il segno fotografico rimanda a un referente reale, di cui forse esiste anche il numero telefonico. Il vero Kitsch, come Menzogna, sta dalla parte del brano d’arte di Ray Bradbury.

### *Conclusione*

Così la scala delle possibilità si completa. Sul piano della riflessione estetica il Kitsch, definito nella sua struttura comunicativa, ha assunto una fisionomia.

Eppure: basterebbe un solo individuo che, eccitato dalla lettura di Bradbury, avvicinasse per la prima volta Picasso, e di fronte alle sue opere, riprodotte in qualche libro, trovasse la via di una avventura personale, in cui lo stimolo Bradbury si fosse ormai consumato, per lasciar posto a una vigorosa e originale presa di possesso di un modo di formare, di un mondo pittorico... Basterebbe questo per

rendere sospette tutte le definizioni teoriche circa il buono e il cattivo gusto.

Ma questi sono discorsi del tipo “le vie del Signore sono infinite”: anche la malattia può avvicinare a Dio, tuttavia per un medico, sia pure credente, il primo dovere è di diagnosticare e curare le malattie. Al massimo, un sospetto del genere deve rimanere sullo sfondo di ogni ricerca circa i *mass media* che tenda a irrigidirsi in conclusioni definitorie. All’interno della situazione antropologica “cultura di massa” mediazioni e capovolgimenti sono all’ordine del giorno, il polo della ricezione può configurarsi in modo tale da mutar fisionomia a quello dell’emissione, e viceversa.

A volte il Kitsch sta dalla parte del messaggio, a volte dalla parte dell’intenzione di chi lo fruisce o di chi lo offre da fruire come prodotto diverso da ciò che esso è. Ad esempio, un modello di Kitsch musicale è il *Concerto di Varsavia* di Addinsel, con quel suo accumulare effetti patetici e suggestioni imitative (“udite? questi sono gli aerei che bombardano...”) utilizzando richiami chopiniani a man salva; ed un modello di fruizione Kitsch di questo brano è quello descritto da Malaparte, quando racconta (ne *La pelle*) di una riunione di ufficiali inglesi, in cui si intendono le note di questa musica, che all’autore pare a tutta prima Chopin, poi gli si rivela come uno Chopin falso e adulterato, sinché uno dei presenti dice con aria deliziata: “Addinsel è il nostro Chopin.” In questo senso la maggior parte della musica cosiddetta ritmo-sinfonica, per il suo volere amalgamare le piacevolezze della musica da ballo, le arditezze del jazz e la dignità del sinfonismo classico, non ottiene effetti diversi da quelli di Addinsel. Ma quando il compositore è nativamente dotato, può nascere un prodotto che abbia una sua necessità strutturale, tale da sfuggire al Kitsch per diventare un corretto prodotto medio, una gradevole divulgazione di più ardui universi musicali: e tale sarebbe ad esempio la *Rapsodia in Blue* di Gershwin, a cui non si può negare una notevole originalità di soluzioni, e una freschezza nel risuscitare materiale folcloristico americano in forme inopinate. Ma, nel momento in cui questa composizione (legittimamente ascoltabile come distensivo e onesto stimolo di rilassamento e fantasticheria) viene eseguita nella grande sala da concerto, da un direttore in marsina, per un pubblico inteso a celebrare i riti tradizionali del sinfonismo, si fa inevitabilmente Kitsch, perché stimola reazioni non commisurate alle sue intenzioni e possibilità. Viene decodificata alla luce di un codice che non è quello di origine. Non saranno invece Kitsch le canzoni da ballo dello stesso autore, orecchiabili e piacevolissime: perché Gershwin non ha mai pensato che *Lady be good* potesse costituire un monumento per le civiche discoteche, ma lo ha lealmente venduto al proprio pubblico come macchina per far ballare, stimolo all’evasione; e come tale funziona senza riserve. Si potrà poi spostare il discorso, e chiederci se un’evasione come quella consentita da ballabili di tal genere si addica ad una vita equilibrata; o se un rapporto amoroso scandito dalle note di una canzonetta non degeneri in puro e superficialissimo flirt. Ma si è entrati in altro campo di problemi: accettata una situazione in cui si renda funzionale una musica capace di suscitare un particolare tipo di eccitazione fisiologica e affettiva, la canzonetta gershwiniana assolve con gusto e misura il proprio compito.

Così il brano del *Gattopardo* già citato, onesto nelle proprie intenzioni di nobile prodotto di intrattenimento, può assumere una pretenziosità eccedente quando venga proposto come esempio di messaggio poetico, rivelazione originale di aspetti della realtà che – prima di quell’opera – erano rimasti coperti e inesplorati; ma in tal caso la responsabilità di aver prodotto dei Kitsch non spetta all’autore, ma al lettore – o al critico che ha proposto il messaggio corredandolo di un codice che ne impone una

interpretazione arbitraria; e obbliga il lettore a considerare la bocca dal sapore delle fragole, gli occhi verdi come quelli delle statue e i capelli color di notte, come stilemi di un messaggio da intenzionare come tale e da godere per la propria originalità di visione<sup>37</sup>.

Ma nel panorama della cultura di massa non si può neppure dire che la sequenza delle mediazioni e dei prestiti sia a senso unico: non è soltanto il Kitsch che mutua da una cultura di proposta stilemi da inserire nei propri deboli contesti. Oggi è la cultura di avanguardia che, reagendo alla situazione massiccia e avvolgente della cultura di massa, prende i propri stilemi a prestito dal Kitsch: e altro non fa la pop-art quando individua i più volgari e pretenziosi tra i simboli grafici dell'industria pubblicitaria e li fa oggetto di una attenzione morbosa e ironica, ingrandendone l'immagine e riportandola nel quadro di un'opera da galleria. Vendetta dell'avanguardia sul Kitsch, e lezione dell'avanguardia al Kitsch, perché in questi casi l'artista mostra al produttore di Kitsch come si possa inserire uno stilema estraneo in un nuovo contesto senza peccare di gusto: e il marchio della fabbrica di bibite o il fumetto languoroso, una volta oggettivati dal pittore su una tela, acquistano una necessità che prima non avevano<sup>38</sup>.

Ma anche qui, di solito, non tarda la vendetta del Kitsch sull'avanguardia: perché già accade che il procedimento della pop-art venga mutuato dalla cartellonistica che utilizza, per provocare effetti e ostentare un alto livello di gusto, gli stilemi della nuova avanguardia per produrre nuovo Kitsch. E questo altro non è che un episodio del fenomeno, tipico di ogni società industriale moderna, della rapida successione degli standard, per cui anche nel campo del gusto ogni innovazione rischia di diventare produzione di un'abitudine e di un malvezzo futuri.

La dialettica tra avanguardia e artigianato di massa (che contempla e il Kitsch e ciò che Kitsch non è, bensì prodotto destinato a usi pratici, o corretta mediazione di acquisizioni dell'arte) manifesta così sia il suo ritmo preoccupante che le sue automatiche possibilità di recupero. Ma lascia intravedere anche la possibilità di interventi operativi; dei quali però l'ultimo da tentare, e il più menzognero, è la restaurazione di una apparente adesione ai valori intemporali di un Bello che di solito cela invece il volto, comodo e rimunerativo, del Kitsch.



© 1964 by Field Enterprises Inc.



## LETTURA DI “STEVE CANYON”

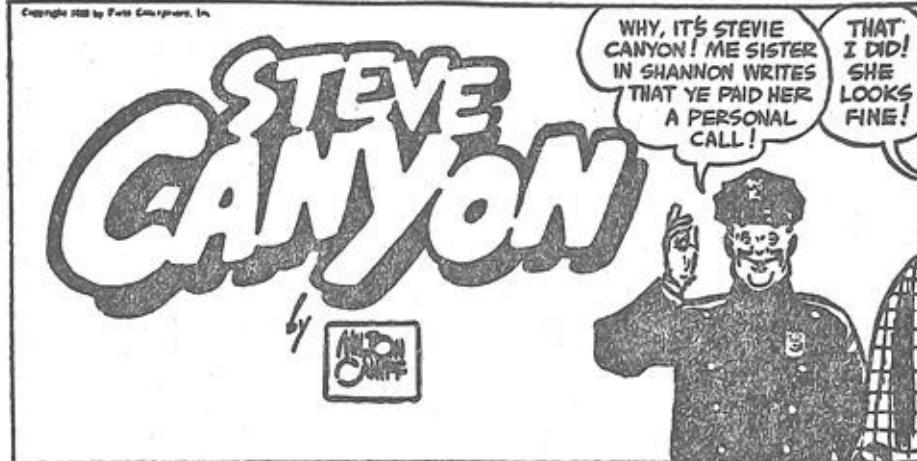
*“Nullus sermo in his potest certificare,  
totum enim dependet ab experientia.”*

RUGGERO BACONE, Opus Majus

### *Analisi del messaggio*

L'11 gennaio 1947 Milton Caniff pubblica la prima puntata di Steve Canyon<sup>1</sup>. Secondo l'uso, il nome del protagonista dà il titolo alla nuova saga; questa è l'unica informazione di cui il pubblico dispone per introdursi nel vivo della vicenda e prendere contatto coi nuovi “caratteri”. Per il resto è noto che Caniff è stato l'autore di *Terry and the Pirates*, ma qui è chiaro che il lettore viene invitato a un nuovo clima narrativo. Dal canto proprio l'autore sa che deve, nel giro della prima puntata, ottenere l'interesse (se non l'entusiasmo) e comunque la complicità del pubblico. Un pubblico estremamente differenziato – che a un certo punto ha compreso, per *Terry* circa 30.000.000 di lettori quotidiani. L'autore, per realizzare il proprio intento, dispone di determinati strumenti espressivi. Egli sa, anche se noi non lo sapessimo ancora, che si trova a poter adoperare un linguaggio molto articolato e di assoluta precisione. Seguiamolo dunque, individuando il “modo” in cui ha predisposto il suo messaggio, e decodifichiamo il messaggio secondo quanto esso ci può comunicare, non trascurando di mettere a fuoco la struttura del messaggio stesso, vedendone infine i segni e le relazioni tra segni in riferimento a un codice dato, a cui l'autore si attiene presumendolo noto ai suoi lettori.

La pagina si compone di quattro strisce, tre delle quali contano tre vignette ciascuna; la prima striscia ha solo due vignette (o inquadrature), dato che una di esse si allarga sino a comprendere il titolo.



*Prima inquadratura* – In termini cinematografici potremmo definirla una inquadratura “in soggettiva”, come se la camera da ripresa fosse posta sulle spalle del protagonista. Gli oggetti appaiono come visti da una sola persona e – qualora la persona sia supposta muoversi in avanti – vengono incontro allo spettatore. Qui di Steve Canyon si intravede solo il soprabito, dalle spalle ampie e cascanti, tagliato “a raglan”. Che si tratti di Canyon ci è certificato dal poliziotto che lo saluta, con un confidenziale accento irlandese (“me sister”, “ye”), la cui cordialità è sottolineata dal gesto e dall’ampio sorriso. Il poliziotto appare quale desidereremmo incontrare in ogni circostanza della vita, e quale di fatto appare in ogni commedia hollywoodiana. Più che *un* poliziotto è *Il Poliziotto, la Legge come Amico*. Il dialogo suona: – *Guarda, guarda, è Stevie Canyon! Mia sorella di Shannon mi ha scritto che lei è andato a trovarla di personal – Proprio così. L'ho trovata bene.* Il fatto che il poliziotto ringrazi Steve (chiamato confidenzialmente “Stevie”) per una cortesia usata alla propria sorella, dimostra anche un atteggiamento cordiale del protagonista nei confronti della legge, e una più generale propensione alle *human relations*.



*Seconda inquadratura* – Steve è evidentemente all’ingresso di un grande edificio. C’è infatti un portiere. Le relazioni tra Steve e il portiere sono le stesse che tra Steve e il poliziotto. Ma se il poliziotto rappresentava l’autorità, il portiere rappresenta solo se stesso; se Steve lo gratifica di amicizia e benvolere è dunque perché la sua tecnica delle *human relations* non è interessata, ma spontanea. – *Felice di vederla di ritorno, Mr. Canyon! Il mio bambino ha avuto il ricordino che lei gli ha inviato*

dall'Egitto! – Dunque Steve ama i bambini e compie viaggi in paesi esotici. La sua risposta laconica (“good”) lo connota come uomo di animo gentile ma alieno dalla retorica affettiva. Il portiere lascia pure capire che Steve sta tornando a casa dopo una lunga assenza.



*Terza inquadratura* – È l'inquadratura più ambigua di tutto il contesto. Cosa abbia fatto Steve durante la propria assenza e dove sia stato, non appare chiaro. Altrettanto impreciso è il suo rapporto col giornalaio cieco. – *Presente, sergente!* – dice Steve. E il giornalaio: – *Capitano Canyon! Sa che mi ha fatto sudare sette camicie con questo suo ultimo viaggio? Ho qui il rendiconto finanziario. Non rimpiangerà di avermi dato una mano in quest'affare!* – C'è stato di mezzo un traffico, e redditizio. La figura di Canyon si alona di interesse, di una certa suspense. Si aggiunga che il giornalaio lo chiama “capitano”, lasciando intravedere un passato militare. Non si dimentichi che siamo nel '47, e passato militare, almeno nell'opinione corrente, significa comportamento eroico in zona di operazioni. Steve d'altra parte chiama il giornalaio “sergente”, e il loro rapporto assume anche il tono di una permanente relazione di cameratismo: uomini che si sono aiutati nel momento del pericolo, non si abbandonano più, uniti da un virile e cordiale legame di collaborazione. La guerra è cemento degli affetti, scuola di amicizia, palestra di iniziative. Su uno sfondo del genere, il traffico tra i due potrà essere avventuroso, ai margini dell'imprevedibile, mai illegale. Non si può sospettare un cieco di guerra. Si simpatizza. La simpatia riverbera su Steve, che entra nella quarta inquadratura, ormai, come il “nostro” eroe. Inizia la

raffica delle proiezioni e delle identificazioni.



*Quarta inquadratura* – Steve esce dalla “soggettiva”, la camera ha carrellato indietro e ha panoramicato a sinistra. Steve appare di profilo, ma il suo volto non si vede ancora. È bene che il lettore assaporì l’attesa, e si costruisca un’anima, prima di assegnarla a un volto. E l’anima si configura ancor meglio nel contatto con la piccola fioraia. Essa gli si avvicina piena di confidenza: – *Un fiore per l’occhiello, Mr. Canyon?* – *Oggi no, rosellina. Ma è ora che tu e tua madre andiate a vedervi un film a mie spese...*



*Quinta inquadratura* – La costruzione dell'anima è completata. Ci si avvicina alla rivelazione del volto. Ora lo si intravede quasi di riflesso. La bellezza, il fascino di Steve, ormai dichiarati da una apparizione di schiena (alta statura, capelli biondi e ondulati), va ora dedito dalla reazione estatica delle due ragazze dell'ascensore – *Si sale?* – *Questo ascensore, Mr. Canyon! E per lei non si aspetta che sia pieno, vero Irma?* – *R-r-rajah!*

La battuta della seconda ragazza ci dà una nuova informazione: "R-r-rajah" è deformazione parodistica di "Roger" che, nel gergo dei piloti, sta per "O.K.". Il fatto che la ragazza lo usi – onde esprimere entusiasmo – con Steve, lascia capire che egli è noto come aviatore. Infine, quest'ultima inquadratura ribadisce una impressione già delineatasi leggendo le vignette precedenti, che cioè ci si trovi in un grande grattacielo per uffici, al centro della metropoli industriale, in zona di grande prestigio professionale.



*Sesta inquadratura* – Appare il volto di Steve Canyon. Una bellezza maschia, dei lineamenti marcati, un viso segnato ma teso: maturità e vigore. Il richiamo è a una serie di stereotipi hollywoodiani, in una fascia che va da Van Johnson a Cary Grant. La simpatizzazione col volto di Steve non si basa dunque su una mera virtù evocativa del fatto plastico, ma nella qualità di “segno” che il fatto plastico assume, per cui rimanda, con funzione geroglifica, a una serie di tipi, di standard, di idee della virilità che fan parte di un codice conosciuto dai lettori. La semplice delimitazione grafica dei contorni “sta per” qualcos’altro, è elemento *convenzionato* di un linguaggio. In breve, Steve è elemento iconografico studiabile iconologicamente, come il santo da miniatura, coi suoi attributi canonici e un dato tipo di barba o di aureola. Steve apre poi la porta del proprio ufficio; che l’ufficio sia suo è notificato dal nome stampato in basso sul vetro. Quanto alla ragione sociale dell’impresa, essa non fa altro che aumentare l’imprecisione, il fascino della situazione e del personaggio. Giocando sul termine finanziario “Limited”, l’impresa di Steve si chiama “Horizons Unlimited”, *Orizzonti illimitati*: esportazione, ricerche archeologiche, viaggi spaziali, trasporti aerei, investigazioni poliziesche, contrabbando, compra-vendita di segreti atomici? Più presumibilmente, come apparirà dalle vignette seguenti, una sorta di agenzia tuttofare impostata sull’assunzione professionale del rischio. All’interno dell’ufficio, sta la segretaria (che annuncia l’arrivo di Steve a qualcuno). Anch’essa costituisce un prototipo ben definibile, riferito a un codice di gusto degli anni quaranta. Conveniente mistura di fascino mediterraneo e orientale (con rimando dunque ai due teatri di guerra da cui sono stati importati i modelli dell’erotismo post-bellico), la ragazza, evidentemente procace (la procacità della segretaria è proporzionale al prestigio del *boss*)

dichiara tuttavia anche una sostanziale freschezza, non sprovvista di virtù. Se il lettore, ormai poco avvezzo al maquillage degli anni quaranta, potrà ricuperare il senso reale del fatto iconografico, non trascurerà l'elemento "camicetta a pois": questo, nella divisione manichea tra buono e cattivo – su cui si regge inevitabilmente una tipologia del fumetto – sta chiaramente sul versante del candore. Nelle vignette seguenti risalterà ancor meglio il contrasto tra la vaporosa camicetta a pallini e l'attillata veste di seta nera della "vamp".

*Settima inquadratura* – Dopo la ricchezza di indicazioni tipologiche fornite dalla vignetta precedente, la settima ha, dal punto di vista iconografico, una funzione interlocutoria. Introduce invece elementi nuovi sul piano concettuale attraverso il dialogo. Di fatto serve a preparare la scena rappresentata nell'inquadratura ottava. La segretaria passa a Steve la telefonata che stava ricevendo al suo ingresso e presenta l'interlocutore:



– È mister Dayzee, il segretario di Copper Calhoon, la Lupa della Borsa... – Uhm... La chiamano "trigonocefalo". Chissà se ulula o sibila?...

Il dialogo è ricco di annotazioni. Il nome del segretario suggerisce l'immagine di una "margherita" (*daisy*) – e di fatto quando il segretario apparirà, sarà facile affibbiare alla sua disarmata vacuità un nome così buffo. Il nome proprio di Miss Calhoon è "Copper", (*rame*; ma correntemente il termine vale anche per "Capelli rossi"): si profila l'idea di una chioma fulva. Quanto alla qualifica professionale, non

abbisogna di commenti. Indicativo è invece il soprannome che Steve le attribuisce: "copperhead" non suggerisce solo l'idea di "testa di rame", ma è anche il nome di un serpente. Di qui il gioco di parole sull'urlo (la Lupa) e il sibilo. Di fronte a tanto personaggio l'atteggiamento di Steve è spregiudicato e impavido sin dall'inizio.



*Ottava inquadratura* – La presentazione dell'ambiente è esemplare. Un arredamento di gran lusso, tardo liberty, con influssi di un novecento pomposo, "direzionale", da anni venti-trenta; predominanza delle linee verticali, così da suggerire un salone dalle pareti altissime – e vasto in proporzione. Il segretario di Copper Calhoon veste, dal canto proprio, come un magnate da operetta; il viso da sciocco – che apparirà meglio nell'inquadratura seguente – non fa dimenticare la ostentata agiatezza che emana da ogni capo del suo vestiario. Dato il segretario, se ne deduca la padrona: Copper Calhoon appare dietro una smisurata scrivania, inguinata in un abito nero che la copre sino alla nuca. Il personaggio apparirà meglio nelle inquadrature seguenti, ma già sin d'ora possiamo caratterizzarla come un sapiente incrocio tra la Regina di Biancaneve, la Veronica Lake di "Ho sposato una strega" ed Hedy Lamarr. Prototipo della donna fatale, in essa i riferimenti più ovvi alla matriarca industriale (che sarebbe più attendibile in un misurato Chanel, privo d'intenti provocatori) vengono in un certo senso sublimati nel più vertiginoso e palese degli standard erotici di marca cinematografica; quanto in essa dovrebbe alludere alla potenza economica è trasferito sul piano del *glamour*, in forma enfatica e con chiara coscienza dell'inverosimile. Copper Calhoon è inverosimile perché deve essere intesa subito e

senza equivoci come simbolo di potenza, fascino, prestigio, torbido, impero. In questo senso solo una simbologia assolutamente convenzionale, smaccatamente amplificante, può condurre immediatamente il lettore a leggere senza indugi il personaggio in chiave giusta. E solo a questo patto può assumere rilievo il dialogo telefonico tra Steve e il segretario:

– *Mr. Canyon? Miss Copper Calhoon vorrebbe disporre delle sue prestazioni professionali. Vuole venire subito all'appartamento di Miss Calhoon? – E se io non volessi mettere le mie prestazioni professionali a disposizione di Miss Calboon?*

*Nona inquadratura* – Il segretario, a questo punto appare allibito. Come si può notare la stupefazione è resa ai tre livelli complementari del *disegno*, dei *concetti* e dei *suoni*. Lo stupore rappresentato sul volto del personaggio costituisce un normale esempio di stilizzazione psicologica. Il contenuto del fumetto è del pari comunicato con mezzi normali: “*Mr. Canyon! Non c'è persona che rifiuterebbe un'udienza con Miss Copper Calhoon!*”. Il segretario cade dalle nuvole di fronte a un comportamento così aberrante e non può che rifarsi alle consuetudini, così brutalmente infrante. Più curioso è invece il modo in cui viene espresso il livello sonoro a cui il segretario porta la prima esclamazione (reso attraverso il ricorso a una sorta di carattere in grassetto, e traducendo dunque l'intensità del suono nella pesantezza del segno), nonché la sorta di scandalizzato “birignao” con cui “mister Canyon” viene pronunciato. “Mister” appare suddiviso in due sillabe, di cui la prima sottolineata. L'artificio grafico esprime tutto un atteggiamento psicologico, una accelerazione emotiva, suggerendo nel contempo un particolare tipo di pronuncia.



Naturalmente il fatto che siano definiti "curiosi" i mezzi impiegati per rendere la situazione, è dovuto al fatto che stiamo leggendo la pagina presumendo nel lettore una certa "verginità", assunta quale ipotesi di lavoro; di fatto il tipo di stilizzazione grafica esaminato si basa su una serie di convenzioni abbastanza pacifiche, in base alle quali ogni buon lettore di fumetti è in grado di cogliere di colpo tutta la portata del messaggio. A questo punto l'inquadratura offre ancora due tipi di informazione. L'uno è dato dalla risposta ironica di Canyon: "*Senti senti! E io che ho sempre creduto di essere una persona! Buondì, Mr. Doozie!*" (si noti, il nome dell'interlocutore viene storpiato e il buongiorno dato in forma scorretta). Seconda informazione, Copper, che qui appare più compiutamente in dettaglio, arricchendo le considerazioni messe dall'inquadratura precedente (lunga sigaretta, guanti neri, maquillage che accentua i caratteri "fatali") si manifesta ancor più per donna avveduta e di molteplici risorse: essa segue la conversazione su di una derivazione, ed ha il pieno controllo della situazione.



*Decima inquadratura* – Qui il rifiuto di Steve si arricchisce di altre impertinenze. L'inquadratura evidentemente riprende il dialogo nella fase finale (vengono date per sottintese alcune battute interlocutorie); dice Steve: "Mr. Dizzy – altra deformazione, questa volta più offensiva, dato che 'dizzy' sta per 'stordito' – *Mr. Dizzy, cosa dice mai? E io che sono così giovane e sensibile!... Quando sentirà il click sappia che sta conducendo da solo!*". L'ultimo accenno riconferma l'informazione che Steve è

aviatore: "solo flight" appartiene al gergo dei piloti. L'intera risposta di Steve, infine, appare come l'atto baldanzoso di un uomo amante della propria indipendenza, a dispetto del bisogno e delle avversità. Infatti la segretaria commenta sconsolata che non sarebbe stato male avere finalmente i denari per pagare l'affitto dell'ufficio, ma che non si può certo pretendere che il suo principale prenda abitudini del genere. In effetti, in questa vignetta, l'ufficio si mostra come un modesto bugigattolo arredato con semplicità.



*Undicesima inquadratura* – Sul piano iconografico l'inquadratura non aggiunge nulla di nuovo, salvo la lunga spirale di fumo emessa da Copper prima di parlare – segno di una lunga pausa. Ma, a parte il fatto che anche il fenomeno “spirale di fumo” è reso attraverso un altro ricorso alla convenzione (di fatto quel segno significa “spirale di fumo” solo nell'universo del fumetto), ciò che qui è altamente significativo è il dialogo. Il segretario dice ciò che ci si sarebbe atteso da un individuo del suo stampo: “*Copper! Ha sentito sulla derivazione quello che ha detto Steve Canyon! In vita mia io non sono mai stato...*”. Ma Copper taglia corto alle chiacchiere: “*Voglio quell'uomo. Prendimelo!*”. Col che si disegna definitivamente un personaggio e si apre una vicenda densa di promesse. Il fatto che la puntata finisca qui non è affatto casuale. Le undici inquadrature hanno costituito un crescendo di indiscutibile maestria, che ha condotto il lettore sino al climax di quest'ultima scena. Nella misura di una sola pagina Caniff è riuscito a delineare un gruppo di personaggi e a dare inizio a una storia. Non è ancora accaduto nulla, ma da questo momento in avanti il lettore è fermamente persuaso che tutto potrebbe accadere.

La storia si arresta qui, mentre la situazione è tesa come una corda di violino. Se il termine “suspense” ha un significato, qui ne abbiamo un esempio concreto e, si noti bene, senza alcun ricorso alla violenza, al mistero esplicito, al tradizionale colpo di scena. Questa pagina ha ottenuto il suo scopo: ha convocato, al primo colpo, una comunità di lettori, che in seguito non abbandoneranno più il personaggio.

L'esame, inevitabilmente pedante e minuzioso, di questa pagina, ci suggerisce, come corollario diretto, due serie di annotazioni. La prima riguarda il linguaggio del fumetto in generale; la seconda contempla una catena di domande che questa pagina ci aiuta a porre circa la natura di questa storia, la natura di altre storie a fumetti di diverso carattere, la natura dei mezzi di massa in generale.

### *Il linguaggio del fumetto*

1. In questa pagina noi abbiamo individuato gli elementi di una *iconografia* che, anche quando rimanda a stereotipi realizzatisi già in altri ambienti (ad esempio il cinema), lo fa con strumenti grafici propri al “genere”. Nella pagina in esame noi abbiamo indicato soltanto la spirale di fumo, ma esaminando una vasta produzione in questo campo si potrebbero individuare decine di elementi figurativi ormai canonici, con preciso statuto iconologico. Potremmo citare ad esempio vari procedimenti di *visualizzazione della metafora o della similitudine*, quali appaiono nel fumetto umoristico: vedere le stelle, avere il cuore in festa, sentirsi girare il capo, russare come una segheria, sono altrettante espressioni che nel fumetto vengono realizzate col ricorso costante a una simbologia figurativa elementare, immediatamente intesa dal lettore. Alla stessa categoria appartengono le goccioline di saliva che esprimono concupiscenza, la lampadina accesa che significa “idea improvvisa”, eccetera. Ma in realtà questi elementi iconografici si compongono in una più ampia trama di convenzioni che viene a costituire un vero e proprio repertorio simbolico, così che si possa parlare di una semantica del fumetto.

2. Elemento fondamentale di questa *semantica* è anzitutto il segno convenzionale della “nuvoletta” (che è appunto il “fumetto”, lo “echtoplasme”, il “balloon”) il quale, se tratteggiato secondo alcune convenzioni, e terminante in una lama che indica il viso del parlante, significa “discorso espresso”; se unito al parlante da una serie di bollicine, significa “discorso pensato”; se circoscritto in contorni frastagliati, ad angoli acuti, a denti di sega, a istrice, può rappresentare volta a volta paura, ira, concitazione, esplosione collerica, urlo, boato, secondo una precisa standardizzazione degli umori<sup>2</sup>. Altro elemento è il segno grafico usato in funzione sonora con un libero ampliamento delle risorse onomatopeiche di una lingua. Si ha quindi una tabella dei rumori, piuttosto rigorosa, che va dallo “zip” della pallottola in corsa, al “crack” della carabina, lo “smack” del pugno, lo “slam” della porta sbattuta, lo “swiss” della percossa andata a vuoto, i vari tipi di tonfo, dal “blomp” al “ploff”, il “sigh” o “sob”, del singhiozzo, il “gulp” della costernazione, il “mumble” del lavoro cerebrale, il “rattle” dell’occulta corrosione attuata vuoi da roditori vuoi da insetti, e così via. In molti casi si tratta di vere e proprie onomatopee, già dotate di significato in inglese, che si trasferiscono in altri paesi con pura funzione evocativa, perdendo l’immediata connessione col significato – diventando, da “segno” linguistico che erano, equivalente visivo del rumore, e ritornando in funzione come “segno” nell’ambito delle convenzioni semantiche del fumetto.

3. Gli elementi semanticci si compongono in una *grammatica dell'inquadratura*, di cui in *Steve Canyon* abbiamo avuto alcuni esempi probanti. Dal fumetto banale, praticamente bidimensionale, si arriva a certe elaborate costruzioni, nell'ambito della vignetta, che risentono ovviamente di una sofisticata attenzione ai fenomeni cinematografici. Talora il gusto dell'inquadratura prende a tal punto la mano al disegnatore, da portarlo a virtuosismi inutili ai fini del messaggio, così come accade a chi pecchi di preziosismo cinematografico, riprendendo un edificio dal basso in alto anche quando nessun motivo di ordine espressivo richiederebbe questo ricorso a memorie espressionistiche. Nell'ambito dell'inquadratura poi i fattori semanticci si articolano in una serie di relazioni tra parola e immagine: si ha così il livello minimale di una complementarità per difetto (la parola esprime un atteggiamento che il disegno è inabile a rendere in tutte le sue implicazioni); l'eccedenza pleonastica del parlato, che interviene a chiarire continuamente quello che di fatto è già esplicito, come per controllare meglio un pubblico sottosviluppato (se ne hanno esempi tipici nei fumetti di *Superman*), una sorta di indipendenza ironica tra parola e immagine, come avviene in certi fumetti in cui, ad esempio, mentre in primo piano si svolge una vicenda, appaiono in secondo piano trovate di gusto surreale o comunque giocoso – quali gli omini che escono dalla cornice dei quadri nel Mac Manus di *Arcibaldo e Petronilla*, o in certe vignette di *Smoke Stover*; in altri casi l'indipendenza non è dovuta a ironia ma a una prepotente effusione del visivo, come in certe curatissime inquadrature in cui, sullo sfondo, il gusto del particolare, dell'annotazione ambientale, supera le immediate necessità comunicative del messaggio, ma di fatto arricchisce la scena di aneddoti destinati ad essere goduti di per se stessi come i particolari veristici di una natura morta puntigliosa; ancora, si hanno casi in cui la fusione tra l'abbondanza dei particolari visivi e l'essenzialità del parlato, concorrono a una rappresentazione di efficacia cinematografica, come nel caso della pagina esaminata.

4. Il rapporto tra inquadrature successive mostra l'esistenza di una specifica sintassi, meglio ancora di una serie di *leggi di montaggio*. Si è detto "leggi di montaggio", ma il richiamo al film non deve farci dimenticare che il fumetto "monta" in modo originale, se non altro perché il montaggio del fumetto non tende a risolvere una serie di inquadrature immobili in un flusso continuo, come nel film, ma realizza una sorta di continuità ideale attraverso una fattuale discontinuità. Il fumetto spezza il *continuum* in pochi elementi essenziali. Che il lettore poi saldi questi elementi nell'immaginazione e li veda come continuum, è un dato piuttosto evidente, e noi stessi, nell'analizzare la nostra pagina, siamo stati portati a risolvere una serie di momenti statici in una catena dinamica<sup>3</sup>.

5. Nella pagina esaminata i vari elementi formali del racconto (inquadratura, montaggio, ecc.) funzionano come condizioni dell'azione, ma emergono come esplicati alla coscienza del lettore; in altri fumetti invece la struttura formale del racconto diventa essa stessa oggetto di ironia o di variazione umoristica. Così avvengono in certi casi delle *uscite dall'inquadratura*, in altri una vera e propria *azione sulla inquadratura*; o, ancora, si stabilisce un rapporto diretto tra il personaggio e l'autore chiamato in causa ("Gould, sei andato troppo in là", dice nel 1936 un personaggio delle strisce di *Dick Tracy*, rivolgendosi al disegnatore che lo ha messo in una difficile situazione) – talora individuando l'intervento del disegnatore sotto forma di matita o pennello che entrano nell'inquadratura per mutarne, *dal di fuori*, l'ordine.

6. I vari elementi formali esaminati determinano la *natura dell'intreccio*. Nel caso di *Steve Canyon*

abbiamo osservato una sorta di intreccio di tipo cinematografico, ma in numerosi altri casi la struttura del *plot* assume altre forme, basandosi non tanto sullo sviluppo, quanto sull'iterazione continua di elementi ricorrenti<sup>4</sup>.

7. Già l'esame di Steve e dei personaggi che gli si muovono intorno ci ha permesso di renderci conto dell'esistenza di una *tipologia caratteriologica* ben definita e fondata su stereotipi precisi. Nel caso di *Steve Canyon* si può parlare e agevolmente di stereotipi, anziché di "tipi"<sup>5</sup> e nella maggior parte dei casi tale condizione sembra essere essenziale alla costruzione di una vicenda a fumetti. Riandando ai più caratteristici eroi del fumetto tra le due guerre, ci accorgiamo che in essi il luogo comune romanzesco si semplifica all'estremo: l'Uomo Mascherato, ovvero l'Avventuriero Errante e Misterioso; Mandrake, ovvero la Magia; Gordon, ovvero lo Spazio; X9, ovvero l'Investigatore; Jim della Giungla, ovvero il Cacciatore; Cino e Franco, ovvero i Ragazzi a Cui è Stata Concessa l'Avventura, e così via. E in misura subordinata, ciascuno di costoro rappresenta volta a volta l'Ascesi, l'Ironia, la Bellezza, l'Acume, eccetera.

8. Infine, la pagina esaminata ci ha mostrato chiaramente come nell'ambito di undici inquadrature possa già dispiegarsi una *dichiarazione ideologica* concernente l'universo dei valori. In *Steve Canyon* avremmo potuto facilmente individuare come valori proposti: la Bellezza, il gusto del Rischio, l'indifferenza per il Guadagno (temperata però da un rispetto per il Denaro, come fine da raggiungere, sia pure senza compromessi), la Generosità, la Tenerezza, la Virilità, il Sense of Humour. Questi almeno i valori proposti dal personaggio Steve; ma nell'insieme la pagina ci ha ricordato che sono valori le Buone Relazioni con la Legge, la Cordialità con gli Umili, i Simboli del Prestigio, il Mistero, il Fascino Torbido, la Procacità, e così via. In sintesi la pagina di *Steve Canyon* ci lascia intravedere una sostanziale adesione a valori di una American Way of Life temperata di Leggenda Holliwoodiana – così che il personaggio e la sua storia si caratterizzano come modello di vita per un lettore medio. Allo stesso titolo potremmo trovare, in altra chiave, una dichiarazione ideologica simile non solo in *Terry e i Pirati*, ma in saghe come quella di *Joe Palooka*, *Dick Tracy* o *Dennis the Menace*. In altri casi ci è parso identificare una maggior accentuazione della lezione conformistica, inserita nella stessa struttura della trama, e risolta quasi a livello di una implicita metafisica<sup>6</sup>. Ma sarebbe pure possibile identificare una dichiarazione ideologica fondata sulla protesta e sull'opposizione, vuoi apparente, vuoi reale.

Ecco dunque come una analisi degli elementi di linguaggio (compresi in esso le convenzioni iconografiche e gli stereotipi usati in funzione di segno convenzionale) ci ha permesso di stabilire una tavola delle possibilità comunicative del fumetto, al di qua, ancora, di qualsiasi valutazione di merito. La conclusione che emerge da tale analisi, almeno in prima istanza, non può essere che la seguente: la "lettura" della pagina di *Steve Canyon* ci ha posti di fronte all'esistenza di un "genere letterario" autonomo, dotato di propri elementi strutturali, di una tecnica comunicativa originale, fondata sull'esistenza di un codice condiviso dai lettori e a cui l'autore si rifà per articolare, secondo leggi formative inedite, un messaggio che si rivolge, insieme, all'intelligenza, all'immaginazione, al gusto dei propri lettori.

#### *Questioni derivate*

Una "lettura" critica di questo genere si è risolta, in definitiva, in una analisi descrittiva che ci ha

permesso di porre in luce le “strutture” del fumetto. Ma arrestarsi a quest’ordine di considerazioni, impedirebbe di individuare il valore di queste strutture – rapportate a un contesto culturale più ampio. Una definizione delle strutture non può che essere, in ogni caso, l’operazione introduttiva ad altri livelli di indagine, pena il risolversi in una mera giustificazione tecnica del fatto – di ogni fatto che appaia definibile strutturalmente.

Ecco dunque come, ad una prima ispezione, le strutture individuate ci rimandano a una serie di interrogativi che vanno al di là del fenomeno specifico e ci obbligano a porlo in correlazione con altri ordini di fenomeni, sia sul piano sincronico che su quello diacronico.

1. Il fatto che il genere presenti caratteristiche stilistiche precise non esclude che esso possa essere in posizione *parassitaria* rispetto ad altri fenomeni artistici. D’altro canto, il fatto che si possano rilevare rapporti di parassitosi a certi livelli, non esclude che, ad altri, il genere si trovi invece in rapporto di *promozione e precorriamento*. Si veda ad esempio l’insieme di convenzioni grafiche che concorrono alla rappresentazione del movimento nell’ambito dell’inquadratura. Non è difficile rilevare ad ogni passo una stilizzazione grafica dei dinamismi che ricorda da vicino le soluzioni del futurismo. Tra il *Dinamismo di foot-balleur* di Boccioni e la tipica rappresentazione di un super-eroe da fumetto (il cui passaggio supersonico è significato da una sorta di traccia orizzontale, come di immagine passata velocemente davanti a un obiettivo fotografico immobile) il rapporto è evidente. È pur vero che sarebbe possibile individuare rappresentazioni del genere in cartoons o strisce che precedono le esperienze futuriste, ma è vero del pari che solo in seguito agli esperimenti della pittura contemporanea e alle scoperte dei tecnici e degli artisti della fotografia, il fumetto può imporre le proprie convenzioni grafiche come linguaggio universale, sulla base di una sensibilità ormai acquisita dal pubblico più vasto. Ovviamente, in un caso come questo, parassitosi non significa inutilità. Il fatto che una soluzione stilistica sia mutuata da altri campi non ne inficia l’uso, se la soluzione viene integrata in un contesto originale che la giustifichi. Nel caso della rappresentazione del moto, attuata dal fumetto, ci troviamo di fronte a un tipico fenomeno di trasmigrazione a livello popolare di uno stilema che ha trovato un nuovo contesto in cui integrarsi e in cui ritrovare una fisionomia autonoma. Allo stesso modo appare superfluo indicare le parentele tra tecnica del fumetto e tecnica cinematografica. Sul piano dell’inquadratura il fumetto è chiaramente debitore al cinema di ogni sua possibilità e di ogni suo vezzo. Sul piano del montaggio il discorso si farebbe invece più complesso ove si considerasse più a fondo l’aspetto, già rilevato, per cui il fumetto, contrariamente al cinema, realizza un continuum grazie alla giustapposizione di elementi statici. Si torni alla pagina di *Steve Canyon* e la si legga come *sceneggiatura* di una pellicola “possibile. In tal caso la pagina rappresenta una serie di annotazioni essenziali che l’eventuale regista dovrebbe integrare riempiendo – per così dire – gli spazi che la pagina-sceneggiatura ha lasciato tra vignetta e vignetta. Realizzata in tal senso, la pagina si risolverebbe in una sequenza continua in cui Steve Canyon, una volta entrato nell’edificio, verrebbe seguito passo per passo sino all’ascensore, per essere ritrovato, dopo uno stacco, mentre percorre un corridoio ed entra nel proprio ufficio (e così via). Ma proviamo ora a pensare questa pagina non come sceneggiatura, bensì come *pellicola*: proviamo a pensare che il film sia *questo*, senza aggiunte e integrazioni. Ci accorgeremo allora che, vista sullo schermo, questa successione di elementi immobili, questo procedere per stacchi, sino a mozzare il fiato – questo discorso che avrebbe lasciato esterrefatto lo spettatore cinematografico del 1947 – non ci troverebbe

affatto impreparati: ché vi riconosceremmo lo stile del Goddard di *Vivre sa vie*, o meglio ancora quello del Chris Marker di *La jetée* – dove il discorso filmico è magistralmente articolato attraverso la pura e semplice giustapposizione di fotogrammi immobili. Tutto questo significherebbe dunque che, a livello del montaggio, il fumetto stava da tempo realizzando un discorso che preannunciava (sino a che punto “promuoveva”?) quello di un cinema posteriore.

Così i vari rapporti di parassitismo e promozione si articolano in una serie di fenomeni difficilmente riducibili ad un unico giudizio. Già appare comunque chiaro come “parassitismo” o “promozione” non possano costituire indicazioni di valore, ma solo caratterizzazioni preliminari, che aprono la via a un giudizio più complesso. I fumetti di *Little Nemo*, del 1905, presentano rapporti col gusto Liberty e rivelano connessioni col design delle costruzioni in ferro tardo ottocento, senza che le “citazioni” appaiano estranee al contesto. Al contrario, le storie di *Prince Valiant* di Harold Foster, compiute e cesellate nei minimi particolari, si pongono come una tarda reviviscenza di un gusto preraffaellita, artigianalmente corretto, sostanzialmente gradevole, ma del tutto accademico (pedagogicamente conservatore – se pure non si deve porre la domanda circa il nuovo pubblico a cui tali tavole forse si rivolgevano, aiutandolo a recuperare una misura di gusto a cui era storicamente ancora estraneo). In altra chiave occorrerebbe invece leggere le indubbie influenze surrealiste che giocano nelle pagine del *Krazy Kat* di Herriman: dove, se da un lato l’amatore d’arte potrebbe lamentare il fatto che determinate suggestioni oniriche, nate in contesto diverso, con intenti di rivelazione profonda, si ritrovino qui come semplici elementi di sfondo per una vicenda, poetica quanto si vuole, ma assai più disimpegnata – dall’altro non si può negare che le stesse suggestioni, che avrebbero potuto altrimenti restare inoperanti, qui si siano fuse nell’ambito di un discorso giocoso dove follia e gentilezza si amalgamano in un contesto originale, mai volgare, estremamente maturo<sup>8</sup>.

In conclusione, se per un aspetto il fumetto immette in circolazione modi stilistici originali, e sotto questo punto di vista va studiato non solo come fatto estetico ma anche come modificatore del costume – per l’altro esso compie un’azione di omologazione e diffusione di stilemi sia a titolo di mera depauperazione che a titolo di recupero. Un giudizio su questo processo non può essere dato in generale; si richiede una valutazione storico-critico-pedagogica caso per caso. Nel saggio *La struttura del cattivo gusto* abbiamo cercato di elaborare strumenti di indagine atti a permettere discriminazioni del genere<sup>9</sup>.

2. Non è difficile individuare tuttavia alcuni elementi strutturali che non solo vivono in funzione parassitaria, ma che la derivazione parassitaria pietrifica in meri standard. Un caso tipico abbiamo rilevato nella caratterizzazione dei personaggi: il riferimento al cinema obbliga l’autore a ridurre quello schema che già era l’attore (in quanto prototipo di un modo d’essere, o d’apparire) a uno schema ulteriormente impoverito. Steve Canyon, rispetto a quei tre o quattro “divi” di cui è il riassunto, è assai più elementare e generico, se non altro perché il disegno non gli può conferire quella mobilità di espressione che in un divo, per quanto standardizzato, rivela pur sempre l’*individuo*. Lo stesso segno grafico richiesto al fumetto obbliga a una stilizzazione pressoché totale, sì che il personaggio si fa sempre più geroglifico. C’è una soglia, oltre la quale la stilizzazione ricupera ogni possibilità di sfumature espressive: è il caso dei personaggi di Schulz o di Feiffer. Ma di regola la stilizzazione *a metà* (come è, il caso di Caniff, maestro in una stilizzazione *naturalistica*, dove l’allusivo non cessa mai di

essere imitativo – nel senso che una ruga all’angolo del labbro può indicare esperienza e maturità, e riassumere una biografia, per convenzione, ma è pur sempre una ruga, e si dichiara per tale, in termini naturalistici) restituisce per forza di cose un personaggio-convenzione. A questo punto si pongono due domande. La prima è come si fondano gli elementi originali con gli elementi standardizzati, e se la forza comunicativa degli elementi originali (convenzioni di linguaggio, montaggio, ecc.) funzioni proprio e solo se riferita a personaggi standard. In tal senso il linguaggio del fumetto sarebbe atto a raccontare soltanto storie altamente semplificate, ove le sfumature psicologiche sono ridotte al minimo, e il personaggio non vale per le sue capacità di individuazione, ma al massimo per la sua utilizzabilità schematica, allegorica; oppure come puro quadro di riferimento per una serie di identificazioni e proiezioni attuate liberamente dal lettore. Col che si introduce la seconda domanda, se cioè il fumetto sia in grado di creare dei tipi o solo degli standard, dei *topoi*: a questo problema cerchiamo di rispondere coi tre saggi che costituiscono la sezione di questo libro dedicata ai “Personaggi”. In quella sede ci pare di poter individuare la possibilità di costruzione di caratteri individuali e universali al tempo stesso (perciò tipici); mentre, parimenti, ci pare fatale che la maggior parte della produzione si orienti verso la creazione di puri schemi utilizzabili, luoghi (*topoi*) convenzionali. Come è facile intuire, il problema, posto qui nell’ambito del fumetto, si riferisce però a tutto il campo dei *mass media*, ove si ritrova in varie forme.

3. Si è notato come *Steve Canyon* esprimesse una chiara visione ideologica. Chiediamoci ora se, posti questi elementi ideologici, i mezzi comunicativi, gli elementi stilistici individuati, risultino privilegiati ai fini della comunicazione di *quella* precisa ideologia (meglio: obbligati a non esprimere altro che *quella*). In tal caso vorrebbe dire che il fumetto è ideologicamente determinato dalla sua natura di linguaggio elementare fondato su un codice assai semplice, fondamentalmente rigido, obbligato a raccontare per personaggi-standard, in gran parte tenuto a servirsi di modi stilistici già introdotti da altre arti e acquisiti dalla sensibilità del grosso pubblico solo dopo un notevole scarto di tempo (quando cioè storicamente non rivestono più funzione provocatoria) isolati dal contesto originario, ridotti a puri artifizi convenzionalizzati. Purtroppo esso non potrebbe che comunicare contenuti ideologici ispirati al più assoluto conformismo; non potrebbe che suggerire ideali di vita il più possibile già condivisi da tutti i suoi lettori, ignorando ogni proposta eversiva; non potrebbe che ribadire, in arte come in politica, in etica o in psicologia, il già noto<sup>10</sup>. Se invece appare pensabile, e dimostrabile, la prospettiva di un fumetto che, facendo uso degli stessi elementi comunicativi, esprima una visione diversa, anche qui il problema si frantumerebbe in una serie di casi concreti e non investirebbe il genere come tale<sup>11</sup>. L’opposizione che attuiamo tra Superman e Charlie Brown, nella sezione dedicata ai “personaggi”, ci avvia per questa seconda via.

4. A metà strada tra una problematica estetica e una problematica ideologica, si pongono due questioni: una circa *la determinazione attuata sul lettore dalla caratteristica struttura sintattica del genere*; l’altra circa *le determinazioni attuate sull’autore dalle contingenze industriali* (in termini di industria culturale) che impongono una particolare distribuzione “parcellare” del prodotto.

La prima questione è: occorre ritenere che frantumando la realtà in una serie di momenti immobili, il fumetto condiziona la ricezione del lettore influendo psicologicamente su di esso? Si può parlare, come è stato fatto, di vera e propria dissociazione della realtà, che non può non avere ripercussioni

psicologiche di un certo peso? Il rischio a cui portano interpretazioni del genere (di vedere cioè in chiave nevrotica ciò che per il soggetto normale è di fatto superabile e integrabile) non esime tuttavia dall'auspicare un intensificarsi delle ricerche in tal senso, come si è già fatto abbondantemente per la ricezione dell'immagine filmica<sup>12</sup>.

La seconda questione invece riguarda il fatto se la distribuzione del fumetto in strisce giornaliere (o in pagine settimanali) non determini a fondo la struttura dell'intreccio. Nel caso di *Steve Canyon* l'autore era stato portato a collocare il clima dell'azione all'undicesima inquadratura proprio per determinare nel lettore l'attesa della puntata successiva (e quindi la "domanda" commerciale). Probabilmente, inoltre, una sequenza di tanta perfezione tecnica gli era riuscita proprio perché disponeva di una pagina e non di una semplice striscia di tre o quattro inquadrature<sup>13</sup> e dunque, in circostanze normali, egli sarebbe stato portato a fornire un prodotto artigianalmente più scadente e affrettato. Ancora, obbligato a riprendere il proprio discorso a distanza di un giorno o addirittura di una settimana, l'autore è stato costretto a proporre situazioni e personaggi standard, proprio per poter offrire al lettore chiari punti di riferimento senza sforzare la sua memoria. Una donna, "fatale" perché inguinata in un abito di seta nera, si impone alla mia memoria senza equivoci. Se il personaggio si delineasse attraverso l'accumulazione progressiva di dettagli infinitesimali, non riuscirei affatto a conservarne uno schema mnemonico su cui far convergere ogni nuova informazione, e lo dissolverei in una serie di impressioni non riunificabili. Il problema è lo stesso per cui il romanziere d'appendice era tenuto a costruire personaggi squadrati a colpi d'ascia. Il personaggio stendhaliano non può essere letto "a puntate"; e può essere seguito da un lettore solo a patto di non abbandonare praticamente mai il libro neppure durante gli intervalli di lettura, e di rielaborarlo tra sé e sé durante tutto il periodo del suo sodalizio con esso. In altri termini ancora, questa oggettiva difficoltà dell'autore di fumetto, è la stessa messa in luce da Poe quando affermava che un'opera poetica deve essere tale da poter essere letta in una sola "seduta", per non disperdere l'effetto che essa deve realizzare. Il fumetto invece non solo deve essere letto a intervalli, ma contemporaneamente ad altri fumetti (una pagina-supplemento di quotidiano reca di solito dalle quattro alle dieci strisce). L'unico aiuto mnemonico che il lettore può ricevere è allora dato dall'impiego di standard riconoscibili.

Questo fatto (che potrebbe segnare una sorta di limite massimo opposto alle varie possibilità del "genere") spiegherebbe anche perché di solito i fumetti cui si riconosce una maggiore validità e maturità estetica e ideologica, non sono quelli che procedono a puntate, ma quelli che nell'ambito di una sola striscia – o comunque di un solo aggregato di vignette – esauriscono la propria storia. Il caso dei *Peanuts* (di cui si parlerà nel saggio *Il mondo di Charlie Brown*) è sintomatico: non solo ogni puntata esaurisce una vicenda, ma la "saga" nel suo complesso trae valore proprio dal sistema reiterativo con cui le varie vicende concluse si addensano l'una sull'altra, da un lato portando all'esasperazione alcuni elementi fissi, dall'altra giocando proprio sulla riconoscibilità di questi elementi fissi, e non usandoli come artifizi per coordinare la memoria del lettore, ma come veri e propri oggetti di una ironia cosciente<sup>14</sup>. In questo caso il condizionamento specifico viene assunto come occasione di discorso. Per cui, all'affermazione che la finalità commerciale e il sistema di distribuzione del prodotto "fumetto" ne determinerebbero la natura, si potrebbe rispondere che anche in questo caso, come sempre nella pratica dell'arte, l'autore di genio è colui che sa risolvere i condizionamenti in possibilità.

5. Sino a questo punto abbiamo parlato di convenzioni, standard, codice. Tutto questo presuppone che il ricorso a convenzioni comunicative si basasse sull'esistenza di una *koiné*. Un codice (come una lingua) con tutte le sue possibilità di dar luogo a messaggi decifrabili da parte di ricettori, presuppone una comunità di cui facciamo parte, almeno nel momento in cui il messaggio viene emesso, sia chi emette che chi riceve. Ora, la *koiné* a cui si pensa analizzando in termini comunicativi la struttura di un racconto a fumetti, con cosa si identifica? Con la società americana nel suo complesso? A parte che esistono fumetti non americani (anche se il genere è nato ufficialmente negli Stati Uniti ed ivi ha trovato il suo statuto più articolato), sta di fatto che i fumetti prodotti per il pubblico americano vengono consumati anche in Europa – dove hanno scarsa fortuna solo le storie che fanno riferimento a specifici aspetti del costume politico americano, come ad esempio *Pogo*, storie che quindi si basano su un sistema di riferimenti più complicato delle altre. Ma sino a che punto siamo sicuri che un lettore americano identifichi in una pagina come quella di *Steve Canyon* gli stessi elementi che vi riconoscerebbe un lettore italiano? Sino a che punto cioè (ma il fenomeno, in altra misura, riguarda la fortuna di qualsiasi opera d'arte vista attraverso il tempo o attraverso lo spazio, consumata da fruitori storicamente o sociologicamente differenti) la stessa pagina, in quanto messaggio, non è stata letta in riferimento a codici parzialmente diversi<sup>15</sup>?

Appare dunque estremamente imprudente identificare la *koiné* dei lettori con i membri di una società industriale moderna, o coi cittadini di una società industriale in un sistema capitalista.

Che l'autore, o comunque il produttore del fumetto, possa costruire il proprio prodotto tenendo davanti agli occhi il modello di un *uomo medio* quale cittadino ideale di una società di massa – è innegabile. C'è tutta una ideologia della felicità e del consumo (si veda l'amabile filosofia del dr. Dichter<sup>16</sup>) che procede sulla base di una simile astrazione. Ma se il "persuasore occulto" o il produttore di un prodotto culturale medio per l'uomo medio, usa un modello astratto di tale genere è perché l'astrazione diventa per lui una ipotesi metodologica da seguire: da un lato egli sa implicitamente che quanto più produrrà prodotti adatti a un modello astratto di "uomo-medio", tanto più concorrerà a formare consumatori adattati al prodotto, e il modello astratto diventerà realtà; dall'altro a un'etica della felicità e del consumo è necessaria, come base ideologica, la persuasione che esista, a un dato livello di civiltà, una società senza classi, in cui i simboli di prestigio e la ricerca dello *status* si avviino a sostituire ogni altra differenziazione. In tal senso è necessario ignorare (poiché si tratta di ignoranza operativa) che possano esistere differenziazioni ideologiche (abbiano o no radici di classe), capaci di far consumare il prodotto culturale in chiavi diverse. È cioè più redditizio, e comodo, operare in riferimento a una *koiné* indifferenziata, nella speranza che questa insistenza nell'offerta possa creare appunto una reale domanda – il che semplificherebbe a fondo e definitivamente il funzionamento del mercato<sup>17</sup>.

Ma ciò che diventa grottesco è che, all'illusione-astrazione di una massa indifferenziata, si rifacciano anche coloro che dovrebbero indagare criticamente sul fenomeno della produzione e della fruizione dei mezzi di massa<sup>18</sup>. Anche questa semplificazione risente di un inconscio desiderio di unificazione del mercato: esiste un mercato della cultura "superiore" il quale è determinato dal prodotto (che costituisce in sé un assoluto) e non dalle modalità di fruizione; ed esiste un mercato dell'uomo massa che non riguarda la cultura (né i prodotti di cultura) se non nella misura in cui l'elaborazione di antropologie negative consenta la confezione di analisi deprecatorie e generalizzanti.

Si torni ad una pagina come quella di *Steve Canyon*. Vi abbiamo individuato anzitutto vari livelli strutturali: il livello dell'intreccio; quello dei mezzi stilistici; quello dei valori imitativi (piacevolezza e desiderabilità di un personaggio o di un ambiente); quello dei valori ideologici; e così via. Il fatto che noi ci siamo soffermati a valutare in termini tecnico-formali (riuscita non riuscita di una strategia comunicativa; gradevolezza di una rappresentazione; originalità o parassitarietà di uno stilema) la pagina, non impedisce che un altro lettore potesse individuarvi invece solo valori d'intreccio, limitandosi ad attendere con impazienza la puntata successiva; il fatto che noi abbiamo individuato valori ideologici precisi non impedisce che per un altro lettore non solo questi valori siano passati inosservati, ma neppure abbiano agito inconsciamente orientandone in modo occulto la visione del mondo: e può darsi che questo stesso lettore, ponendo attenzione, sia pure in misura ingenua, ai semplici valori formali (bel disegno, brutto disegno) abbia esaurito in questa ispezione il proprio impegno sul prodotto. In che modo, chiediamoci ora, le varie fruizioni variano a seconda della classe, della categoria intellettuale, dell'età e del sesso del fruitore? In che modo cioè appartenenza a una classe, a una categoria intellettuale, a un tipo psicologico, a un'età e a un sesso forniscono al fruitore un codice di lettura che si distingue dagli altri? In che modo modificano il tipo di attenzione con il quale il lettore intenziona l'oggetto? È chiaro che, una volta impostato il problema in questo senso, si frantuma il feticcio della "massa" e dell'"uomo-massa", che risultano entrambi metodologicamente paralizzanti. Che questi concetti abbiano avuto una loro funzione di quadro di riferimento per elaborare una certa visione del clima culturale presente, è indubbio. Ma la loro validità non va al di là dell'intuizione di costume. È legittimo continuare ad usarli nella misura in cui, in ricerche del genere, l'intuizione di costume costituisce sempre e comunque una ipotesi di lavoro, l'individuazione di un problema. Si aggiunga che l'ipotesi di una "massa" omogenea di consumatori cambia moltissimo di validità a seconda del fatto che sia proposta *in fase di descrizione delle strutture del prodotto o in fase di ricerca sulle modalità di fruizione*. Ci spieghiamo: descrivendo le strutture del prodotto, come nel caso della lettura della pagina di *Steve Canyon*, si rilevano elementi di un codice che chiaramente l'autore impiega pensando alla *koiné* dei fruitori; l'autore pensa effettivamente in termini di massa omogenea, e questa assunzione psico-sociologica entra a far parte della sua poetica. In questo senso il modello dell'uomo-massa non è astratto, è un dato reale che agisce come componente di una intenzione operativa. L'errore consiste invece nell'usare il modello uomo-massa quando si traggono illazioni in sede teorica circa le modalità di fruizione del prodotto. Qui l'analista delle strutture compie il primo errore metodologico: presume che la sua analisi delle strutture abbia esaurito tutti gli aspetti dell'oggetto analizzato e, ciò che conta, abbia posto l'unica gerarchia possibile tra i vari aspetti fruibili. Se poi complica questo equivoco mediante l'altro, il ritenere cioè il modello dell'uomo massa come modello negativo, cui non competono le caratteristiche tipiche dell'uomo vagheggiato dalla cultura "superiore", allora l'illazione diviene ancor più equivoca. In parole semplici, individuare in *Steve Canyon* l'indubbiamente ricorso all'archetipo ingenuo della vamp-strega, e poi supporre che il lettore di *Steve Canyon* soggiaccia senza riserve alla fascinazione di questo archetipo (dato che questo lettore è ipotizzato in partenza come uomo-massa dotato di scarso senso critico, inevitabilmente diretto in ogni suo gesto da un potere pedagogico contro il quale egli non può nulla, nulla in un senso pressoché metafisico), significa aver dato per risolto il problema in partenza. Si aggiunga che poi, di solito, il

moralista apocalittico non arriva neppure all’analisi delle strutture del prodotto. Più che “leggerlo” si rifiuta di leggerlo e lo condanna come “illeggibile”; più che sottoporlo a giudizio si rifiuta di giudicarlo, e lo inquadra piuttosto in una presunta “Totalità” che concorre in partenza a rendere negativo il prodotto – salvo che non si vede come si possa avere elaborato l’idea di “Totalità” senza averla fatta derivare da una confrontazione dialettica dei fenomeni singoli oggettivamente analizzati.

Quindi, parzialmente legittimo in fase di descrizione strutturale, il concetto della “massa” diventa equivoco in fase di ricerca sulle modalità di fruizione. A questo punto l’unico fine della ricerca deve essere quello di stabilire se e in che misura le fruizioni si differenziano invece a seconda di diversi tipi di stratificazione psicologica, culturale, sociale, biologica. La precedente analisi delle strutture serve in questa fase come ipotesi di lavoro, salvo dover venire modificata sulla base dei dati di una ricerca empirica.

A livello di una analisi ancora teorica dei prodotti, si pone però un problema ulteriore: posto che le fruizioni variano, e che diversi soggetti potrebbero individuare nel prodotto diversi ordini e gerarchie di valori – posto che la fruizione potrebbe variare col variare del codice assunto da chi decodifica il messaggio, – si può ritenere che tuttavia siano pur sempre indicabili nel prodotto elementi comunicativi tali che, pur variando i codici dei fruitori, orientino comunque la decifrazione? In altri termini: il fatto che moda, atteggiamenti, simboli di prestigio apparsi in *Steve Canyon* siano tipici di un codice compartecipato dal lettore americano, e che probabilmente un lettore italiano affronti la pagina secondo altri schemi di riferimento (ad esempio: la bellezza della segretaria ha un altro senso per uno yankee alto e biondo e per un siciliano piccolo e bruno; per l’uno è assolutamente esotica, per l’altro moderatamente casalinga), fa sì che la stessa pagina veicoli per i due un messaggio assolutamente diverso? Esiste un codice di base, fondato su alcune costanti psicologiche, o su alcuni valori tipici di ogni società occidentale, tale da orientare la decifrazione in un senso più o meno unitario? Così che la figura di Steve ne esca con alcune connotazioni di base – che sarebbero poi quelle che abbiamo cercato di identificare nel corso della nostra lettura?

Ed ecco che a livello di una lettura di pagina a fumetti, si pone un problema piuttosto vetusto e ancor degno di considerazione filosofica: *il problema del rapporto tra la mutabilità degli schemi di degustazione e l’oggettività delle strutture dell’opera degustata*.

#### *Hume e l’Indiano: introduzione alla ricerca empirica*

Problema vetusto, si è detto. Se dovessimo trovare chi lo ha espresso con maggiore lucidità teorica unita a un vivace senso dell’empirico, ci rifaremmo a *Of the Standard of Taste* di David Hume. Qui l’autore parte dalla constatazione, data come “ovvia”, della variabilità dei gusti, che egli accetta come un ragionevole dato di partenza. Ma a questo punto Hume si domanda se esista una “regola” capace di consentire una conciliazione di questi sentimenti così vari e diffimi: la vecchia convinzione che *le beau pour le crapaud soit sa crapaude* è presente, sia pure in altra forma, al nostro pensatore; ma egli si chiede se esistano, in mezzo alla “varietà dei capricci di gusto”, “certi principi generali di approvazione o di biasimo, la cui influenza può essere rintracciata in tutte le operazioni della nostra *interal fabric*”.

Principi generali che non costituiscono evidentemente delle pure costanti trascendentali, ma che debbono trovare un corrispettivo nelle strutture dell’oggetto degustato, se Hume chiarisce il problema

con questo esempio, tratto da Cervantes: due antenati di Sancho (ritenuti entrambi intenditori di gusto sicuro) un giorno sono chiamati a giudicare il vino contenuto in una botte. Il primo, dopo l'assaggio, decide che il vino sa leggermente di cuoio; il secondo rileva un sottile sapore ferruginoso. Resi perplessi da questa radicale divergenza di gusto, i presenti vuotano la botte: e vi trovano, sul fondo, una vecchia chiave legata a una correggia di cuoio. Hume commenta: "sebbene sia certo che la bellezza e la deformità (più che non il dolce e l'amaro), non siano qualità sussistenti negli oggetti, ma appartengono del tutto al sentimento – sia interno che esterno – tuttavia bisogna riconoscere che vi sono certe qualità poste da natura negli oggetti al fine di suscitare questi speciali sentimenti."

Una struttura oggettiva dell'opera che, da un lato, consenta la variabilità delle fruizioni, dall'altro ne giustifichi una fondamentale coerenza: è un problema al quale l'estetica si trova costantemente di fronte. Ma nel caso dei fenomeni delle comunicazioni di massa il problema si pone in misura assai più decisa, e richiede un riconoscimento coraggioso della relatività delle prospettive che lo stesso Hume, ancora una volta, ci aiuta a definire in modo preciso.

Afferma egli infatti che il giudice dei vari generi di bellezza è portato naturalmente a paragonarli tra loro per render sempre aggiornato e sfumato il suo giudizio; e lascia chiaramente intendere come il paragone non possa non far riferimento alla diversa risonanza che i vari generi di bellezza hanno nell'animo di fruitori diversi. "L'insegna più grossolana ha un certo lustro di colori ed una certa esattezza nell'imitazione del vero molto lontana dalla bellezza; e tuttavia lo spirito di un paesano e quello di un Indiano ne resteranno colpiti sino alla massima ammirazione. Le ballate più volgari non sono destituite del tutto di armonia e di naturalezza, e nessuno – all'infuori di chi sia abituato a bellezze superiori – dirà che i loro versi siano disarmonici o che il soggetto non sia interessante... Solo una persona abituata a vedere, a esaminare, a leggere attentamente le opere ammirate in età e da nazioni differenti, può apprezzare i meriti di un'opera, sottoposta al suo giudizio, ed assegnarle il luogo appropriato fra le varie produzioni del genio... Ogni opera d'arte – per produrre il proprio effetto sullo spirito – deve essere guardata da un certo punto di vista, e non può essere gustata pienamente da una persona la cui situazione – reale o immaginaria – non sia conforme a quella che è richiesta dall'opera... Il critico, poi, di un tempo e di un paese diverso, il quale volesse giudicare esattamente l'orazione [si parla di un discorso indirizzato a un uditorio specifico], dovrebbe averne sott'occhio tutte le circostanze e dovrebbe porsi nella situazione dell'uditore... Una persona che sia influenzata da pregiudizi non può uniformarsi a queste condizioni: essa si manterrà ostinatamente nella sua posizione naturale, senza porsi da quel punto di vista che l'opera richiede. Se l'opera si indirizza a persone di età e di nazioni diverse dalla sua, egli non simpatizzerà con le loro vedute e con i loro pregiudizi speciali; ma – tutto pieno degli usi del suo tempo e del suo paese – condannerà ad occhi chiusi ciò che parrebbe ammirabile agli occhi di coloro per cui soltanto fu ponderato il discorso.<sup>19</sup>" Una pagina del genere funziona ancor oggi come lezione anti-etnocentrica per ogni antropologo – e rivela, sotto la sua apparenza illuministica ed empiristica, un senso della storia che è sovente mancato a tanti storici nel giudicare estetiche opere di età passate, di paesi lontani, o prodotte per "masse" estranee al mondo della "cultura". Ma nel nostro caso aggiunge una suggestione fondamentale. Lo studioso di estetica che esercita la propria riflessione sui fenomeni della fruizione artistica, quali ce li ha proposti la tradizione occidentale sino a mezzo secolo fa, si trova in una situazione di ricerca in cui, sostanzialmente, *l'autore*

*dell'indagine e il soggetto di essa coincidono.* In altri termini, se io cerco di determinare cosa sia la sensazione di piacere che si prova esaminando un'opera d'arte, e se assumo come "tipo" di opera d'arte un quadro di Raffaello, o una sinfonia di Mozart, in effetti, più o meno esplicitamente, compio una duplice operazione. Da un lato cerco di determinare quali siano le strutture fruibili dell'opera, dall'altro mi sforzo di capire come "gli uomini" fruiscono di queste strutture. Nel fare questo (pur rendendomi conto che l'atteggiamento degli "uomini" muta con le varie epoche storiche e i vari paesi) mi eleggo quale rappresentante dell'umanità. Mi sforzo di pormi nello stato d'animo dell'osservatore rinascimentale mentre si compiace del quadro di Raffaello, oppure mi rifaccio a testi e documenti dell'epoca, ma sempre cercando di stabilire una connessione tra lo stato d'animo del contemplatore di un tempo e il mio, ricostruendo dunque in me quello, ritenendo infine che tra quello e me vi siano differenze superabili – data una comune appartenenza al pubblico dei degustatori dell'arte. Lo stesso discorso vale per il riferimento a chi sia *altro* da me sul piano della contemporaneità storica. Che io ne sia cosciente o no, agisce sempre la presunzione che tra me e gli altri vi sia una fondamentale affinità: presunzione giustificata, dato che sino a mezzo secolo fa chi degustava un'opera d'arte apparteneva a una categoria abbastanza precisa, intellettualmente definita. Che io riconosca l'esistenza di un pubblico assai dissimile da me e *dai miei simili* conta scarsamente: poiché io so che l'opera è stata prodotta per un pubblico di *miei simili* (per qualcuno infine che fosse in grado di partecipare, le intenzioni dell'autore – mio simile anch'esso) e che i *miei dissimili*, anche se in un modo o nell'altro consumeranno l'opera, ne coglieranno evidentemente degli aspetti accessori, la contempleranno in forma ridotta, la fruiranno solo a certi livelli. È chiaro dunque che lo studioso d'estetica non dimentica mai che esiste anche una comunità di fruitori che non si identifica con la comunità dei fruitori colti e sensibili; ma è portato comunque a definire la natura dell'opera in riferimento a una comunità specifica di cui fan parte l'autore, se stesso e i fruitori capaci di portarsi a livello dell'autore – dato che la reazione di questi concorre a mettere in luce le vere caratteristiche dell'opera, mentre la reazione degli altri non tanto documenta sull'opera, quanto su una situazione del gusto popolare in una determinata circostanza storica o sociologica. Per quanto lo studioso d'estetica si sforzi di contemplare la possibilità di fruizioni aberranti rispetto a quella norma che è l'opera, *non potrà mai evitare di usare se stesso come punto di riferimento della fruizione normale*; e così facendo caratterizza le strutture dell'opera in modo tale che le fruizioni dissimili dalla sua appaiano, rispetto all'opera-norma, istituita dalla sua fruizione, appunto *aberranti*. Anche la definizione dell'opera come schema di riferimento di infinite fruizioni, non si sottrae, in fondo, a questo circolo. Perché una fruizione aberrante di cui non si tien conto è appunto quella per cui l'opera sia vista non come sorgente di fruizioni ma come qualcos'altro. Il circolo è inevitabile nel momento in cui si voglia definire l'opera d'arte nei termini omogenei di una visione culturale precisa; e questo limite dello studioso d'estetica non appare affatto come un difetto della sua posizione, ma come la naturale condizione in cui egli si deve muovere se vuole fare un discorso comunicabile nei termini di una tradizione culturale. Se lo studioso decidesse di ricorrere a mezzi di verifica sociologica, per assegnare un'uguale validità sia al comportamento del dotto che "contempla" in termini estetici l'opera, sia al bruto che vede, poniamo, il quadro come ottimo materiale combustibile, o il nudo greco come fornito di pura concupiscenza – entrerebbe in un altro campo di indagine. Poiché suo compito è quello di conferire un senso all'esperienza dell'arte nell'ambito di una

nozione di civiltà, umanità e cultura assunta come quadro di riferimento.

Il problema cambia invece totalmente quando si parli di prodotti elaborati nell'ambito della comunicazione di massa. Qui l'estetica, assunto il suo quadro di riferimento assiologico, non può che distinguere tra il campo dell'arte propriamente detta (creatrice di valori privilegiati) e il campo di una "artisticità" diffusa, che pone capo a prodotti variamente utilizzabili<sup>20</sup>. Ma, nell'orizzonte di una cultura di massa, ciò che viene messo in questione è proprio la validità di una fruizione estetica esemplare; ciò che viene messo in dubbio è che il prodotto tenda a una fruizione di tipo estetico, nel senso proprio del termine. Il prodotto di massa può legittimamente tendere a produrre, impiegando mezzi "artistici" – mettendo in opera una tecnica artigianale che mutua dall'arte vari modi di operazione e riferimenti a valori – effetti di vario tipo, ludico, erotico, pedagogico. Che ciascuno di questi effetti non riguardi l'estetica propriamente detta, è cosa di nessun rilievo. Riguarda comunque una teoria delle comunicazioni, una fenomenologia dell'artisticità, una pedagogia delle comunicazioni di massa. Si ha così che per un oggetto, analizzabile strutturalmente, si danno una varietà di reazioni possibili, il cui controllo sfugge all'indagatore, così come il controllo totale di tutte le implicazioni psicologiche di un rito primitivo sfugge all'etnologo appena arrivato *sul campo*. *Nel campo delle comunicazioni di massa il ricercatore non può più coincidere con la cavia*. Da un lato sta l'opera, dall'altro (per rifarsi a Hume) una moltitudine di Indiani.

Le reazioni di questi indiani non sono più ricostruibili dal ricercatore, per tanto che cerchi di istituire una congenialità profonda con la situazione di altri. Gli "altri" sono molto di più e più differenziati, di quanto le sue possibilità di congenialità gli consentano di divenire. L'oggetto è prodotto proprio in spregiudicato riferimento a una moltitudine di "altri" (anche se riassunti per comodità nel modello ipotetico dell'uomo-massa). Solo la ricerca empirica, sul campo, può illuminare il ricercatore sulle varie possibilità di reazione all'oggetto. Così che la sua indagine preliminare sulle strutture dell'oggetto, deve venire integrata dalla rilevazione su ciò che gli Indiani abbiano individuato nell'oggetto. La ricerca sulle strutture potrà orientare la ricerca empirica, mai determinarla. Al massimo potrà esserne determinata in seconda istanza.

Ciò non rende affatto priva di validità una ricerca sulle strutture: la istituisce anzi come il primo indispensabile passo della ricerca. E ciò non impedisce che, nel corso di una ricerca sulle strutture, il ricercatore avanzi delle ipotesi sul tipo di fruizione che una data struttura potrà consentire a un tipo qualsiasi di fruitore. La nostra "lettura di Steve Canyon" si è mossa tutta in tal senso. Salvo che non costituisce il punto di arrivo di una ricerca sui mezzi di massa, ma al massimo il punto di partenza. L'indagine sulle strutture del prodotto può solo preludere a una ricerca interdisciplinare in cui l'estetica può definire le modalità di organizzazione di un messaggio, la poetica che ne sta alla base; la psicologia studierà la variabilità degli schemi di fruizione; la sociologia chiarirà l'incidenza di questi messaggi nella vita dei gruppi – e la loro dipendenza dall'articolarsi della vita dei gruppi; economia e scienze politiche dovranno chiarire i rapporti tra questi mezzi e le condizioni di base di una società; la pedagogia si porrà il problema della loro incidenza sulla formazione degli appartenenti a queste società; l'antropologia culturale stabilirà infine sino a qual punto la presenza di questi mezzi sia funzione del sistema di valori, credenze, comportamenti, di una società industriale, aiutandoci a capire che senso i valori tradizionali dell'Arte, del Bello, del Colto, assumano in questo nuovo contesto.

### *Il compito della critica e della storiografia*

Tuttavia sarebbe, oltre che ingenuo, assai comodo rimandare ogni conclusione circa la natura e gli effetti dei mezzi di massa a una ricerca empirica capace di documentarci sulla relatività, reale o presunta, delle reazioni. Se si è insistito su questa necessità è perché di fatto essa è stata pressoché ignorata dalla maggior parte dei discorsi sul fenomeno in questione – salvo alcune benemerite ricerche sperimentali in campo sociologico o psicologico, fatalmente circoscritte<sup>21</sup>. Ma considerare la descrizione delle strutture come pura operazione propedeutica a una ricerca empirica sulle reazioni, nella quale si concluda infine ogni sforzo di chiarificazione, lascia scoperta la funzione che ha invece una riflessione critica a livello filosofico e storico.

Anzitutto la riflessione critica, lo si è già detto, richiede l'indagine empirica proprio per controllare le proprie ipotesi iniziali e ritornare all'oggetto da indagare con nuove consapevolezze. La nostra lettura di *Steve Canyon* implicava già alcune conclusioni, ad esempio, circa la lezione ideologica del racconto, o il valore da conferire a certe sue realizzazioni tecniche. Ora, una indagine sulle modalità di fruizione, offrendo una tavola delle varianti, potrebbe forse inficiare tutta la nostra descrizione; o potrebbe obbligare a correggere alcune prospettive. In ogni caso il lavoro di analisi strutturale ricomincerebbe, perché di questa dialettica deve nutrirsi l'indagine. Tanto più ricomincerebbe, in quanto le stesse modalità di fruizione, ricontrolate dopo uno scarto di tempo, risulterebbero probabilmente diverse: messaggio emesso per i membri di una società moderna industriale sottoposta al veloce avvicendamento degli standard, una pagina come quella esaminata è destinata a scontrarsi con un pubblico che muta man mano, e che l'affronta sempre secondo nuovi codici. In tal senso la ricerca sui mezzi di massa non può che porre di continuo conclusioni al condizionale: “si dovrebbe concludere questo, se si mantenessero inalterate queste condizioni”.

Ma al di sopra di questa variabilità dei risultati, e quindi degli oggetti, la riflessione critica cerca ancora di esercitarsi ad un altro livello. Si sforza insomma di tornare, anche se consapevole degli altri fattori considerati, a quella posizione in cui abbiamo trovato ad esempio lo studioso di estetica. Il quale sa che con il variare del periodo storico, o del pubblico, anche la fisionomia dell'opera d'arte potrà cambiare, l'oggetto acquistare un nuovo senso. Ma il suo dovere è anche quello di assumersi una responsabilità: commisurare al periodo storico, all'ambito culturale in cui lavora, il fenomeno opera d'arte, decidere di conferirgli *un certo senso*, e sulla base di quello elaborare le sue definizioni, le sue verifiche, le sue analisi, le sue ricostruzioni.

Così infine accade per i prodotti dei mezzi di massa. Conscio di lavorare su un oggetto che attende definizione da una massa di Indiani (le cui reazioni non dovrà ignorare) il critico (il filosofo in funzione di storico della cultura) deve assumersi un compito: partendo da una nozione il più possibile articolata del periodo storico in cui vive, cercare di definire la funzione del prodotto in riferimento ai valori che ha assunto quale parametro. Sa benissimo che l'indagine sugli Indiani gli potrà rivelare che esistono altri quadri di valori, commisurato ai quali il prodotto acquisterà un'altra fisionomia; e suo compito sarà anche promuovere le ricerche in tal senso. Ma per intanto egli deve pronunciare una serie di giudizi sull'oggetto. Un messaggio comunica, agli occhi del critico, certi valori; è possibile che agli occhi di un Indiano suo simile questi valori siano altri, o mutino funzione. Sta di fatto che, rapportati ai valori su cui si esercita il discorso culturale in atto, questi valori possono essere collocati in un ambito di relazioni

tale che, situandoli in una prospettiva, implicitamente li giudichi. Facciamo un esempio.

Letti da cinquanta milioni di lettori al giorno i fumetti del *Li'l Abner* di Al Capp, da trent'anni conducono un loro discorso omogeneo. Tuttavia questo discorso è difficilmente definibile, perché condotto sul filo dello humour e del grottesco. Più semplice sarebbe definire il discorso della *Little Orphan Annie* di Harold Gray: la sua linea ideologica è precisa, la vocazione profondamente reazionaria del suo autore inequivocabile. Registrando le reazioni di migliaia di Indiani, si potrebbe forse appurare che per alcuni il fumetto ha influenza politica più o meno occulta; per altri l'ideologia vi appare così smascherata che non può più rivestire alcuna funzione di convincimento; per altri ancora apparirà che, data l'intenzione con cui abbordano la lettura quotidiana delle strisce, il messaggio ideologico non viene neppure ricevuto (detto volgarmente, entra da un orecchio ed esce dall'altro): ma il giudizio su Harold Gray e la sua opera è possibile senza equivoci: a disegno conservatore, di precisione ottocentesca, fa riscontro ideologia conservatrice. Si collochi l'opera nel contesto della cultura americana, e il giudizio sarà pronunciato facilmente, a seconda, ovviamente, della posizione del critico.

Ma per *Li'l Abner* Steinbeck ha paragonato Al Capp a Sterne, Cervantes e Rabelais, lo ha dichiarato l'unico americano degno del Nobel (con encomiabile e preventiva modestia). La sua satira del costume medio americano, i suoi riferimenti alla vita politica, gravi di giocosi sarcasmi, ne fanno un quotidiano e corrosivo pamphlet. Ma sino a che punto? Dopo che decine di scrittori e pubblicisti di vaglia hanno speso rivoli d'inchiostro per celebrare Al Capp, non sarà doveroso porre in dubbio la portata innovatrice di questo fumetto e chiederci se esso – riducendo ogni problema sul piano di una satira amabilmente qualunquistica – di fatto non svuoti le situazioni, e ridicolizzandole le sdrammatizzi? Aiutato da un disegno arguto e originale, Al Capp non farà tuttavia di ogni personaggio non un'anima svelata dalla matita (come poteva avvenire con Grosz, o più semplicemente con Feiffer), ma una macchietta? Una prima risposta a queste domande potrebbe essere data dal “ricorso all'indiano”. Per semplicità di discorso riduciamoci a due soli protocolli di lettura, forniti uno dall'autore stesso, l'altro da un suo critico<sup>22</sup>. Le dichiarazioni di Al Capp oscillano tra i due poli del cinismo operativo e dell'impegno moralistico. Trattandosi di un umorista, sarà difficile discernere i momenti in cui egli si confessa da quelli in cui si maschera. Le sue dichiarazioni sono di questo tipo: “Il primo fine di *Li'l Abner* è darmi da vivere.” Ma poi aggiunge: “Il secondo, e il più famoso, è quello di creare sospetto e scetticismo circa la perfezione delle istituzioni. Questo è quanto io chiamo educazione... Una buona quota di scetticismo circa la sacralità di ogni aspetto dell'Establishment è un ingrediente prezioso dell'educazione... Il mio mestiere (e il mestiere di ogni umorista) è quello di ricordare alla gente che non debbono essere contenti di nulla.” Di conseguenza, indotto a celebrarsi attraverso un'antologia critica, Al Capp giustappone ad ogni storia un puntiglioso commento moralistico, che sa di esegesi a una parabola evangelica.

Infine viene intervistato da un critico e fatto parlare a lungo, al registratore. Allora l'autore si scioglie, il suo moralismo si tempera, emergono alcune contraddizioni irrisolte: “Il fumetto è il più libero dei mass media,” dice. Infatti l'autore non è sottoposto alla tirannia dello sponsor televisivo, i condizionamenti tra cui si muove sono molteplici, ma nessuno è abbastanza tirannico. Così l'autore è libero di esprimere al proprio pubblico ogni idea che gli passi per la testa. Certo ha alcuni limiti: anzitutto deve fare in modo “che l'idea sia affermata in modo abbastanza chiaro che possa essere compresa dal più gran numero di

persone". Ma questa condizione non cambierà totalmente l'idea da esprimere?

Capp risponde dapprima lasciando supporre che, di fatto, non gli interessi l'idea da esprimere: "Il mio primo pensiero è di essere tanto divertente e di rendere il lettore tanto perplesso da obbligarlo a leggermi anche il giorno dopo." Dunque una pura finalità commerciale? No, Capp aggiunge che egli ha "alcune nozioni circa il mondo e l'uomo, che egli vuole proporre ai lettori delle sue strisce". Dunque finalità pedagogica. Ma come si costituisce questo progetto pedagogico? "Io penso che l'uomo sia interessato a due o tre cose. Egli è interessato alla morte; è esilarato dal pensiero della morte. Tale è la base di tutte le avventure di *Li'l Abner*. Vi è sempre una sorta di flirt con la morte; vi è sempre il trionfo su qualcosa che pensavamo dovesse trionfare su di noi. Così penso che *Li'l Abner* si proponga una sorta di fuga dalla certezza finale.

Penso poi che la gente sia interessata all'amore, in tutti i suoi aspetti. Molta gente si sente fallita in amore. In *Li'l Abner* accade che anche il fallimento faccia diventare vere le fantasie amorose. I goffi, ridicoli, pietosi fallimenti degli abitanti di Dogpatch fan sì che il resto di noi, così facilmente esposto al fallimento dei propri desideri, si senta un po' meno sciocco e meno incompetente, forse.

E infine penso che noi siamo interessati anche a ciò che chiameremo fortuna o potere – tutto ciò insomma che risulta dalla vittoria, dal raggiungere qualcosa in concorrenza con qualcun altro. Morte, amore e potere sono i tre grandi interessi dell'uomo. Sono alla radice di tutte le storie di *Li'l Abner*... Penso che l'intero significato dell'esistenza, il premio per aver vissuto un altro giorno, è che questo giorno sia stato meno brutto di quanto poteva essere. Credo che la maggior soddisfazione per i lettori di *Li'l Abner* sia che, per brutta che sia stata loro giornata, la sua [di Li'l Abner] sia stata peggiore."

Cosa aggiungere a queste dichiarazioni? Che sono ispirate ad una antichissima ed elementare filosofia, ad un pessimismo tragico e smagato. Che però al momento in cui diventa progetto pedagogico (convincere gli altri del fatto che, malgrado tutto, si vive nel migliore dei modi possibili), nel momento in cui si fa cibo quotidiano per i cittadini di una civiltà di massa, già sospetti di eterodirezione, di passiva manipolazione da parte di un potere che li trascende, questa filosofia in nulla si distingue da quell'etica della felicità a buon mercato su cui si regge una civiltà del profitto e dei consumi. Dunque Al Capp non sarà altro che il servo fedele del potere, l'inventore di uno splendido palliativo inoculato per dosi quotidiane a una comunità di cinquanta milioni di fedeli?

Ma ecco il secondo protocollo di lettura, fornитoci da un portavoce "colto" di Al Capp, che è anche un appassionato celebratore del fumetto come tipica arte americana, David Manning White: Capp è nella linea dei grandi autori satirici *sulla* e *nella* tradizione americana... con Kelly è stato il solo cartoonist a usare le strisce per commentare i problemi politici. Egli si è occupato di tutti i grandi problemi che hanno ossessionato la società americana, dal pregiudizio razziale all'aiuto ai paesi stranieri, dal programma spaziale al benessere. Se c'è un messaggio che si manifesta e sviluppa attraverso le sue storie, è la denuncia della stupidità che guata da ogni parte noi poveri mortali, la denuncia del fanatismo, della bigotteria, dell'intolleranza, della stoltezza dei mass media, del peso della burocrazia miope, della durezza di cuore; ma non solo in senso universale, bensì in diretto riferimento ai vizi nazionali americani.

In una sua intervista ad Al Capp, White avanzò l'opinione che in trent'anni il nostro autore avesse demolito praticamente ogni grossa istituzione della scena sociale americana. Capp avrebbe risposto che

lui si era solo limitato a dire che “nulla è perfetto”. White ha concluso che accettava la tesi dell’interlocutore, purché egli avesse continuato a parlare in tal modo, senza riserve.

Così l’interpretazione di *Li’l Abner* oscilla, in questo confronto tra due “lettture” particolarmente autorizzate, tra una poetica genericamente metafisica e una interpretazione in chiave sociale. Una ricerca sulle reazioni di migliaia di altri Indiani potrebbe dare risultati interessanti e scoprire altre prospettive. Chi scrive si ricorda di aver visto i primi fumetti di *Li’l Abner* all’età di tredici o quattordici anni, nel dopoguerra: e la prima cosa che lo colpì, in queste pagine, non fu né la polemica sociale né il pessimismo extratemporale (e il suo temperamento nell’ottimismo tragico dell’autore), fu la procace bellezza di Daisy Mae, e i suoi abiti discinti, fu questo archetipo femminile che entro un decennio doveva trovare la sua incarnazione cinematografica in Marilyn Monroe<sup>23</sup>. Per quanti lettori, anche non più quattordicenni, le storie di *Li’l Abner* non saranno rimaste e non rimarranno altro che questo, un invito all’evasione attraverso un appello sessuale illuminato dallo humour – o attraverso un appello sessuale depauperato nel ridicolo?<sup>24</sup>

Le risposte dell’Indiano potranno variare e illuminarci sulla funzione sociale di Al Capp. Ma, si è detto, rimane ancora uno spazio per l’indagine culturale, in un ritorno all’atto critico che faccia riferimento al contesto storico. Si veda ad esempio il saggio che a *Li’l Abner* dedica, in rapporto con le storie di *Pogo*, Reuel Denney in *The Astonished Muse*<sup>25</sup>. Qui egli colloca *Li’l Abner* in un filone di naturalismo tipico del fumetto americano, nato in connessione con la pedagogia deweyana e con i propositi del Popular Front del 1930. Nel 1935 *Li’l Abner* sarebbe apparso come esempio di un realismo “regionale” e “culturale” (nel senso antropologico del termine), illuminando il lettore circa una situazione di pauperismo agricolo. Le storie di *Li’l Abner* avrebbero così riflettuto, sin dall’inizio, l’esigenza popolare, stimolata dal New Deal, di prender coscienza di una situazione nazionale, vista nelle sue contraddizioni reali.<sup>26</sup> *Pogo* invece mette in scena animali antropomorfi che vivono in una comunità rurale del Sud, ma, estraniandoli da situazioni sociali concrete – e riflettendo la natura colta delle loro vicende in un linguaggio di derivazione joyciana, capace di esprimere nella sua dissociazione una serie di turbe psicologiche di cui tali personaggi sono, in universale, i rappresentanti – svolge un discorso di satira politica, indubbiamente democratica, ma in chiave di sofisticazione individualistica.

*Li’l Abner*, legato a un segno grafico caricaturale ma realistico, ispirandosi ai personaggi e alle atmosfere di un Sherwood Anderson, pone continuamente il problema dell’individuo in contatto coi problemi della disorganizzazione sociale, acquisendo così una permanente forza d’urto ideologico. Forza che *Pogo* non avrebbe, occupato com’è a divulgare per l’élite una psicologia post-freudiana che contempla “l’esistenza umana come una serie di problemi posti all’individuo nella psicopatologia della vita quotidiana”. Ecco un esempio di lettura critica, indubbiamente degno d’attenzione, perché realizza un ideale di ricerca in cui le motivazioni storiche illuminano l’articolarsi dei valori strutturali (in effetti Denney svolge a lungo la comparazione tra elementi grafici e ideologici nei due fumetti, mostrando l’interrelazione forma-contenuto; e il rapporto tra linguaggio e visione psicologica è per esempio trattato con molto acume). Tale analisi può tuttavia non soddisfare. Rimane, alla lettura di *Li’l Abner*, il sospetto che tanta adesione ai valori popolari, alla realtà regionale, ai problemi concreti, si risolva pur sempre nei termini espressi da Al Capp, come un ottimistico invito a non lasciarsi abbattere dalle avversità, perché il mondo potrebbe essere peggiore. Qual è dunque la radice di una critica che, pur

così spietata, si arresta sempre sull'orlo della rivolta, e riassorbe l'insofferenza in una sorta di umoristico Amor Fati?

La risposta sta probabilmente al di là delle conclusioni di Denney. Ed è che *Li'l Abner* è – come è stato detto da molti veramente a fondo un eroe americano<sup>27</sup>. Un eroe cioè in cui la rivolta contro l'ingiustizia, la critica generosa agli errori degli uomini, il riconoscimento delle contraddizioni sociali e politiche, non va mai al di là di una fede quasi religiosa nel sistema. Eroe kennediano, proprio perché new-dealista, *Li'l Abner* rappresenta la critica dell'uomo buono alle soperchie di cui è testimone. Ma poiché è proprio il suo ambiente ad averlo prodotto come "uomo buono", egli sa, inconsciamente, che dovrà trovare le soluzioni solo e sempre all'interno del proprio ambiente. Nella sua ingenuità, *Li'l Abner* è il migliore e più illuminato dei radicals stevensonianiani, e il suo autore con lui. Teso in una ricerca di purezza, l'unico sospetto che non lo sfiora mai è che la purezza possa prendere il volto del sovvertimento totale, della negazione del sistema. In ciò egli è l'esponente di una religiosità americana che trae linfa dalla predicazione dei Padri Pellegrini<sup>28</sup>. Nell'ambito del proprio universo *Li'l Abner* è perfetto – e qui probabilmente va giudicato. Ma al fondo, la sua base ideologica è ancora quella di *Steve Canyon*; là dove Caniff accettava per buoni tutti i miti dell'uomo americano, e ne faceva mercato, Capp li sottopone a una revisione continua; ma l'intento finale è la salvaguardia del sistema attraverso la riforma; Capp sa che, se non i miti, l'uomo che li professa va, in misura sostanziale, conservato<sup>29</sup>.

L'identità ideologica è riconfermata da una identità formale (salvo che la chiave interpretativa è per noi opposta a quella di Denney). Alla radice, anche qui, *Steve Canyon* e *Li'l Abner*, in misure diversissime, si basano su una assunzione naturalistica. Daisy Mae è desiderabile tanto quanto Copper Calhoon, anche se la prima implicitamente ironizza la seconda. Entrambi i disegni fanno appello alle abitudini acquisite della sensibilità comune. Il rispetto degli *endoxa* nel campo del gusto non può non coinvolgere il rispetto degli *endoxa* negli altri campi. Anche nel fumetto, la negazione di un modo di pensare deve passare quasi sempre attraverso la negazione di un modo di formare. Feiffer ne è già alle soglie. Egli ormai non compiace più il suo lettore, né gli offre una sensazione da consumare. Gli suggerisce una realtà possibile (Schulz, dal canto proprio sfugge al naturalismo attraverso una stilizzazione grottesca; e il suo grottesco non è quello di Al Capp, i suoi personaggi sono "Veri" proprio perché non potrebbero mai essere reali; Daisy Mae no, può essere desiderabile, rimanda alla realtà di tutti i giorni non perché ci obbliga a riflettervi su, ma perché ce la presenta così com'è, o quasi). Così la lettura critica di *Li'l Abner*, appena abbozzata, ci offre già alcune prospettive di riflessione in termini di storia della cultura. La lettura di *Steve Canyon*, condotta in modo più rigoroso, localizzata su una sola pagina, tenuta a livello puramente descrittivo, ci ha aperto una problematica assai vasta che coinvolge i mezzi di massa nel loro complesso. E ci ha mostrato un campo di indagine che richiede di essere percorso ancora in gran parte, a più livelli, e da più lati. Rimandandoci alla necessità di una ricerca collettiva interdisciplinare, ci ha però riconfermato la validità di una lettura descrittiva preliminare e di una interpretazione critica condotta ancora a livello di storia della cultura. Ha circoscritto perciò il campo di talune "letture" che seguiranno, quella su Superman, su Charlie Brown o su Rita Pavone.

## I PERSONAGGI

## L'USO PRATICO DEL PERSONAGGIO

Il ricorso al “luogo letterario” è esperienza possibile anche alla persona non eccessivamente colta: se il dire di uno scorciò di città “*fa Stendhal*” o il definire una situazione come “kafkiana” può ancora rivelare una certa sensibilità particolarmente formata e informata, il dire di una situazione dolciastre e lacrimevole “tutto ciò *fa tanto Due Orfanelle*” costituisce ricorso alla portata del lettore comune appena dotato di senso critico. La citazione del “luogo” o del personaggio letterario interviene dunque nel discorso quotidiano, spesso a casaccio, talora con riferimento felice (ed in questi casi con una efficacia di sottolineatura quasi epigrafica, con una quota di penetrazione e sapidità che permette di raggiungere con il ricorso al “luogo” una incisività di giudizio impossibile a qualsiasi altro più complesso giro di parole). Ricorrere al “luogo” letterario significa dunque attingere, per mezzo della memoria, al repertorio dell’arte per mutuarne figure e situazioni introducendole nel contesto di un discorso critico, perorativo, emotivo.

L’uso del “luogo” può verificarsi a livello minimale e standardizzato, proverbiale; come in “Ne ha fatte più che Bertoldo”, dove ormai il riferimento al personaggio letterario originale non sussiste nemmeno più, e Bertoldo è divenuto un curioso *flatus vocis*, come il Martino che perdé la cappa. Altre volte invece la citazione prende forma proprio come rimemorazione del personaggio in tutta la sua individualità, sentito così come l’opera letta un tempo ce lo aveva presentato; e il rivivere il personaggio in tutta l’intensità del *modo* in cui era stato proposto, in tutta la sua integrità di prodotto estetico, è condizione indispensabile per applicare il ricorso.

Il richiamarsi a Pavese in occasione di una emozione provata di fronte allo spettacolo della collina torinese intravista da via Po, in una determinata ora e stagione, comporta tutta l’accettazione e la partecipazione di quella tonalità emotiva che lo scrittore ci aveva comunicato ne *Il diavolo sulle colline* o *La bella estate*. E non si tratta di rivivere una emozione che fosse stata casualmente connessa alla nostra lettura di Pavese: in casi simili il ricorso al “luogo” è pieno ed operante solo se si stabilisce una *identificazione* con quella stessa emozione o disposizione concettuale che l’artista aveva realmente inteso comunicare. In tal ricorso si rivive l’opera proprio perché in quel momento la forma assunta dal sistema delle sollecitazioni emotive (che è l’opera) suscita e viene a coincidere con la forma delle nostra emozione, ed in un sol tratto da un lato viene riconfermata l’emozione partecipata un giorno in forza di una persuasività del discorso estetico, e dall’altro la nostra emozione presente riceve un ordine, una definizione, una qualifica, un valore, per il fatto stesso che la riconvogliamo in una formula propostaci dall’artista. Senza aver letto un giorno Pavese l’emozione nostra di questo momento ci avrebbe assalito forse confusamente e avremo cercato invano di definirla e qualificarla. Il ricorso al “luogo” si attua dunque in questa misura: abbiamo la rimemorazione di una esperienza altrui, e tuttavia

questo processo non si risolve in un semplice gioco di compiacenze libresche, perché avendo usato la memoria dell'esperienza estetica per qualificare una nostra esperienza morale o intellettuale, la consapevolezza acquisita non rimane a livello contemplativo ma lavora in direzione pratica. La nostra identificazione con la esperienza Pavese non si risolve in una compiacenza sia pure nobilissima su Pavese, ma in un nostro atteggiamento di vita connesso a prese di conoscenza e decisioni che da questo atteggiamento prenderanno origine. Di qui, per quel giorno, la nostra emozione, che non sarà più l'emozione di Pavese, ma si riconnetterà alla nostra storia psicologica personale, di qui l'accettazione o il rifiuto di questa emozione, una volta che il ricorso al "luogo" ce ne avrà chiarito la natura. Di qui insomma la nostra storia e la nostra avventura morale in tutta la sua complessità e individualità.

L'esempio addotto, con quel tanto di morbido che può lasciare intravedere, non deve far pensare al ricorso al "luogo" come ad un gioco estetico molto colto e raffinato. Il ricorso al "luogo" può avvenire anche e specialmente nel senso di un lucido e coraggioso riconoscimento morale: in Emma Bovary può esserci rivelato di colpo lo squallore filisteo di un adulterio, in Tonio Kröger l'ambiguità di una disposizione intellettuale che rende inadatti alla normalità ed alla relazione con gli altri, nell'eliotiano James Prufrock l'angoscia di un anonimo senza speranza e l'inesistenza di un rapporto positivo col mondo. Qualora la nostra situazione personale coincida, sia pure per sfumature, con quella del personaggio, il riconoscimento agisce come principio di una risoluzione etica. Il ricorso al "luogo" in questo caso ci ha portato ad individuare nel personaggio un "tipo" morale.

#### *Il problema estetico del "tipo"*

Ora, reintrodurre il problema del "tipico" può significare risuscitare un fantasma di cui si è fatta giustizia da gran tempo. Dal punto di vista filosofico la nozione di tipicità del prodotto artistico comporta una serie di aporie, e parlare di "personaggio tipico" vuol dire pensare alla rappresentazione, attraverso una immagine, di una astrazione concettuale: Emma Bovary o dell'adulterio punito, Tonio Kröger o della malattia estetica, e così via. Formule che, proprio per il fatto di essere tali, svuotano e tradiscono il personaggio che pretendono definire. I termini della polemica sono storicamente e culturalmente scontati: se il tipo è il tentativo, da parte dell'arte, di pervenire alla generalità ed alla discorsività della filosofia, allora la tipicità è la negazione stessa dell'arte, dopo che tutta l'estetica contemporanea si è affannata ad elaborare i concetti di individualità, concretezza, originalità, insostituibilità dell'immagine artistica.

De Sanctis non aveva disdegnato di prendere in considerazione le possibilità artistiche del tipico, ma vedeva il tipo, al massimo, come una tappa, positiva ma intermedia, verso la piena individuazione della creatura artistica. In certi periodi della storia letteraria, di fronte all'astrattezza dell'allegoria, il tipo costituisce già come l'immediato presentimento dell'individuo<sup>1</sup>. Croce, dal canto suo, aveva portato a termine l'eliminazione del concetto di tipicità come categoria estetica con un'argomentazione impeccabile: se per tipo si intende un'astrazione o un concetto, allora l'arte diviene sostitutiva del pensiero filosofico; "che se per tipico si intende l'individuale, anche qui si fa una semplice variazione di parole. Tipeggiare comporterà, in questo caso, caratterizzare, ossia determinare e rappresentare l'individuo. Don Chisciotte è un tipo; ma di che è tipo se non di tutti i Don Chisciotte? tipo, per così dire,

di sé medesimo?... In altri termini, nell'espressione di un poeta (per esempio, in un personaggio poetico) noi troviamo le nostre medesime impressioni pienamente determinate e inverate, e diciamo tipica quell'espressione, che potremo dire semplicemente estetica”<sup>2</sup>.

È chiaro che se la critica e l'estetica contemporanea vorranno occuparsi ancora del problema del personaggio tipico, non potranno non tener conto di queste osservazioni come di quelle del De Sanctis. Se il personaggio non è concretamente individuale in ogni sua azione, non è un personaggio artisticamente riuscito. Con ciò non si esclude che l'arte possa anche produrre delle figure allegoriche, riducibili ad un concetto originatore: salvo che, in tal caso, non abbiamo a che fare con dei personaggi, ma con delle cifre simboliche (e quindi con un altro genere, che riteniamo legittimo, di riuscita estetica) Faux Semblant, Bon Accueil e tutte le altre figura de *Le Roman de la Rose* sono senz'altro qualcosa di diverso da un personaggio come Lucia Mondella o il Dottor Zivago: sono figure araldiche, emblemi, astrazioni – se vogliamo – ma astrazioni concretantisi in una immagine stilizzata e piena di grazia; in un periodo in cui i meccanismi immaginativi del lettore aderivano a questo tipo di sollecitazione allegorica, questi personaggi consentivano una fruizione estetica soddisfacente (recuperabile da chi oggi legga questo poema facendo suoi i modi e le ragioni del gusto medievale). La letteratura contemporanea sta riscoprendo l'impiego del simbolo e dell'emblema, e l'estetica si rende conto che, se il personaggio narrativo in senso tradizionale deve avere la concretezza di una “persona”, è tuttavia possibile la riuscita estetica di un discorso fatto per simboli, stilizzazioni, geroglifici. Le precisazioni di De Sanctis e Croce sul tipo ci paiono dunque principalmente valide nell'ambito di una poetica del personaggio: quando il personaggio è riuscito, è un prodotto estetico ed è inutile definirlo attraverso l'ulteriore categoria del tipico.

#### *Ragioni delle poetiche della tipicità*

Il discorso diventa però troppo semplice di fronte al rifiorire contemporaneo di poetiche che, proponendosi un'arte impegnata, formatrice ed educatrice, ripropongono il problema della tipicità come categoria estetica fondamentale. Quale interprete ufficiale di una poetica di partito, Fadeev affermava anni fa che lo sviluppo della vita socialista genera nell'uomo determinate qualità: “ma per raffigurarle l'artista deve condensarle, generalizzarle, tipizzarle... È necessario scegliere le migliori qualità e i migliori sentimenti dell'uomo sovietico.”<sup>3</sup> È questa la formulazione di quel “romanticismo rivoluzionario” che aveva trovato il suo teorico più autorevole in Maxim Gorkij<sup>4</sup>; e si tratta in definitiva di una poetica che si propone la produzione del tipo *positivo*, poetica di per sé legittima e densa di possibilità, anche se ad un certo punto gli stessi critici e scrittori cresciuti a questa scuola si sono accorti che non solo la positività ideale, ma la vita in tutta la sua complessità problematica (dubbio, errore, fallimento compresi) deve divenire oggetto dell'arte, senza che con questo venga abbandonato l'impegno nei confronti della realtà.

È certo che da un punto di vista filosofico la proposizione “occorre produrre dei personaggi tipici” è vaga ed inverificabile sinché la velleità originaria non si sia tradotta in un “oggetto” narrativo: sinché, cioè, il personaggio non sia stato inventato e fatto agire. Solo a questo punto si può iniziare un discorso sulla tipicità: quindi il problema del tipico non interessa l'estetica sinché rimane allo stadio di poetica (aspirazione o formula espressa che essa sia), ma solo quando emerge in fase di “lettura dell'opera”. La

tipicità non può essere presa in considerazione come criterio di una poetica produttiva, ma come categoria di una metodologia critica (o, più in generale, di una estetica filosofica). Questo perché può benissimo accadere di riconoscere, in sede di lettura, tipicità ad opere prodotte con intenzioni difformi dal concetto di tipico che guida il lettore, ma che tuttavia adeguano le sue esigenze in tal senso; così come può avvenire di scoprire che opere che persegivano il genere di tipicità ricercato dal lettore, hanno fallito al loro scopo ed hanno posto capo ad un personaggio non tipico, ad una larva di personaggio, ad una formula vuota di interesse.

Un esempio evidente di tale esperienza di lettura ce lo danno proprio i classici del marxismo, Engels ad esempio afferma che il realismo di cui è assertore (che consiste nel riprodurre fedelmente “caratteri tipici in circostanze tipiche”) può manifestarsi anche a dispetto delle idee dell’autore<sup>5</sup>. Prima ancora di proporre ricette infallibili per la produzione di personaggi tipici (come poi ha fatto la scolastica marxista) Engels e Marx cercavano di ritrovare nei personaggi letterari l’individuazione di esperienze sociali fondamentali: in modo da riscontrare, ad esempio, che un autore come Balzac, considerato come campione del cattolicesimo legittimista, riusciva tuttavia a costruire dei personaggi così aderenti ai problemi del proprio tempo, da riuscire “tipici” ai fini di una interpretazione dialettico-materialistica della storia: i personaggi di Balzac esprimevano la decadenza di una società aristocratica, il travaglio di una classe borghese in violenta ascesa, l’importanza del fattore economico nelle determinazioni pratiche degli individui; esprimevano insomma quei motivi sociologici che potevano essere usati per corroborare una interpretazione marxista della società.

Anche Lukács, identificando tipicità e realismo, definisce più tipici i personaggi di Stendhal che non quelli di Zola, che pure si era proposto una poetica “realistica”; e questo perché il realismo non mira alla riproduzione minuziosa della realtà, ma riesce solo quando in un personaggio artistico si contraggono in modo efficace (in uno scorciò nuovo e originale) i momenti più significativi di un periodo e di una situazione storica. In tal senso un personaggio surreale e fantastico dei racconti di Hoffmann può riassumere meglio i dati più profondi di una situazione di quanto non possa fare un personaggio costruito attraverso un paziente e pedissequo mosaico di arti rigorosamente reali. Sia Engels che Lukács insistono sul fatto che il personaggio per essere tipico non ha da essere la rappresentazione di una media statistica, ma deve essere anzitutto un individuo ben concretato, un “costui”<sup>6</sup>; ed è chiaro che in tale prospettiva (nonostante la preoccupazione politica) ciò che induce a definire tipico un personaggio è la sua effettiva consistenza artistica. I personaggi e le situazioni balzachiane apparivano tipiche a Marx e ad Engels proprio perché il romanziere si era preoccupato di produrre delle creature che avessero tutte le apparenze della vita (proprio perché si era preoccupato anzitutto di far concorrenza allo Stato Civile e non ad un istituto di ricerche economiche). Può capitare a Marx di ricorrere a Balzac come ad un semplice testo di economia<sup>7</sup>, ma più spesso l’uso politico-sociologico che egli fa dei personaggi del romanziere si realizza solo grazie ad una comprensione preliminare della loro individualità estetica<sup>8</sup>.

L’impiego, che i classici del marxismo ci propongono, della tipicità come criterio di lettura, ci ribadisce nell’opinione che solo quando il personaggio è riuscito artisticamente noi possiamo riconoscere in esso motivi e comportamenti che sono anche i nostri e suffragano la nostra visione della vita.

### *Precisazioni estetiche sul tipico*

Questi esempi ci consentono di pensare allora che il fenomeno della tipicità non interessa tanto la “ontologia” del personaggio, quanto la “sociologia” di esso: la tipicità non è un dato oggettivo che il personaggio deve adeguare per divenire esteticamente (o ideologicamente) valido ma risulta dal rapporto di fruizione tra personaggio e lettore, è un riconoscimento (o una proiezione) che il lettore attua di fronte al personaggio. Visto sotto questo profilo, il problema del tipico si libera dalle contraddizioni che avevano turbato l'estetica idealistica, ed il concetto di tipicità non si pone come categoria estetica che tocca la definizione del personaggio, come prodotto autonomo dell'arte, ma definisce un certo *rapporto col personaggio* che si risolve in un “impiego” o sfruttamento di esso. Definendo il rapporto di fruizione tra personaggio e lettore, il concetto di tipicità ci riporta tuttavia ad una considerazione “ontologica” del personaggio, e cioè, in termini più rigorosi, ad una riflessione sulla sua *struttura* di oggetto estetico. Infatti occorre stabilire quali aspetti dell'oggetto estetico rappresentato dal personaggio stimolano il lettore ad avvertirlo come esemplare e ad identificarsi – almeno *sub aliqua ratione* – con esso.

Anzitutto c’è da chiedersi se tipico non debba dirsi in generale ogni risultato dell’arte, sia esso l’opera intesa nella sua completezza oppure alcuni aspetti di essa (come potrebbero essere i personaggi di un romanzo o il modo con cui un pittore realizza i suoi chiaroscuri, e così via). In effetti, la stessa “maniera” che l’opera ben riuscita genera in pleiade di discepoli non è altro che un risultato, un effetto di quella tipicità che l’opera possiede. Tipico può essere un modo di disporre la materia, di rendere una emozione, di esprimere un’idea, di riprodurre una circostanza reale: tutti questi modi, quando sono organicamente perfetti e plausibili, divengono emblematici, promuovono e riassumono tutta una serie di possibilità analoghe (mai realizzate con quella sobrietà ed efficacia). Ma a tale proposito pensiamo sia meglio parlare, come è stato fatto, di *esemplarità dell’opera d’arte*, ed esemplare in tal senso dovrà essere intesa ogni forma riuscita<sup>9</sup>.

Ancora, è ragionevole che ogni opera possa essere detta tipica perché manifesta, oltre che nei suoi modi stilistici, anche nei contenuti che forma e presenta, una personale visione della realtà, riconoscibile da diversi fruitori come l’esemplare perfetto del proprio modo di vedere il mondo. Accade che di fronte ad una impressione, non ancora analizzata, provata di fronte ad un paesaggio, via via approfondendo l’impressione stessa, si offre alla mente il quadro di un grande paesaggista, che appare come l’individuazione più esatta e duratura della nostra stessa esperienza visiva. Ma la tipicità della quale si parla in queste note ci pare riducibile ad un ambito più ristretto, e la stessa accezione in cui comunemente viene usato il termine di “tipico” ci spinge a questa delimitazione di ambito.

Ci pare che sia bene parlare di tipicità a proposito di quelle arti in cui si ha un riferimento esplicito all’uomo, al suo mondo, ai suoi comportamenti. Ci aiuta a delimitare questo ambito la definizione aristotelica del fatto tragico come “*mimesi di una azione*”.

Abbiamo azione (drammatica o narrativa) quando abbiamo *mimesi* di comportamenti umani, quando abbiamo un *intreccio* attraverso il quale i personaggi si esplicitano ed assumono una fisionomia ed un carattere, e quando, sempre attraverso un intreccio, prende fisionomia e carattere una situazione prodotta dal vario interferire di comportamenti umani.

Occorre naturalmente assumere questi vari termini in modo non equivoco, anche perché li assumiamo

in una accezione più comprensiva di quella aristotelica originaria: 1) anzitutto quando diciamo *mimesi* non pensiamo (né lo pensava d'altra parte Aristotele) ad una piatta imitazione di fatti accaduti, ma alla capacità produttiva di dar vita a fatti che per la loro coerenza di sviluppo appaiano *verosimili*; dove dunque la legge di verosimiglianza è legge strutturale, di ragionevolezza logica, di plausibilità psicologica; e meglio ancora che di mimesi si potrebbe parlare di *strutturazione di una azione*<sup>10</sup>; 2) quando diciamo *azione* allarghiamo il significato del termine anche a quegli eventi che Aristotele avrebbe definito diversamente; intendiamo per azione non solo il succedersi di fatti esteriori quali il riconoscimento e la peripezia, ma anche il discorso esterno attraverso il quale i personaggi si chiarificano a vicenda e il discorso interiore nel quale i personaggi si chiarificano a se stessi e al lettore: la introspezione psicologica svolta in prima persona, la descrizione dei moti interiori fatta da un autore onnisciente, la registrazione obiettiva di un inconscio o incontrollato *stream of consciousness*<sup>11</sup>; 3) ancora, ogni discorso intorno all'azione non deve restringersi solo alla narrativa, al teatro o al film, ma anche al poema epico, ad opere come la *Divina Commedia*, a tutte quelle opere insomma dove è presente un predominio dell'intreccio ed il riferimento a comportamenti umani rappresentati in atto, anche là dove, come in certi esempi di arte figurativa, l'azione, allo stadio virtuale, viene suggerita, ed il personaggio è presente in tutte le possibilità del suo carattere (e pensiamo a certi ritratti del Lotto o di Holbein, oppure a scene di vita come *I mangiatori di patate* di Van Gogh).

#### *Fisionomia del personaggio tipico*

Il tipo che si costituisce come risultato dell'azione narrata o rappresentata è dunque il personaggio o la situazione riuscita, individuale, convincente, che resta nella memoria. Può venire riconosciuto come tipico un personaggio che, per la organicità del racconto che lo produce, acquista una fisionomia completa, non solo esteriore, ma intellettuale e morale.

L'espressione "fisionomia intellettuale" viene usata da Lukács per definire *uno* dei modi in cui può prendere forma un personaggio: un personaggio è valido quando attraverso i suoi gesti e il suo procedere si definisce la sua personalità, il suo modo di reagire alle cose ed agire su di esse, la sua concezione del mondo: "i grandi capolavori della letteratura delineano sempre accuratamente la fisionomia intellettuale dei personaggi"<sup>12</sup>. L'intreccio diviene così una sintesi di azioni complesse, e attraverso il conflitto narrativo prende forma una passione, un atteggiamento mentale. Ora è senz'altro legittimo affermare che il personaggio artistico è significativo e tipico "quando l'autore riesce a rivelare i molteplici nessi che collegano i tratti individuali dei suoi eroi ai problemi generali dell'epoca; quando il personaggio vive davanti a noi i problemi generali del suo tempo, anche i più astratti, come problemi individualmente suoi, che abbiano per lui un'importanza vitale"<sup>13</sup>. Ma è la particolare impostazione della poetica lukacsiana quella che lo induce a ritenere che si abbia tipicità *solo* a queste condizioni. Per Lukacs è tipico solo "ciò che espone i contrasti sociali nella loro forma pienamente sviluppata"; ma ci pare che si dia personaggio persuasivo, e capace di essere sentito dal lettore come profondamente vero, anche là dove questo personaggio non manifesta la sua concezione del mondo, il suo modo di agire sulle cose e la sua personalità, ma la sua impersonalità, la sua assenza di concezioni, il suo modo di subire le cose senza ribellarvisi. Attratto dall'ideale (non completamente rinnegato) di un *tipo positivo*, il critico ungherese è così portato a svalutare ad esempio l'opera di Flaubert: e solo una

comprendibile mancanza di congenialità, o un accanito amor di tesi, può avergli impedito di vedere quale efficace immagine di una crisi morale (storicamente e psicologicamente *tipica*) ci venga offerto ad esempio dal Federico Moreau de *L'éducation sentimentale*, e di quanto esemplare appaia – programmatica o no che sia – la contrapposizione tra il suo abbandonarsi all'avventura individuale e gli eventi grandiosi e violenti dei moti parigini del 1848 che costituiscono il contrappunto dell'azione principale. Non comprendendo il valore esemplare di certe situazioni e rifiutandole perché non positive, si commette evidentemente un errore anche dal punto di vista di una pedagogia rivoluzionaria. Rifiutando le opere che ci presentano casi umani e fenomeni sociali ad un livello minimale, di "media" e di "banalità", dove i personaggi non fanno mai quei discorsi importanti e decisivi atti a determinarne la fisionomia intellettuale ed a manifestarne il rapporto cosciente coi grandi problemi del proprio tempo, Lukács si chiude alla comprensione della denuncia tipica di una situazione che tali opere rappresentano.

Sappiamo come in pieno periodo fascista *Gli indifferenti* di Moravia scoprissero con tanta crudezza il vuoto morale che sottostava ad una società dalla facciata retorica e preimperiale, che contribuì più di tanti altri scritti ad una presa di coscienza politica ed etica da parte di una generazione di lettori. Moravia, come già Flaubert, narrava di personaggi scialbi in circostanze realisticamente scialbe. Mancava quella resa dell'"eccezionale come realtà sociale tipica" che per Lukács è necessario a sottrarre il personaggio alla medietà statistica e a costituirlo come modello ideale che assommi in sé non i caratteri accidentali della realtà quotidiana, bensì i caratteri "universali" di una realtà esemplare.<sup>14</sup> Ma se questa tecnica di realizzazione del personaggio è servita a definire figure vigorose come quelle di Stendhal, Shakespeare e Goethe, essa rappresenta pur sempre solo uno, uno tra i più felici, dei modi di definire figure. Madame Bovary non possiede la "eccezionalità" di Amleto né quella di Otello, ma possiede universalità, se universalità vuol dire per il personaggio (né sapremmo trovare a tale termine una accezione più impegnativa) possibilità di essere compreso e compartecipato da lettori lontani per secoli e costumi, in virtù delle qualità di persuasiva organicità con le quali il personaggio è reso.<sup>15</sup>

Nell'ambito di un particolare impegno ideologico o di una data visione del mondo Emma Bovary potrà apparire un tipo negativo: ma ciò non toglie che molti lettori possano riconoscersi in esso. Il tipo si propone e lavora nella coscienza del lettore: questo il dato di fatto. Così anche il personaggio cui Lukács non riconoscerebbe fisionomia intellettuale, il personaggio che non "ha tempo" di dire cose importanti, la cui coscienza si stempera nel flusso del verosimile quotidiano, nel fluido di impressioni non filtrate, o il personaggio di Ionesco che parla senza più significati e incarna beffardamente una condizione d'incomunicabilità, tutti questi personaggi sono a loro modo tipici. Esprimono con efficacia la condizione – o talune condizioni – della civiltà contemporanea e lo stato di una cultura.

Se vogliamo dunque prendere a prestito da Lukács il termine di "fisionomia intellettuale", dovremo conferirgli una accezione più vasta e conforme alla prospettiva dalla quale stiamo esaminando la questione. Per fisionomia intellettuale possiamo intendere quel profilo che il personaggio acquista e per il quale il lettore perviene a comprenderlo in tutte le sue ragioni, a comparteciparne sentimentalmente i moventi ed a capirlo intellettualmente, come se, anziché una narrazione, ci fossimo trovati tra le mani un intero trattato bio-psico-socio-storico sul tale personaggio; salvo che, attraverso la narrazione, comprendiamo quell'individuo (anagraficamente inesistente) meglio che se lo avessimo

conosciuto di persona, e meglio di quanto qualsiasi analisi scientifica ci consentirebbe di capire. Non è un paradosso sostenere che conosciamo meglio Julien Sorel di quanto non conosciamo nostro padre. Perché di nostro padre ci sfuggiranno sempre tanti aspetti non capiti, tanti pensieri tacuti, azioni non motivate, affetti non detti, segreti custoditi, memorie e vicende della sua infanzia... Mentre di Julien Sorel noi sappiamo tutto quello che *occorre* capire. Ecco il punto: nostro padre appartiene alla vita, e nella vita, nella storia (direbbe Aristotele), tante cose accadono l'una di seguito all'altra senza che noi possiamo cogliere il gioco complesso dei loro nessi. Mentre Julien Sorel è opera di invenzione e di arte, e l'arte sceglie e compone solo *ciò che conta* ai fini di quell'azione e del suo organico e verosimile svolgimento. Di Julien Sorel potremo ancora non capire molte cose, ma sarà solo questione di intensità di attenzione da parte nostra; tutti gli elementi per capirlo, per quel tanto che serve al racconto, sono presenti nel racconto. E per quel tanto che al racconto non serve, Julien Sorel non esiste. Dunque di questo personaggio abbiamo comprensione piena anche in termini di intelligenza, poiché non solo siamo portati a simpatizzare o meno con i suoi movimenti, ma anche a giudicarli e discuterli.

Vari e complessi sono d'altra parte i modi di conferire fisionomia intellettuale a un personaggio e questa non emerge solo dai comportamenti esteriori e dal gioco mobile degli eventi, ma anche da un corso di pensieri consapevoli, o di descrizioni preliminari. Nel *Doctor Faustus* di Mann, ad esempio, la fisionomia di Adrian Leverkühn prende forma in virtù della presentazione minuziosa, ragionata, quasi clinica che ne fa Serenus Zeitblom; attraverso questa esposizione i gesti di Adrian acquistano sempre un alone di ambiguità e il personaggio non emerge come figura viva e calda; il lettore si sente attratto e respinto ad un tempo dalla sua mancanza di umanità, dal gelo simbolico che lo sovrasta; con tutto ciò nessuno può negare una affascinante individualità a questa figura anche se ci viene tratteggiata con una tecnica narrativa particolare. Parallelamente alla presentazione di Adrian si sviluppa poi la implicita presentazione di Serenus: il suo carattere – molto più vivo e forte di quanto non sembri a prima vista e che riassume, insieme con una buona metà di Thomas Mann, un certo tipo di intellettuale tedesco di tradizione goethiana – emerge dalle reazioni, trasparenti dal tono del racconto, del narratore di fronte ad Adrian. Quasi con la stessa tecnica narrativa, usata con due intenzioni parallele, agente contemporaneamente su due piani, vengono caratterizzati in modo diverso due diversi personaggi. Nella stessa frase che definisce un gesto di Adrian il tono emotivo con cui la frase viene pronunciata costituisce spesso il “gesto” di Serenus. Dal canto proprio Anthony Patch, il protagonista di *Belli e dannati* di Fitzgerald, ci viene invece minuziosamente presentato all'inizio del romanzo, prima ancora di agire alla ribalta, in una storia non tanto dei suoi pensieri quanto dei suoi comportamenti e delle sue abitudini, visti nel loro sviluppo quasi in termini di ironico rapporto pedagogico, come suggeriscono gli stessi capoversi iniziali (esempio: *Passato e personalità del protagonista*). Il personaggio entra in scena già definito e giudicato per una buona metà. All'opposto, Francis Macomber, il protagonista di uno dei racconti di Hemingway, ci si rivela passo passo e la sua personalità emerge pagina per pagina dai suoi gesti. La sua vigliaccheria, la sua impotente sottomissione di marito tradito, la sua ripresa tragicamente orgogliosa, queste qualità che ne fanno un personaggio così memorabile, l'autore non le elenca né le analizza mai. Ce le mostra narrandoci dei gesti, registrando dei dialoghi e dei pensieri quasi telegrafici. Il personaggio intero emerge tutto dall'azione, persino da quella morte stupida che è indispensabile a definirlo e che tuttavia non dipende da lui ma è un evento impersonale dell'azione. In altri personaggi poi la fisionomia,

delineata fornendo registrazioni di pensieri ed emozioni, risulta così complessa e abbondante, così indiscriminatamente massiccia da far pensare che in tanta *non-scelta* di materiale offerto, il personaggio non esista più come individuo e sia piuttosto un esempio clinico indeterminato di disgregazione mentale. Così pare avvenire ai personaggi dello *Ulysses* di Joyce per i quali Lukács sostiene, a proposito di fisionomia intellettuale, che l'esclusiva concentrazione sul momento psicologico abbia condotto al dissolvimento del carattere<sup>16</sup>. Ma in verità il lettore attento, alla fine del romanzo ricava una immagine vigorosissima di un personaggio ad esempio come Bloom, che può essere assunto in tutti i suoi significati simbolici (*l'everyman* in esilio nella città, la ricerca della paternità o della integrazione, eccetera) proprio perché si presenta come personaggio con le sue sensazioni ed i suoi atti intellettivi, e quindi con un suo dramma, un conflitto di passioni: salvo che, per tratteggiare i contorni di questa figura l'autore ha fatto ricorso ad una tecnica narrativa originale scegliendo come essenziali i dati che la narrativa tradizionale avrebbe considerato inessenziali, disponendo l'azione lungo asisse temporali improntate ad una nuova concezione delle dimensioni psichiche, individualizzando e tipizzando, insomma, con diversi criteri di scelta; così che il lettore, per cogliere i contorni di quel tipo di personaggio, abbisogna di una concentrazione e di una acutezza maggiore di quella richiesta, poniamo, per capire il personaggio di Renzo Tramaglino.

Mostrati in modi così differenti, i cinque personaggi elencati costituiscono in grado diverso cinque figure di notevoli individualità; e questo in definitiva perché ciascuno è stato presentato *disponendo con coerenza i mezzi scelti per descriverlo*, il personaggio è risultato efficace in virtù di un rapporto calibrato di mezzi a fine. Ma il rapporto si è reso persuasivo perché *ha portato ad una equilibrata esasperazione comportamenti che ci è dato di ritrovare nella vita di ogni giorno*: il narratore li ha scelti composti, esasperati per renderli visibili, li ha fatti reagire con altri comportamenti parimenti scelti e composti.<sup>17</sup> E in questa scelta e composizione (che è il *fare con arte*) il personaggio, nel *contesto* dell'opera, ha assunto fisionomia intellettuale. Tanto che siamo portati a vederlo come formula vivente, definizione incarnata di quegli stessi comportamenti. Di qui la nostra possibilità di riconoscerci in lui, anche se esso non costituisce affatto il ritratto speculare o la somma statistica delle nostre situazioni reali: perché queste situazioni le troviamo qui proposte in misura intraducibile e inalterabile, e proprio per questo convincenti. Così in base a possibilità strutturali oggettive, la tipicità del personaggio si definisce nel *rapporto di questo col riconoscimento che il lettore può effettuarvi*. Il personaggio riuscito – sentito come tipo – è una formula immaginaria che ha più individualità e freschezza di tutte le esperienze vere che riassume ed emblematizza. Una formula *godibile e credibile* a un tempo.

Questa *credibilità* che si attua nella *godibilità* ci dice che, realizzandosi come termine di un processo artistico e consegnandosi al lettore solo al termine di un apprezzamento estetico, il tipo perdura nella memoria del lettore e gli si può riproporre come esperienza morale. Effetto di un processo estetico esso funziona nella vita quotidiana come *modello di comportamento o formula di una consapevolezza intellettuale*, metafora individuale sostitutiva, insomma, di una categoria<sup>18</sup>.

#### *Tipo, simbolo, “luogo”*

Abbiamo parlato di *formula* ed *emblema*: e queste due espressioni ci suggeriscono la possibilità di sentire ed usare il tipo riuscito – nel discorso comune o nella qualificazione culturale di esperienze –

come *simbolo*. Questo è possibile purché si mantenga a “simbolo” l’accezione ormai diffusa (ed allargata nel definire “simbolico” ogni fatto d’arte) di un segno particolarissimo che non viene consumato nell’atto di cogliere il segnato ma viene percepito e apprezzato in uno con esso, in virtù di quella simulazione organica per cui, come è stato detto, il simbolo poetico è *semanticamente riflessivo* nel senso che è una parte di ciò che significa. Se il simbolo è da intendersi, con Coleridge, come “una certa trasparenza dello speciale nell’individuale, o del generale nello speciale”, la facilità con la quale persone di ogni genere possono riconoscersi nei personaggi narrativi ci suggerisce indubbiamente una funzione simbolica del tipo<sup>19</sup>.

Se ogni tipo può essere un simbolo non è vero tuttavia l’inverso. In Melville, il capitano Achab è un personaggio così incisivo e persuasivo, anche se psicologicamente così indefinito e alluso, che possiamo accettarlo come simbolo di varie situazioni morali; ma l’opposto avviene per Moby Dick: essa si è caricata attraverso mille esegezi di svariati significati simbolici – né alcuno dubita che Melville volesse farne un simbolo – ma non è un personaggio né tanto meno un tipo. Tipica apparirà la situazione umana della caccia, il rapporto Achab-Balena o Ismaele-Balena; ma la Balena in sé è solo un affascinante geroglifico. È chiaro dunque che il campo del tipico non è coestensivo a quello del simbolico; l’uso e l’organizzazione artistica di simboli costituisce un altro legittimo territorio dell’arte che esula dal presente discorso.

Il simbolo, poi, si differenzia dal tipo anche perché può benissimo preesistere all’opera come elemento di un repertorio mitologico, antropologico, araldico, magico. Può preesistervi come “luogo” originariamente letterario e ormai appiattito dalla convenzione, come situazione quotidiana che la letteratura ha reso topica e carica di possibilità allusive (il viaggio, il sogno, la notte, la madre), può esistere come “idea archetipa”, manifestazioni dell’inconscio collettivo di cui ci parla Jung (esempio: la fecondità come femminilità, Gea, Cibele, la dea madre e l’eterno femminino in varie religioni)<sup>20</sup>. Invece il tipo non preesiste mai all’opera, ma ne costituisce la riuscita. Nulla vieta che il tipo come riuscita divenga popolare e si appiattisca a “luogo” di repertorio (la vicenda “odisseica”, la “perpetua”). E spesso avviene invece che un “luogo”, un simbolo molto commerciato e di pesante tradizione storica, entrando in una nuova opera si incarni così bene in un personaggio da risolversi in tipo individualissimo nonostante i suoi originali compiti simbolici: come avviene dell’archetipo Gea Tellus che nello *Ulysses* di Joyce diviene il personaggio Molly Bloom.

### *L’uso scientifico della tipicità*

Il personaggio non diviene tipico perché incarni una categoria sociologica e psicologica, generale ed astratta. I Buddenbrook non sono tipici perché generalizzino in una contrazione efficace tutte le analisi possibili su di un dato tipo di borghesia mercantile in un dato momento storico. Tuttavia il sociologo e lo psicologo possono benissimo chiarire la propria analisi con un ricorso al personaggio o alla situazione tipica. Questo impiego può costituire solo la mutuazione di una figura in un processo di appiattimento e convenzionalizzazione, come è avvenuto per il “complesso di Edipo”; ma altre volte si può dare il ricorso esteticamente vivace, e in tal caso lo scienziato ricorre al tipo come ad una metafora, con tutta l’esteticità di discorso che l’uso di una metafora non usuale comporta<sup>21</sup>. Altre volte ancora il ricorso al tipico per usi teorici ha la stessa intensità emotiva che accompagna il ricorso al tipico nel vivo di una

nostra esperienza personale: si pensi all'uso che Kierkegaard fa della figura di Don Giovanni. In tutti questi casi, anche se poi il tipo si trasforma in categoria generale, nel momento del ricorso sussisteva un rispetto della integrità estetica del personaggio, sentita e fruenda come tale.

### *Tipo e “topos”*

L'affermazione che il riconoscimento di tipicità avviene solo nei confronti dei personaggi artisticamente riusciti, esteticamente ricchi e complessi, può essere contestata da una serie di esperienze facilmente verificabili. Si potrebbe osservare che è più facile riconoscere come tipiche di nostre situazioni non tanto le figure proposte dalla grande arte (che richiedono un processo di comprensione e sintonizzazione alle loro ragioni profonde), ma proprio quelle offerte dalla letteratura e dal film commerciale, dall'artigianato spicciolo di immediata efficacia ed ampia diffusione. Il divismo è già di per sé stesso una forma di tipicità operantissima (anche se a livello puramente empatico, senza che particolari contenuti morali e intellettuali agiscano nel processo di immedesimazione); e personaggi di valida fattura come Paperino o la coppia Arcibaldo e Petronilla di Mac Manus possono venir detti correntemente dei “tipi” i cui corrispettivi ci è dato di individuare nella vita reale.

Tuttavia ci accorgiamo che l'infelicità coniugale di Arcibaldo non è la stessa (non così compartecipabile, toccante, memorabile) di quella presentata dal Chaplin di *Giorno di paga*, manovale squallido che rincasa a fine settimana e trova la moglie, virago immane, ad attenderlo all'angolo della strada per sottrargli l'intero salario. C'è dunque una differenza tra il tipo offerto dal racconto commerciale e quello proposto dal racconto che raggiunge la compiutezza dell'arte. *Ma occorre proprio chiarire in che cosa consista la differenza di intensità per capire perché nell'un caso si parli di arte e nell'altro no.* E dato che nell'esempio addotto il divario è così sensibile da rendere troppo semplicistica la conclusione, rifacciamoci ad un caso in cui il divario, meno evidente, richieda una più accurata individuazione.

*I tre moschettieri* non sarà un'opera d'arte nel senso che la moderna terminologia estetica conferisce a questo termine, e crocianamente si potrebbe definirla opera di letteratura, ma proprio in questi limiti – e fu proprio Croce a convenirne – è un'opera appassionante. Col suo *plot* ricco di immaginazione, di situazioni, di imprevisti e colpi di scena, con la sua *verve* e la sua vitalità, con l'astuzia grossolana ma agguerritissima con la quale l'artigiano Dumas dispone la sua vicenda, *I tre moschettieri* non solo si fa e si è fatto leggere, ma ha fornito al repertorio immaginativo dei lettori di due secoli una serie di figure e momenti che potremmo ben dire tipici, perché sono citabili, rievocabili, ricorrenti o indentificabili ad esperienze comuni. In un certo senso e in un certo tipo di memoria popolare d'Artagnan vale Ulisse od Orlando paladino. Davanti ad una situazione in cui la complessità dell'intrigo venga risolta con piratesca spensieratezza, con baldanza acrobatica e innocente mancanza di scrupoli (e tuttavia con una animale positività) possiamo benissimo evocare d'Artagnan in luogo di Ulisse o viceversa: in particolari condizioni di spirito quello che verrà più facilmente alla memoria sarà proprio il guascone. E quando si dice “alla moschettiera” ecco un altro modo di far ricorso al tipo d'Artagnan.

È chiaro però che nell'operare un riconoscimento del genere siamo ancora al di qua di una analisi e un giudizio sulla situazione; anzi, l'evocazione di d'Artagnan ci è servita proprio per evitare, nel gioco un poco divertito del riferimento romanzesco, il giudizio vero e proprio. L'evocazione del tipo narrativo in questo caso è stata proprio un alibi e una scusante: “la tal situazione potrà ben essere giudicata come

volete, ma in fondo *fa tanto d'Artagnan!*” Il ricorso al luogo letterario è dunque intervenuto per risolvere in un gioco dell’immaginazione l’esigenza di un giudizio ed una definizione morale. Volendo procedere nel giudizio e nella definizione, d’Artagnan non ci servirebbe più: ci accorgeremmo che come figura umana è privo di complessità (anche se fa tante cose) e non ha “dimensioni” sufficienti perché possiamo riconoscere in lui situazioni umane reali. Mentre ci divertiva (a livello degnissimo) con le sue avventure, non ci accorgevamo che l’autore in fondo non ci diceva nulla su di lui e che le avventure che d’Artagnan viveva *non lo definivano affatto*. La sua presenza in esse era del tutto casuale. Aramis avrebbe potuto risolverle nello stesso modo, tranne differenze accessorie. La relazione, nel corpo dell’opera, tra il personaggio d’Artagnan e le sue vicende non era affatto *necessaria* e organica.

D’Artagnan era il pretesto intorno al quale si svolgevano dei fatti, e se tra fatto e fatto sussisteva quella relazione di “necessità” che Aristotele giudica essenziale all’intreccio, tra il personaggio e i fatti questa relazione cedeva il passo ad una relazione di concomitanza e di casualità.

Dunque, nel momento in cui cerchiamo di spiegarci perché d’Artagnan non sia pienamente utilizzabile come tipo, ci rendiamo conto del perché *I tre moschettieri* non sia un’opera d’arte vera e propria: in essa, al di là del piacevole susseguirsi di eventi narrati, manca proprio una condizione di “sistema” che leghi in relazioni strutturali, difficilmente alterabili, il livello del plot a quello della descrizione caratteriologica, questi al livello linguistico, e unifichi il tutto, appunto, risolvendolo in un “modo di formare” che si manifesti come strutturalmente simile ad ogni livello – così che il lettore creda di riconoscersi nel personaggio tipico, ma in effetti si riconosce nell’opera tutta, nella personalità che in essa si dichiara, nella congiuntura storica, sociale, culturale di cui essa si fa “modello”.

Ben diversamente avverrebbe invece se di fronte ad un’altra e più complessa esperienza di vita ci venisse spontaneo il ricorso al tipo Julien Sorel, ed in questa figura ci riconoscessimo e in questo riconoscimento misurassimo la nostra situazione. Allora ci accorgeremmo che il tipo offertoci è pienamente utilizzabile, con un margine di fecondità non frutta. Le avventure di d’Artagnan potevano benissimo svolgersi alla corte di Spagna o qualche secolo più tardi alla corte di Napoleone, e sarebbe bastato mutare qualche particolare perché l’intreccio funzionasse egualmente; Costanza Bonacieux era una cameriera della regina ma avrebbe anche potuto essere una dama di corte senza che il rapporto degli avvenimenti dovesse mutare gran che; d’Artagnan è dunque un personaggio così “disponibile”, così aperto a tante traduzioni, che la sua utilizzabilità è estremamente limitata. Le vicende esteriori e interiori di Julien sono invece difficilmente scindibili dalle congiunture storiche e dal clima morale della Francia sotto la restaurazione; ma proprio perché la storia è così complessamente individuale, proprio perché le connessioni sono talmente singolari da divenire vere vitali e plausibili (condizioni e carattere di Luisa Rênal e Matilde de La Mole non sono affatto permutabili e traducibili), proprio per questo il racconto stendhaliano acquista necessità interna e il tipo Julien diviene “universale” (nel senso già chiarito)<sup>22</sup>. L’utilizzabilità del tipo si allarga dunque a livello morale e Julien Sorel, risultato dell’arte, diviene una *categoria della moralità*.

D’Artagnan invece potrà essere impiegato come *categoria dell’immaginazione*: potrà essere impiegato come predicato visivo, pittorico. Servirà ad identificare una figura o una situazione nel suo contorno esteriore, nella sua pittoricità immediata. Un modo di muoversi, di accadere, di capitare, può “fare d’Artagnan”; questo sinché non ci si chieda le ragioni di quel muoversi, accadere, capitare. Julien Sorel

definisce invece un modo di essere.

Definiremo allora opera d'arte la narrazione che produce figure capaci di farsi modelli di vita ed emblemi sostitutivi del giudizio sulle nostre esperienze. Le altre opere producono "tipi" che solo per consuetudine di linguaggio possiamo ancora dire tali: utili ed innocenti, essi ci soccorrono quali moduli immaginativi che si consumano nell'impressione non approfondita, e il loro impiego ha qualcosa della felicità inventiva con la quale da uno spunto di vita si trae una situazione narrativa. Questi prodotti letterari possiamo meglio definirli come dei *topoi*, dei *luoghi*, facili a convenzionalizzarsi ed impiegabili senza impegno. Il *topos* come modulo immaginativo viene applicato in quei momenti in cui una certa esperienza esige da noi una soluzione inventiva, e la figura evocata dal ricordo sostituisce appunto un atto compositivo dell'immaginazione che, pescando nel repertorio del *già fatto*, si esime dall'inventare quella figura o quella situazione che la vivacità dell'esperienza postulava. Talvolta un andito buio, una strada fiocamente illuminata, un lampioncino intravisto nella nebbia, possono stimolare l'immaginazione e porla in orgasmo inventivo: e con divertita superficialità possiamo compiacerci ad immaginare la figura di Fantomas che scivola lungo i marciapiedi di una Parigi di maniera. La situazione era già stata inventata e la si usa senza scrupoli di fedeltà e di cultura. Ma la stessa situazione, in altra sede, potrebbe divenire veramente e profondamente tipica: e la stessa strada oscura può suggerirci l'evocazione dell'assassinio di Josef K. consumato dietro l'angolo.

#### *Ricorso al topico e sensibilità decadente*

L'uso del luogo letterario come sostitutivo dell'invenzione ha qualcosa di simile al gioco in quanto diverso dall'arte: il bambino che gioca *trasforma* una cosa nell'altra, ma non costruisce<sup>23</sup>. Ora, proprio dell'atteggiamento alessandrino è il ricorrere al prodotto artistico e l'applicarlo quale forma alla vita non per definire meglio la vita come tale, e per poter così operare su di essa, e non per rendere continua la memoria dell'arte immettendola nella sequenza attiva dei comportamenti pratici, ma per risolvere e immobilizzare la vita in arte, in percezione fine a se stessa, in rivelazione, e liquefarla in memoria. Anche il ricorso all'arte diviene la rimemorazione preziosa di un "luogo" culturale che colma una esigenza dell'immaginazione impigrita. Per il decadente anche il ricorso al tipico si livella ad un ricorso al topico; un ricorso alla esperienza artistica senza rapportarla alla vita dalla quale si originò ed alla quale rimanda. Poiché è proprio dei periodi alessandrini e decadenti, come è stato detto, ragionare sui libri e non sulla vita, scrivere sui libri e non sulle cose, esperire di seconda mano la vita mutuandone l'immagine dai prodotti dell'immaginazione, e immaginare spesso con le immagini altrui, quando non l'energia formativa, ma la sovrapposizione del *topos* da forma all'esperienza. Non c'è pagina de *// piacere* dove l'esperienza dell'istante non sia rapportata da Andrea Sperelli al "luogo" artistico. Dato che la sua immaginazione è tutta visiva e sensuosa, i suoi ricorsi puntano abitualmente sulle arti figurative, ma il meccanismo non cambia: "Costanza Landbrook... pareva una creatura di Thomas Lawrence"; quanto a Elena Muti "i lineamenti gai del volto rammentavano certi profili femminili ne' disegni del Moreau giovine, nelle vignette del Gravelot"; Andrea stesso, ad Elena, per la sua bocca giovanile "ricordava per una singolare coincidenza il ritratto del gentiluomo incognito ch'è nella Galleria Borghese". In tutti questi ed altri casi la citazione interviene per sostituire una descrizione evocatrice per forza propria; e spesso il rapporto tra l'esperienza del momento e il luogo citato è poco più che

casuale, i luoghi perdono la loro individualità e divengono modi di una tonalità contemplativa sempre uguale, quella di Andrea Sperelli, nell'intento di bloccare la realtà in disegno godibile (“Roma appariva d'un color d'ardesia molto chiaro, con linee un po' indecise, come in una pittura dilavata, sotto un cielo di Claudio Lorenese, umido e fresco...”)

Ma almeno Andrea Sperelli riesce un esempio tipico di decadente che ricorre al topico. È invece l'esempio tipico di un ricorso al tipico che è difficile da reperire: poiché gli autori che come uomini abbiano attitudine a sentire la tipicità dei personaggi letti nel senso pieno e vigoroso che si è detto, nei loro romanzi non ricorrono e non fan ricorrere ai tipi, ma producono tipi senz'altro. Il ricorso al tipico avviene in modo sano e produttivo solo nella vita (e mai con troppa facilità); di solito, quando appare in un libro, la sensibilità dell'autore è sospetta, e siamo pericolosamente vicini a un ricorso al topico. All'inizio di *Dans un moi dans un an* di Françoise Sagan, Bernard, uno dei protagonisti, si trova in un salotto letterario e ammira in silenzio la donna amata, Josée. Mentre la contempla, proponendosi di rivelarle il suo amore, ode il pianista che suona una musica molto bella, tenera, “avec une phrase légère qui revenat sans cesse...” In quell'istante Bernard avverte che quella frase musicale riveste per lui il valore di una rivelazione, si identifica con l'oggetto amato, col suo desiderio di amante, col desiderio di tutti gli uomini, con la loro giovinezza e la loro melanconia. Questo sentimento è molto oscuro, impalpabile, e il lettore si attende che venga chiarito. Ma l'autrice a questo punto ci comunica un improvviso pensiero di Bernard: “Voilà – pensa-t-il avec exaltation – c'est cette petite phrase! Ah, Proust, mais il y a Proust; je n'ai rien à faire de Proust à la fin...” E qui finisce il breve episodio; l'incanto è rotto, Bernard ritorna alla vita del salotto. L'autrice con Bernard voleva evidentemente darci l'immagine di un uomo di lettere piuttosto *blasé* che non può ormai neppure più godere della freschezza di certe situazioni perché le riconosce già letterariamente scontate. Ma in quest'episodio assistiamo anche a un altro gioco più inavvertito, per il quale Françoise Sagan finisce per identificarsi con Bernard. L'autrice ha accennato ad una certa emozione del suo personaggio, ma nel momento stesso in cui questa emozione andava analizzata e approfondita, ha evitato l'ostacolo: “Se volete sapere cosa Bernard provasse udendo quella frase musicale – pare suggerirci – ricordatevi le emozioni e i pensieri di Swann all'udire la famosa frase della sonata di Vinteuil, come Proust ce li narra nel primo volume della *Recherche*. ” L'autrice ha dimostrato una mancanza di vitalità formativa, ha rinunciato a produrre una situazione e un carattere prendendo a prestito situazione e carattere da un'altra opera. Quest'atto di pigrizia narrativa non ci ha affatto definito il personaggio ma solo l'immaturità della scrittrice che, almeno in questo caso, ha tradito una preponderanza di esperienza libresca e la incapacità a produrre una azione che avesse la vivacità della vita<sup>24</sup>.

Ma probabilmente in questo atteggiamento c'era anche altro: il far leva, per comodità, su una sorta di complicità snobistica con lo snobismo del lettore. Si sottintende cioè che il lettore abbia già provato un'emozione di fronte al fatto artistico originario, e lo si rimanda a quella, come tra persone che “s'intendono”. Facendo ciò l'autrice realizzava un risultato con poca spesa: non aveva da “rappresentare” o “costruire” un'emozione, ma rimandava il lettore all'emozione “già confezionata”. Snobismo e pigrizia, nonché commercio di “universali” già gravi di prestigio. È una tipica manifestazione di *midcult*, nel senso in cui lo intende MacDonald. Evidentemente l'immaginazione, se vuole essere produttiva, deve rinunciare ai moduli preesistenti<sup>25</sup>;

non così l'azione pratica, che abbisogna di moduli e paradigmi, e tanto più viva riesce quanto più vivo è il modello, quanto più esso è lontano dalla formula mnemonica e dall'articolo di legge. Una vivacità di tal genere ci sembra prodursi nel rapporto autentico di ricorso al tipo.

### *Conclusioni*

Questo autentico ricorso al tipico si caratterizza dunque come *l'uso pratico* di un *prodotto artistico* già goduto in una coscienza dei nessi che lo legavano alla realtà e alle esperienze nostre attuate o possibili. Questa viva eteronomia del rapporto fruitivo (che non si oppone all'autonomia del personaggio in quanto oggetto estetico retto da leggi autonome) è possibile perché il narratore o il drammaturgo hanno lavorato nell'intento di dare vita ad un mondo autosufficiente nel quale tuttavia veniva impiegato un copioso materiale di vita, risolto sia negli eventi rappresentanti che nel modo di rappresentarli. L'artista ha prodotto disponendo una strategia di effetti comunicativi in vista dei possibili atteggiamenti dei fruitori: la sua opera si è concretata in un nodo formale che, attingendo alla complessità dell'esistenza in tutte le sue interrelazioni di interessi e atteggiamenti, chiede di essere realizzato (interpretato e assimilato) da fruitori concretamente compromessi coi vari interessi del mondo, non da un puro occhio contemplante. L'opera viene così realizzata nella fruizione di persone concrete che non possono farsi tempio esclusivo di essa, ma una volta accoltala nella memoria la recano, per così dire, seco per le vicende di ogni giorno, spremendone ed utilizzandone la sostanza col mescolarla a volizioni, comprensioni, emozioni di altro genere.

Ora, nei termini in cui è stato condotto, il discorso potrebbe aver fatto pensare che si abbia realizzazione del "tipo" in quelle che comunemente si intendono come manifestazioni di arte "superiore" o "colta", mentre nella narrativa o nella drammaturgia di consumo si avrebbero solo dei *topoi*, più o meno riusciti. Nel saggio *Lettura di Steve Canyon* noi stessi abbiamo avanzato l'ipotesi che a un certo tipo di discorso popolare (nella fattispecie il fumetto) fosse indispensabile procedere per caratteri convenzionali (e dunque per "luoghi" standardizzati, preesistenti al racconto, come in fondo il modulo del guascone d'Artagnan preesisteva a *I tre moschettieri* e l'emozione di Swann preesisteva all'emozione del Bernard della Sagan).

Tuttavia qui occorrerà pur fare due precisazioni. L'una è che l'impiego del *topos* non impedisce necessariamente un esito artistico; si è parlato di poemi allegorici che procedono per emblemi, e tutta la favolistica in fondo si regge su *topoi* (il principe bello e buono, la fata, la strega, il bambino disubbidiente, e così via). È ragionevole l'ipotesi che ogni racconto che proceda per *topoi*, sul piano dell'utilizzazione pratica, non comunichi che messaggi pedagogicamente "conservatori"; il *topos* è prefissato, quindi rispecchia un ordine che preesiste all'opera; solo un'opera che crei ex novo un tipo umano può proporre una visione del mondo e un programma di vita che stia *al di là* dello stato di fatto. Un lettore dei fumetti contemporanei, di gran parte della letteratura gialla, una analisi dei personaggi televisivi, condurrebbe a verificare agevolmente tale ipotesi. Sta peraltro di fatto che in alcuni casi (ad esempio certi racconti di fantascienza) il *topos* convenzionale (l'eroe spaziale, il mostro con gli occhi d'insetto – *topos* a tal punto da essere ormai contrassegnato, nella letteratura critica sulla SF, con una sigla, "BEM", *bug eyed monster* – il tecnarca intergalattico o lo scienziato pazzo) diventa elemento costitutivo di una allegoria che lo supera, e assume funzione di rottura e di proposta, non di mera

riconferma del fattuale; ma in questi casi, chiaramente, il racconto non punta tanto sulla definizione del personaggio, né il personaggio vi assume ruolo centrale: e si fa piuttosto pretesto per dipanare una sequenza di eventi a chiara funzione gnomica. La conclusione sarebbe invece che, ogni qual volta il personaggio fittizio (in quanto puro *topos*) diventa centrale, fine esplicito del racconto, allora l'opera propone soltanto modelli di vita pratica puramente esteriori, in cui il lettore crede di riconoscersi, mentre di fatto proietta in essi solo l'aspetto più superficiale della propria personalità. Il saggio su Superman (che segue) dà la immagine di un *topos* la cui improbabilità è sostenuta proprio da una conseguente manipolazione del *plot*: lo schema narrativo sorregge e fonda la convenzionalità del personaggio. Ma ogni qual volta il personaggio, anche fittizio, cessa di avere funzione centrale, per farsi supporto di altri contenuti che il racconto tende ad esprimere usando il *topos* esplicitamente come tale, a titolo di mero pretesto, la convenzionalità del personaggio non diventa allora segno di fallimento dell'opera. Come seconda precisazione, si potrà infine ricordare che anche nell'ambito di una narrativa popolare, come il fumetto, si sono dati dei casi in cui un personaggio apparentemente schematico, pretestuosamente convenzionale, è diventato qualcosa di più, un "costui", un modello di situazioni morali concretissime; e lo è diventato grazie a una particolare struttura della narrazione, a un sistema di iterazioni e di *leit motiv* che hanno contribuito a scavare, sotto la scorsa dello schema convenzionale, la profondità di un tipo. Sia pure in misura minima, ci è parso di individuare queste caratteristiche nel personaggio Charlie Brown, a cui viene dedicato il terzo saggio di questa sezione.

## IL MITO DI SUPERMAN

I

Il problema che vorremmo affrontare richiede una definizione preliminare, e tutto sommato accettabile, di “mitizzazione” come simbolizzazione inconscia, identificazione dell’oggetto con una somma di finalità non sempre razionalizzabili, proiezione nell’immagine di tendenze, aspirazioni, timori particolarmente emergenti in un individuo, in una comunità, in una intera epoca storica.

Infatti quando si parla di “demitizzazione” in riferimento al nostro tempo, associando il concetto ad una crisi del sacro e a un impoverimento simbolico di quelle immagini che tutta una tradizione iconologica ci aveva abituato a ritrovare sempre cariche di profondi significati sacrali, si intende appunto indicare il processo di dissoluzione di un repertorio simbolico istituzionalizzato tipico della prima cristianità e della cristianità medievale (e in qualche misura risuscitato dal cattolicesimo controriformistico). Questo repertorio permetteva di trasferire, in misura pressoché univoca, i concetti di una religione rivelata in una serie di immagini, servendosi quindi di queste per trasmettere, *per speculum in aenigmate*, i dati concettuali originari, così che essi potessero venire colti anche dai semplici, digiuni di raffinatezze teologiche, così come fu sempre preoccupazione costante dei vari concili che si occuparono del problema delle immagini.

La “mitizzazione” delle immagini era dunque un fatto istituzionale che partiva dall’alto, veniva codificato e deciso da uomini di Chiesa come l’abate Suger, i quali si appoggiavano dal canto proprio a un repertorio figurale fissato da secoli di ermeneutica biblica, infine volgarizzato e sistemato dalle grandi encyclopedie dell’epoca, dai bestiari e dai lapidari. Era pur vero che chi fissava il valore e il significato di certe immagini interpretava pur sempre tendenze mitopoietiche che venivano dal basso, cogliendo il valore iconico di certe immagini archetipe e prendendo a prestito da tutta una tradizione mitologica e iconografica elementi che ormai, nella fantasia popolare, andavano associati a certe situazioni psicologiche, morali, soprannaturali; ed è anche vero che queste identificazioni simboliche entravano a far parte della sensibilità popolare in modo così profondo che a un certo punto era difficile porre una discriminazione tra mitopoietica “diretta” e mitopoietica “spontanea” (e l’iconografia delle cattedrali medievali è piena di esempi del genere); ma in definitiva tutto l’assestamento di questa riposava su alcune coordinate di unità di una cultura che erano state fissate e venivano fissate nei concili, nelle *summae*, nelle encyclopedie, e trasmesse attraverso l’attività pastorale dei vescovi, l’attività educativa delle abbazie e dei conventi.

La crisi di questo stretto legame tra immagini e verità storiche e soprannaturali significate, e quindi il “consumo” della carica sacrale di una statua o una figura dipinta, la mondanizzazione di elementi

iconografici che via via sono diventati puri pretesti per esercitazioni formali (o per la trasmissione di altri significati, pur rimanendo apparentemente legati al sistema di segni di una religione rivelata), si identifica con la crisi di una sistematica e di tutta una cultura; nel momento in cui nuove metodologie di indagine mettono in dubbio la stabilità di una visione del mondo e stabiliscono la possibilità di una ricerca continuamente rivedibile, allora non è più possibile accettare un rapporto fisso tra un repertorio di immagini e un repertorio di significati filosofici, teologici e storici che hanno appunto perduto le loro caratteristiche di stabilità.

Che tuttavia il processo di “mitizzazione” delle immagini non si identificasse con il processo, storicamente assai delimitato, di identificazione di immagini e corpo istituzionalizzato di verità, ci è dimostrato dallo sforzo che tutta l’arte moderna ha progressivamente fatto, per creare, di fronte alla caduta dei *simboli oggettivi* su cui riposava la cultura classica e medievale, dei *simboli soggettivi*. In fondo gli artisti hanno continuamente tentato (e quando l’operazione non era intenzionale negli artisti, vi provvedeva la sensibilità colta e popolare, che caricava di significazioni simboliche una immagine o comunque la eleggeva a simbolo di determinate situazioni e valori) di porre equivalenti iconici di situazioni intellettuali ed emotive: e abbiamo avuto simboli dell’amore, della passione, della gloria, della lotta politica, della potenza, della riscossa popolare. E infine, la poesia contemporanea ha marciato in direzione di una simbolizzazione sempre più soggettiva, privata, compartecipabile solo dal lettore che riuscisse ad identificarsi per via di congenialità con la situazione interiore dell’artista. Simboli di questo genere sono i tre alberi di Proust, la ragazza uccello di Joyce, i cocci di bottiglia di Montale. Anche quando il poeta attinge a un repertorio simbolico tradizionale (Mann, Eliot) lo fa per ridare nuova sostanza simbolica a vecchie immagini mitiche, e se pure tenta di universalizzare il suo processo, affida l’universalizzazione alla forza comunicante della poesia, non si affida a una situazione socio-psicologica esistente; tenta cioè di *istituire* un modo di sentire e di vedere, non approfitta di un modo di sentire e di vedere la cui universalità, appunto, riconosce come spezzata e irrecostituibile.

### *Simboli e cultura di massa*

Tuttavia nel mondo contemporaneo esistono settori in cui si è andata ricostituendo su basi popolari questi universalità di sentire e di vedere. Questo si è verificato nell’ambito delle società di massa dove tutto un sistema di valori, a modo proprio abbastanza stabile e universale, si è concretato, attraverso una mitopoietica i cui modi esamineremo, in una serie di simboli volta volta offerti dall’arte e dalla tecnica. In una società di massa nell’epoca della civiltà industriale, osserviamo infatti un processo di mitizzazione affine a quello delle società primitive e che tuttavia procede spesso, all’inizio, secondo la meccanica mitopoietica messa in opera dal poeta moderno. Si tratta cioè dell’identificazione privata e soggettiva, in origine, tra un oggetto o una immagine e una somma di finalità, ora coscienti ora inconscie, in modo che si attui una unità tra immagine e aspirazioni (e che ha molto dell’unità magica sulla quale il primitivo basava la propria operazione mitopoietica).

Se il bisonte disegnato sulla parete della caverna preistorica si identificava col bisonte reale, garantendo dunque al pittore il possesso della bestia attraverso il possesso dell’immagine, e avvolgendo dunque l’immagine di un’aura sacrale, non diversamente accade oggi quando la nuova automobile, quanto più possibile costruita secondo modelli formali che fanno leva su una sensibilità archetipica, diventa a tal

punto un segno di uno *status* economico da identificarsi con esso. La moderna sociologia, da Veblen alla analisi popolare e divulgativa di Vance Packard, ci ha convinto del fatto che in una società industriale i cosiddetti “simboli di *status*” pervengono in definitiva a identificarsi con lo *status* stesso: raggiungere uno *status* vuol dire possedere un certo tipo di macchina, un certo tipo di televisore, un certo tipo di casa con un certo tipo di piscina; ma al tempo stesso ciascuno degli elementi posseduti, macchina, frigorifero, casa, televisore, diventa simbolo tangibile della situazione complessiva. L’oggetto è la situazione sociale e nel contempo ne è il segno: di conseguenza non ne costituisce solo il fine concreto perseguitabile, ma il simbolo rituale, l’immagine mitica in cui si condensano aspirazioni e desideri<sup>2</sup>. È la proiezione di ciò che vorremmo essere. In altri termini, nell’oggetto, inizialmente visto come manifestazione della propria personalità, si annulla la personalità.

Ora, tale mitopoietica ha caratteri di universalità perché di fatto è comune a tutta una società; ed ha le caratteristiche della creazione dal basso. Ma al tempo stesso viene proposta dall’alto, perché un’automobile diventa simbolo di *status* non solo per tendenza mitizzante che parte inconsciamente dalle masse, ma perché la sensibilità di queste masse viene istruita, diretta e provocata dall’azione di una società industriale basata sulla produzione e sul consumo obbligatorio e accelerato. Quindi i Suger della nostra epoca, che creano e diffondono immagini mitiche destinate poi a radicarsi nella sensibilità delle masse, sono gli uffici studi delle grandi industrie, gli *advertising men* di Madison Avenue, quelli che la sociologia popolare ha designato con l’epiteto suggestivo di “persuasori occulti”.

Di fronte dunque a queste nuove situazioni mitopoietiche, ci pare che il procedimento da seguire debba possedere due qualità: da un lato una ricerca degli *obiettivi* che l’immagine incarna, di *ciò che sta dopo l’immagine*; dall’altro un processo di *demistificazione* che consiste nell’identificare *ciò che sta dietro l’immagine*, e quindi non solo le esigenze inconscie che l’hanno promossa ma anche le esigenze consci di una pedagogia paternalistica, di una persuasione occulta motivata da fini economici determinati<sup>3</sup>. La civiltà di massa ci offre un evidente esempio di mitizzazione nella produzione dei *mass media* e in particolare nell’industria delle *comic strips*, i “fumetti”. Esempio evidente e singolarmente adatto al nostro scopo, perché qui assistiamo alla compartecipazione popolare di un repertorio mitologico chiaramente istituito dall’alto, e cioè creato da un’industria giornalistica peraltro particolarmente sensibile agli umori del proprio pubblico, di cui deve fronteggiare la richiesta<sup>4</sup>.

Che le *comics strips* vengano lette, almeno negli Stati Uniti (ma è fenomeno che gradatamente sta verificandosi anche negli altri paesi) dagli adulti più che dai ragazzi, è fenomeno assodato; che dei *comic books* vengano prodotti circa un miliardo di copie all’anno nei soli Stati Uniti, ci è rivelato dalle statistiche; le quali ci dicono pure che, attraverso le strisce che appaiono giornalmente sui quotidiani (su tutti i quotidiani, esclusi il *New York Times* e il *Christian Science Monitor*; e il fenomeno sta ormai raggiungendo tutti i giornali italiani della sera e alcuni giornali del mattino), con una vendita complessiva di due miliardi e mezzo di copie alla domenica, l’83 per cento dei lettori maschi e il 79 per cento delle lettrici seguono giornalmente questo tipo di letteratura<sup>5</sup>.

Che infine questa letteratura di *massa* ottenga una efficacia di persuasione paragonabile solo a quella delle grandi raffigurazioni mitologiche condivise da tutta una collettività, ci viene rivelato da alcuni episodi altamente significativi. Non si pensa qui alle mode che ne derivano, agli oggetti fabbricati ispirandosi ai personaggi più celebri, dagli orologi col quadrante illustrato dall’immagine dell’eroe, alle

cravatte e ai ninnoli; si pensa invece a casi in cui tutta l'opinione pubblica ha partecipato istericamente a situazioni immaginarie create dall'autore di *comics* come si partecipa a fatti che toccano da vicino la collettività, dal volo spaziale al conflitto atomico. Un esempio tipico è quello offerto dal personaggio di Terry disegnato da Milton Caniff; Terry, un avventuriero le cui vicende sono iniziate nel 1934, popolare per una serie di ambigue vicissitudini sui mari della Cina, era diventato a tal punto l'idolo del pubblico americano che, allo scoppiare della guerra, era stato necessario che egli ritrovasse di colpo una verginità (che di fatto egli non aveva mai posseduto); così si era mutato in combattente regolare, nutrendo l'immaginazione dei soldati al fronte e delle famiglie in attesa; ora, l'opinione pubblica seguiva a tal punto i personaggi di Caniff che quando questi si trovò nella necessità – narrativa e politica insieme – di decidere della sorte di Burma, una affascinante avventuriera, compromessa coi giapponesi, il fatto interessò le stesse autorità militari. In Burma venivano a collidere due miti altrettanto forti, uno di ordine sessuale, l'altro di ordine patriottico. Burma era bella, misteriosa e incarnava la quintessenza di una sessualità ambigua e “maledetta”; come tale era un *avatar* della *vamp* cinematografica e meglio ancora della vecchia *belle dame sans merci*; ma era ormai la nemica di un paese in guerra, di cui Terry era il simbolo più positivo. Il problema di Burma divenne così uno stimolo di nevrosi collettiva che fu difficilissimo risolvere. Quando Terry venne promosso sul campo, quotidiani serissimi ne dettero ufficialmente la notizia e l'aviazione americana, in forma autorizzata e ufficiale, gli inviò (o meglio inviò all'autore, per l'inoltro) una tessera con numero di matricola. In un altro caso Caniff scelse un personaggio che sino ad allora era rimasto in secondo piano, una fanciulla, Raven Sherman, e si ingegnò di renderla ogni giorno più interessante, affascinante, simbolo di virtù, di grazia e di eroismo al tempo stesso; Raven innamorò larghi strati di lettori, sinché al momento opportuno Caniff la fece morire. I risultati furono superiori ad ogni aspettativa: i giornali dettero il ferale annuncio, gli studenti dell'Università di Loyola osservarono un minuto di silenzio e il giorno dei funerali Caniff dovette giustificare alla radio il suo operato<sup>6</sup>.

Parimenti quando Chester Gould, autore del personaggio Dick Tracy, fece morire il gangster Flattop, scoppì un fenomeno di pubblica isteria di pari dimensioni: Flattop aveva morbosamente polarizzato l'ammirazione del pubblico, ed intere comunità cittadine diedero segni di lutto, mentre migliaia di telegrammi attaccavano l'autore e gli chiedevano di dar ragione della sua decisione. In questi come in altri casi non si tratta solo del disappunto di lettori affezionati che si vedono sottrarre un personaggio che rappresenta una fonte di divertimento o eccitazione; fenomeni del genere erano già successi nel secolo scorso quando i lettori scrivevano agli autori di *feuilletons*, come Ponson du Terrail, per protestare contro la morte di un personaggio simpatico. Ma nel caso dei fumetti si tratta della reazione, molto più massiccia, di una comunità di fedeli che non può sopportare l'idea che venga a scomparire di colpo un simbolo che sino ad allora aveva incarnato una serie di aspirazioni. L'isterismo è dato dalla frustrazione di una operazione empatizzante, dal fatto che viene a mancare il supporto fisico di proiezioni necessarie. Cade l'immagine e con essa cadono le finalità che l'immagine simboleggiava. La comunità dei fedeli entra in crisi, e la crisi non è soltanto religiosa, è psicologica, perché l'immagine rivestiva una funzione troppo importante per l'equilibrio psichico degli individui.

*Il mito di Superman*

Una immagine simbolica di particolare interesse è quella di Superman<sup>7</sup>. L'eroe fornito di poteri superiori a quelli dell'uomo comune è una costante della immaginazione popolare, da Ercole a Sigfrido, da Orlando a Pantagruel sino a Peter Pan. Spesso la virtù dell'eroe si umanizza, e i suoi poteri più che soprannaturali sono l'alta realizzazione di un potere naturale, l'astuzia, la velocità, l'abilità bellica, addirittura l'intelligenza sillogizzante e il puro spirito di osservazione, come avviene in Sherlock Holmes. Ma in una società particolarmente livellata, in cui le turbe psicologiche, le frustrazioni, i complessi di inferiorità sono all'ordine del giorno; in una società industriale dove l'uomo diventa numero nell'ambito di una organizzazione che decide per lui, dove la forza individuale, se non esercitata nell'attività sportiva, rimane umiliata di fronte alla forza della macchina che agisce per l'uomo e determina i movimenti stessi dell'uomo – in una società di tale tipo l'eroe positivo deve incarnare oltre ogni limite pensabile le esigenze di potenza che il cittadino comune nutre e non può soddisfare.

Superman è il mito tipico di un tale genere di lettori: Superman non è un terrestre, ma arrivò sulla terra, ancora fanciullo, dal pianeta Kripton. Kripton stava per essere distrutto da una catastrofe cosmica e il padre di Superman, abile scienziato, era riuscito a mettere in salvo il proprio figlio affidandolo a un veicolo spaziale. Cresciuto sulla terra, Superman si trova dotato di poteri sovrumanici. La sua forza è praticamente illimitata, egli può volare nello spazio a una velocità pari a quella della luce, e quando viaggia a velocità superiore alla luce allora infrange la barriera del tempo e può trasferirsi in altre epoche. Con la semplice pressione delle mani può sottoporre il carbone a una tale temperatura da mutarlo in diamante; in pochi secondi, a velocità supersonica, può abbattere una intera foresta, trarre dagli alberi legno e fabbricarvi un villaggio o una nave; può perforare montagne, sollevare transatlantici, abbattere o edificare dighe; la sua vista ai raggi X gli permette di vedere attraverso qualsiasi corpo a distanze praticamente illimitate, di fondere con lo sguardo oggetti di metallo; il suo superudito lo pone in condizioni vantaggiosissime, consentendogli di ascoltare discorsi da qualsiasi punto provengano. È bello, umile, buono e servizievole: la sua vita è dedicata alla lotta contro le forze del male e la polizia ha in lui un collaboratore instancabile.

Tuttavia l'immagine di Superman non è al di fuori di ogni possibilità di identificazione per il lettore. Infatti Superman vive tra gli uomini sotto le mentite spoglie del giornalista Clark Kent; e come tale è un tipo apparentemente pauroso, timido, di mediocre intelligenza, un po' goffo, miope, succube della matriarcale e vogliosissima collega Lois Lane che tuttavia lo disprezza, essendo pazzamente innamorata di Superman. Narrativamente la doppia identità di Superman ha una ragion d'essere perché permette di articolare in modo assai vario la narrazione delle avventure del nostro, gli equivoci, i colpi di scena, una certa *suspense* da romanzo giallo. Ma dal punto di vista mitopoietico la trovata è poi addirittura sapiente: infatti Clark Kent impersona in modo abbastanza tipico il lettore medio assillato da complessi e disprezzato dai suoi simili; attraverso un ovvio processo di identificazione, qualsiasi *accountant* di qualsiasi città americana nutre segretamente la speranza che un giorno, dalle spoglie della sua attuale personalità, possa fiorire un superuomo capace di riscattare anni di mediocrità.

#### *La struttura del mito e la civiltà del romanzo*

Stabilita pertanto la innegabile connotazione mitologica del personaggio, occorrerà individuare le strutture narrative attraverso le quali il "mito" viene quotidianamente o settimanalmente offerto al suo

pubblico. C'è infatti una differenza fondamentale tra una figura quale Superman e figure tradizionali quali gli eroi della mitologia classica, nordica o le figure delle religioni rivelate.

L'immagine religiosa tradizionale era quella di un personaggio, di origine divina o umana, che nell'immagine rimaneva fissato nelle sue caratteristiche eterne e nella sua vicenda irreversibile. Non era escluso che dietro al personaggio esistesse, oltre che un insieme di caratteristiche, una storia: ma la storia si era già definita secondo uno sviluppo determinato e veniva a costituire la fisionomia del personaggio in modo definitivo.

In altri termini, una statua greca poteva rappresentare Ercole o una scena delle fatiche di Ercole; in entrambi i casi, nel secondo più che nel primo, Ercole veniva visto come qualcuno che aveva avuto una storia e questa storia caratterizzava la sua fisionomia divina. Comunque la storia era avvenuta e non poteva più essere negata. Ercole si era concretato in uno sviluppo temporale di eventi, ma questo sviluppo si era concluso e l'immagine simboleggiava, col personaggio, la storia del suo sviluppo, ne era la registrazione definitiva e il giudizio.

L'immagine poteva avere una struttura narrativa: si pensi alla serie degli affreschi dell'*Invenzione della Croce*, o a racconti di tipo qualsiasi cinematografico come la storia del chierico Teofilo che vende l'anima al diavolo e viene salvato dalla Vergine, rappresentata nel timpano di Souillac. L'immagine sacra non escludeva la narrazione, ma questa era la narrazione di un tragitto irreversibile nel quale il personaggio sacro si era andato definendo in modo ormai irrecusabile.

Il personaggio dei fumetti nasce invece nell'ambito di una *civiltà del romanzo*. Il racconto in auge presso antiche civiltà era quasi sempre il racconto di qualcosa già avvenuto e già conosciuto dal pubblico. Si poteva raccontare per l'ennesima volta la storia di Orlando Paladino, ma il pubblico già sapeva cosa era successo al suo eroe. Il Pulci riprende il ciclo carolingio e alla fine ci dice quello che già sapevamo, che Orlando muore a Roncisvalle; il pubblico non pretendeva di sapere qualcosa di assolutamente nuovo, ma di sentir raccontare in modo piacevole un mito, ripercorrendo lo sviluppo conosciuto del quale ogni volta poteva compiacersi in modo più intenso e ricco. Le varie aggiunzioni e gli abbellimenti romanzeschi non mancavano, ma non intaccavano la definitività del mito narrato. Non diversamente funzionavano i racconti plastici e pittorici delle cattedrali gotiche o delle chiese rinascimentali e controriformistiche. Si narrava, spesso in modo drammatico e mosso, il *già avvenuto*.

La tradizione romantica (e qui non conta se le radici di questo atteggiamento si pongano assai prima del romanticismo) ci offre invece un racconto in cui l'interesse principale del lettore viene spostato sull'imprevedibilità di *quello che avverrà*, e quindi sull'invenzione dell'intreccio, che viene a porsi in primo piano. La vicenda non è avvenuta *prima* del racconto: avviene *mentre* si racconta, e convenzionalmente l'autore stesso non sa cosa succederà.

All'epoca in cui nasce, il colpo di scena di Edipo, che si scopre colpevole in seguito alla rivelazione di Tiresia, "funziona" presso il suo pubblico non perché colga di sorpresa gli uditori ignari del mito, ma perché il meccanismo della *favola*, secondo le regole aristoteliche, è riuscito a renderci una volta di più compartecipabile, per virtù di pietà e terrore, la vicenda, portandoci a immedesimarcì nella situazione e nel personaggio. Quando invece Julien Sorel spara sulla signora Rênal, quando il detective di Poe scopre il colpevole del duplice delitto di Rue de la Morgue, quando Javert paga il suo debito di riconoscenza con Jean Valjean, assistiamo invece a un colpo di scena la cui imprevedibilità fa parte dell'invenzione e

assume valore estetico, nel contesto di una nuova poetica narrativa, indipendente dalla validità di *quell'eloquio* (per usare il termine aristotelico) attraverso il quale il fatto viene comunicato. Questo fenomeno si fa importante quanto più il romanzo è popolare, e il *feuilleton* per le masse – l'avventura di Rocambole e di Arsène Lupin – non ha altro valore artigianale che non sia l'invenzione ingegnosa di fatti inaspettati<sup>9</sup>.

Questa nuova dimensione del racconto viene pagata con una minore “mitizzabilità” del personaggio. Il personaggio del mito incarna una legge, una esigenza universale, e deve in una certa misura essere quindi *prevedibile*, non può riservarci sorprese; il personaggio del romanzo vuole essere invece un uomo come tutti noi, e quello che potrà accadergli è altrettanto imprevedibile di quello che potrebbe accadere a noi. Il personaggio assumerà così quella che chiameremo una “universalità estetica”, una sorta di *compartecipabilità*, una capacità di farsi termine di riferimento di comportamenti e sentimenti che appartengono anche a tutti noi, ma non assume l'universalità propria del mito, non diventa il geroglifico, l'emblema di una realtà soprannaturale, perché esso è il risultato della resa universale di una vicenda particolare. Tanto è vero che l'estetica del romanzo dovrà rinverdire per questo personaggio una vecchia categoria, la cui esigenza si avverte proprio quando l'arte abbandona il territorio del mito: ed è il “tipico”.

Il personaggio mitologico del fumetto si trova ora in questa singolare situazione: esso deve essere un archetipo, la somma di determinate aspirazioni collettive, e quindi deve necessariamente immobilizzarsi in una sua fissità emblematica che lo renda facilmente riconoscibile (ed è quello che accade per la figura di Superman); ma poiché è commerciato nell'ambito di una produzione “romanzesca” per un pubblico che consuma “romanzi”, deve essere sottoposto a quello sviluppo che è caratteristico, come abbiamo visto, del personaggio del romanzo.

Per risolvere una situazione del genere si hanno compromessi di vario tipo, e un esame delle vicende dei *comics* sotto questo punto di vista sarebbe altamente istruttivo. Noi ci limiteremo ad esaminare in questa sede la figura di Superman perché con esso ci troviamo di fronte all'esempio limite, il caso in cui il protagonista ha in partenza e per definizione tutte le caratteristiche dell'eroe mitico, trovandosi nel contempo immesso in una situazione romanzesca di stampo contemporaneo.

#### *L'intreccio e il consumo del personaggio*

Un intreccio tragico, stabilisce Aristotele, si ha quando al personaggio accadono una serie di avvenimenti, peripezie e agnizioni, casi pietosi e terrifici, culminanti in una catastrofe; un intreccio romanzesco si ha, aggiungeremo, quando questi nodi drammatici si sviluppano in una serie continua e articolata che, nel romanzo popolare, divenendo fine a se stessa, deve proliferare quanto più possibile *ad infinitum*. *I tre moschettieri*, le cui avventure continuano in *Venti anni dopo* e si concludono, a fatica, nel *Visconte di Bragelonne* (ma ecco che intervengono narratori parassiti che continuano a narrarci le avventure dei figli dei moschettieri, o l'urto tra d'Artagnan e Cyrano di Bergerac, e così via) sono un esempio di intreccio narrativo che si moltiplica come una tenia e che appare tanto più vitale quanto più sa sostenersi attraverso una serie indefinita di contrasti, opposizioni, crisi e soluzioni.

Ora Superman, che è per definizione il personaggio che nulla può contrastare, si trova nella preoccupante situazione narrativa di essere un eroe senza avversario e quindi senza possibilità di

sviluppo. A ciò si aggiunga che, per precise ragioni commerciali (anche queste spiegabili attraverso una indagine di psicologia sociale), le sue avventure vengono vendute a un pubblico pigro che sarebbe atterrito da uno sviluppo indefinito dei fatti, tale da impegnare la sua memoria per più settimane di seguito; ed ogni storia si conclude nel giro di poche pagine, anzi, ogni albo settimanale si compone di due o tre storie complete, ciascuna delle quali pone, sviluppa e risolve un particolare nodo narrativo senza lasciare altre scorie. Esteticamente e commercialmente privato delle occasioni basilari per uno sviluppo narrativo, Superman pone seri problemi ai suoi soggettisti. Vengono via via prospettate varie formule per provocare e giustificare un contrasto: Superman per esempio è affetto da una debolezza, viene cioè reso praticamente inerme dalle radiazioni della kriptonite, un metallo di origine meteoritica che naturalmente i suoi avversari si procurano con ogni mezzo per neutralizzare il loro giustiziere. Ma una creatura dotata di tali superpoteri, e di superpoteri intellettuali oltre che fisici, trova facilmente il mezzo di trarsi da tali impacci, ed è ciò che Superman fa, uscendo vincitore da simili vicende. Si consideri inoltre che, come tema narrativo, l'attentato ai suoi poteri attraverso la kriptonite non offre una gamma tanto vasta di soluzioni, e può essere usato solo con parsimonia.

Non rimane quindi che mettere Superman a confronto con una serie di ostacoli, curiosi per la loro imprevedibilità, ma in definitiva sormontabili da parte dell'eroe. In tal caso si ottengono due effetti: anzitutto si colpisce il lettore con la stranezza dell'ostacolo, escogitando invenzioni diaboliche, apparizioni di esseri spaziali curiosamente dotati, macchine capaci di far viaggiare nel tempo, esiti teratologici di nuovi esperimenti, astuzie di scienziati malvagi per colpire Superman mediante la kriptonite, lotte di Superman con creature dotate di poteri pari o equivalenti ai suoi, come lo gnomo Mxyzptlk, che viene dalla quinta dimensione e che può esservi ricacciato solo se Superman riesce a fargli pronunciare il proprio nome a rovescio (Kltpzyxm), e così di seguito; in secondo luogo, grazie alla indubbia superiorità dell'eroe, la crisi viene superata rapidamente e il racconto può mantenersi nel limite della *short story*.

Ma questo non risolve nulla. Infatti, vinto l'ostacolo, e vintolo entro un termine prefissato dalle esigenze commerciali, Superman ha pur sempre *compiuto qualcosa*; il personaggio di conseguenza ha fatto un gesto che si inscrive nel suo passato e grava sul suo futuro; in altre parole ha fatto un passo verso la morte, è invecchiato sia pure di un'ora, ha accresciuto in modo irreversibile il magazzino delle proprie esperienze. *Agire*, quindi, per Superman come per qualsiasi altro personaggio (e per ciascuno di noi) significa *consumarsi*.

Ora Superman non può consumarsi, perché un mito è inconsueto. Il personaggio del mito classico, si è visto, diventava inconsueto proprio perché all'essenza della parabola mitologica apparteneva l'essersi egli già consumato in qualche azione esemplare; oppure gli era del pari essenziale la possibilità di una rinascita continua, simboleggiando egli qualche ciclo vegetativo o comunque una certa quale circolarità degli eventi e della vita stessa. Ma Superman è mito a condizione di essere creatura immessa nella vita quotidiana, nel presente, apparentemente legato alle nostre stesse condizioni di vita e di morte, anche se dotato di facoltà superiori. Superman immortale non sarebbe più uomo, ma dio, e l'identificazione del pubblico con la sua doppia personalità (quella identificazione per cui è stata escogitata la doppia identità) cadrebbe nel vuoto.

Superman deve dunque rimanere inconsueto e tuttavia consumarsi secondo i modi dell'esistenza

quotidiana. Possiede le caratteristiche del mito intemporale, ma viene accettato solo perché la sua azione si svolge nel mondo quotidiano e umano della temporalità. Il paradosso narrativo che i soggettisti di Superman devono in qualche modo risolvere, anche senza esserne consci, esige una soluzione paradossale nell'ordine della temporalità.

### *Consumo e temporalità*

Ora, sino dalla definizione aristotelica che lo presenta come “il numero del movimento secondo il prima e il dopo”, il tempo implica una idea di *successione*; e l’analisi kantiana ha stabilito in misura inequivocabile che questa idea debba essere associata a una idea di *causalità*. “È legge necessaria della nostra sensibilità e quindi condizione di tutte le percezioni che il Tempo precedente determini necessariamente il seguente.”<sup>9</sup> Questa idea è stata mantenuta dalla stessa fisica relativistica, non nello studiare le condizioni trascendentali delle percezioni, ma nel definire in termini di oggettività cosmologica la natura del tempo; così che il tempo apparirebbe come *l’ordine delle catene causali*. Rifacendosi a queste concezioni einsteiniane, Reichenbach recentemente ridefiniva l’ordine del tempo come l’ordine delle cause, l’ordine delle catene causali aperte che vediamo verificarsi nel nostro universo, e la *direzione* del tempo in termini di *entropia crescente* (riprendendo in termini anche di teoria della informazione quel concetto della termodinamica che già aveva a più riprese interessato i filosofi che lo avevano fatto proprio, parlando dell’irreversibilità del tempo)<sup>10</sup>.

Il *prima* determina causalmente il *dopo*, e la serie di queste determinazioni non può essere risalita, almeno nel nostro universo (secondo il modello epistemologico col quale ci spieghiamo il mondo in cui viviamo), ma è irreversibile. Che altri modelli cosmologici possano prevedere altre soluzioni a questo problema, è noto; ma nell’ambito della nostra comprensione quotidiana degli eventi (e di conseguenza nell’ambito della strutturazione di un personaggio narrativo) questa concezione del tempo è quella che ci permette di muoverci e di riconoscere gli eventi e la loro direzione.

Sia pure in altri termini, ma sempre in base all’ordine dei *prima* e dei *dopo* e della causalità del *prima* sul *dopo* (accentuando diversamente la determinatività del *prima* sul *dopo*), esistenzialismo e fenomenologia hanno spostato il problema del tempo nell’ambito delle strutture della soggettività, e sul tempo hanno basato le loro discussioni circa l’azione, la possibilità, il progetto, la libertà. Il tempo come *struttura della possibilità* è appunto il problema del nostro muoverci verso un futuro, avendo alle spalle un passato; e sia che questo passato venga visto come blocco rispetto alla nostra libertà di progettare (progetto che ci impone in definitiva di scegliere ciò che siamo già stati), sia che sia inteso come fondamento delle possibilità a venire, e quindi possibilità di conservazione o mutamento di ciò che si è stati, entro limiti determinati di libertà, ma pure sempre in termini di processo e di operatività progrediente e positiva (e pensiamo da un lato all’Heidegger di *Sein und Zeit*, dall’altro ad Abbagnano), in tutti questi e in altri casi la condizione e le coordinate delle nostre decisioni sono state identificate nelle tre estasi della temporalità e in un articolato rapporto tra di esse.

Se, come dice Sartre, “il passato è la totalità sempre crescente dell’in-sé che noi siamo,” se questo passato, quando io voglia protendermi verso un futuro possibile, devo esserlo e non posso non esserlo, le mie possibilità di scegliere o di non scegliere un futuro dipendono comunque dai gesti che ho fatto e che mi hanno costituito come punto di partenza delle mie decisioni possibili. E subito, appena decisa, la

mia decisione, costituendosi in passato, modifica ciò che io sono e offre un'altra piattaforma ai progetti successivi. Se ha qualche significato porre in termini filosofici il problema della libertà e della responsabilità delle nostre decisioni, la base argomentativa, il punto di partenza per una fenomenologia di questi atti, è sempre la struttura della temporalità<sup>11</sup>.

Per Husserl “l’io è libero in quanto io passato. In effetti il passato mi determina e perciò determina anche il mio futuro, ma il futuro, a sua volta, ‘libera’ il passato... La mia temporalità è la mia libertà, e dalla mia libertà dipende il fatto che il mio essere-divenuto mi determina, sì, ma mai completamente, perché esso, in una continua sintesi con il futuro, soltanto da quest’ultimo riceve il suo contenuto”<sup>12</sup>. Ora, se “l’io è libero in quanto già determinato, e insieme come io-che-deve-essere”, in questa libertà così gravata di condizioni, così appesantita da ciò che è stato e resta in misura irreversibile, esiste una “dolorosità” (*Schmerhaftigkeit*) che altro non è che “fatticità”<sup>13</sup>. Dunque ogni volta che progetto, avverto la tragicità della condizione in cui sono, senza poterne uscire: ma tuttavia progetto proprio perché a questa tragicità oppongo la possibilità di una positività, che è il mutamento di ciò che è, che io attuo nel protendermi verso il futuro. Progetto, libertà e condizione si articolano dunque mentre io avverto questa connessione di strutture del mio agire secondo una dimensione di *responsabilità*. Questo Husserl avverte quando dice che in questo essere “diretto” dell’io verso scopi possibili si stabilisce come una “teleologia ideale” e che “il futuro come ‘avere’ possibile rispetto alla futurità originaria in, cui già sempre sono è la prefigurazione universale dello scopo della vita”<sup>14</sup>. In altri termini dunque l’essere io situato in una dimensione temporale fa sì che avverta la gravità e la difficoltà delle mie decisioni, ma che avverta in pari tempo il fatto che devo decidere, che sono io a dover decidere e che questo mio decidere si collega a una serie indefinita di dover-decidere che coinvolge tutti gli altri uomini.

#### *Un intreccio senza consumo*

Se, nella varietà delle accentuazioni, su questa concezione del tempo si basano le discussioni contemporanee che coinvolgono l’uomo in una meditazione sul suo destino e sulla sua condizione, a questa concezione del tempo la struttura narrativa di Superman decisamente si sottrae per salvare la situazione che già avevamo raffigurato.

In Superman entra dunque in crisi una concezione del tempo, si frantuma la struttura stessa del tempo, e ciò non avviene nell’ambito del tempo *di cui si racconta*, ma del tempo *in cui si racconta*. Vale a dire che, se anche nelle storie del nostro personaggio si parla di fantastici viaggi nel tempo e Superman entra in contatto con genti di diverse epoche, viaggiando nel futuro e nel passato, questo non impedirebbe tuttavia al personaggio di trovarsi coinvolto in quella vicenda di sviluppo e consumo che avevamo rilevato letale alla sua natura di figura mitica. Si accettino pure paradossi cosmologici come quello di Langevin, per cui l’astronauta che ha viaggiato per pochi anni nello spazio a velocità della luce, torna sulla terra e ritrova (essendo egli invecchiato di tanto quanto ha viaggiato) tutti gli altri morti da parecchio tempo, dato che sono ormai trascorsi, sulla Terra, centinaia di anni dal giorno della sua partenza; ma questa distorsione delle abituali leggi temporali non sottrae l’astronauta al consumo e non ha sottratto comunque al consumo il rapporto tra l’astronauta e il suo ambiente di un tempo. Nelle storie di Superman invece, il tempo che viene messo in crisi è *il tempo del racconto*, vale a dire la

nozione di tempo che collega un racconto all’altro.

Nell’ambito di una storia, Superman compie una data azione (sgomina ad esempio una banda di gangsters); a questo punto la storia finisce. Nello stesso *comic book*, o la settimana successiva, inizia una nuova storia. Se essa riprendesse Superman al punto in cui lo aveva lasciato, Superman avrebbe fatto un passo verso la morte. D’altra parte iniziare una storia senza mostrare che in precedenza ve ne era stata un’altra, riuscirebbe per un poco a sottrarre Superman alla legge del consumo, ma a lungo andare (Superman dura dal 1938) il pubblico se ne renderebbe conto e avvertirebbe la comicità della situazione – così come è avvenuto per il personaggio della Piccola Orfana Annie che prolunga la sua fanciullezza oberata di sciagure da decine di anni, diventando il bersaglio di annotazioni satiriche, quali ne appaiono ancora attualmente su periodici umoristici come *Mad*.

I soggettisti di Superman hanno invece escogitato una soluzione molto più accorta e indubbiamente originale. Queste storie si sviluppano così in una sorta di clima onirico – del tutto inavvertito dal lettore – in cui appare estremamente confuso cosa sia avvenuto prima e cosa sia avvenuto dopo, e chi racconta riprende continuamente il filo della vicenda come se si fosse dimenticato di dire qualcosa e volesse aggiungere particolari a quanto aveva già detto.

Avviene quindi che a lato delle storie di Superman si raccontino le storie di Superboy, vale a dire di Superman quando era ragazzo, o di Superbaby, e cioè Superman da piccolissimo. Che a un certo punto sia apparsa in scena anche Supergirl, una cugina di Superman anch’essa scampata dalla distruzione di Kripton, e che quindi tutte le vicende concernenti Superman vengano in un certo modo “ridette” per tener conto anche della presenza di questo nuovo personaggio (che non era stato menzionato fino ad ora, si dice, perché viveva sotto mentite spoglie in un collegio femminile, attendendo la pubertà per poter essere presentata al mondo; ma si torna indietro a raccontare in quali e quanti casi essa, di cui non si era detto nulla, si fosse tuttavia trovata presente a molte delle avventure in cui avevamo visto coinvolto il solo Superman). Si immagina, attraverso la soluzione di viaggi nel tempo, che Supergirl, contemporanea di Superman, possa incontrare nel passato Superboy e giocare con lui; e persino che Superboy, superata per puro incidente la barriera del tempo, si incontri con Superman, e quindi col se stesso di molti anni dopo. Ma poiché anche un fatto del genere potrebbe compromettere il personaggio in una serie di sviluppi capaci di influenzare le sue azioni successive, ecco che, finita la storia, si insinua il sospetto che Superboy abbia sognato, e si sospende l’assenso a quanto è stato detto. Su questa linea la soluzione più originale è indubbiamente quella degli *imaginary tales*: avviene infatti che sovente il pubblico, attraverso la piccola posta richieda ai soggettisti sviluppi narrativi gustosi; ad esempio, perché Superman non sposa la giornalista Lois Lane che lo ama da tanto tempo? Ora se Superman sposasse Lois Lane farebbe, come si è già detto, un altro passo in direzione della morte, porrebbe una premessa irreversibile; e tuttavia occorre trovare sempre nuovi stimoli narrativi e soddisfare le esigenze “romanzesche” del pubblico. Si racconta così “cosa sarebbe accaduto se Superman avesse sposato Lois”. Si sviluppa tale premessa in tutte le sue implicanze drammatiche e alla fine si avverte: badate, questa era una storia “immaginaria” che in verità non si è verificata<sup>15</sup>.

Gli *imaginary tales* sono frequenti, e così gli *untold tales*, vale a dire i racconti che concernono avvenimenti già raccontati, ma in cui “si era trascurato di dire qualcosa”, per cui li si ridice sotto un altro punto di vista, scoprendone aspetti laterali. In questo bombardamento massiccio di avvenimenti che

non sono più collegati da alcun filo logico e non sono più mutuamente dominati dà alcuna necessità, il lettore, naturalmente senza avvedersene, smarrisce la nozione dell'ordine temporale. E gli accade di vivere in un universo immaginativo in cui, a differenza di quanto accade nel nostro, le catene causali non siano aperte (A provoca B, B provoca C, C provoca D e così via all'infinito) ma chiuse (A provoca B, B provoca C, C provoca D e D provoca A), e non abbia più senso quindi parlare di quell'ordine del tempo in base al quale descriviamo abitualmente gli accadimenti del macrocosmo<sup>16</sup>.

Si potrebbe osservare che – a parte le necessità mitopoietiche, e commerciali insieme, che spingono a tale situazione – un simile assestamento strutturale delle storie di Superman riflette, sia pure a basso livello, una serie di persuasioni diffuse nella nostra cultura circa la crisi dei concetti di causalità, temporalità, irreversibilità degli eventi; e di fatto gran parte dell'arte contemporanea, da Joyce a Robbe Grillet sino a film come *l'Année dernière a Marienbad*, riflettono situazioni temporali paradossali i cui modelli tuttavia esistono nelle discussioni epistemologiche dei nostri tempi. Ma sta di fatto che in opere come il *Finnegans Wake* o *Dans le labyrinthe*, la rottura dei rapporti temporali abituali avviene in un modo cosciente, sia da parte di chi scrive che da parte di chi dovrà fruire esteticamente di tale operazione; e dunque la crisi della temporalità ha una funzione di ricerca e di denuncia insieme, e tende a fornire al lettore modelli immaginativi capaci di fargli accettare situazioni della nuova scienza e di conciliare così l'attività di una immaginazione abituata a vecchi schemi con l'attività di una intelligenza che si avventura a ipotizzare o a descrivere universi non riducibili ad immagine o a schema. E di conseguenza queste opere (ma qui si apre un altro discorso) svolgono una loro funzione mitopoietica, offrendo all'abitatore del mondo contemporaneo una sorta di suggerimento simbolico o di diagramma allegorico di quell'assoluto che la scienza ha risolto non in una modalità metafisica del mondo, ma in un possibile modo di stabilire un nostro rapporto col mondo, e quindi in un possibile modo di descrivere il mondo<sup>17</sup>.

Le avventure di Superman, invece, non hanno affatto questa intenzione critica, e il paradosso temporale su cui si sostengono deve sfuggire al lettore (come probabilmente sfugge agli autori) perché una nozione confusa del tempo è l'unica condizione di credibilità del racconto. Superman si sostiene come mito solo se il lettore perde il controllo dei rapporti temporali e rinuncia a ragionare in base ad essi, abbandonandosi così al flusso incontrollabile delle storie che gli vengono dette e mantenendosi nell'illusione di un continuo presente. Poiché il mito non è isolato esemplarmente in una dimensione di eternità ma, per essere compartecipabile, deve essere immesso nel flusso della storia in atto, questa storia in atto viene negata come flusso e vista come presente immobile.

Nell'assuefarsi a questo esercizio di presentificazione continua di ciò che accade, il lettore perde coscienza del fatto che invece ciò che accade deve svolgersi secondo le coordinate delle tre estasi temporali. Perdendo coscienza di esse, dimentica i problemi che su queste si basano: l'esistenza cioè di una libertà, della possibilità di far progetti, del dovere di farli, del dolore che questo progettare comporta, della responsabilità che ne consegue, e infine dell'esistenza di tutta una comunità umana la cui progressività si basa sul mio far progetti.

#### *Superman come modello di eterodirezione*

L'analisi proposta sarebbe alquanto astratta, e potrebbe apparire apocalittica (sembrerebbe insomma

una sorta di variazione retorica, ad alto livello problematico, di un fatto dalle dimensioni ben più ridotte) se l'uomo che legge Superman e per cui Superman viene prodotto, non fosse quello stesso di cui ci hanno parlato varie ricerche sociologiche e che è stato definito come uomo “eterodiretto”. Un uomo eterodiretto è un uomo che vive in una comunità ad alto livello tecnologico e a particolare struttura sociale ed economica (in questo caso basata su una economia di consumo), al quale viene costantemente suggerito (attraverso la pubblicità, le trasmissioni televisive, le campagne di persuasione che si attuano in ogni aspetto della vita quotidiana) ciò che deve desiderare e come ottenerlo secondo certi canali prefabbricati che lo esentano dal progettare *rischiosamente e responsabilmente*. In una società di questo tipo la stessa scelta ideologica viene “imposta” attraverso una oculata amministrazione delle possibilità emotive dell'elettore, non promossa attraverso uno stimolo alla riflessione e alla valutazione razionale. Un motto come *I like like* rivela in fondo tutto un mondo di procedere: infatti con esso non si dice all'elettore “tu devi votare per la tale persona per i seguenti motivi che sottoponiamo alla tua riflessione” (ed anche il manifesto colorato col cosacco che abbevera il cavallo nelle acquasantiere di San Pietro o col grasso capitalista che, sottobraccio a un ecclesiastico, mangia alle spalle dell'operaio, rappresentano in fondo, sia pure al limite estremo, un esempio di propaganda politica a struttura argomentativa, che chiede all'elettore di riflettere su una possibilità negativa che conseguirebbe alla vittoria di un certo partito); ma si dice: “tu devi avere voglia di questa cosa.” Non lo si invita cioè a un progetto, ma gli si suggerisce di desiderare qualcosa che altri hanno già progettato.<sup>18</sup>

Nella pubblicità come nella propaganda e nei rapporti di *human relations*, l'assenza della dimensione “progetto” è in fondo essenziale allo stabilirsi di una pedagogia paternalistica, la quale richiede appunto la persuasione segreta che il soggetto non sia responsabile del proprio passato né padrone del proprio futuro, né infine sottomesso alle leggi della progettazione secondo le tre estasi della temporalità; perché tutto questo implicherebbe fatica e dolore, mentre la società è in grado di offrire all'uomo eterodiretto i risultati di progetti già fatti, tali da rispondere ai suoi desideri, i quali desideri, poi, gli sono stati indotti in modo da fargli riconoscere, in ciò che gli viene offerto, ciò che egli avrebbe progettato. L'analisi delle strutture temporali in Superman ci ha offerto l'immagine di un *modo di raccontare* che parrebbe fondamentalmente legato ai principi pedagogici che governano una società del genere. È possibile stabilire connessioni tra i due fenomeni affermando che Superman altro non sia che uno degli strumenti pedagogici di questa società e che la distruzione del tempo che esso persegue faccia parte di un progetto di desuefazione all'idea di progetto di autoresponsabilità?

Interrogati in proposito, i soggettisti di Superman risponderebbero negativamente e sarebbero probabilmente sinceri. Ma allo stesso titolo qualsiasi popolazione primitiva, interrogata su una certa abitudine rituale o su un certo tabù, sarebbe incapace di riconoscere la connessione che collega il singolo gesto tradizionale con il *corpus* generale delle credenze che la comunità professa, con il nucleo centrale del mito su cui la società si regge. Interrogato sul perché osservasse, nello scolpire un portale della cattedrale, certe proporzioni canoniche, un maestro medievale avrebbe addotto varie ragioni estetiche e tecniche, ma non avrebbe mai saputo dire che, rispettando questa norma e diffondendo un gusto proporzionale, egli si ricollegava a una tematica dell'Ordine che reggeva la struttura delle *Summae* e quella dei codici giuridici, la gerarchia dell'Impero e quella della Chiesa, e che tutto questo si

stabiliva come una riconferma continua, a volte teorizzata, spesso inconscia, di una persuasione radicale, dell'idea cioè che il mondo fosse creatura divina, che Dio avesse agito secondo un certo ordine e questo ordine dovesse essere riprodotto e riconfermato in ogni opera dell'uomo. Così, senza saperlo, l'artigiano che scolpiva per scanalature simmetriche la barba di un profeta, dava inconsciamente il suo assenso al "mito" della creazione. Noi oggi vediamo nel suo gesto la manifestazione di un *modello di cultura* unitario capace di reiterarsi in ogni minimo suo aspetto. Fatti pensosi da queste consapevolezze della moderna storiografia, potremo dunque azzardare una ipotesi di antropologia culturale che ci permetta di leggere i "fumetti" di Superman come *rispecchiamento* di una situazione sociale, riconferma periferica di un modello generale.

## II

### *Difesa dello schema iterativo*

Si potrebbe ora osservare che una serie di eventi, che si ripetono secondo uno schema fisso (iterativamente, così che ogni evento riprenda da una sorta di inizio virtuale, ignorando il punto di arrivo dell'evento precedente) non è nuovo nella narrativa popolare, anzi ne costituisce una delle forme più caratteristiche. E su questa linea potremmo ricordare, tanto per fare un esempio, le storie del Signor Bonaventura, in cui l'acquisizione del milione finale non modificava affatto la situazione del protagonista, che l'autore ci riconsegnava puntualmente all'inizio della storia successiva, privo di ogni sostegno, sull'orlo della miseria, *come se nulla fosse avvenuto prima*, e quindi *come se il tempo fosse ricominciato*. Si è citato volutamente un esempio caro alla memoria di qualsiasi lettore, proprio per mettere in luce la possibilità di impiego dello "schema iterativo" secondo modi innocui e gradevoli; e difficilmente si potrebbero sospettare le limpide vignette di Sergio Tofano di una occulta strategia paternalistica – anche se di fatto si potrebbe vedere nel personaggio Bonaventura un riflesso abbastanza esplicito di una Italia indigente e attendista, fidente nella Provvidenza, perennemente depressa.

D'altra parte la "trovata" dell'iterazione, come rileviamo anche in altra parte di questo libro, è quello su cui si fondano certi meccanismi dell'evasione, quali si realizzano ad esempio nella ricezione delle scenette pubblicitarie del "Carosello" televisivo: dove si segue distrattamente lo svolgersi di uno sketch, per appuntare poi la propria attenzione sulla battuta risolutiva finale ("Non ho usato la brillantina Linetti," "Lombardi x'è bon," "E mo' ... Moplen") – che ritorna puntualmente ad ogni chiusura di vicenda, e sul cui ritorno, previsto e atteso, è fondato il nostro modesto ma inconfutabile piacere. Non a caso "Carosello" è la trasmissione televisiva che attira maggiormente i bambini; e non a caso si è fatto l'esempio di una storia infantile come il Signor Bonaventura: il meccanismo su cui riposa il godimento dell'iterazione è tipico dell'infanzia e sono i bambini quelli che chiedono di sentire non una nuova storia, bensì la storia che conoscono già e che è stata raccontata loro parecchie volte.

Ora un meccanismo di evasione, nel quale si realizzi una regressione all'infanzia di proporzioni così ragionevoli, può essere visto con occhio indulgente: e c'è da chiedersi se, mettendolo sotto accusa, non si arrivi a costruire teorie vertiginose su fatti banali e sostanzialmente normali. Si è definito il piacere

dell’iterazione come uno dei fondamenti dell’evasione, del gioco. E nessuno può negare la funzione salutare dei meccanismi lucidi ed evasivi.

Analizziamo per esempio il nostro atteggiamento di spettatori televisivi di fronte a un giallo di Perry Mason Anche qui, in ogni “numero”, la perizia dell’autore e dello sceneggiatore tende a inventare una situazione che sia diversa dalle precedenti; ma il nostro godimento non si basa che minimamente su queste diversità. Di fatto noi godiamo la reiterazione dello schema di base, la situazione *“delitto – incriminazione dell’innocente – intervento di Mason – fasi del processo – interrogatorio dei testimoni – nequizia del procuratore generale – asso nella manica dell’avvocato del diavolo – scioglimento felice della vicenda con colpo di scena finale”*. Un episodio di Perry Mason non è uno short pubblicitario che seguiamo distrattamente, è qualcosa che decidiamo di vedere e per cui apriamo appositamente il televisore. Se analizziamo a fondo il movente primo, e ultimo, di questa nostra decisione, troveremo che alla base sta il profondo desiderio di ritrovare ancora una volta *uno schema*.

L’atteggiamento non è solo dello spettatore televisivo. Il lettore di libri gialli potrà facilmente compiere una onesta autoanalisi per stabilire le modalità secondo cui li “consuma”. Anzitutto, in partenza, la lettura del romanzo giallo, almeno quello di tipo tradizionale, presume la degustazione di uno schema: dal delitto alla scoperta attraverso la catena delle deduzioni. Lo schema è talmente importante che gli autori più celebri hanno fondato la loro fortuna sulla sua immutabilità. Né si tratta solo di uno schematismo nell’ordine del *plot*, ma di uno schematismo stabile degli stessi sentimenti e degli atteggiamenti psicologici: nel Maigret di Simenon o nel Poirot di Agatha Christie si ha il ricorrente moto di pietà al quale il detective giunge attraverso una scoperta dei fatti, che coincide con una immedesimazione nei moventi del colpevole, un atto di *charitas* che si mescola, anche se non si oppone, all’atto della giustizia che svela e condanna.

Non pago di questo, l’autore del giallo introduce poi di continuo una serie di connotazioni (ad esempio le caratteristiche del poliziotto e del suo immediato entourage), tali che il loro ricorrere in ogni storia sia condizione essenziale della sua piacevolezza. E abbiamo così i “tic” ormai storici di Sherlock Holmes, le vanità puntigliose di Hercule Poirot, la pipa e i guai familiari di Maigret, sino alle perversità quotidiane dei più spregiudicati eroi del giallo del dopoguerra dall’acqua di colonia e le Player’s N. 6 dello Slim Callaghan di Peter Cheyney, al cognac col bicchiere d’acqua gelata del Michael Shayne di Brett Halliday. Vizi, gesti, vezzi quasi nervosi che ci permettono di ritrovare nel personaggio un vecchio amico e che sono la condizione principale perché noi possiamo “entrare” nella vicenda. Prova ne sia che se il nostro giallista preferito scrive una storia in cui non ci sia il protagonista consueto, noi non ci rendiamo neppure conto che lo schema di base rimane pur sempre quello di prima: leggiamo il libro con una sorta di distacco, immediatamente portati a giudicarlo un’opera “minore”, un fenomeno transitorio, una battuta interlocutoria.

Tutto questo emerge vistosamente se consideriamo un personaggio ormai famoso, il Nero Wolfe immortalato da Rex Stout. Per pura preterizione – e per cautela, nel caso che tra i lettori vi sia qualcuno dalle letture talmente surcigliose da non aver mai incontrato in vita propria il nostro personaggio – richiameremo brevemente gli elementi che concorrono a costruire il “tipo” Nero Wolfe e il suo *environment*. Dunque Nero Wolfe, montenegrino naturalizzato americano da tempo immemorabile, è smisuratamente grasso, così dà richiedere una poltrona di cuoio espressamente disegnata per lui e da

essere affetto da paurose manifestazioni di pigrizia. Di fatto non esce mai di casa (i casi in cui ciò è avvenuto – i suoi fedeli lo sanno – sono stati talmente rari che quando si sono verificati il lettore ha conservato il libro in evidenza nello scaffale) e si avvale per le sue indagini dello spregiudicato Archie Goodwin, con cui intrattiene rapporti continui di tesa ed arguta polemica, temperata dal sense of humour di entrambi. Nero Wolfe è ghiottissimo, e il cuoco Fritz è la vestale addetta alla cura continua di un palato tanto raffinato quanto ingordo è lo stomaco attiguo; ma accanto ai piaceri della tavola Wolfe coltiva una assorbente ed esclusiva passione per le orchidee, di cui, nella sua serra, all'ultimo piano del villino in cui abita, ha una collezione di valore inestimabile. Preso tra la ghiottoneria e i fiori, assillato da una serie di tic accessori (l'amore per le letture dotte, la misoginia sistematica, la sete insaziabile di danaro) Nero Wolfe conduce le sue indagini, capolavori di penetrazione psicologica, stando seduto in ufficio, soppesando i dati forniti gli dall'intraprendente Archie, studiando i protagonisti delle varie vicende costretti a visitarlo nel suo studio, litigando vuoi con l'ispettore Cramer (attenzione: reca sempre in bocca in sigaro accuratamente spento) vuoi con l'odioso sergente Purley Stebbins; e riunendo infine, con una scenografia fissa dalla quale mai deflette, i protagonisti del caso nel suo studio, solitamente di sera, ove con abili raggiri dialettici, quasi sempre prima di possedere la verità completa, spinge il colpevole a dare pubblica manifestazione d'isterismo e a svelarsi per tale.

Chi conosce le storie di Rex Stout sa che questi particolari esauriscono appena in superficie il repertorio dei *topoi*, dei luoghi fissi e ricorrenti che animano queste vicende. La casistica è assai più ampia: l'arresto quasi canonico di Archie sospettato di reticenza e falsificazione di prove; le diatribe legali sulle modalità secondo le quali Wolfe viene assunto da un cliente; l'assunzione di agenti avventizi quali Saul Panzer o Orrie Carther; il quadro alla parete dello studio dietro il quale Archie o Wolfe stesso possono seguire, attraverso uno spioncino invisibile, i comportamenti e le reazioni di un soggetto sottoposto a test nello studio stesso; la scenata di Wolfe col cliente insincero... Si potrebbe continuare all'infinito: ci si accorge, alla fine, che l'elenco di questi "luoghi" è tale da esaurire quasi tutte le possibilità di vicenda permessa dal numero di pagine di ciascuna storia.

Ciononostante le variazioni sul tema sono infinite, ogni delitto ha nuove motivazioni psicologiche e economiche, ogni volta l'autore escogita una situazione apparentemente nuova. Si dice *apparentemente*: perché di fatto il lettore non è mai portato a verificare in che misura gli venga raccontato qualcosa di inedito. I punti forza del racconto non sono affatto quelli in cui sta accadendo qualcosa di inaspettato; quelli sono i punti-pretesto. I punti-forza sono quelli in cui Wolfe ripete i suoi gesti consueti, in cui sale per l'ennesima volta a curare le proprie orchidee mentre la vicenda raggiunge il massimo della drammaticità, in cui l'ispettore Cramer entra minaccioso mettendo un piede tra la porta e il muro, fa da parte Goodwin, e avverte Wolfe – agitando il dito – che questa volta non la passerà liscia. L'attrattiva del libro, il senso di riposo, di distensione psicologica che è capace di conferire, è data dal fatto che, sprofondato nella propria poltrona o nel divano dello scompartimento ferroviario, il lettore ritrova di continuo e punto per punto quello che già sa, quello che vuole sapere ancora una volta e per cui ha speso il prezzo del fascicolo. Il piacere della non-storia, se una storia è uno sviluppo di eventi che deve portarci da un punto di partenza a un punto di arrivo a cui non ci saremmo mai sognati di arrivare. Un piacere in cui la distrazione consiste nel rifiuto dello sviluppo degli eventi, in un sottrarci alla tensione passato-presente-futuro per ritirarci in un *istante*, amato perché ricorrente.

### *Lo schema iterativo come messaggio ridondante*

È indubbio che meccanismi del genere si realizzano con maggiore insistenza nella narrativa di consumo contemporanea più di quanto non accadesse nel romanzo ottocentesco d'appendice, dove, come già si è visto, la vicenda si fondeva su uno *sviluppo* e al personaggio si chiedeva di consumarsi sino a fondo, sino alla morte (forse uno dei primi personaggi inconsueti, al tramonto del romanzo d'appendice, a cavallo tra i due secoli, nello sfiorire della Belle Epoque, è proprio Fantomas<sup>19</sup>; con lui si chiude un'epoca). Pertanto rimarrebbe da chiedersi se i moderni meccanismi iterativi non rispondono a qualche esigenza profonda dell'uomo contemporaneo, e perciò stesso non appaiano più motivati e più giustificabili di quanto non si sarebbe disposti ad ammettere a una prima ispezione.

Se esaminiamo lo schema iterativo dal punto di vista strutturale ci accorgiamo di trovarci in presenza a un tipico *messaggio ad alta ridondanza*. Un romanzo di Souvestre e Allain, o di Rex Stout, è un messaggio che ci informa pochissimo e che ribadisce, di converso, grazie all'impiego di elementi ridondanti, un significato che avevamo pacificamente acquisito alla lettura della prima opera della serie (nella fattispecie il significato è un certo meccanismo dell'azione, dovuto all'interferire di personaggi "topici"). Il gusto dello schema iterativo si presenta dunque come un gusto della ridondanza. La fame di narrativa d'intrattenimento basata su questi meccanismi è una *fame di ridondanza*. Sotto questo aspetto la maggior parte della narrativa di massa è una narrativa della ridondanza.

Paradossalmente, dunque, lo stesso romanzo giallo, che si sarebbe tentati di ascrivere tra i prodotti che soddisfano il gusto dell'imprevisto e del sensazionale, di fatto, alla radice, viene consumato proprio per le ragioni opposte, come invito a ciò che è pacifico, scontato, familiare, prevedibile. L'ignorare il colpevole è elemento accessorio, quasi pretestuoso; tanto è vero che nel giallo d'azione (dove l'iterazione dello schema celebra i suoi fasti tanto quanto nel giallo d'indagine) la tensione circa il colpevole molte volte non sussiste neppure; non si tratta di scoprire chi abbia commesso un delitto, ma di seguire alcuni gesti "topici" di personaggi "topici" di cui ormai amiamo i comportamenti fissi. Per spiegare questa "fame di ridondanza" non occorrono ipotesi molto sottili. Il romanzo d'appendice, fondato sul trionfo dell'informazione, rappresentava il cibo preferito di una società che viveva in mezzo a messaggi carichi di ridondanza: il senso della tradizione, le norme del vivere associato, i principi morali, le regole di comportamento operativo valide nell'ambito della società borghese ottocentesca, di quel tipico pubblico che rappresentava i consumatori del romanzo d'appendice – tutto ciò costituiva un sistema di comunicazioni prevedibili che il sistema sociale emetteva all'indirizzo dei suoi membri, e che facevano sì che la vita scorresse senza sbalzi improvvisi, senza sconvolgimenti delle tavole di valori. In quest'ambito acquistava allora un senso preciso la scossa "informativa" che poteva dare la novella di Poe, il colpo di scena di Ponson du Terrail... In una società industriale contemporanea, invece, l'avvicendarsi dei parametri, il dissolversi delle tradizioni, la mobilità sociale, la consumabilità dei modelli e dei principi, tutto si riassume sotto il segno di una continua carica informazionale che procede per via di scosse robuste, implicando continui riassestamenti della sensibilità, adeguamenti delle assunzioni psicologiche, riqualificazioni dell'intelligenza. La narrativa della ridondanza apparirebbe allora, in questo panorama, come un indulgente invito al riposo, l'unica occasione di reale distensione offerta al consumatore. Al quale, di converso, l'arte "superiore" non fa altro che proporre schemi in evoluzione, grammatiche in mutua eliminazione dialettica, codici in avvicendamento continuo<sup>20</sup>.

Non è naturale che anche il fruitore colto, che nei momenti di tensione intellettuale chiede al quadro informale o al brano seriale stimoli per la propria intelligenza e la propria immaginazione, nei momenti di rilassamento ed evasione (salutari e indispensabili) tenda ai fasti della pigrizia infantile, e chieda al prodotto di consumo di pacificarlo nell'orgia della ridondanza?

Non appena si consideri il problema sotto quest'angolo visuale si è tentati di mostrare verso i fenomeni dell'intrattenimento evasivo (tra i quali rientrerebbe anche il nostro mito di Superman) una maggiore indulgenza, rimproverandoci per aver esercitato un acido moralismo, condito di filosofemi, su ciò che è innocuo e forse benefico.

Ma il problema cambia aspetto nella misura in cui il piacere della ridondanza, da momento di riposo, pausa nel ritmo convulso di una esistenza intellettuale impegnata nella ricezione di informazioni, diventa *la norma* di ogni attività immaginativa. In altre parole: per chi la narrativa della ridondanza costituisce una alternativa ad altro, e per chi invece costituisce l'unica possibilità? Ma c'è di più: all'interno degli stessi schemi iterativi, in che misura un diverso dosaggio dei contenuti, dei temi (in altri termini, all'interno di una stessa struttura sintattica, in che misura un diverso articolarsi delle referenze semantiche) non ribadisce la funzione negativa dello schema?

Il problema non è di chiedersi se, veicolati da uno stesso schema narrativo, diversi "contenuti" ideologici possano sortire effetti diversi. È piuttosto: uno schema iterativo diventa e rimane soltanto tale nella misura in cui sostiene ed esprime riferimenti semanticici che sono a loro volta privi di sviluppo. In altri termini, ancora: una struttura narrativa esprime un mondo ma ce ne accorgiamo ancor più rivelando come il mondo abbia la stessa configurazione della struttura che lo esprimeva. Il caso di Superman ci riconferma questa ipotesi. Se esaminiamo i "contenuti" ideologici delle storie di Superman ci rendiamo conto che, da un lato essi si sostengono e funzionano comunicativamente grazie alla struttura della serie narrativa; dall'altro, essi concorrono a definire la struttura che li esprime come una struttura circolare, statica, veicolo di un messaggio pedagogico sostanzialmente immobilistico.

### *Coscienza civile e coscienza politica*

Le storie di Superman hanno una caratteristica in comune con una serie di altre avventure imperniate su eroi dotati di *superpoteri*. Che in Superman i veri elementi si fondino in un tutto più omogeneo, giustifica il fatto che vi abbiamo dedicato un'attenzione speciale; e non è un caso se Superman è, al postutto, tra gli eroi di cui parleremo, il più popolare: non solo rappresenta il capostipite del gruppo (anzianità 1938), ma di tutti questi personaggi è ancora quello tratteggiato più a fondo, dotato di una personalità riconoscibile, scavato da un'aneddotica pluriennale. Se pure, per le ragioni addotte, e per altre che vedremo, non può essere definito un *tipo*, di tutti i suoi confratelli è quello che più potrebbe aspirare a tale titolo. Inoltre non va taciuto che c'è sempre, nelle sue storie, un pizzico di ironia, una compiacente indulgenza degli autori che, mentre disegnano il personaggio e le sue vicende, non sono inconsapevoli di star montando, in fin dei conti, una "commedia" e non un "dramma" o un "romanzo d'avventure". È questa sapienza nel dosaggio degli effetti romanzeschi, questo vendere il personaggio con un minimo indispensabile di autoironia, che salva in parte Superman dalla banalità basso-commerciale, e ne fa comunque un "caso". I suoi confratelli gli sono da meno, sono fantasmi che si agitano di vignetta in vignetta, talmente fungibili che risulta impossibile simpatizzare con essi, e

tantomeno amarli.

Ma andiamo per ordine. Tra i vari super-eroi potremmo distinguere quelli dotati di poteri ultra-umani e quelli dotati di normali caratteristiche terrestri, sia pure potenziate al massimo grado. Tra i primi stanno Superman e *The Manhunter from Mars* (Il segugio di Marte). Del primo già sappiamo, quanto al secondo trattasi di un marziano, trovatosi accidentalmente sulla Terra, dove persegue una azione di missionariato poliziesco, celandosi sotto le mentite spoglie del detective John Jones. Caratteristica del Segugio di Marte (il cui vero nome è J'onn J'onzz) è quella di poter assumere con la massima facilità l'aspetto di qualsiasi individuo, nonché di potersi smaterializzare attraversando così corpi solidi. Unico suo avversario, il fuoco (che svolge qui la funzione della kryptonite di Superman). Suo *pet* è Zuk, un animale di origine spaziale, dotato di vari superpoteri, che rappresenta un analogo del cane Krypto, *pet* di Superman<sup>21</sup>.

Tra gli eroi dotati di caratteristiche umane abbiamo anzitutto la coppia Batman e Robin. Anche qui, due individui che si celano di solito sotto mentite spoglie (il tema della doppia identità, per i motivi già addotti, è sostanziale, e non viene mai trascurato) e che, al richiamo della polizia (un enorme pipistrello che si disegna contro la cappa scura del cielo, grazie a un gioco di riflettori d'emergenza), accorrono sul luogo dei vari crimini con un costume che arieggia alla forma del pipistrello. Come per Superman e Il Segugio di Marte (e per gli altri che vedremo) è sempre indispensabile che il costume sia comunque tipo calzamaglia elastica, strettamente aderente: ciò che corrobora l'ipotesi di chi, come il già citato Giammanco, vedrebbe in questi eroi, e nelle loro condizioni di sodalizio maschile, elementi omosessuali. Specialità di Batman e Robin è il lanciarsi di edificio in edificio attraverso un acconci gioco di lunghe funi, al limite discendendo dal loro elicottero personale (a forma anch'esso di pipistrello, come a forma di pipistrello sono la loro automobile e il loro motoscafo – e in effetti ognuno di questi veicoli è sempre nominato con il prefisso *bat-*).

Parenti prossimi di Batman e Robin sono Green Arrow e Speedy. La calzamaglia qui si piega ad alcuni compromessi e, con l'aggiunta di un paio di stivali e di guanti, arieggia al costume di Robin Hood. Di costui infatti i due eroi sono una tarda e tecnologica reincarnazione, in quanto agiscono solamente grazie all'uso di frecce. Queste frecce sono concepite in modo estremamente elaborato, e sviluppano varie possibilità d'azione: sono frecce-ventosa, frecce-scala, frecce-razzo, frecce-pugno, frecce-rete, frecce-grappino, frecce-bolas, frecce-bengala, e così via. In luogo della punta recano apparati di grande precisione che, al contatto del bersaglio, fanno scattare appunto i vari dispositivi elencati, diventando volta a volta razzo illuminante, laccio avvolgente, uncino rampante, mazza stordente e così via. Il mirabolante impiego di questo portato tecnico, fa sì che i poteri dei due eroi risultino altrettanto efficaci dell'agilità ginnastica di Batman e Robin e, se pur non sempre, dei superpoteri di Superman e J'onn J'onzz.

A costoro si aggiunga Flash: le caratteristiche fondamentali sono le stesse, costume attillato, capacità di rapida trasformazione, doppia identità (nella vita si tratta di un chimico della polizia, la sua fidanzata è una giornalista; all'attivo di Flash sta il fatto che dimostra pubblicamente di non essere insensibile al fascino della giovane; talora la bacia).

Nel caso di Flash, dal castone di un anello che porta al dito, scatta a velocità supersonica il costume di guerra, che egli indossa. Superpoteri: capacità di correre alla velocità della luce e, di conseguenza,

capacità di percorrere il periplo terrestre in pochi secondi, capacità di passare attraverso corpi solidi grazie ad un non meglio precisato principio fisico che contempla l'accelerazione a livello fotonico delle particelle che compongono l'organismo dell'eroe.

L'elenco potrebbe continuare<sup>22</sup>, ma crediamo di avere individuato i personaggi più caratteristici, e comunque quelli le cui avventure sono conosciute anche in Italia. Che tali personaggi siano tutti costruiti secondo uno schema comune, appare chiaro. Ma a una lettura più attenta, ciò che li unisce, e li unifica in quanto messaggio pedagogico unitario, è un fattore meno appariscente.

Ciascuno di costoro è dotato di poteri tali che potrebbe di fatto impadronirsi del governo, sconfiggere un esercito, alterare l'equilibrio degli affari planetari. Se è lecito qualche dubbio per Batman e Green Arrow, per gli altri tre la somma delle loro possibilità operative è fuori discussione. D'altra parte è chiaro che ciascuno di questi personaggi è profondamente buono, morale, ligio alle leggi naturali ed umane, e quindi è legittimo (ed è bello) che usi i propri poteri solo a fin di bene. In questo senso il massaggio pedagogico di queste storie sarebbe, almeno a livello della letteratura infantile, altamente accettabile, e gli stessi episodi di violenza di cui i vari racconti sono inframmezzati, apparirebbero finalizzati a questa riprovazione terminale del male e al trionfo degli onesti<sup>23</sup>.

Ma l'ambiguità dell'insegnamento appare nel momento in cui ci si domandi *che cosa sia il Bene*. A questo punto basta riesaminare a fondo la situazione di Superman, che riassume anche le altre, almeno nelle coordinate fondamentali.

Superman è praticamente onnipotente, delle sue capacità fisiche, mentali e tecnologiche già si è detto. La sua capacità operativa si estende su scala cosmica. Ora, un essere dotato di tali capacità, e votato al bene dell'umanità (poniamoci, il problema col massimo candore ma il massimo senso di responsabilità, dando tutto per verosimile), avrebbe davanti a se un immenso campo di azione. Da un uomo che può produrre lavoro e ricchezza in dimensioni astronomiche nel giro di pochi secondi, ci si potrebbero attendere i più sbalorditivi rivolgimenti dell'ordine politico, economico, tecnologico del mondo. Dalla soluzione dei problemi della fame, al dissodamento di aree inabili, dalla distruzione di sistemi inumani (leggiamo pure Superman nello "spirito di Dallas": perché non va a liberare seicento milioni di cinesi dal giogo di Mao?), Superman potrebbe esercitare il bene a livello cosmico, galattico, e fornircene nel contempo una definizione che, attraverso l'amplificazione fantastica, chiarifichasse comunque precise linee etiche.

Invece Superman svolge la sua attività a livello della piccola comunità in cui vive (Smallville nella fanciullezza, Metropolis da adulto) e – come accadeva al villico medievale, cui poteva accadere di conoscere la Terrasanta ma non la comunità, chiusa e separata, che fioriva a cinquanta chilometri dal suo centro di vita – se pure affronta con disinvoltura viaggi in altre galassie, ignora praticamente, non dico la dimensione "mondo", ma la dimensione "Stati Uniti"<sup>24</sup>. Nell'ambito della sua *little town* il male, l'unico male da combattere, gli si configura sotto specie di aderenti all'*under world*, al mondo sotterraneo della malavita, di preferenza occupato non a contrabbandare stupefacenti né – è evidente – a corrompere amministratori o uomini politici, ma a svaligiare banche e furgoni postali. In altri termini, *l'unica forma visibile che assume il male è l'attentato alla proprietà privata*. Il male extra-spaziale è pimento accessorio, è casuale, e assume sempre forme imprevedute e transitorie: l'*underworld* è invece male endemico, come una sorta di filone dannato che pervade il corso della

storia umana, chiaramente divisa in zone dalla incontrovertibilità manichea – dove ogni autorità è fondamentalmente buona e incorrotta, ogni malvagio è tale alle radici, senza speranza di redenzione. Naturalmente si procede qui per larghe zone tematiche inframmezzate da piccoli episodi eccentrici (comunque sempre di sapore deamicisiano: il giovanetto perverso per debolezza, l'improvvisa resipiscenza di un “cattivo” endemico come Luthor, avversario dall'intelligenza altissima e diabolica, vero sacerdote del male, nemico giurato di Superman per ragioni che risalgono all'infanzia: il giovane Superboy è stato responsabile, almeno così ritiene Luthor, della sua calvizie): ma un facile studio statistico condotto a livello tematico potrebbe facilmente verificare le ipotesi suaccennate. Come altri ha detto, abbiamo in Superman un perfetto esempio di coscienza *civile* completamente scissa dalla coscienza *politica*. Il civismo di Superman è perfetto, ma si esercita e si configura nell'ambito di una piccola comunità chiusa<sup>25</sup>.

È singolare come, volgendosi al bene, Superman spenda enormi energie per organizzare spettacoli di beneficenza, onde raccogliere denari per orfani e indigenti. Il paradossale spreco di mezzi (la stessa energia potrebbe essere impiegata per produrre direttamente ricchezze o per modificare radicalmente situazioni più vaste) non cessa di colpire il lettore, che vede Superman perennemente impegnato in spettacoli di tipo parrocchiale. Così come il male assume il solo aspetto dell'offesa alla proprietà privata, *il bene si configura solamente come carità*<sup>26</sup>. Questa semplice equivalenza basterebbe a caratterizzare il mondo morale di Superman. Ma di fatto ci si rende conto che Superman è costretto a mantenere le proprie operazioni nell'ambito di piccole e infinitesimali modificazioni del fattuale, per gli stessi motivi elencati a proposito della staticità delle sue trame: ogni modifica generale spingerebbe il mondo, e Superman in esso, verso il consumo.

D'altra parte sarebbe inesatto dire che la giudiziosa e dosata virtù di Superman dipenda soltanto dalla struttura dell'intreccio, e cioè dall'esigenza di non farne scattare eccessivi e irrecuperabili sviluppi. È vero anche il contrario: che la metafisica immobilistica sottesa a questa concezione dell'intreccio è la diretta, e non voluta, conseguenza di un meccanismo strutturale complessivo, il quale appare l'unico adatto a comunicare, attraverso la tematica individuata, un determinato insegnamento. L'intreccio deve essere statico ed eludere ogni sviluppo perché Superman *deve* far consistere là virtù in tanti piccoli atti parziali, mai in una presa di coscienza totale. E la virtù, di converso, deve essere caratterizzata dal compimento di atti soltanto parziali affinché l'intreccio risulti statico. Ancora una volta il discorso riguarda non la precisa volontà degli autori, quanto il loro adattarsi a una concezione di “ordine” che pervade il modello culturale in cui vivono e di cui fabbricano, in scala ridotta, modellini “analoghi” con funzioni di *rispecchiamento*.

### *Conclusioni*

Così in definitiva, l'episodio Superman ci riconferma nella persuasione che non possa esistere enunciazione ideologica efficace che non risolva il materiale tematico in *modo di formare*. Le storie di Superman sono un esempio minimo ma esatto di fusione tra vari livelli, omogeneizzati in un sistema di relazioni in cui ogni livello riproduce su scala diversa limiti e contraddizioni degli altri. Se l'ideologia etica di Superman rappresenta, come rappresenta, un *sistema* coerente, e la struttura delle varie storie un altro sistema, la “saga” di Superman appare come un calibratissimo *sistema di sistemi* – dove non

apparebbe inutile esaminare allora anche la natura del disegno, le cadenze del linguaggio, la caratterizzazione dei vari personaggi. Una breve ispezione circa la psicologia di Lois Lane, o il tipo di legami che uniscono la famiglia Kent o la Famiglia Lang a Smallville, ci porterebbe facilmente a individuare, a livello dei caratteri, una posizione dei vari problemi e un prospettarsi delle soluzioni pedagogiche simile – strutturalmente – a quanto si verifica ad altri livelli.

Nel saggio seguente vedremo come nei fumetti di Charles M. Schulz la stessa struttura iterativa del racconto non impedisca ma anzi permetta il delinearsi di personaggi concreti e “storici” Ma siamo allora in un campo in cui l’elemento iterativo si fa palese, voluto, vuole essere goduto come tale, diventa non cadenza fascinaria, ma *ritmo estetico*: e attraverso di esso si stabiliscono i rapporti tra i personaggi e il mondo storico, con chiarezza di rimandi, con esattezza di riferimenti. I personaggi dei *Peanuts* non sono fungibili. Ma i personaggi di Superman sì; e Superman è fungibile, in gran parte, con altro super-eroe di altra saga. Così rimane *topos* generico, talmente dissociato dal contesto in cui agisce, che la sua riduzione al *minimo comune agibile*, il suo negarsi alle possibilità che di fatto ha (e che verosimiglianza gli imporrebbe), appaiono così macroscopiche e disturbanti da richiedere al lettore un atto di fiducia, una “suspension of disbelief” nel senso più grossolano del termine; una decisione di accettare Superman per quel che è, un personaggio da fiaba, di cui godere le continue variazioni su tema. E come in tutte le fiabe, nella saga di Superman si scatenano possibilità di intreccio che *vanno ignorate*, pena il passaggio dalla fiaba evasiva all’appello problematico.

*Rombo rombetto, che principe sei  
fosse per me, non lo vorrei,  
ma è quella strega della mi' moglie,  
della mi' moglie che ha tutte le voglie.*

Così chiede il pescatore al pesce fatato. E tutto quello che chiede la moglie viene concesso, perché tale è la legge della fiaba. Ma non appena la moglie chiede di essere Dio, il pescerombo si adira, e tutto torna miseramente come era un tempo. Può una fiaba alterare l’ordine dell’universo?

## IL MONDO DI CHARLIE BROWN

Come ci ha mostrato l'analisi del mito di Superman, dunque non è vero che i fumetti siano un innocuo divertimento che, fatto per i bambini, anche gli adulti possano apprezzare dopopranzo, seduti in poltrona, per consumare le loro quattro evasioni senza danno e senza acquisti. L'industria della cultura di massa fabbrica i fumetti su scala internazionale e li diffonde ad ogni livello: davanti ad essi (come davanti alla canzone di consumo, al libro giallo e alla trasmissione televisiva) muore l'arte popolare, quella che sale dal basso, muoiono le tradizioni autoctone, non nascono più leggende raccontate intorno al fuoco, e i cantastorie non vengono più a mostrarvi le loro tavole narrative durante le feste sull'aia o sulla piazza. Il fumetto è un prodotto industriale, commissionato dall'alto, funziona secondo tutte le meccaniche della persuasione occulta, suppone nel fruitore un atteggiamento di evasione che stimola immediatamente le velleità paternalistiche dei committenti. E gli autori per lo più si adeguano: così il fumetto, nella maggior parte dei casi, riflette l'implicita pedagogia di un sistema e funziona come rafforzatore dei miti e dei valori vigenti. Così *Dennis the Menace* ribadirà l'immagine, in definitiva felice e irresponsabile, di una buona famiglia *middle class* che abbia fatto del naturalismo deweyano un mito educativo pronto ad essere fainteso per produrre nevrotici a catena; e la *Little Orphan Annie* diventerà per milioni di lettori la *supporter* di un maccartismo nazionalistico, di un classismo paleocapitalista, di un filisteismo piccolo borghese pronto a celebrare i fasti della John Birch Society; *Jiggs and Maggie* (Arcibaldo e Petronilla) ridurranno il problema sociologico del matriarcato americano a un semplice fatto individuale; *Terry e i Pirati* si è prestato con constanza a una educazione nazionalistico-militaristica delle giovani leve statunitensi; *Dick Tracy* ha portato il sadismo del giallo d'azione non soltanto a portata di tutti attraverso le trame, ma attraverso il segno stesso di una matita complessatissima e sanguinaria (e non conta che sul piano del gusto abbia svecchiato di molto il palato del proprio pubblico); e *Joe Palooka* continua a cantare il suo inno al prototipo di yankee integerrimo e candido, lo stesso su cui fan leva tutte le persuasioni elettorali a sfondo conservatore. Così anche la protesta e la critica del costume, quando c'è stata, è stata contenuta con garbo nell'ambito del sistema e ridotta a dimensioni favolistiche. Sappiamo tutti che la figura di Paperon de' Paperoni riassume tutti i vizi di un capitalismo generico fondato sul culto del denaro e sullo sfruttamento dei propri simili a fini esclusivi di profitto; ma lo stesso nome che il personaggio assume nell'originale, Uncle Scrooge (col suo richiamo al vecchio avaro del *Racconto di una notte di Natale* di Dickens), serve a indirizzare questa critica indiretta contro un modello di capitalismo ottocentesco (fratello dello sfruttamento dei piccoli in miniera e delle punizioni corporali nelle scuole) che ovviamente la società moderna non teme più e che chiunque può permettersi di criticare. E se i fumetti di Al Capp sviluppano, attraverso le avventure di Li'l Abner, una critica dei tic e dei miti americani, talora con indomita cattiveria – penso alla satira di una società

opulenta fondata sul consumo, che la storia dello Shmoo ha così gustosamente protratto per un certo tempo – tuttavia anche questa critica è sempre tenuta su uno sfondo indistruttibile di bonomia e di ottimismo, mentre il teatro degli avvenimenti, la cittadina di Dogpacht, nella sua dimensione “strapaesana”, riduce costantemente a livello di saga primitiva il mordente dei vari attacchi a situazioni che in origine erano concrete e delimitabili.

Allora dovremo dire che il fumetto, chiuso nelle regole ferree del circuito industriale-commerciale della produzione e del consumo, è destinato a dare solo i prodotti standard di un paternalismo talora inconscio e talora programmato? Che se ha elaborato, come ha elaborato, moduli stilistici, tagli narrativi, proposte di gusto senz’altro originali e stimolanti per la massa che ne usava, tuttavia userà sempre e comunque di queste spregiudicatezze artistiche per una costante funzione di evasione e di mascheramento della realtà?

Ora, anche solo in teoria, potremmo rispondere che da quando mondo è mondo, arti maggiori e arti minori, hanno potuto prosperare quasi sempre solo nell’ambito di un sistema dato che permetteva all’artista un certo margine di autonomia in cambio di una certa percentuale di ossequenza ai valori stabiliti: e che tuttavia, all’interno di questi vari circuiti di produzione e di consumo, si sono visti agire degli artisti che, usando delle occasioni concesse a tutti gli altri, riuscivano a mutare profondamente il modo di sentire dei loro consumatori svolgendo, all’interno del sistema, una funzione critica e liberatoria. Come al solito è questione di genialità individuale, di saper elaborare un discorso talmente incisivo, limpido, efficace da riuscire a padroneggiare tutte le condizioni entro le quali il discorso, per forza di cose, si muove.

Credo che in questo senso il fumetto ci abbia offerto due vie maestre. La prima è quella di cui il rappresentante più recente, forse il maggiore, è Jules Feiffer: la satira dell’autore de *Il complesso facile* e *Passionella* è così precisa, coglie con tanta esattezza di contorni i mali di una società industriale moderna traducendoli in altrettanti *tipi* esemplari, pone nella scoperta di questi tipi tanta umanità (cattiveria e pietà al medesimo tempo) che qualsiasi sia il giornale in cui queste storie appaiono, qualsiasi sia il successo che loro arride, anche se tutti le accettano sorridendo, compresi coloro che dovrebbero esserne offesi e terrorizzati, non tolgono nulla alla loro forza. Una storia di Feiffer, una volta pubblicata, non può più essere esorcizzata; una volta letta rimane nella mente e vi lavora silenziosamente. Nei casi in cui la satira rimane meccanica, può a lungo andare entrare nel repertorio dei luoghi comuni; ma nei casi in cui viene toccato (e accade sovente) un momento “universale” della debolezza umana, il fumetto sopravvive e batte in breccia il sistema che cercava di condizionarlo.

C’è poi una seconda via, e per esemplificarla vorrei scegliere un fumetto ormai classico, il *Krazy Kat* di George Herriman, nato tra il 1910 e il 1911 e finito nel 1944 con la morte dell’autore. Le *dramatis personae* erano tre: un gatto, dal sesso impreciso, probabilmente una gatta; un topo, Ignatz Mouse; un cane in funzione di poliziotto, Offissa Pop. Un disegno singolare per certe sue sforate surrealistiche, specie nei paesaggi lunari e improbabili, fatti apposta per sottrarre la vicenda ad ogni verosimiglianza. La situazione? Il gatto ama follemente il topo e il topo, malefico, odia e tiranneggia il gatto, di preferenza colpendolo alla testa con un mattone. Il cane cerca in ogni momento di proteggere il gatto, ma il gatto disprezza questo suo amore senza riserve; il gatto ama il topo ed è sempre pronto a giustificarlo. Da questa situazione, assurda e senza particolari pimenti comici, l’autore traeva una serie

infinita di variazioni basandosi su un fatto strutturale che è di fondamentale importanza per la comprensione del fumetto in genere: la breve storia giornaliera o settimanale, la striscia tradizionale, anche se racconta un fatto che si conclude nel giro di quattro vignette, non funziona presa a sé, ma acquista ogni sapore solo nella sequenza continua e testarda che si snoda, striscia dopo striscia, giorno per giorno. In *Krazy Kat* la poesia nasceva da una certa cocciutaggine lirica dell'autore che ripeteva all'infinito la sua vicenda, variando sempre sul tema, e solo a quel patto la proterva del topo, la pietà senza ricompense del cane e il disperato amore del gatto raggiungevano quella che a molti critici parve una vera e propria condizione di poesia, come una ininterrotta elegia fatta di un dolente candore. In un fumetto del genere lo spettatore, non sollecitato dalla gag straripante, dal riferimento realistico o caricaturale, da un qualsivoglia appello al sesso o alla violenza, sottratto quindi alla routine di un gusto che lo portava a cercare nel fumetto il soddisfacimento di determinate esigenze, scopriva così la possibilità di un mondo puramente allusivo, un piacere di tipo "musicale", un gioco di sentimenti non banali. Si riproduceva in una certa misura il mito di Sheerazade: la concubina presa dal Sultano per usarne nel giro di una notte ed essere poi eliminata, incominciava a raccontare una storia, e il sultano dimenticava la donna per la storia, scopriva insomma un altro mondo di valori e di piaceri.

La prova migliore che il fumetto è prodotto industriale di puro consumo è che, anche se un personaggio viene inventato da un autore geniale, dopo un poco l'autore viene sostituito da una équipe, la sua genialità si fa fungibile, la sua invenzione prodotto da officina. La prova migliore che *Krazy Kat*, in forza di quella sua grezza poesia, riuscì a dominare il sistema, è che alla morte di Herriman nessuno volle raccogliere l'eredità e gli industriali del fumetto non seppero forzare la situazione<sup>1</sup>.

Ed ecco che il discorso ci porta ai *Peanuts* di Charles M. Schulz, che noi ascriveremmo al filone "lirico" di *Krazy Kat*.

Anche qui una situazione elementare: un gruppo di bambini, Charlie Brown, Lucy, Violet, Patty, Frida, Linus, Schroeder, Pig Pen e il cane Snoopy, intenti ai loro giochi e ai loro discorsi. Su questo schema di base, un flusso continuo di variazioni, secondo un ritmo proprio a certe epopee primitive (e primitivo è persino questo assurdo fedelissimo indicare il protagonista sempre per nome e cognome – anche la mamma lo chiama così – come un eroe eponimo), in modo che non potrebbe mai scoprire la forza di questa "poésie ininterrompue" leggendo solo una o due, o dieci storie, ma solo dopo essere entrati a fondo nei caratteri e nelle situazioni, poiché la grazia, la tenerezza o il riso nascono solo dalla ripetizione, infinitamente cangiante, degli schemi, nascono dalla fedeltà all'ispirazione di base, e richiedono al lettore un atto continuo e fedele di simpatia.

Questa struttura formale basterebbe già a stabilire la forza di queste storie. Ma c'è di più: la poesia di questi bambini nasce dal fatto che in essi ritroviamo tutti i problemi, tutti i patemi degli adulti che stanno dietro le quinte. In questo senso Schulz è un Herriman avvicinatosi peraltro al filone critico e sociale di un Feiffer. Questi bambini ci toccano da vicino perché in un certo senso sono dei mostri: sono le mostruose riduzioni infantili di tutte le nevrosi di un moderno cittadino della civiltà industriale. Essi ci toccano da vicino perché ci accorgiamo che se sono mostri è perché noi, gli adulti, li abbiamo resi tali. In essi ritroviamo tutto, Freud, la massificazione, la cultura assorbita attraverso le varie "Selezioni", la lotta frustrata per il successo, la ricerca di simpatie, la solitudine, la reazione proterva, l'acquiescenza passiva e la protesta nevrotica. E però tutti questi elementi non fioriscono, tali e quali noi li conosciamo,

dalla bocca di un gruppo di innocenti: sono pensati e ridetti dopo essere passati attraverso il filtro dell'innocenza.

I bambini di Schulz non sono lo strumento malizioso per contrabbardare i problemi di noi adulti; questi problemi in essi vengono vissuti secondo i modi di una psicologia infantile, e proprio per questo ci appaiono toccanti e senza speranza, come se riconoscessimo all'improvviso che i nostri mali hanno inquinato tutto, alla radice.

Ma ancora: la riduzione dei miti adulti a miti dell'infanzia (di una infanzia che non viene più prima della nostra maturità, ma dopo – e ce ne mostra le incrinature) permette a Schulz un ricupero: e questi bambini-mostri sono capaci all'improvviso di candori e di genuinità che rimettono tutto in questione, filtrano tutti i detriti e ci restituiscono un mondo che è tuttavia e sempre gentilissimo e soffice, che sa di latte e di pulizia. Così che in una altalena continua di reazioni, all'interno di una stessa storia, o tra storia e storia, non sappiamo se essere disperati o se concederci un respiro di ottimismo. Ma comunque ci accorgiamo che siamo usciti, in ogni caso, da un circuito banale del consumo e dell'evasione, e abbiamo quasi raggiunto le soglie di una meditazione.

La prova più stupefacente di queste ed altre cose è che, mentre fumetti decisamente “colti” come quelli di *Pogo Possum*, piacciono solo agli intellettuali (e vengono consumati dalla massa solo per distrazione), i *Peanuts* affascinano con uguale intensità i grandi più sofisticati e i bambini, come se ciascuno vi trovasse qualcosa per sé, ed è sempre la stessa cosa, fruibile in due chiavi diverse.

Il mondo dei Peanuts è un microcosmo, una piccola commedia umana per tutte le borse.

Al centro sta Charlie Brown: ingenuo, testone, sempre inabile e quindi votato all'insuccesso. Bisognoso sino alla nevrosi di comunicazione e “popolarità”, e ripagato, dalle bambine matriarcali e saccenti che lo attorniano, col disprezzo, le illusioni alla sua testa rotonda, le accuse di stupidità, le piccole malvagità che colpiscono a fondo. Charlie Brown impavido ricerca tenerezza e affermazione da ogni parte: nel *baseball*, nella costruzione di aquiloni, nei rapporti con Snoopy, il suo cane, nei contatti di gioco con le ragazze. Fallisce sempre. La sua solitudine si fa abissale, il suo complesso di inferiorità pervasivo (colorato dal sospetto continuo, che prende anche il lettore, che Charlie Brown non abbia alcun complesso di inferiorità, ma sia veramente inferiore). La tragedia è che Charlie Brown non è inferiore.

Peggio: è assolutamente normale. È come tutti. Per questo marcia sempre sull'orlo del suicidio o quanto meno del collasso: perché cerca la salvezza secondo le formule di comodo propostegli dalla società in cui vive (l'arte di conquistare gli amici, come diventare intrattenitore ricercato, come farsi una cultura in quattro lezioni, la ricerca della felicità, come piacere alle ragazze... lo hanno rovinato, ovviamente, il dottor Kinsey, Dale Carnegie e Lyn Yutang). Ma poiché lo fa con assoluta purezza di cuore e nessuna furbizia, la società è pronta a respingerlo nella persona di Lucy, matriarcale, perfida, sicura di sé, imprenditrice a profitto sicuro, pronta a smerciare una sicumera del tutto fasulla ma di indubbio effetto (sono le sue lezioni di scienze naturali al fratellino Linus, una accozzaglia di improntitudini che a Charlie Brown danno male allo stomaco, “I can't stand it”, non posso sopportarlo, geme lo sciagurato, ma con quali armi si può arrestare la malafede impeccabile quando si ha la sventura di essere puri di cuore?...)

Charlie Brown è stato così definito “il bambino più sensitivo mai apparso in un fumetto, capace di variazioni di umori di tono shakespeariano” (Becker) e la matita di Schulz riesce a rendere queste

variazioni con una economia di mezzi che ha del miracoloso: il fumetto, sempre pressoché aulico, in una lingua da Harvard (raramente questi bambini scadono nel gergo e peccano di anacoluti) si unisce così a un disegno capace di dominare, in ogni personaggio, la minima sfumatura psicologica. Così la quotidiana tragedia di Charlie Brown si graffisce ai nostri occhi con una incisività esemplare. Per sfuggire a queste tragedie della non-integrazione, la tavola dei tipi psicologici offre alcune alternative. Le ragazze vi sfuggono in virtù di una caparbia autosufficienza e alterigia: Lucy (una *géante*, da ammirare sbigottiti), Patty e Violet non hanno incrinature; perfettamente integrate (vogliamo dire “alienate”?) trascorrono dalle sedute ipnotiche davanti al televisore al salto della corda e ai discorsi quotidiani tessuti di perfidia, raggiungendo pace attraverso l’insensibilità.

Linus, il più piccolo, è invece già carico di tutte le nevrosi, l’instabilità emotiva sarebbe la sua condizione perpetua, se con la nevrosi la civiltà in cui vive non gli avesse già offerto anche i rimedi: Linus ha già dietro alle spalle Freud, Adler e forse anche Binswanger (tramite Rollo May), ha individuato nella copertina da letto della prima infanzia il simbolo di una pace uterina e di una felicità puramente orale... Dito in bocca e coperta (il *blanket*) appoggiata a una gota (possibilmente televisore acceso, davanti a cui stare appollaiato come un indiano, ma al limite anche niente, un isolamento di tipo orientale, attaccato ai propri simboli di protezione) Linus ritrova il suo “sentimento di sicurezza”. Toglietegli il *blanket* e ripiomberebbe in tutte le turbe emotive che lo guatano giorno e notte. Poiché – va aggiunto – ha assorbito con l’instabilità tutta la sapienza di una società nevrotica, Linus ne rappresenta il prodotto tecnologicamente più agguerrito. Là dove Charlie Brown non riesce a costruire un aquilone che non precipiti tra le fronde di un albero, Linus rivela improvvisamente, a tratti, abilità fantascientifiche e maestrie vertiginose: costruisce giochi di allucinante equilibrio, colpisce a volo un quarto di dollaro con la cocca della copertina, schioccata come una frusta (“the fastest blanket in the West!”).

Schroeder al contrario trova la pace nella religione estetica: seduto al suo piccolo pianoforte fasullo da cui trae melodie ed accordi di complessità trascendentale, sprofondato in una sua totale adorazione per Beethoven, si salva dalle nevrosi quotidiane sublimandole in un’alta forma di follia artistica. Nemmeno l’amorosa costante ammirazione di Lucy riesce a smuoverlo (Lucy non può amare la musica, attività poco redditizia di cui non comprende la ragione, ma ammira in Schroeder un vertice irraggiungibile, forse la stimola questa adamantina irraggiungibilità del suo Parsifal in sedicesimo, e persegue con cocciutaggine la sua opera di seduzione senza neppure scalfire le difese dell’artista): Schroeder ha scelto la pace dei sensi nel delirio dell’immaginazione. “Non dica male di questo amore, Lisaweta; è buono e fecondo. Vi è dentro nostalgia e melanconia, invidia e un poco di disprezzo, e una completa, casta felicità” non è Schulz, naturalmente, è il *Tonio Kroeger*, ma il punto è questo; e non per nulla i bambini di Schulz rappresentano un microcosmo dove la nostra tragedia o la nostra commedia è tutta rappresentata.

Anche Pig Pen avrebbe una inferiorità di cui dolersi: è irrimediabilmente, agghiacciantemente sporco. Esce di casa lindo e pettinato e dopo un secondo le stringhe gli si slacciano, i pantaloni scendono sulle anche, i capelli si intristiscono di forfora, la pelle e gli abiti si coprono di uno strato di fango... Conscio di questa sua vocazione all’abisso, Pig Pen fa della sua situazione un elemento di gloria: “Su di me si addensa la polvere di innumerevoli secoli... Ho iniziato un processo irreversibile: chi sono io per alterare il corso della storia?” – non è un personaggio di Becket, naturalmente, è Pig Pen che parla, il

microcosmo di Schulz raggiunge le estreme propaggini della scelta esistenziale.

Antistrofe continua ai patemi degli umani, il cane Snoopy porta all'ultima frontiera metafisica le nevrosi da mancato adattamento. Snoopy sa di essere un cane; ieri era un cane; oggi è un cane; domani forse sarà ancora un cane; per lui, nella dialettica ottimistica della società opulenta che consente salite da status a status, non vi è alcuna speranza di promozione. Talora tenta l'estrema risorsa dell'umiltà ("noi cani siamo così umili..." sospira tutto consolato), si attacca teneramente a chi gli promette stima e considerazione. Ma di solito non si accetta e cerca di essere ciò che non è; personalità dissociata se mai ve ne furono, gli piacerebbe essere un alligatore, un canguro, un avvoltoio, un pinguino, un serpente... Tenta tutte le strade della mistificazione, poi si arrende alla realtà, per pigrizia, per fame, per sonno, per timidezza, per claustrofobia (che lo assale quando striscia tra le erbe alte), per ignavia. Sarà sopito, mai felice. Egli vive in un *apartheid* continuo, e del segregato ha la psicologia, dei negri alla zio Tom ha alla fine la devozione, faute de mieux, l'ancestrale rispetto per il più forte.

All'improvviso, in questa enciclopedia delle debolezze contemporanee, ci sono, come si è detto, schiarite luminose, variazioni disimpegnate, allegri e rondò dove tutto si pacifica in poche battute agili e sgombre, i mostri ritornano bambini, Schulz diventa solo un poeta dell'infanzia.

Noi sappiamo che non è vero e pure facciamo finta di prestarvi fede. Nella striscia che segue, Schulz continuerà a mostrarcici nel volto di Charlie Brown, con due colpi di matita, la sua versione della condizione umana.

I SUONI E LE IMMAGINI

## LA CANZONE DI CONSUMO

Gli autori di questo libro hanno voluto studiare da quattro punti di vista complementari il problema della canzone di consumo, di quella musica “gastronomica” prodotta da una industria della canzone per venire incontro ad alcune tendenze che essa individua (e coltiva) nel mercato nazionale. Già l’aver ristretto il campo di indagine a una musica “gastronomica” suggerisce il carattere polemico di quegli studi; e riflettendo sul fatto che qui si esamina e si mette sotto accusa la famiglia della “cattiva musica”, volta alla soddisfazione di esigenze che per definizione sono banali, epidermiche, immediate, transitorie e volgari, il lettore potrebbe pensare che gli autori abbiano impiegato un considerevole numero di pagine per convincerci di ciò che non abbiamo mai messo in dubbio. Ma gli autori hanno tentato di fondare – sia pure attraverso una analisi a volte vivace e irritata, – le ragioni storiche e strutturali di un malcostume musicale.

Così Michele L. Straniero esamina passo passo la storia della canzonetta in Italia dal tramonto di una società umbertina, attraverso il costume del ventennio, sino alle soglie della nostra “primavera neocapitalistica”, mettendo in evidenza nessi e parallelismi significativi. Sergio Liberovici identifica un “modello” di soluzione ritmica, il *terzinato*, e partendo da questo (eletto a caso tipico, punto di vista circoscritto per esigenze di metodo) svolge un discorso sul malcostume musicale proprio in quanto *musicale*, individuandone le radici e i meccanismi in un modo di *fare musica*, nella circolazione di modelli formali, nel loro commercio, nel loro furto circolare sistematico. Emilio Jona tenta una sorta di *psicoanalisi del paroliere*, o, come meglio vedremo, di psicoanalisi delle forme dalle quali il paroliere, ridotto ad entità convenzionale e intercambiabile, viene dominato e fatto parlare. E infine Giorgio De Maria inserisce il problema della canzonetta industrializzata, vista come *scialacquamento di suoni*, in un più vasto orizzonte di cultura – e nelle sue connessioni con altri fenomeni storici di cui si era occupata sinora più la musicologia accademica che non una impegnata storia del costume.

Così il lettore vede disegnarsi un panorama della musica gastronomica, dal quale è possibile dedurre l’esistenza di alcune linee di sviluppo e direzioni di marcia che non sono casuali. La musica gastronomica è un prodotto industriale che non persegue alcuna intenzione d’arte, bensì il soddisfacimento delle richieste del mercato; ma la domanda che questi saggi pongono, e a cui rispondono, è se la produzione industriale dei suoni si adeguì alle libere fluttuazioni di tale mercato, o non intervenga piuttosto come piano pedagogico ben preciso per orientare il mercato e determinare le richieste. Se l’uomo di una civiltà industriale di massa è quale ce lo hanno mostrato i sociologi, un individuo eterodiretto (per il quale pensano e desiderano i grandi apparati della persuasione occulta e i centri di controllo del gusto, dei sentimenti e delle idee – e che pensa e desidera in conformità ai deliberata dei centri di direzione psicologica) la canzone di consumo appare allora come uno degli strumenti più efficaci per la

coercizione ideologica del cittadino in una società di massa.

L'analisi degli autori è guidata in fondo da alcuni principi di metodo, che potrebbero facilmente essere così riassunti: la canzone di consumo va analizzata come sovrastruttura, ed è nella struttura economica del sistema che cercheremo le ragioni per cui essa è così e non potrebbe essere altrimenti. Che questa assunzione di metodo renda unilaterale e più aspra l'indagine, era scontato in partenza ma per lo meno così facendo gli autori rivelano di essere immuni da un vizio che insidia i migliori critici della società di massa: l'odio per la massa, e l'individuare nella sua incurabile bestialità la radice di ogni male. Gli autori di questo libro si chiedono per quali motivi storico-sociali, nell'ambito di quali determinazioni concrete la massa (che in molti momenti della giornata ciascuno di noi è, senza eccezioni) si sia identificata con un certo prodotto musicale. Il rapporto è tra un insieme di condizioni storiche e un insieme di modelli musicali che le riflettono e ne corroborano il perpetuarsi. La "gente", grazie al cielo, non è coinvolta in questa critica di un aspetto della nostra cultura di oggi.

Anzi, l'oggetto vero della polemica e dell'accusa, non sono neppure i singoli autori, i singoli interpreti (come non sono, abbiamo visto, i singoli consumatori). Se così fosse, il fatto che Jona, ad esempio, si dilunghi in una ricerca dei riferimenti sessuali anche nei più banali versetti di canzoni giocose, dovrebbe far pensare alla consorteria dei parolieri come ad un branco di ossessi perennemente intenti a commerciare scientemente una pornografia spicciola. Mentre il male appare ben più grave. Se c'è un risultato delle analisi di questo libro, è proprio nel mostrare come ormai il mondo delle forme e dei contenuti della canzone, di consumo, stretto nella dialettica inesorabile della domanda e dell'offerta, segua una sua *logica delle formule* dalla quale le decisioni dei singoli artigiani sono completamente assenti. Non è assente la responsabilità, badiamo, che viene assunta nel momento in cui l'autore decide di produrre musica di consumo per il mercato che la richiede e la richiede quale è. Ma, posta questa decisione, ogni invenzione, per la stessa necessità delle condizioni meccaniche indispensabili al successo del prodotto, scompare. Se, come ha detto Wright Mills in *White Collar*, nella società di massa la *formula sostituisce la forma* (e dunque la formula *precede* la forma, l'invenzione, la decisione stessa dell'autore), il campo della musica di consumo si presenta come un modello tipico da essere studiato con attenzione. Si vedano le pagine di Liberovici (dove ogni rilievo è suffragato da documenti musicali) sul ricalco quasi letterale degli schemi introduttivi in una serie di canzoni: un esempio succede all'altro, una canzone copia l'altra, a catena, quasi per necessità stilistica, proprio come si sviluppano determinati movimenti di mercato, al di là della volontà dei singoli. E non conta, diremo a Liberovici, che il Caio del suo esempio sia un piccolo truffatore che cerca di vivere parassitariamente sul successo della canzone altrui ricalcandone parametri; in realtà, dove la formula sostituisce la forma, si ha successo solo ricalcando i parametri, e una delle caratteristiche del prodotto di consumo è che esso diverte non rivelandoci qualcosa di nuovo, *ma ribadendoci quello che sapevamo già, che attendevamo ansiosamente di sentir ripetere e che solo ci diverte*.

C'è qualche spettatore, per entrare in un altro campo, che pone mente al meccanismo giallo delle varie scenette pubblicitarie dell'ispettore Rock? Il meccanismo giallo cambia ogni volta, eppure non è questo che ci interessa: ci interessa solo il momento in cui, all'adulazione "ma lei non sbaglia mai!", Cesare Polacco toglie il panama, scopre la calvizie, e pronuncia le fatidiche parole "sì, ho sbagliato una volta, eccetera". Solo a questo punto la scena ci piace e ci sorridiamo l'un l'altro, così come ai bambini piace

sentir ripetere la fiaba che conoscono già. È il meccanismo su cui si basa il romanzo giallo a personaggio fisso, il racconto a fumetti, la storia primitiva, e quella forma elementare di struttura musicale che è il ritmo di tam-tam. L'analisi di Liberovici mostra che nella canzone di consumo tutta l'amministrazione del piacere si basa su questa meccanica: e quindi il plagio non è più delitto, ma l'ultimo e più compiuto soddisfacimento delle richieste del mercato. Ed è l'ultimo e più compiuto atto pedagogico di omogeneizzazione del gusto collettivo e della sua sclerotizzazione su richieste fisse e immutabili, in cui la novità è introdotta con giudizio, a piccole dosi, per risvegliare l'interesse del compratore senza urtarne la pigrizia.

Così tutte queste ricerche ci danno come una radiografia delle intenzioni impersonali che reggono l'industria della canzone; come la mappa di un inconscio sociale che è costume, e in base al quale si sostiene un sistema di rapporti umani (sul quale il discorso sulla canzone apre uno spiraglio, una prospettiva). Altri hanno compiuto analisi sui tarli semantici che fan sì che parlando, siamo *parlati* dalle formule della lingua, e dalla sua stessa struttura sintattica (e non è un caso che un cultore della General Semantics, Hayakawa, abbia dedicato un saggio penetrante, al quale si riferisce anche Jona, alla canzone di consumo in America); altri hanno analizzato le "mitologie" di cui si intesse il nostro comportamento psicologico e sociale. In questa linea potremmo vedere il contributo di Straniero, Liberovici, Jona e De Maria, anche quando – e a tratti avviene – l'indignazione del moralista prende il sopravvento sulla freddezza dell'analista, che da sola sarebbe altrettanto giustiziera.

#### *La canzone "diversa"*

Sarebbe però inesatto pensare che questo libro comporti un atto di sfiducia verso la "canzonetta", verso la musica non "seria" (non da concerto, non sperimentale), verso la musica "applicata" in generale, la musica di intrattenimento e di evasione, di gioco e di ristoro. Perché non è necessario che intrattenimento ed evasione, gioco, ristoro siano perciò stesso sinonimo di irresponsabilità, automatismo, qualunquismo, ghiottoneria sregolata. Credo valga la pena di pagare questo tributo ai quattro autori del volume che sono stati, e sono, tra gli iniziatori di un movimento per il rinnovamento della musica leggera nel nostro paese. Attenti ai problemi della musica popolare, ammiratori di una tradizione della canzone che in altri paesi ha dato altissime prove (offrendo testi di livello poetico, melodie di indubbia dignità e originalità), sono stati infatti costoro, insieme ad altri, a dar vita a quel movimento dei *Cantacronache* che ha inciso più di quanto non si pensi sul costume musicale. Quando i *Cantacronache* iniziarono a comporre le loro canzoni, mobilitando parolieri come Calvino o Fortini, riinventando un folklore partigiano già velato di una nostalgia data dalla distanza, azzardando alcuni esempi di canzone polemica, volutamente oltraggiosa (*anticonformista*, diremmo, se lo snobismo non si fosse ormai impadronito del *progetto*, riducendolo a formula, come accade a tutti i gesti di avanguardia), quando i *Cantacronache* misero in circolazione i primi dischi o affrontarono una udienza di massa in alcune manifestazioni popolari, in Italia si avevano pochi tentativi isolati di persone di buona volontà. Cera il "caso Fo", il "caso Vanoni", c'era Roberto Leydi che persegua una paziente riscoperta del folklore popolare (anarchico, risorgimentale, resistenziale, proletario), stava prendendo forma il "caso Betti". Ma erano appunto dei casi.

Non sapremmo dire se i *Cantacronache* agirono come catalizzatore, o costituirono un fermento

massiccio che, unendosi agli altri, diede corpo a quella che si accingeva a diventare corrente, non più “caso” ma consuetudine, pratica musicale. Il fatto è che oggi, a distanza di sette o otto anni, possiamo riconoscere nel nostro paese un filone attivo di autori; musicisti e cantanti che *fanno le canzoni in modo diverso dagli altri*. Oggi una rubrica come “Canzoniere Minimo” di Giorgio Gaber ha potuto prosperare in televisione facendo ascoltare cantanti che non urlano, che rinunciano a ciò che la gente credeva che fosse la melodia, che sembrano rifiutare il ritmo, se ritmo era per il grosso pubblico solo quello di Celentano, che cantano canzoni in cui le parole contano e *si stanno a sentire*. E sono parole che non parlano necessariamente di amore, ma di tante altre cose; e che se nominano l’amore non lo fanno per formule astratte, senza tempo e senza luogo, ma lo circoscrivono, gli danno come sfondo i bastioni di Porta Romana, o le domeniche tristi e dolci di una periferia industriale e lombarda. Diremo anzi che questo nuovo filone della canzone, partendo dalla satira politica, dalla riesumazione un poco snobistica dei canti della malavita, da un lato è arrivato a restituire al grosso pubblico una canzone civile, intrisa di problemi, a modo proprio di vera e propria coscienza storica (si pensi al successo che ebbe a Milano uno spettacolo come “Milanin Milanon”), dall’altro ha ritrovato le vie della canzone d’amore attraverso quello che altrove abbiamo definito un “neocrepuscolarismo impegnato”, di cui uno degli esempi più probanti è la canzone di Margot – che non a caso ha cominciato a trovare un uditorio inatteso in alcune grandi comunità operaie piemontesi, che hanno scoperto così una nuova e più vera dimensione *dell’evadere cantando*.

Quanto possa dare ancora questo filone non sappiamo; ma ci pare che si tratti di un rinnovamento di costume che pian piano sta trovando le strade delle udienze popolari. Si tratta comunque di un processo che è iniziato e che non resterà senza conseguenze.

### *Una proposta di ricerca*

Ma se si vuole agire con maggiore consapevolezza nell’ambito di una società in cui operare culturalmente, occorrerà tenere presente un terzo ordine di problemi, che questo libro suggerisce ma non affronta ancora.

Sinora abbiamo considerato due possibilità operative: da un lato una analisi etico-politica delle correnti negative nel mondo della canzone di consumo; dall’altro la ricerca ancora sperimentale di una canzone “diversa”. L’analisi delle correnti negative fa giustizia di alcuni equivoci, demistifica abitudini pericolose, ci indica quali insidie minino paternalisticamente la sensibilità collettiva. La proposta di una canzone “diversa” tenta vie alternative. Ma in che modo le percorre? Fatalmente, occorre dirlo, ancora a livello “colto” (e si intende per “colto” un modo di intendere i valori che deriva da tutta una tradizione culturale di stampo umanistico; tradizione sulla quale ci siamo formati ma che non ci offre strumenti adeguati per risolvere i problemi posti dall’esistenza di una collettività più vasta e differenziata di quella a cui si rivolgeva la cultura umanistica, e che sta elaborando a modo proprio, quasi sempre in modo aberrante, una propria tavola di valori).

La canzone nuova di cui si è parlato poc’anzi ha condotto una sua polemica contro la melodia gastronomica andando a cercare modi nuovi addirittura nella musica da chiesa oltre che nella musica folkloristica; ha condotto una sua polemica contro il ritmo gastronomico elaborando dei “parlati”, dei “continui” discorsivi atti a mettere in nuovo risalto i contenuti, non cercando di attanagliare l’attenzione

dell’ascoltatore mediante la fascinazione di un ritmo primitivo, quanto piuttosto attraverso la presenza invadente di concetti e di appelli inconsueti. Il risultato è stato quello di fornire una canzone che la gente *si raccoglie per ascoltare*. Di solito la canzone di consumo viene usata *facendo altro*, come sottofondo; la canzone “diversa” richiede rispetto e interesse.

In Italia mancava (come invece non manca in Francia, ad esempio) una canzone di questo tipo, ed è stato un merito e un successo averla resa gradevole e necessaria. Ma una canzone che richiede rispetto e attenzione rappresenta ancora, sia pure a livello di una cultura di massa, una opzione “colta”.

Rappresenta una punta massima a cui una cultura di massa può aspirare; il primo gradino verso una educazione ulteriore del gusto e dell’intelligenza, attraverso il quale adire a esperienze più complesse. Un passaggio fondamentale, quindi. Ma non rappresenta la risposta a tutti i problemi del consumo musicale di massa.

Abbiamo parlato prima di una musica “applicata”, di evasione e di intrattenimento; e abbiamo parlato di quella tendenza primitiva (che emerge anche nel più colto di noi) che ci porta a fruire, durante la giornata, di quei momenti di riposo e distensione in cui l’appello elementare di un ritmo ripetuto, di un gioco già conosciuto, di uno scherzo verbale o un modello narrativo senza imprevisti, si rivela come complemento indispensabile di una vita psichica equilibrata. Sentir ripetere la famigerata battuta dell’ispettore Rock, fischiare ogni mattina lo stesso motivo o rileggersi ogni giorno la stessa storia di Arcibaldo e Petronilla (che cambia quanto al pretesto esteriore, ma radicalmente è la stessa e piace per questo), non costituisce degenerazione della sensibilità e intorpidimento dell’intelligenza. Costituisce un sano esercizio di normalità. *Quando rappresenti il momento di sosta*. Il dramma di una cultura di massa è che il modello del momento di sosta vi diventa la norma, il sostitutivo di ogni altra esperienza intellettuale, e quindi l’assopimento dell’individualità, la negazione del problema, la resa al conformismo dei comportamenti, l’estasi passiva richiesta da una pedagogia paternalistica che tenda a creare sudditi adattati. Mettere in questione la cultura di massa come *la situazione antropologica in cui la evasione episodica diventi la norma*, è un conto. Ed è un compito. Ma mettere in discussione come radicalmente negativa la meccanica dell’evasione episodica è un’altra cosa, e può costituire un pericoloso esempio di *ybris* intellettualistica e aristocratica (quasi sempre professata solo in pubblico, perché in privato il moralista arcigno di solito appare il più prono e silenzioso adepto delle evasioni che in pubblico bolla per professione).

Il fatto che la canzone di consumo possa attirarmi grazie a una imperiosa agogica del ritmo, che interviene a dosare e a dirigere i miei riflessi, può costituire un valore indispensabile, che tutte le società sane hanno perseguito e che costituisce il normale canale di sfogo per una serie di tensioni. Ed è un esempio fra tanti. Ecco dunque che si profila una prima linea di indagine, che consiste nell’individuare nei meccanismi della cultura di massa dei valori di tipo immediato e vitale da ripensare come positivi in un diverso contesto culturale.

Ma non si tratta solo di questo. L’estasi, l’incanto emotivo del fruitore standard della canzone di fronte a un appello “gastronomico” che giustamente ci offende, può costituire per quel tipo di fruitore l’unica possibilità che gli viene offerta nell’ambito di un determinato campo di esigenze, là dove la “cultura colta” non gli offre alcuna alternativa. Varrebbe la pena (al limite) di registrare alcuni protocolli verbali che un fruitore “ingenuo” desse delle emozioni che prova ascoltando un disco dell’usignolo

commerciale di turno; e traducendo il protocollo ingenuo in termini tecnici ci potrebbe curiosamente accadere di scoprire che il tipo di emozione denunciato è lo stesso che il fruitore “colto”, di fronte a un prodotto musicale “colto”, denuncerebbe come “emozione lirica”, intuizione sentimentale di una totalità. Analisi del genere aprirebbero interessanti vie di discussione, sia per comprendere meglio il tipo di valori fruito dal soggetto “ingenuo” sia per valutare l’inadeguatezza categoriale della definizione “colta” rispetto al prodotto “colto” (ed entrerebbe in crisi tanta estetica). Ma senza addentrarci in terreni così pericolosi, vorremmo suggerire una esperienza immaginaria – dalla quale potrebbero prendere le mosse una serie di ipotesi di lavoro e di elaborazioni metodologiche più rigorose per procedere poi a esperimenti reali, concreti, a livello statistico.

Eleggiamo un modello di fruitore “ingenuo”, intendendo come tale il consumatore non determinato da pregiudizi intellettuali di origine “colta”; potrebbe trattarsi di un operaio, o di un piccolo borghese. Naturalmente una indagine metodologicamente corretta dovrebbe svolgersi a più livelli sociali e psicologici; per verificare ad esempio sino a che punto nell’ambito di una cultura di massa i livelli sociali costituiscono elemento di differenziazione della fruizione (poiché è ragionevole il sospetto che la pedagogia continuata di una cultura di massa stia già per conto proprio realizzando un pericoloso interclassismo psicologico, che rappresenta sul piano del gusto quello che sul piano del costume politico è il qualunquismo; e in altre parole, si tratterebbe, sotto altra forma, della sfida che – in una civiltà neocapitalistica – il mito della 600 e del televisore stanno lanciando alla coscienza politica).

Si intervisti il consumatore “ingenuo” circa x modelli di risposte possibili che egli è portato a dare per protocollare cosa prova ascoltando una data canzone. Per elaborare i modelli delle risposte possibili, anche qui occorrerebbe accettare una ipotesi di partenza circa le possibili funzioni di un prodotto artistico (intendendo “artistico” nel suo senso più generale). Ad esempio Charles Lalo suggeriva cinque possibili funzioni dell’arte:

- 1) *Funzione di diversione* (arte come gioco, stimolo alla divagazione, momento di sosta, di “lusso”);
- 2) *Funzione catartica* (arte come sollecitazione violenta delle emozioni e conseguente liberazione, allentamento della tensione nervosa o, a livello più ampio, di crisi emotive e intellettuali);
- 3) *Funzione tecnica* (arte come proposta di situazioni tecnico-formali, da godersi in quanto tali, valutate secondo criteri di abilità, adattamento, organicità, eccetera);
- 4) *Funzione di idealizzazione* (arte come sublimazione dei sentimenti e dei problemi, e quindi come evasione superiore – e pretesa tale – dalla loro contingenza immediata);
- 5) *Funzione di rafforzamento o duplicazione* (arte come intensificazione dei problemi o delle emozioni della vita quotidiana, così da portarle a evidenza e da renderne importante e inevitabile la considerazione o la compartecipazione).

Si applichi questo modello alle possibili reazioni del nostro soggetto “ingenuo” di fronte a una canzone.

- 1) Essa potrebbe apparirgli come invito al rilassamento, al riposo, pretesto per dimenticare i problemi della vita quotidiana; si tratta di una reazione piuttosto normale che ciascuno di noi è portato ad attribuire a una musica di consumo.
- 2) Potrebbe apparirgli come campo di stimoli psicofisiologici atto a scatenare le forze di vario genere e a coordinarle secondo le leggi del pattern melodico, armonico o ritmico che determina il processo; a pensarci bene si tratta del tipo di fruizione che realizziamo, a livello minimo, quando usiamo una musica

per ritmare la nostra attenzione mentre leggiamo, scriviamo o facciamo altro, ed è lo sfogo di tendenze repressive che si realizza nello scatenarsi di un *twist*: alle radici si tratta ancora della funzione che gli antichi attribuivano alla musica come medicina delle passioni, e nessuno ha mai messo in dubbio che tutta una serie di rituali di tal genere (ad esempio le feste dionisiache) non rispondessero a esigenze profonde del corpo sociale; nella società contemporanea una funzione analoga è rivestita dallo sport, ed è positiva quando lo sport è praticato, aberrante quando lo sport è osservato mentre altri lo pratica, come avviene negli stadi; benché anche qui, di fronte allo spettacolo preoccupante offerto da larghi gruppi umani che di questa catarsi domenicale fanno lo scopo di tutta la settimana, riducendo così quello che doveva essere principio di purificazione a principio di osessione, si potrebbe opporre la testimonianza inconfutabile di quanti, dando prova di equilibrio intellettuale nella vita di tutti i giorni, affermano di trovare in pratiche del genere opportunamente dosate, occasioni di distensione che nessuno potrebbe onestamente negar loro.

3) La canzone potrebbe apparirgli come oggetto tecnico da valutare per i suoi valori costruttivi, stimolo quindi a un esercizio di critica estetica che, per quanto elementare, non è tuttavia da sottovalutare. Sarebbe interessante in tal senso vedere quanto i ritrovati ritmici e timbrici del prodotto, le sue soluzioni melodiche e armoniche, siano avvertiti come tali e goduti di per se stessi, anziché fruiti inconsciamente come stimoli per una risposta di tipo "catartico". Sarebbe interessante valutare quanto questo fattore intervenga nel successo ottenuto da nuove tendenze della canzone (gli urlatori contro i melodici, ad esempio) e quanto valutazioni del genere contino realmente nel contesto generale della risposta complessiva allo stimolo-canzone.

4) La canzone potrebbe essere descritta come idealizzazione dei grandi temi dell'amore o della passione. Ci troveremmo qui di fronte al tipo di reazione più deteriore e più spiccatamente "ingenuo", ma non sarebbe inutile appurare, in un gruppo sociale o in una categoria psicologica data, quanto tale fattore influisca e in che misura prevalga sugli altri fattori.

5) Allo stesso titolo la canzone potrebbe essere frutta come il momento privilegiato in cui i problemi della vita prendono forma e forza e vengono sottoposti ad appassionata considerazione. Così nel caso (4) si sarebbe indicata la canzone come elemento narcotico capace di attenuare fittiziamente tensioni reali grazie a una soluzione di elementare misticismo, nel caso (5) si denuncerebbe la canzone come eccitante capace di suscitare disposizioni emotive altrimenti irrealizzabili da parte di una sensibilità impigrita (il caso 5 comprenderebbe dunque anche le eccitazioni di carattere erotico).

Dando per scontato che le risposte non tenderebbero probabilmente a appuntarsi su una sola delle soluzioni, ma proporrebbero diverse forme di dosaggio di tutte queste reazioni fruitive, è pensabile che le risposte di tipo (1), (2) e (3) indicherebbero la presenza di elementi strutturali (nella canzone in esame) e di schemi di reazione (nel soggetto) che opportunamente strumentalizzati e criticamente accettati potrebbero costituire ancora un valore positivo da non trascurare.

Le risposte di tipo (4) e (5) denuncerebbero probabilmente atteggiamenti deprecabili, ma porrebbero un altro problema: infatti, poiché idealizzazione e intensificazione possono costituire valori positivi in quelle opere che siamo soliti considerare altamente "artistiche" (la *Divina Commedia* o la *Quinta, Madame Bovary* o *Guernica*), la risposta del soggetto interrogato aprirebbe la via ad una indagine strutturale per mettere in luce le diverse condizioni grazie alle quali le opere sunnominate riescono a

provocare reazioni catalogabili nello stesso modo, senza ottenere né effetti di pura narcosi né di mera eccitazione. È chiaro che qui si tratta del vecchio problema della “purezza” dell’opera d’arte, ma la comparazione col prodotto deteriore servirebbe da un lato a chiarire il meccanismo strutturale di questo, dall’altro a chiederci se, nelle opere “superiori”, si abbia veramente e sempre quella purezza e quel distacco di cui abitualmente si parla, o se la loro fruizione non comporti invece anche elementi come quelli denunciati dal soggetto riguardo al prodotto di consumo; e in che misura nei due tipi di prodotti questi elementi si organizzano con altri così da dare due risultati nettamente diversi. Ma soprattutto si aprirebbe la strada ad una nuova questione: i soggetti analizzati fruiscono valori di idealizzazione e intensificazione nel modo rozzo consentito dai prodotti di consumo perché *scelgono* quel particolare tipo di fruizione o perché *la cultura contemporanea non offre loro alternative possibili*, e cioè prodotti capaci di stimolare reazioni analoghe in modo più critico e complesso partendo tuttavia da basi comunicative ad essi congeniali?

### *Un mito generazionale*

Ed ecco come un’indagine apparentemente analitica-descrittiva, una sorta di listino di borsa capace di dar ragione delle oscillazioni del gusto in un dato contesto storico sociologico, potrebbe aprire prospettive critiche più approfondite per la diagnosi di un sistema. Vedere i prodotti della cultura di massa come risposta industrializzata ad esigenze reali, può farci toccare con mano una carenza di valori che vada al di là del fatto musicale specifico; e può suggerirci le direzioni lungo le quali operare culturalmente per una modificazione dei dati di fatto attraverso una sostituzione preliminare dei “modelli di comportamento”. Si legga l’inchiesta curata da Roberto Leydi su “L’Europeo” del 12 gennaio 1964 (che, apparsa mentre venivano stese queste pagine, appare come una interessante anticipazione, a livello giornalistico, del tipo di ricerca che auspicheremmo a livello più complesso e rigoroso): si tratta di una serie di risposte, date da un gruppo di ragazzi di varie situazioni sociali, circa le loro preferenze musicali.

La tonalità dominante delle risposte concerne il riconoscimento di una certa produzione di consumo (Celentano, Rita Pavone, Françoise Hardy) come la musica “nostra” (di loro adolescenti) per eccellenza: da difendere contro l’incomprensione degli adulti, da sentire come propria in quanto viene negata dagli adulti. Le risposte specificano in più punti che le canzoni in questione “interpretano i nostri sentimenti e i nostri problemi”; di queste conta non solo il ritmo o la melodia, contano anche le parole, contano i problemi dell’amore (in quanto “unico tema veramente universale”) espressi secondo una problematica adolescenziale. Una generazione si riconosce in una certa produzione musicale; non la *usa* soltanto, badiamo, la *assume* come bandiera, così come un’altra generazione assumeva il jazz. Ma l’assunzione del jazz comportava, oltre ad una adesione istintiva allo spirito del tempo, un progetto culturale elementare, la scelta di una musica legata a tradizioni popolari e al ritmo della vita contemporanea, la scelta di una dimensione internazionale e il rifiuto di un falso folklore strapaesano di evasione identificato col ventennio o colla politica culturale dei telefoni bianchi. Nell’assunzione dei cantanti adolescenti da parte dei nuovi adolescenti, si rivela invece un comportamento più immediato, la scelta istintiva delle uniche espressioni di “cultura” che paiono interpretare veramente la problematica di una generazione. Al punto tale che (e ci riferiamo sempre al servizio di Leydi) interrogati circa l’influenza che

può avere sulle loro scelte l'azione persuasiva dell'industria della canzone, i giovani intervistati tendono a riaffermare con energia che sono essi a scegliere, che nessuna persuasione pubblicitaria incide veramente e a fondo sul loro comportamento. Ma è una energia tesa non a risolvere il problema, quanto a respingerlo come fittizio, a *rimuoverlo*.

Il panorama appare allora quanto mai drammatico e ambiguo. Poiché da un lato sta, e lo sappiamo, una continua modellazione del gusto collettivo da parte di una industria della canzone che crea, attraverso i suoi divi e le loro musiche, i modelli di comportamento che poi di fatto si impongono; e quando i ragazzi ritengono di scegliere i modelli sulla base del loro comportamento individuale, non si rendono conto di quanto ormai il comportamento individuale si articoli in base alla determinazione continua e successiva dei modelli. Dall'altro sta il fatto che, nella società in cui vivono, questi adolescenti non trovano *alcuna altra fonte di modelli*; o almeno, nessuna fonte di modelli altrettanto energica e imperativa. E dalla parte dell'industria della canzone sta il fatto che essa, nel modo aberrante che numerosissime ricerche analizzano a sufficienza, intuisce tuttavia, e soddisfa, alcune tendenze autentiche dei gruppi a cui si rivolge. Sempre nel servizio giornalistico citato, si può controllare come le risposte dei giovani indichino nelle "loro" canzoni esattamente la soddisfazione di quelle esigenze di *idealizzazione e intensificazione* dei problemi reali, di cui si è parlato.

Si ha così il problema di un'unica fonte, industrializzata, delle risposte ad alcune esigenze reali; ma in quanto industrializzata la fonte non tende a soddisfare le esigenze, quanto a ripromuoverle in forma sempre variata. Così il cerchio non si rompe, e la situazione appare irresolubile. Accuseate la cultura di massa, vi sarete salvata l'anima, forse, ma non avrete sostituito alcun obiettivo reale agli obiettivi mitici che volete negare ai vostri contemporanei. Lodate la funzione di *Ersatz* che la cultura di massa riveste, e vi sarete fatti complici della sua continua mistificazione.

Uno dei fenomeni più esemplari, a questo riguardo, ci pare quello di Rita Pavone, vista in quanto modello di comportamento. Il personaggio Rita Pavone costituisce un nodo in cui si fa chiara l'ambiguità connessa a tutti i fenomeni che ci interessano. Liquidare il caso come esempio di mal costume industriale, ci pare ingenuo. Esaltare il personaggio con lo spirito snobistico dell'intellettuale che va ad assistere ai riti pubblici che gli vengono dedicati (felice di farsi, per una sera, "massa" egli stesso, e tuttavia di sovrastare la massa grazie al giudizio ironico che ne dà facendone parte), è un'altra soluzione deprecabile.

Alle sue prime apparizioni, Rita Pavone aveva destato perplessità circa la sua età. La Rita Pavone reale poteva avere anche diciott'anni (come poi si è appurato) ma il personaggio "Pavone" oscillava tra i tredici e i quindici. L'interesse suscitato ha avuto subito del morboso. C'era in questa ragazzina una sorta di appello non riducibile alle categorie consuete. Cosa significasse l'urlo di Mina, era chiaro. Mina era donna fatta, l'eccitazione musicale che provocava non poteva andare disgiunta da un interesse erotico, sia pure sublimato; ma in questo non vi era nulla di malsano. Il moralista potrà deprecare il successo del mito Bardot, ma il mito Bardot fa leva su tendenze perfettamente naturali, anche là dove gioca sul fascino torbido dell'adolescente impudica; anche il gusto dell'impudicizia rientra tra i progetti di madre natura. Cosa significasse il mito Paul Anka, era altrettanto chiaro: quel formidabile cortometraggio che è *Lonely Boy* ci ha mostrato con dovizia di particolari il tipo di reazioni isteriche che il cantante provocava sia tra la folla delle *teen agers* accorse a vederlo che (in modo più contenuto) tra

le vecchie signore di un night club. In entrambi i casi una sana tendenza erotica stava alla base delle manifestazioni aberranti: si può fare impazzire un individuo facendo leva sul desiderio sessuale, ma ciò non coglie che il desiderio sessuale in sé sia un fatto normale. Con Rita Pavone si realizzava invece una sorta di richiamo ben più sfumato e impreciso. La Pavone appariva come la prima diva della canzone che non fosse donna; ma non era neppure bambina, nel senso in cui lo sono i soliti insopportabili fanciulli prodigo. Il fascino della Pavone stava nel fatto che in lei quanto sino ad allora era stato argomento riservato per i manuali di pedagogia e gli studi sull'età evolutiva, diventava elemento di spettacolo. I problemi dell'età dello sviluppo, quelli pei quali la fanciulla soffre di non essere più bambina e di non essere ancora donna, i turbamenti di una tempesta glandolare che solitamente hanno esiti segreti e sgraziati, diventavano in lei dichiarazione pubblica, gesto, teatro, e si facevano stato di grazia. Questa ragazza che camminava verso il pubblico con l'aria di domandare un gelato, e le uscivano di bocca parole di passione; questa voce ineducata il cui timbro, la cui intensità ben si addiceva a chiamar la mamma dal cortile, e che trasmetteva messaggi di passione sgomenta; quel volto, da cui ormai, passato il primo spaesamento, si attendevano ammiccamenti maliziosi, e dichiarava all'improvviso un mondo fatto di semplicità e calze di lana bianca... In Rita Pavone per la prima volta, di fronte a una intera comunità nazionale, la pubertà si faceva balletto e acquistava pieni diritti nell'encyclopedia dell'erotismo – a livello di massa, badiamo, e coi crismi dell'organismo televisivo di stato, e dunque agli occhi della nazione consenziente, non nelle pagine di un Nabokov dedicato ad acquirenti colti, e al massimo ad adolescenti curiosi.

In tal senso Rita Pavone sarebbe potuta divenire il punto di riferimento di una serie inestricabile di proiezioni mitiche, simbolo di innocenza e di corruzione al medesimo tempo, tanto da far pensare al suo personaggio come a un capolavoro di crudeltà schiavistica, a una vittima di quei *comprachicos* di cui ci parlò Victor Hugo, i cui lineamenti venivano deformati da una crudele chirurgia sin dalla culla, per farne mostri da esibire per le fiere. Ma se l'adolescenza di questa ragazza fosse stata fermata artificiosamente sui tredici anni presunti, onde farne spettacolo per le più svariate qualità di curiosi, il fenomeno si sarebbe immediatamente ristretto. La cultura di massa ha, nella sua ricerca della "medietà", una sorta di meccanica moralità per la quale rifiuta tutto ciò che è abnorme, preoccupata unicamente di fissarsi su una "normalità" che non dia noia a nessuno.

Il fatto singolare, dunque, è che, nell'anagrafe mitologica dell'industria culturale leggera, l'età di Rita Pavone si sia rapidamente stabilizzata sui diciott'anni. Lo spettacolo con cui si è provvisoriamente accomiatata dai palcoscenici reca come titolo "Non è facile avere diciott'anni". Automaticamente, cioè, per una sorta di omeostasi del mercato, il personaggio ha trovato la sua strada precisa ed è diventato emblema di una generazione, modello esemplare di una adolescenza nazionale che fa dei diciott'anni una sorta di punto di riferimento intorno al quale ruotano i problemi delle leve immediatamente precedenti e posteriori. Così Rita Pavone, da Caso Clinico che poteva essere, è diventata Norma Ideale e si è stabilizzata come Mito. In quanto mito essa realmente incarna i problemi dei suoi *fans*; le ansie per l'amore non corrisposto, il dispetto per l'amore avversato (in cui la situazione di Giulietta e Romeo assume le dimensioni non leggendarie che deve avere per toccare i giovani da vicino, e diventa l'incontro fugace mentre si va a prendere il latte), la scelta tra un ballo ginnastico, con funzioni di società, e *il ballo del mattone*, con funzioni erotiche (ma nello stesso tempo il rifiuto di un erotismo

indifferenziato, la opzione erotica riservata a uno solo, e quindi una inequivocabile dichiarazione di moralità, un differenziarsi della generica immoralità degli adulti). Ritroviamo qui, soddisfatte, le cinque esigenze già ipotizzate: *idealizzazione* e *intensificazione* della vita quotidiana, *scossa catartica* dovuta all'intensità dell'urlo, *qualità tecnica* di un dettato canoro nuovo e apprezzato come tale, *evasione* da un mondo costruito dagli adulti grazie alla legalizzazione, attuata dalla cantante, di un mondo privato e riservato della adolescenza: la canzone – e il personaggio che canta – non si fanno Mito per caso, rispondono a tutte le aspettative del loro pubblico.

Ma, e qui sta la contraddizione, vi rispondono alla perfezione perché nello stesso tempo svolgono un compito pianificato di cui i giovani fruitori non sospettano neppure l'esistenza: *Il Mito Pavone fa in modo che problemi dell'adolescenza si mantengano in una forma generica*. L'adolescenza, attraverso la mistificazione attuata del mito, rimane una classificazione biologica, e non viene confrontata alle condizioni storiche di un mondo in cui l'adolescente vive.

Se andiamo a leggerci le risposte date dai giovani alle varie richieste promosse da *l'Almanacco Bompiani 1964* troviamo singolarmente accentuata questa visione dell'adolescenza come classe biologica che rifiuta ogni corresponsabilità col mondo in cui vive – che trova come *dato* dagli adulti e a cui si oppone mediante programmi e manovre che fanno uso protestatario delle strutture approntate dagli adulti, senza prevederne un ricambio concreto. Questa destoricizzazione dei problemi si esemplifica proprio attraverso uno dei successi della Pavone (che già da tempo furoreggia in Francia), e cioè *Datemi un martello*. Pretesto per la danza, la canzone si pone come espressione di un baldanzoso anarchismo giovanile, dichiarazione programmatica *contro qualcosa*, in cui ciò che conta non è il qualcosa, ma l'energia dispiegata nella protesta.

In realtà la canzone è la standardizzazione ritmica (secondo modi che l'analisi di Liberovici su altri testi aiuta a capire) di un canto politico americano *If I had a hammer*, dove i riferimenti polemici sono ben più scoperti, la protesta è diretta contro obiettivi reali, storici. Il martello di cui si parla originariamente è il martello del giudice: "Se avessi il martello del giudice – vorrei batterlo forte – per dire del pericolo che stiamo correndo." L'autore è Pete Seeger: le sue canzoni gli hanno valso una condanna da parte della Commissione per le Attività Antiamericane. Rita Pavone invece chiede un martello per: 1) darlo in testa a "quella smorfiosa" che si accaparra l'attenzione di tutti i ragazzi della festa; 2) picchiare quanti ballano stretti stretti a luci basse; 3) rompere il telefono da cui tra breve chiamerà la mamma dicendo che è l'ora di tornare a casa. Ed ecco come un messaggio, già dotato di significato proprio, viene assunto usandone la configurazione superficiale e caricandola di un messaggio alla seconda potenza, appiattito in una significazione nuova, con funzione consolatoria; come per obbedire a un'inconscia esigenza di tranquillizzazione. In questo senso, come dice Roland Barthes, il Mito sta sempre a destra. Sarà possibile una operazione culturale a livello della musica di consumo, tale che un nuovo impegno, come quello manifestato da una canzone "diversa", si attui tenendo conto delle esigenze profonde che a modo proprio esprime anche la più banale canzone di evasione?

O una canzone "diversa" sarà tale nella misura in cui si rifiuterà alla popolarità e alla circolazione industriale poiché, nel contesto in cui viviamo, la canzone per industrializzarsi non può che battere le strade del Mito mistificatorio, produttore di esigenze fittizie?

Se anche così fosse – e se la soluzione ai problemi di una cultura di massa non riguardasse la proposta

di nuove forme culturali entro un contesto dato, ma nella modificaione radicale del contesto per dare poi un nuovo senso alle forme di sempre – una analisi sempre più approfondita dei comportamenti di fruizione del prodotto artistico di consumo, non potrà che chiarirci l'ambito entro il quale ci muoviamo.

## LA MUSICA E LA MACCHINA

Il mestiere più facile è sempre quello del “moralista culturale”. Il moralista culturale è colui che, con indubbia intelligenza, individua l’apparizione di nuovi fenomeni etici, sociologici, estetici: ma una volta fatto questo si sottrae all’impegno più pericoloso, che è quello di porsi ad analizzare questi fenomeni e cercare di capirne le cause, gli effetti a lunga scadenza, le particolarità di “funzionamento”; e preferisce allora, con la stessa intelligente acutezza, bollarli alla luce di un presunto “umanesimo” e relegarli tra i portati negativi di una società massificante e fantascientifica.

Oggi non è raro trovare moralisti culturali disposti a lamentare la vendita e il consumo di “musica fatta a macchina” o, peggio, di “musica in scatola”: vale a dire il disco, la radio, i registratori e i nuovi sistemi di produzione tecnica del suono, quali gli apparecchi ad Onde Martenot, i generatori elettronici di frequenza, i filtri, eccetera.

Di fronte a queste recriminazioni si potrebbe rispondere che, dall’inizio dei tempi, tutta la musica, tranne quella vocale, è stata prodotta per mezzo di macchine, cosa sono un flauto, una tromba o, meglio ancora, un violino, se non complessi strumenti capaci di emettere suoni solo se maneggiati da un “tecnico”? È vero, si crea tra esecutore e strumento un rapporto quasi organico, così che il violinista “pensa” e “sente” attraverso il suo violino, fa del violino un proprio arto, carne della propria carne; ma nessuno ha mai dimostrato che questo rapporto “organico” si verifichi solo quando lo strumento conserva un carattere manuale così da immedesimarsi facilmente col corpo del suonatore. Infatti il pianoforte rappresenta una macchina molto complicata, in cui tra la tastiera, che è in contatto fisico con l’esecutore, e la vera e propria sorgente del suono, sta la mediazione di un complicato sistema di leve, tale che neppure l’esecutore, ma solo uno specializzato quale l’accordatore è in grado di mettere a punto.

Si può quindi concludere che non è la complessità del congegno quella che influisce sulla possibilità di “umanizzare” uno strumento: e sarà possibile immaginare un musicista che compone una successione di suoni producendoli e montandoli per mezzo di apparecchiature elettroniche, e che tuttavia conosce così a fondo le possibilità del proprio strumento da comportarsi davanti ai suoi pannelli così come il pianista si comporta davanti alla tastiera.

In altre parole, nella misura in cui un artista (sia esso compositore o esecutore) conosce la materia su cui lavora e gli strumenti con cui la lavora, il risultato della sua opera potrà sempre essere ravvivato dalla sua immaginazione, anche se egli ha operato attraverso mediazioni tecnico-scientifiche di varia complessità; il che accade, per esempio, senza che nessuno se ne scandalizzi, all’architetto: e infatti costui non modella amorosamente con le proprie mani il palazzo che costruisce, come farebbe lo scultore col blocco di creta, ma ne dirige la crescita attraverso “piani” e “progetti”, che a prima vista

paiono aridi schemi tecnici lontanissimi dall'arte. E lo stesso accade al regista cinematografico, il quale per giungere alla realizzazione concreta del film che aveva progettato, deve passare attraverso una serie macchinosissima di operazioni meccaniche e organizzative. La conclusione è dunque (e vale anche per la "musica fatta a macchina") che ogni forma d'arte si esercita su una "materia fisica" mettendo in opera una "tecnica"; che la complessità di questa tecnica non incide su quei fattori "umani" che presiedono all'esercizio dell'arte, ma li obbliga a manifestarsi semplicemente in modi diversi; che, infine, come la resistenza della pietra suggerisce allo scultore la forma da inventare, così le resistenze offerte da qualsiasi mezzo tecnico non uccidono l'immaginazione dell'artista, ma anzi la provocano e la stimolano secondo nuove direzioni<sup>1</sup>.

Quindi l'avvento di una "musica a macchina" non pone tanto nuovi problemi filosofici ed estetici, quanto una serie di problemi sociologici, psicologici e critici; diversi per la *musica riprodotta* e la *musica prodotta per mezzo di macchine*.

### *La musica riprodotta*

L'avvento della musica riprodotta ha mutato le condizioni del consumo e della produzione musicale nella stessa misura in cui la stampa aveva mutato le condizioni della lettura e della produzione letteraria; in entrambi i casi il mutamento quantitativo è stato tale da ottenere effetti qualitativi. La possibilità di "inscatolare" la musica nasce già prima del secolo scorso, con gli organetti a rullo e le pianole; ma questi fenomeni rimangono limitati entro certi ambiti di diffusione e costituiscono semplice curiosità e divertimento meccanico.

Il problema sociologico nasce quando, con l'invenzione del disco e del grammofono, con la produzione industriale di questi strumenti e con la crescente accessibilità economica del prodotto, il consumo di musica riprodotta diventa un affare di massa. All'inizio il disco offre una musica qualitativamente inferiore a quella che si può ascoltare dal vivo, ma gradatamente il prodotto migliora tecnicamente, e con l'avvento dei *long play* e degli apparati per l'*high fidelity*, il disco riesce finalmente a permettere condizioni d'ascolto ideali.

A questo punto, cogliendo la situazione al livello odierno, al suo attuale punto di arrivo, noi possiamo notare una serie di conseguenze che sarebbe difficile definire in blocco come semplicemente negative o semplicemente positive. Esse riguardano in genere non solo il disco ma anche la diffusione radiofonica di musica riprodotta.

1) *La diffusione del disco porta a uno scoraggiamento progressivo del dilettantesimo musicale.*

Scompaiono le piccole comunità di amatori che si riunivano per eseguire trii o quartetti (ne sopravvivono nei paesi nordici, ma anche in Inghilterra, per incontrarsi, partecipano ad appositi *festivals*, come quello di Dartington). Scompare l'esecutore privato, la signorina di buona famiglia che suona il pianoforte in casa. Di conseguenza scompare l'educazione musicale coatta, che ha prodotto generazioni di giovani violinisti inibiti, e la figura tipica della strimpellatrice perniciosa (magistralmente ritratta nella *Maggie-Petronilla* di Me Manus). La gente "ascolta" musica riprodotta e non impara più a "produrre" musica: e tuttavia la musica viene capita a fondo producendola e non semplicemente ascoltandola. In complesso la scomparsa dell'amatore rappresenta una perdita culturale ed esaurisce un potenziale vivaio di forze musicali. Il fenomeno del giovane che pratica il *jazz* nell'orchestrina

studentesca rappresenta una forma di recupero, in molti casi validissima, ma di dimensioni ristrette. Mentre cresce il livello generale dell’alfabetismo e della cultura, decresce il numero di coloro che sanno leggere la musica. A questo impoverimento può ovviare solo una educazione scolastica che tenga conto della nuova situazione venutasi a creare in seguito alla diffusione del disco.

2) Come contraccolpo positivo, *la diffusione del disco scoraggia le esecuzioni pubbliche di mediocre livello*, toglie ogni ragion d’essere ai piccoli complessi sinfonici e alle compagnie operistiche destinate alle *tournée* di provincia, che se da un lato avevano una preziosa funzione “informativa”, dall’altro diffondevano interpretazioni scadenti. Ora il disco assolve allo stesso compito informativo, in modo più intensivo e vasto, offrendo tuttavia solo interpretazioni di alto livello. Il campo del consumo si restringe alle esecuzioni dal vivo fatte da validi interpreti e alla riproduzione e smercio delle medesime.

3) Tuttavia, nella sua opera di diffusione *il disco propaga solo un repertorio commercialmente universale, incoraggia una certa pigrizia culturale e una diffidenza verso la musica inconsueta*. Mentre il concerto dal vivo può contrabbandare in un programma accettabile anche musiche “difficili” da imporre al proprio pubblico, il disco deve vendere e vende “soltanto ciò che piace già”. A questi limiti può ovviare una buona politica culturale radiofonica: il programma radiofonico ha la stessa insindacabilità di quello del concerto.

4) Peraltro, data la sua diffusione, il disco – sia pure grazie a fenomeni snobistici – introduce all’apprezzamento musicale enormi gruppi umani che vivevano in margine a una civiltà del concerto. Sarebbe ingiusto sottovalutare questo fatto: persone che un tempo non avrebbero mai potuto ascoltare una sinfonia di Beethoven diretta da un grande maestro, oggi hanno a disposizione il prodotto e possono sentirsi spinti ad avvicinare dal vivo la stessa musica in una sala da concerto.

5) A questo punto nasce il problema se la estrema disponibilità del prodotto sonoro, sia attraverso il disco che attraverso la radio, eliminando lo sforzo che un tempo occorreva fare per “meritarsi” la musica (produrla in proprio o sottostare al travaglio organizzativo di un pellegrinaggio alla più vicina sala da concerto, accettando tutto un rituale e disponendosi psicologicamente a un consumo cosciente e calcolato), *non contribuisca ad appiattire la sensibilità, e a ridurre la musica non più a un oggetto di “ascolto” consapevole, ma a un sottofondo sonoro “sentito” come commento abituale ad altre operazioni domestiche*, alla lettura, al pasto, alla conversazione o al colloquio sentimentale. La possibilità di amarsi su uno “sfondo” di musica per archi, un tempo riservata ai più impudichi tra i monarchi, oggi è a disposizione di qualsiasi esteta piccolo borghese. Se al disco si aggiunge la diffusione radiofonica o – tipico apparecchio per creare sottofondi musicali – la filodiffusione, si dovrà ammettere che il problema è piuttosto importante e nuovo nella storia del gusto e del costume. E se le conseguenze possono essere limitate per quanto riguarda la diffusione di musica “colta”, il panorama muta passando alla musica leggera.

6) Nel campo della musica leggera – senza porsi il problema della validità estetica di questo genere di prodotto – *il disco, la radio, la filodiffusione e il juke box provvedono all'uomo di oggi una sorta di “continuum” musicale nel quale muoversi in ogni momento della giornata*. La sveglia, i pasti, il lavoro, le compere nei grandi magazzini, il divertimento, il viaggio in macchina, l’amore, la gita in campagna, il momento che precede il sonno, si svolgono in questo “acquario sonoro” in cui la musica non è più consumata come musica ma come “rumore”. Questo rumore è diventato a tal punto indispensabile per

l'uomo contemporaneo che solo tra alcune generazioni sarà possibile rendersi conto dell'effetto di tale pratica sulla struttura nervosa dell'umanità.

7) *La diffusione di musica leggera contribuisce a una universalizzazione del gusto*; ogni popolo consuma e gradisce lo stesso genere di musica. Terminano le civiltà musicali autonome.

8) Di conseguenza, posta a disposizione musica riprodotta di ottimo livello esecutivo, *cessa la funzione della musica popolare come produzione autoctona di musica di consumo*. Sostituito l'organo della chiesa con l'altoparlante, nessun parroco di villaggio avrà più bisogno di commissionare – o di farsi da sé – un nuovo *Stille Nacht*; nelle fiere, *juke boxes* e grammofoni sostituiscono il cantastorie, nelle taverne eliminano il chitarrista o il suonatore di fisarmonica, come lo eliminano dalle feste nuziali o dai battesimi, di campagna.

9) Essendo sottoposta alle leggi economiche tipiche di un prodotto industriale – diversamente da quanto accadeva alla produzione autoctona – *la musica riprodotta deve essere consumata rapidamente e invecchiare presto, in modo che si crei il bisogno di un nuovo prodotto*. Di qui, come per l'automobile o le donne femminili, la pressione esercitata dal mercato perché gli stili tramontino rapidamente e i dischi “passino di moda”. Oggi il *twist* è già invecchiato rispetto al *madison*, e questo rispetto al *surf*. Se questo ritmo accelerato sottopone la sensibilità a una sorta di eccitazione nevrotica, d'altro canto le impone anche una certa ginnastica e le impedisce quell'adagiamento in formule fisse tipico delle civiltà musicali popolari, che costituiva un fattore di conservatorismo. La funzione che queste tradizioni avevano, quella cioè di conservare attraverso i secoli un certo stile o una certa tecnica esecutiva, oggi viene assunta dalle discoteche. Peraltro i gruppi umani cessano di avere radici musicali e nei secoli futuri non potranno più riconoscersi, come avviene ancor oggi, nei propri repertori tradizionali capaci di riassumere tutta una storia e un *ethos*.

#### *La produzione meccanica di musica di consumo*

Il fatto che si possa riprodurre musica con mezzi tecnici ha influito anzitutto sulla produzione di questa stessa musica. In seguito ha stimolato la produzione di musica immaginata proprio per l'apparecchio riproduttore, sia nel campo della musica di “consumo” che di quella “colta”.

1) *Lo stile della musica di consumo è stato determinato dalle condizioni del consumo*. Il fatto che certa musica leggera si consumasse come sottofondo di altre operazioni ha provocato la nascita del *crooner*, del cantante confidenziale, della musica sussurrata e di “atmosfera”, che ha segnato e segna un'epoca della canzonetta; la diffusione dei *juke boxes*, allogati nei bar e in altri luoghi pubblici, e quindi destinati ad essere usati ad alto volume, ha provocato il sorgere di *una musica che dovesse essere eseguita ad alto volume*: è noto che la canzone urlata si è affermata nel circuito dei *juke boxes*, non del disco o della radio.

2) *Lo stile della musica riprodotta è stato determinato dalla natura tecnica dei mezzi di riproduzione*. Il canto alla Mina o alla Betty Curtis è stato suggerito dalle possibilità delle camere ad eco; il tipico vocalizzo spezzato e ripreso, lanciato dai Platters in *Only You*, è stato reso possibile dall'eco magnetica. È noto che, per la maggior parte dei cantanti attuali, l'audizione dal vivo dà una resa inferiore a quella di una loro registrazione. La canzone di consumo si avvia sempre più ad essere un prodotto “pensato per la registrazione”, e non pensato, cantato e “poi” registrato.

3) A latere, *nuovi tipi di musica per amatore sono stati suggeriti dal possesso di strumenti di registrazione*. Il fenomeno di un gruppo di amici che si riunisce per produrre effetti musicali curiosi da registrare su nastro, non di rado sperimentando la resa di rumori naturali, è di scarsa importanza, oggi, solo per motivi economici, per il fatto cioè che i buoni registratori sono assai cari e poco diffusi. Il giorno che potessero essere messi a disposizione delle masse, come accade col disco, si potrebbero verificare fenomeni di dilettantesimo dall'esito imprevedibile, e in due direzioni: da un lato l'esercizio sperimentale su nuove possibilità sonore, dall'altro il rivivere di repertori popolari riesumati grazie alla presenza provocatrice del regista (giova notare come il fascino del regista azionato dagli etnologi musicali, che percorrono le zone più depresse del nostro paese, stimoli gli indigeni a resuscitare canti tradizionali che non venivano riesumati da anni).

4) *Il mezzo tecnico di registrazione suggerisce allo stesso esecutore nuove possibilità di manipolazione del proprio prodotto, con risultati estetici non di rado interessanti*. Da un lato abbiamo da tempo i jazzisti che registrano le *jam sessions* su nastro per poi potere isolare i momenti in cui l'improvvisazione ha raggiunto le punte migliori. Dall'altro abbiamo esempi di strumentisti che registrano, su più bande magnetiche, diverse linee melodiche eseguite dal loro strumento e quindi le sovrappongono alla ricerca di effetti polifonici che vanno dal risultato commerciale a quello di buon livello esecutivo.

#### *La produzione meccanica di musica colta*

È noto come la musica "colta" si sia posta, da Schoenberg in avanti, una serie di problemi circa il superamento della tonalità e la scoperta di nuovi orizzonti sonori, non solo sul piano melodico ma anche su quello armonico e timbrico. La invenzione di timbri nuovi è stata anzi uno dei problemi fondamentali della nuova musica, anche per proporre all'orecchio impasti sonori che non fossero troppo legati, per tradizione e per intima necessità grammaticale, al sistema tonale. Ora la presenza della macchina ha suggerito ai musicisti immense possibilità operative; la macchina poteva produrre nuovi suoni, e quindi suggerire nuovi rapporti tra i suoni. Sappiamo benissimo che l'apparizione di una nuova materia, in arte, rivoluziona i generi esistenti e porta all'invenzione di nuove forme: la scoperta della pittura ad olio ha portato ai mutamenti formali che sappiamo, la possibilità di costruire in metallo e in cemento armato ha fatto sorgere l'architettura moderna.

Dal momento che l'universo sonoro della musica classica era basato su una serie di convenzioni a cui l'orecchio era da secoli abituato, ma che non rappresentavano l'*optimum* naturale (e infatti le musiche orientali, la musica greca e quella medievale non erano basate sul sistema tonale e tuttavia risultavano gradevolissime ai loro ascoltatori); dal momento che gli strumenti classici come il pianoforte condizionavano questa illusione naturalistica (non solo il pianoforte produce suoni secondo la convenzione tonale, ma è anzi effetto di un "temperamento", di un arrangiamento convenzionale degli intervalli musicali, ormai diventato familiare e gradevole al nostro orecchio, ma non per questo assoluto), il musicista salutava ora con entusiasmo l'apparizione di strumenti tecnici capaci di ampliare il suo orizzonte di ricerca e di allargare i limiti della sensibilità comune. Così l'avvento della macchina in campo musicale ha portato ai seguenti risultati che si suol definire "sperimentali", se pure il termine può inclinare a vari equivoci:

1) *I sistemi di registrazione hanno permesso di comporre suoni naturali o rumori e di organizzarli in*

*sequenze che obbediscono a determinati progetti formativi.* Si è avuto quindi la “musica concreta”, che cerca di liberare l’orecchio da abitudini melodiche acquisite e di mostrare la ricchezza del mondo sonoro che ci circonda e che l’abitudine ci porta a ignorare. I risultati estetici di questa pratica operativa possono essere definiti discutibili, e molti preferiscono pensare alla musica concreta come espediente buono per allestire colonne sonore e commenti musicali di vario genere. Comunque tale pratica ha svolto una propria funzione liberatoria su un certo gusto musicale.

2) *Le apparecchiature elettroniche hanno permesso di produrre suoni nuovi, timbri mai conosciuti sinora, serie di suoni differenziate da sfumature minime, “fabbricando” direttamente le frequenze di cui il suono si compone,* e quindi agendo all’interno del suono, sui suoi elementi costitutivi; parimenti hanno permesso di filtrare suoni già esistenti riducendoli alle loro componenti essenziali. In tal senso il musicista si è trovato di fronte a un universo sonoro inesplorato, a una materia nuova e provocante.

3) *La musica elettronica ha introdotto nel mondo musicale una nuova figura di musicista,* non ignaro di matematica e di fisica, esperto di apparecchiature elettroacustiche, aperto alle nuove dimensioni della cultura. È logico che tra questi musicisti-ingegneri ci possa essere qualcuno che rimarrà sempre e soltanto “ingegnere”, come insinuano i “moralisti culturali”: ma è risaputo che tra cento architetti troveremo sempre una percentuale di artisti e un’altra, maggiore, di “ingegneri” o di “geometri”.

4) *La produzione di musica su nastro, grazie all’impiego diretto di filtri e modulatori di frequenza, ha posto nuovi e inediti problemi circa la conservazione del prodotto musicale.* Esiste, in proposito, una fiera polemica tra musicisti elettronici: gli uni sostengono che è possibile annotare mediante segni grafici le operazioni compiute per arrivare alla produzione e al montaggio su nastro di una data serie di suoni, e che pertanto la loro musica è annotabile e riproducibile; altri affermano che, dato che la produzione del suono è dominata anche da momenti casuali, da manipolazioni dirette del nastro, non pianificabili con esattezza, da dosaggi dei filtri e dei generatori non descrivibili in precisi termini matematici, la musica una volta prodotta non può essere rifabbricata da altri in base a una presa partitura: pertanto la musica sarebbe affidata al solo nastro. La sopravvivenza del nastro sarebbe poi “limitata”, dato che sopravvengono fenomeni di smagnetizzazione che ne provocano il deterioramento. Quindi la musica elettronica godrebbe di una esistenza computabile in un decennio di anni, sarebbe peritura come le improvvisazioni jazzistiche o i giochi d’acqua, e risulterebbe il prodotto tipico d’una civiltà del consumo basata sull’avvicendamento rapido delle forme.

5) Sul piano più specificamente artistico, *la musica elettronica elimina il dualismo tra esecutore ed interprete.* L’esecutore è colui che, maneggiando, sia pure con l’assistenza di tecnici, le apparecchiature elettroacustiche, incide su nastro magnetico la propria composizione. Nel caso che la notazione fosse impossibile, verrebbe eliminata anche la figura del compositore “esecutore di se stesso a distanza di tempo”. Cadendo questo dualismo cadono dei problemi estetici che erano stati fonte di molte discussioni, come ad esempio quello della fedeltà interpretativa.

6) *Sino ad oggi la notazione della musica elettronica ha ubbidito a criteri così personali* (dovendo il musicista inventare un sistema di notazione diverso per ogni composizione, dato che ogni composizione si basava sulla produzione di diverse possibilità sonore e sulla loro organizzazione secondo diversi criteri di montaggio) *che le partiture esistenti appaiono pressoché illeggibili,* e possono interessare più come contributi alla biografia dell’artista che come strumenti pratici di lavoro. A parte il fatto che (come ha

dimostrato recentemente una esposizione tenuta a Milano) esse possono acquistare un rilievo grafico notevole, ecco che questo fatto introduce nuovi problemi nella storia della notazione musicale. Per esempio scompare, in un certo senso, la funzione dell'editore musicale, che si avvia a diventare produttore di nastri più che stampatore di partiture.

7) *La musica elettronica muta anche le condizioni del consumo.* Muore con essa la situazione tipica del concerto, e comunque della esecuzione "frontale". Dato che molte composizioni si avvalgono di effetti stereofonici (molte bande magnetiche diffuse da altoparlanti situati in diversi punti della sala), la stessa architettura della sala di concerto ne viene rivoluzionata. C'è da chiedersi, e i musicisti lo fanno, se si debba ancora pensare alla sala da concerto, o se questa musica non debba trovare nuove forme di esecuzione, secondo diverse concezioni dell'ascolto, forse nell'ambito di un diverso tipo di società. Rimane inoltre la possibilità dell'"esecuzione privata", facendo cioè girare nastri sul proprio registratore. In tal senso la *musica elettronica ha anche previsto la possibilità di un intervento diretto del consumatore sul prodotto*, e sono stati immaginati nastri montabili a piacere dal consumatore privato, che così collabora a dare forme diverse alla composizione che gli viene proposta.

8) La pratica musicale corrente ci mostra anche molteplici occasioni in cui la musica elettronica viene impiegata unitamente alla musica strumentale, per ottenere particolari impasti sonori. Anche in questi casi la presenza di altoparlanti, di sistemi stereofonici, di tavoli di mixaggio da porre in opera durante l'esecuzione, muta la natura dell'esecuzione tradizionale, la disposizione degli esecutori rispetto al pubblico, e impone agli esecutori stessi un diverso tipo di attenzione e di responsabilità.

9) Inutile dire che, nella musica contemporanea, anche dove non viene usata la strumentazione elettronica, o dove il nastro magnetico non contribuisce con rumori concreti, *l'esperienza dei mezzi meccanici ha suggerito nuovi e inopinati impieghi degli strumenti tradizionali onde trarne nuove possibilità sonore*: il piano percossa dall'esecutore sulla cassa o sulle gambe, è solo un esempio ormai frequentissimo nei comuni concerti di "musica nuova".

Questo, per sommi capi, il panorama: e le discussioni sulla impossibilità di *riprodurre le composizioni* dovrebbero far pensare chi accusa questa musica di essere dominata ingegneristicamente dalla macchina e di aver perduto ogni aspetto umano; ci sarebbe anzi da sospettare, come qualcuno fa, che permangano ancora, tra i musicisti elettronici, molti atteggiamenti romantici da eliminare, come se il compositore lavorasse davanti al suo pannello cosparso di luci spia, spettrografi e manopole, tale e quale il pianista ottocentesco davanti alla tastiera del proprio pianoforte. La verità è che le condizioni dell'invenzione e della creazione vengono modificate, non annullate, dall'avvento di nuove tecniche. Ciò che viene modificato è il panorama psicologico e sociologico della produzione e dell'ascolto, sono le caratteristiche stilistiche del prodotto. Nella musica colta come in quella di consumo: per le opere d'arte come per le opere di artigianato. Per le cose valide come per quelle inutili e dannose.

La tavola di problemi che abbiamo presentato deve servire solo a mostrare la complessità della nuova situazione e la sua irriducibilità a un semplice giudizio moralistico. Da questo punto in avanti si aprono più elaborati discorsi circa la valutazione di questi fenomeni, il modo di accettarli, il modo di combattere le tendenze pericolose; dando per scontato che, poiché questi fenomeni sono apparsi sulla scena del mondo, bisogna operare in rapporto con essi, non ignorandone la esistenza.

## LA MUSICA, LA RADIO E LA TELEVISIONE

La radio e la televisione costituiscono un *mezzo tecnico* atto a trasmettere suoni o immagini a grande distanza, e in secondo luogo (questo aspetto è stato fatto oggetto di molte discussioni) un *mezzo artistico* che, come tale, promuove la formazione di un linguaggio autonomo e apre nuove possibilità estetiche. Il problema della trasmissione musicale attraverso i canali audiovisivi va quindi esaminato sotto questi due aspetti<sup>1</sup>.

### *I mezzi audiovisivi come strumento di informazione musicale*

Essi nacquero e crebbero praticamente con la radio come mezzo di diffusione: nel 1916 David Sarnoff, allora giovane impiegato della American Marconi Company, aveva proposto ai superiori di promuovere la costruzione e la diffusione di apparecchi radioriceventi o “Scatole radiomusicali”. Ma a quell’epoca la Marconi Co. si interessava solo di comunicazioni commerciali e la proposta non fu presa in considerazione. Qualche anno dopo un ricercatore della Westinghouse, Frank Conrad, con un trasmettitore che si era costruito per divertimento in una rimessa di Pittsburgh, incominciò a trasmettere, a titolo sperimentale, notizie lette dai giornali e dischi. Gradatamente si formò un pubblico di radio-amatori che seguiva quelle trasmissioni di fortuna e incominciò a scrivergli chiedendogli di ascoltare le musiche preferite. Poi, nei negozi di Pittsburgh, cominciarono ad apparire degli apparecchi radioriceventi, presentati come particolarmente adatti “per l’ascolto della Westinghouse Station”. La direzione della Westinghouse, dopo le prime perplessità, comprese l’importanza dell’avvenimento. Le trasmissioni dei risultati delle elezioni presenziali del 1920 e della radiocronaca del match Dempsey-Carpentier, nel 1921, segnavano l’inizio delle radiotrasmissioni e della radio come *mass medium*.

Gli ascoltatori di Conrad non mostravano particolari inclinazioni estetiche: chiedevano solo di sentire della musica stando a casa; in questo senso la radio assolse immediatamente una funzione musicale, la cui portata si può apprezzare solo a varie decine di anni di distanza. Infatti la radio ha messo a disposizione di milioni di ascoltatori un repertorio musicale che un tempo poteva essere avvicinato solo in determinate occasioni. Di qui l’allargamento della cultura musicale nelle classi medie e popolari (fenomeno che si può apprezzare meglio ricordando come la musica settecentesca fosse dedicata e rivolta a un pubblico di corte e quella del secolo scorso fosse invece un divertimento tipico della borghesia); l’approfondimento della conoscenza del repertorio (dato che la radio poteva imporre al pubblico anche le composizioni meno note e più trascurate nei programmi dei concerti consueti); lo stiamolo a promuovere manifestazioni musicali e a comporre musiche originali (nel quale campo la radio si è assunta, bene o male, il ruolo che nel passato avevano i singoli o le istituzioni tendenti al mecenatismo). D’altra parte la radio – aiutata in questo dal disco – ponendo a disposizione di tutti una

enorme quantità di musica già “confezionata” e pronta per il consumo immediato – ha scoraggiato quelle pratiche di esecuzione autonoma che caratterizzavano gli appassionati, i dilettanti musicalmente sensibili dei secoli scorsi; ha inflazionato l’ascolto musicale abituando il pubblico ad accettare la musica come complemento sonoro delle proprie attività casalinghe, a tutto scapito di un ascolto attento e criticamente sensibile, portando infine a una assuefazione alla musica come colonna sonora della propria giornata, materiale d’uso che agisce più sui riflessi, sul sistema nervoso, che non sulla immaginazione e sull’intelligenza. Una situazione tipica, in tale ordine di idee, è quella dell’appassionato che non molti anni fa, per ascoltare musica di suo gradimento, attendeva il programma preannunciato, mentre oggi, affidandosi al flusso ininterrotto della filodiffusione, ottiene per tutta la giornata un *continuum* musicale, in cui gradatamente finiranno per confondersi persino carattere, titolo, autore, qualità delle singole esecuzioni. Se questo fenomeno si verifica per la musica cosiddetta classica, a maggior ragione si manifesta per la musica leggera, la cui funzione dichiarata è appunto quella di offrirsi come oggetto d’uso. Se l’abbondanza di musica classica ha distolto dalle pratiche musicali le classi colte e borghesi, l’abbondanza della musica leggera ha influito sul declino della musica popolare. Così la musica folcloristica non ha affatto approfittato del mezzo radiofonico per affermarsi e diffondersi, ma ne ha subìto l’influsso, adottando spesso i modi della canzonetta commerciale per sopravvivere in una forma imbastardita.

C’è poi da notare che, essendo il consumo di musica leggera un fenomeno da valutare entro il quadro generale delle vicende del gusto di un’epoca, la radio ha pur sempre la possibilità di promuovere un affinamento del gusto musicale: se non nel senso di una maturazione artistica, almeno abituando l’orecchio ad assuefarsi a mezzi tecnici sempre più complessi e articolati. In questa direzione, indipendentemente da ogni giudizio di costume, la rivoluzione che si è attuata da alcuni anni nel campo della canzone italiana (per esempio i fenomeni degli urlatori, dei cantautori, l’assunzione di moduli ritmici inusitati come l’accompagnamento a terzine, la mediazione di modi tipici del cool-jazz, l’uso dell’eco magnetica, la valorizzazione del testo sulla scia della produzione francese, ecc.) ha costituito indubbiamente una evoluzione della sensibilità musicale di massa e come tale è da giudicarsi positivamente, tanto che è stato possibile affermare, sia pure paradossalmente, che questa musica prepara il campo a quella nuova sensibilità musicale perseguita dai musicisti seriali ed elettronici. Ora in questa evoluzione la radio non ha affatto svolto una funzione di pilota, ma ha subìto piuttosto l’iniziativa delle case discografiche e dei *juke-boxes*, adattandosi in ritardo al fatto nuovo: così da far posto nei suoi programmi, tra le esibizioni dei vari Claudio Villa, alle nuove tendenze, quando ormai esse erano già state a tal punto assimilate dalla sensibilità corrente, da costituire ormai una espressione del conservatorismo musicale, già priva di ogni salutare forza d’urto e ridotta a una nuova maniera, capace soltanto di incoraggiare l’assuefazione dell’orecchio e non di svolgerne le tendenze latenti.

La domanda se la radio, come strumento di informazione musicale, abbia avuto effetti positivi o negativi va tuttavia integrata in una più ampia disamina di fattori culturali, sociologici, economici.

“Democratizzazione dell’ascolto”, “diffusione del repertorio”, “incoraggiamento dell’ascolto diretto di concerti” sono bilanciati da un ottundimento dell’attenzione e da una politica di conservazione culturale (specie nel campo della musica leggera, che mira non a rinnovare ma a incoraggiare il gusto esistente). Questa situazione è connessa con le particolari condizioni economiche in cui operano di

solito gli organismi radiofonici, sottomessi a esigenze commerciali o – in regimi di monopolio – a non lodevoli concessioni demagogiche.

Quanto alla televisione il problema appare assai più ristretto, per quel che riguarda la musica classica; la musica leggera, le esigenze spettacolari, che hanno fatto preferire esecutori dotati di maggiore talento scenico, e la imprescindibile esigenza di attualità, cui questo mezzo soggiace più che non quello radiofonico, hanno concesso al nuovo mezzo di agire in direzione di uno svecchiamento che ha influenzato la radio stessa. Ad esempio, la voga dei cantautori e delle canzoni in cui si persegue una certa nobiltà del testo è dovuto indubbiamente alla imposizione e diffusione della canzone francese attuata negli spettacoli televisivi per alcuni anni, dal 1955 a oggi, contro gli espressi desideri della maggioranza degli utenti.

### *I mezzi audiovisivi come fatto estetico*

Il problema va esaminato sia dal punto di vista psicologico della ricezione, sia da quello tecnico-formale del linguaggio radiotelevisivo.

a) Situazione del radioascoltatore. Chi ascolta musica radiotrasmessa, posto che l'ascolto sia intenzionale, si trova in una particolare condizione di intimità e di isolamento, disposto alla ricezione dei suoni puri senz'altro complemento visivo o emotivo.

Manca quindi all'ascoltatore il collegamento con l'esecutore (solista o complesso orchestrale), collegamento che si concreta in quel particolare “magnetismo” che può essere variamente definito, ma non disconosciuto; manca inoltre all'ascoltatore il collegamento diretto, fisico, col gruppo di coloro che ascoltano con lui. Ora, il magnetismo dell'esecutore e il magnetismo del pubblico, sono parte essenziale di un ascolto musicale tradizionale, introducendo nell'ascolto una quota di “teatralità”, che non è negazione ma caratterizzazione del rito musicale. Il radioascoltatore è invece posto a diretto contatto con l'universo sonoro nella sua assoluta purezza; ascolta dei timbri che il mezzo tecnico, per quanto perfetto, non gli offre mai uguali a quelli originari, ma caratterizzati da una maggiore freddezza; non è distratto, né aiutato, da presenze umane direttamente collegate col fatto musicale, che egli coglie nel suo aspetto rigorosamente formale, in una atmosfera che taluno ha voluto definire di rarefazione metafisica. Sarebbe inesatto affermare che il tipo tradizionale di ascolto (teatrale, corale, visivo e auditivo insieme) rappresentasse l'*optimum* contro il tipo nuovo, o viceversa. Si può semplicemente affermare che la radio, introducendo nuove modalità di ascolto musicale e offrendo così nuovi stimoli alla sensibilità, ha posto capo a nuove possibilità di un'arte che ha caratteri propri, così come l'ascolto in una sala da concerto si oppone all'ascolto del tutto interiore e immaginativo, ma non per questo meno valido, del musicista che scorre una partitura. Negata quindi ogni gerarchia di valori tra i vari tipi di ascolto, ci sarà tuttavia da osservare che queste nuove possibilità estetiche possono essere sfruttate diversamente dai diversi tipi di ascoltatori. L'ascoltatore musicalmente preparato trarrà dall'ascolto radiofonico l'occasione per un rigoroso controllo del discorso musicale, scevro da commistioni psicologiche e fissato sui valori formali, tecnici ed espressivi. Di converso, l'ascoltatore sprovvveduto trarrà dall'isolamento, cui la radio lo costringe, l'occasione per i voli della propria fantasia che, stimolata dalla musica e non più orientata dalla presenza diretta di un apparato rituale, potrà trarre occasione dal fatto sonoro per abbandonarsi all'onda indiscriminata dei sentimenti e delle immagini; e all'amatore

principiante verrà a mancare quel sussidio costituito, nella sala da concerto, dal gesto del solista o meglio ancora del direttore che gli consente di seguire il fluire del discorso sonoro, spazializzando i vari livelli melodico-armonici e le sezioni timbriche.

Tutti questi problemi esistono in minima parte per la televisione, a causa della scarsità delle esecuzioni musicali classiche: ma giova osservare che sul teleschermo la presenza visiva degli esecutori e del pubblico non sostituisce la presenza fisica, mentre nel contempo agisce da fattore di disturbo rispetto all'ascolto radiofonico. Perciò una esecuzione musicale televisiva offre oggi solo possibilità di cronaca, oppure possibilità pedagogiche.

b) Linguaggio musicale radiotelevisivo. In ogni attività artistica l'assunzione di un nuovo materiale su cui lavorare istituisce sempre – ponendo condizioni insormontabili, suggerendo nuove possibilità – un linguaggio autonomo. In tal senso il complesso *"apparecchiature trasmittenti – onde elettromagnetiche – apparecchiature riceventi"* costituisce un materiale da formare e quindi un materiale dotato di potenziale estetico; così che, anche quando non dà vita a fenomeni artistici autonomi, influenza e modifica i fatti artistici che lo adottano come veicolo comunicativo. La materia radiofonica assunta come veicolo crea così dei fenomeni di modifica di altri linguaggi artistici; assunta come medium formativo permette la nascita di un nuovo linguaggio.

I riflessi sulla pratica musicale sono molteplici. È stato spesso notato come il suonare o cantare davanti al microfono richieda dall'esecutore particolari adattamenti dei suoi mezzi tecnici e come ciò influisca indubbiamente sul suo stile e si ripercuota sulla pratica vocale e strumentale in generale. Di conseguenza l'uso di speciali accorgimenti tecnici per ottenere determinati effetti di fedeltà, crea una dimensione della trasmissione come esecuzione. Questo carattere creativo della trasmissione si accentua naturalmente quando il ricorso al mezzo tecnico non mira unicamente alla resa fedele dei suoni, ma alla loro deformazione, attraverso l'uso di speciali microfoni, di registrazioni rallentate, o distorte con mezzi elettroacustici, o sovrapposte, amplificate, complicate da echi magnetici, ecc. Se da un lato quindi l'esecuzione musicale radiofonica sottolinea certe qualità tecniche o estetiche di determinate opere, e addirittura ne promuove una maggiore assimilazione (notava Casella come la radio, cui si convengono maggiormente i timbri semplici e puri, aveva giovato all'affermazione della musica postromantica, che a questi timbri di preferenza fa ricorso), d'altro canto, attraverso esperimenti e rotture delle consuetudini acustiche stabilite, promuove una nuova sensibilità auditiva, stimola l'invenzione di timbri e di frequenze inedite. Nel primo caso – come nota Mario Rinaldi – le esigenze della radiotrasmissione influenzano la pratica musicale, imponendo purezza timbrica, semplicità strumentale, aderenza agli "a soli", eliminazione dei raddoppi, dinamica controllata. Nel secondo caso sono state proprio originarie esperienze radiofoniche a dar vita a quelle pratiche di musica concreta e di musica elettronica che costituiscono una delle manifestazioni più interessanti della musica contemporanea. Ma prima ancora che fossero costruite apparecchiature elettroacustiche capaci di "fabbricare" frequenze mai realizzate e timbri totalmente nuovi, la radio ha rinnovato la sensibilità acustica del pubblico e dei compositori ponendo originarie esigenze di atmosfere sonore, commenti ad azioni parlate, situazioni espressive realizzate attraverso i rumori. In un certo senso si deve alla pratica radiofonica se il *rumore* è entrato a far parte della musica contemporanea e se il rossiniano battito degli archetti sul leggio non è rimasto una invenzione priva di conseguenze. Le creazioni originali presentate

nelle varie stagioni del Premio Italia hanno dimostrato la possibilità di un'arte radiofonica e, con essa, di una musica radiofonica, una musica che annovera a pieno diritto, tra le sue manifestazioni, anche i lunghi silenzi e i rumori appena accennati di un'opera come *Notturno a Cnosso* di Angioletti e Zavoli. Quanto alla televisione, in questo campo il discorso non si avvale ancora di molti elementi. Trovando le sue possibilità estetiche più feconde nel campo della ripresa diretta, il mezzo televisivo sinora non ha prodotto soluzioni musicali autonome. Ma in un caso la televisione ha influenzato la pratica musicale: nella trasmissione di melodrammi, dove particolari esigenze di spettacolo hanno portato ad accentuare i lati narrativi e le caratteristiche di azione proprie di un libretto, sfruttandone tutte le possibilità di racconto psicologico, a scapito della ricezione musicale. L'influenza di questo fenomeno sul pubblico dell'opera e sul lavoro degli operisti contemporanei potrà essere materia di una ricerca più consapevole e documentata in un prossimo futuro; benché già ora questa pratica televisiva si innesti in un processo storico (in cui sono coinvolti il gusto del pubblico e le tendenze dei compositori), che lascia intravedere una dissociazione tra il concetto del teatro musicale e quello del *recitar cantando*.

## APPUNTI SULLA TELEVISIONE

È partendo dalla persuasione che la televisione sia uno dei fenomeni base della nostra civiltà (e che pertanto occorra non solo incoraggiarla nelle sue tendenze più valide ma anche studiarla nelle sue manifestazioni) che gli organizzatori del premio Grosseto da quattro anni, oltre a chiamare quali giudici uomini di cultura di varie tendenze, hanno sempre organizzato *a latere* incontri di vario tipo tra studiosi, critici televisivi, artisti, educatori. Nel 1962 le assegnazioni dei premi sono state presiedute da una "tavola rotonda" sul tema "Influenze reciproche tra Cinema e TV".<sup>1</sup>

Stendere un rapporto esatto sullo sviluppo delle discussioni è difficile per l'autore di queste note, in quanto come partecipante alla tavola rotonda si trovò inevitabilmente ad ascoltare con orecchio "partigiano" teso a cogliere dalle parole altrui stimoli per riflessioni personali, conferme alle proprie opinioni e obiezioni fondate da far proprie. Per cui converrà, più che cercar di riportare fedelmente i singoli interventi e lasciare a ciascuno la paternità delle proprie opinioni, cercare invece di enucleare alcuni gruppi tematici che sono emersi dalla discussione; premettendo che quanto segue non andrà visto come il consuntivo di un osservatore imparziale, ma come il discorso di un partecipante su quanto dissero i partecipanti.

### *Ripresa diretta e influenza sul film*

Uno dei primi temi su cui si orientò la discussione, nel tentativo di discriminare uno "specifico" televisivo di fronte all'ormai canonico problema dello specifico filmico, fu quello della *ripresa diretta*. Nella ripresa diretta infatti la televisione troverebbe quelle caratteristiche per cui si può distinguere da altre forme di comunicazione o spettacolo, e nell'insegnamento della ripresa diretta si potrebbe individuare il debito del nuovo cinema verso la TV. Il cinema infatti, almeno nelle sue forme tradizionali, aveva abituato lo spettatore a una sorta di racconto concatenato e costruito secondo passaggi necessari, secondo le leggi della poetica aristotelica: serie di avvenimenti terribili e pietosi che accadono a un personaggio capace di determinare una identificazione simpatetica da parte dello spettatore; sviluppo di questi avvenimenti sino a raggiungere il massimo della tensione e della crisi; scioglimento della crisi (e dei nodi drammatici) con conclusione e pacificazione delle emozioni tratte in gioco. In altri termini, come il romanzo ottocentesco e come la tragedia classica, il film si strutturava secondo un inizio, uno svolgimento e una fine, durante i quali momenti ogni elemento dell'azione appariva necessitato da una sorta di legge di economia del racconto, tutto cospirando alla "catastrofe" finale, in un allineamento narrativo dell'*essenziale*, con l'esclusione di tutto quanto fosse risultato *casuale* ai fini dello svolgimento dell'azione. Ora, con la ripresa diretta televisiva si è invece andato affermando un modo di "raccontare" gli eventi del tutto diverso: la ripresa diretta manda in onda le

immagini di un avvenimento nello stesso momento in cui esso avviene, e il regista si trova da un lato a dover organizzare un “racconto” tale da offrire un resoconto logico e ordinato di quanto avviene, ma dall’altro deve anche saper accogliere e convogliare nella sua “narrazione” tutti quegli eventi imprevisti, quegli inserti imponentabili e aleatori che lo svolgimento autonomo e incontrollabile del fatto reale gli propone; e per quanto egli sappia governare anche questi apporti del caso, non potrà non presentare un “racconto” il cui ritmo, il cui dosaggio tra essenziale e inessenziale sia profondamente diverso da quanto avviene nel cinema: abituando così il pubblico a un nuovo tipo di tessuto narrativo, continuamente sfrangiantesi nel superfluo, ma altresì capace di far gustare in modo nuovo la complessa casualità degli eventi quotidiani (che il film ci aveva assuefatto, nella sua opera di selezione e depurazione narrativa, a dimenticare). Per cui non sarebbe accidentale che solo dopo alcuni anni di abitudine al racconto televisivo anche il cinema abbia preso le mosse per un diverso tipo di racconto, di cui un esempio insigne potrebbero essere le opere di Antonioni: dove l’azione principale, se pure esiste, appare continuamente diluita nello sfondo degli eventi apparentemente insignificanti che si sviluppano intorno, e di fatto questi eventi vengono a costituire proprio il nucleo di una nuova azione, tesa appunto a riscoprire, nel tessuto degli eventi quotidiani più irrilevanti, significati o assenze di significati.

A queste affermazioni altri partecipanti al dibattito obiettarono in vario modo. Si disse anzitutto che diversa era la casualità reale della ripresa televisiva (dovuta a vero e proprio “disordine”, a mancanza di organizzazione artistica del materiale) e altra quella dei film citati. Si disse che era improprio chiamare racconto quello della ripresa diretta, poiché “racconto” presuppone decantazione e formazione dell’esperienza – e quindi, al limite, “poesia” – mentre nella ripresa televisiva si ha solo una pura e semplice *cronaca riproduttiva*. E anche quando si ammise che il gusto per la cronaca fedele e minuziosa dell’inessenziale e dell’immediato si rifà a varie esperienze della narrativa contemporanea (appariva qua e là il nome di Joyce e il riferimento al “monologo interiore”), si osservò che teorizzare questo fatto significa solo riprendere in ritardo temi e motivi che i romanziere avevano appunto sviluppato da quarant’anni, per cui non si vedeva perché la TV dovesse farne oggetto di ricerca, e tantomeno il cinema.

Su queste discussioni gravava in realtà l’ombra di un equivoco, non di rado dovuto a scarsa dimestichezza di studiosi, in altri campi illustri, con il mezzo televisivo. In realtà, come altri avvertirono, non è affatto vero che la ripresa diretta televisiva costituisca una resa *fedele* e incontaminata di quanto avviene; quanto avviene, inquadrato dalle telecamere già puntate secondo una scelta delle angolazioni dei campi, risulta al regista su tre o cinque *monitor*, e tra queste tre o cinque immagini il regista sceglie quella da mandare in onda, istituendo così un *montaggio*, sia pure improvvisato e simultaneo all’evento, ma un “montaggio”, il che significa dire una “interpretazione” e una “scelta”.

Se è tipico dell’arte elaborare un materiale bruto di esperienza per farlo diventare una organizzazione di dati tale che rifletta la personalità del proprio autore, la ripresa diretta televisiva contiene dunque *in nuce* le coordinate essenziali dell’atto artistico; in misura elementare, in modo così semplice e rozzo da far rischiare continuamente la caduta nella pura improvvisazione priva di riflessione, ma comunque le contiene. E se la caratteristica “specifica” della televisione in ripresa diretta è quella di raccontare sulla base di una provocazione *immediata* della realtà e secondo esigenze di resa *simultanea*, tuttavia

l'operazione che il regista compie può essere assimilata a un racconto, alla elaborazione di un punto di vista personale sui fatti. Di qui la possibilità di ravvicinare certi episodi dell'esperienza televisiva ad altri episodi del film contemporaneo, pur distinguendo le modalità del racconto televisivo da quelle di una cinematografia che esaspera e finge, con molta maggiore consapevolezza e calcolo estetico, la dispersione e l'accidentalità della vita vissuta. D'altra parte, si ebbe cura di ribadire, quando si pongono analogie tra nuovo cinema e pratica televisiva, non si vuole tanto alludere a dirette derivazioni da parte dei registi, quanto *all'esistenza di nuove abitudini ricettive* che la televisione ha indubbiamente coltivato nello spettatore: e dunque il fenomeno, se anche si vuole negargli un rilievo estetico, va tenuto presente sul piano di una sociologia del gusto. Quanto alla risposta che non si vede perché si debba attribuire a cinema e TV scoperte che la letteratura aveva fatto da decenni – a parte il fatto che l'obiezione venne avanzata da un narratore che quelle esperienze narrative non ci pare avere mai assimilato – non si teneva ovviamente conto che diversi “generi” artistici (e si confida che tra i lettori non vi sia più nessuno che mantenga diffidenze istintive verso una problematica dei generi, a cui l'idealismo crociano ci aveva ingiustamente disabituato) hanno diverse fasi di sviluppo, e che una stessa acquisizione può essere fatta dal romanzo cinquant'anni prima e dal cinema cinquant'anni dopo, senza che si debba parlare di “letterarietà” del cinema; ché anzi, il fatto che il cinema abbia trovato *con mezzi propri* certe strade già battute dalla letteratura, dimostra in realtà l'esistenza di certe esigenze profonde che serpeggiano ai vari livelli della cultura contemporanea.

#### *Comunicazione ed espressione*

Ma in realtà in molte di queste obiezioni covava una riserva mentale, che alcuni più onestamente chiarirono in modo esplicito: che cioè il cinema permette di “esprimersi” (con tutte le connotazioni estetiche che assume la categoria di “espressione”), mentre la TV permette al massimo di “comunicare” (e che quindi la differenza tra i due mezzi sia la stessa che corre tra *arte e cronaca*). Ci fu anzi chi accusò la TV di “non esistere” (e i convenuti di prendere inutilmente il proprio tempo), perché essa costituirebbe solo un mezzo di comunicazione e, al massimo, un fenomeno sociologico, completamente irrilevante dal punto di vista estetico.

Dichiarare inesistente un fatto solo perché è fatto sociologico e non estetico, documenta di un certo difetto estetistico della nostra cultura umanistica (e la cosa è tanto più preoccupante in quanto chi diceva questo era uno scrittore che fa professione di marxismo, e da cui si pretenderebbe una maggiore aderenza alla concretezza dei fenomeni tecnici e sociali, senza troppe propensioni esclusive per l'universo dei valori estetici). È grave infatti non rendersi conto che, se pure la TV costituisse un puro fenomeno sociologico sino ad ora incapace di dar vita a creazioni artistiche vere e proprie, tuttavia proprio come fenomeno sociologico appare capace di istituire gusti e propensioni, di creare cioè bisogni e tendenze, schemi di reazione e modalità di apprezzamento, tali da risultare, a breve scadenza, determinanti ai fini dell'evoluzione culturale, anche in campo estetico. Nessuno pensa che vi sia una regola eterna e canonica del bello, e le definizioni che una società dà del bello e dell'artistico, del piacevole e dell'estetico, dipendono strettamente da uno sviluppo dei costumi e dei modi di pensare. Ed ecco in che termini una riflessione sulla TV come fenomeno sociologico interessa anche l'estetica. Ma non si tratta solo di questo: metà delle discussioni finivano in un vicolo cieco per il fatto che

pronunciando la parola “televisione” ciascuno dei convenuti pensava a qualcosa di diverso: chi alla ripresa diretta, chi al telequiz (misto di riprese dirette ed effetti preordinati), chi al teatro trasmesso per TV, chi infine allo stesso film preso di peso e proiettato in video, e chi ancora ai servizi giornalistici, chi alla pubblicità, e così via. Si comprende come in tal senso risultassero ambigui tutti i discorsi su una estetica o uno “specifico” della TV. E l’equivoco risultava a parer nostro dal voler considerare la TV come un *genere* artistico invece che come un *servizio*. In altri termini la TV è uno strumento tecnico – di cui si occupano i manuali di elettronica – in base al quale una certa organizzazione fa pervenire a un pubblico, in determinate condizioni di ascolto, una serie di servizi, che possono andare dal comunicato commerciale alla rappresentazione dell’*Amleto*. Ora, parlare in blocco di “estetica” di un tale fenomeno, sarebbe come parlare di *estetica di una casa editrice*; la casa editrice ovviamente produce libri di narrativa, che rientrano nell’ambito dei fenomeni suscettibili di indagine estetica, e libri, poniamo, di cucinaria, che vanno giudicati secondo altri criteri. Così che di una casa editrice si può dare una “politica editoriale”, ma non una “estetica”. Così avviene per la televisione; a parte i discorsi sulla politica televisiva, che costituiscono una branca di problemi che esulava (forse) dai temi della tavola rotonda, quando la televisione trasmette la ripresa diretta di una partita di calcio, il mezzo viene usato secondo sue precise caratteristiche tecniche, tali da imporre una grammatica e una sintassi particolari; e, come si è tentato di suggerire, al limite anche di questo tipo di comunicazione si può dare un esito narrativo e quindi embrionalmente artistico. Quando invece trasmette dallo studio una tragedia classica appositamente realizzata, allora il discorso obbedisce ad altre leggi, che tuttavia non sono le stesse dello spettacolo teatrale e non sono le stesse del cinema, poiché gioca qui un diverso ritmo possibile del montaggio, persino una diversa “grana” dell’immagine, una diversa capacità degli obiettivi delle camere rispetto alla resa delle dimensioni (la camera televisiva dà all’immagine un tutto tondo, una tridimensionalità diversa di quanto non faccia la camera cinematografica, come chiunque sappia qualcosa di tecnica televisiva può riscontrare paragonando due trasmissioni, l’una dallo studio e l’altra filmata). Per cui l’osservazione, fatta da uno studioso, sul fatto che un film normale trasmesso in televisione perde metà della sua efficacia, non deve portare a concludere, come fu fatto, che quindi la televisione è priva di possibilità artistiche, ma al contrario che, ogni mezzo avendo le sue leggi precise, connesse al materiale su cui si lavora e alle tecniche impiegate, la televisione rende pessimi risultati quando la si vuole rendere veicolo di opere pensate e realizzate per un’altra destinazione.

Dunque la televisione ha possibilità realizzative autonome, connesse alla sua natura tecnica specifica (e potremmo indicare la ripresa diretta dal vivo e la ripresa dallo studio); ma anche qui occorre stare attenti a non trarre conclusioni drastiche. Può darsi che la TV in quanto “genere” artistico autonomo si limiti a queste due possibilità, ma in quanto “servizio” presenti altre vie di sviluppo. La domanda, che venne avanzata, se dunque la TV non abbia nessun punto di convergenza col cinema, risentiva ancora dell’inconscio tentativo di voler fare un’estetica della TV come genere, in blocco.

### *Il rapporto col pubblico*

La TV come “servizio” costituisce invece un preciso fenomeno psicologico e sociologico: il fatto che determinate immagini vengano trasmesse su uno schermo di dimensioni ridotte, in date ore del giorno, per un pubblico che si trova in determinate condizioni sociologiche e psicologiche, diverse da quelle del

pubblico del film, tutto ciò non costituisce un fenomeno accessorio che non ha nulla a che vedere con una inchiesta sulle possibilità estetiche del mezzo impiegato. Anzi. *È proprio questo specifico rapporto che qualifica tutto il discorso televisivo*, e da questo rapporto un'analisi seria non può prescindere. Sul rapporto psicologico spettacolo-spettatore si soffermarono alcuni degl'intervenuti e dissero cose che andavano sviluppate; ma questi interventi furono messi in ombra da altri più "critico-filosofici" (ribadendo così il vizio falso-umanistico di cui si è detto). Eppure quella sarebbe stata l'unica via per chiarire molti punti. Si veda per esempio la posizione sostenuta da Blasetti: il regista è parso sostenere una identità tra processi televisivi e processi cinematografici, poiché ha affermato che nel preparare la sua inchiesta (filmata) egli ha avuto la possibilità di raccogliere molto materiale documentario e quindi di elaborarlo artisticamente, di conferirgli un'economia narrativa (senza sacrificare nulla alla veridicità, ma dando a quanto di "vero" egli aveva registrato una parvenza "verisimile"), grazie a un montaggio accurato e rispettoso delle realtà precedentemente individuate. In tal senso, pare, egli non avrebbe fatto altro che comporre un "film" da trasmettere in TV. Tuttavia proprio Blasetti intervenne a più riprese per sottolineare le diverse esigenze (e la diversa resa delle immagini) che derivano dall'esistenza di un piccolo schermo diverso dal grande schermo della sala cinematografica. E d'altro canto sottolineò come egli avesse accettato di girare la sua inchiesta per la TV e non per un produttore cinematografico, perché questo gli consentiva di rivolgere un certo discorso a un certo pubblico in un certo momento, raggiungendo una udienza che per vastità e qualità non era quella del cinema in circuito normale. Ecco dunque come *un determinato rapporto col pubblico*, veicolato attraverso *un dato mezzo*, concorre a qualificare anche nelle sue componenti estetiche un discorso. L'inchiesta di Blasetti si era articolata formalmente, forse, come un'inchiesta cinematografica: ma il "servizio" attraverso il quale egli pensava di comunicarla (con tutte le sue caratteristiche sociologiche e tecniche) aveva indubbiamente condizionato le intenzioni con le quali aveva progettato, iniziato, condotto la sua opera; e l'attitudine ricettiva dello spettatore televisivo, diverso da quello cinematografico, indubbiamente era stata presente al regista, uomo intelligente e sensibile, in ogni momento della sua attività. N'era venuta fuori, come il Premio Grosseto doveva poi confermare, un'opera *televisiva*.

Dunque ci pare che non si possa condurre un discorso corretto sulla televisione, le sue possibilità estetiche e i suoi caratteri specifici, se non si distinguono anzitutto, all'interno del fenomeno televisivo come "servizio di telecomunicazioni", diverse possibilità di comunicazione, sottomesse a diverse esigenze tecniche, talune dotate di maggiore autonomia grammaticale, sintattica e – al limite – espressiva, altre più legate da immediate esigenze di comunicazione per usi di consumo. Sotto quest'ultima voce potrebbe rientrare ad esempio la semplice proiezione e trasmissione di film fatti per il circuito cinematografico, se anche qui non ci fosse da chiedersi, come qualcuno suggerì, se per determinati film (che costituirebbero fenomeni privilegiati) la riduzione su piccolo schermo non muti a tal punto il rapporto emotivo con lo spettatore da mutare lo stesso "impact" psicologico e quindi l'esito estetico dell'opera. Un secondo aspetto di un discorso corretto riguarda, come si è detto, il fatto che non si può parlare di un linguaggio televisivo (meglio, di vari linguaggi televisivi, secondo le diverse possibilità comunicative ed expressive che il mezzo offre) se non considerando sempre il fenomeno "linguaggio" in rapporto a uno spettatore sociologicamente e psicologicamente caratterizzato. In altri termini, solo rinunciando a fare immediatamente un'estetica della televisione per svolgere una serie di

ricerche psico-sociologiche (e tecniche), si potranno raggiungere conclusioni valide anche in campo estetico.

Solo impostando il discorso nei termini su esposti prenderanno valore certe esigenze importantissime fatte valere nel corso della discussione (ma non approfondite): e si pensi al problema di una libertà di espressione e di critica, fondamentale se la televisione è, come si è detto, anche racconto e quindi *interpretazione* dei fatti.

Purtroppo queste linee di discussione si fecero strada solo verso la fine della tavola rotonda: segno comunque che la tavola rotonda aveva funzionato, se non terminava con una conclusione definitiva, ma ponendo invece le premesse per un tipo di discorso più preciso di cui occorreva pur trovare i cardini metodologici. Si pensi a quanti orizzonti rimanevano aperti: si era delineata l'esistenza di un "servizio" di comunicazioni che stava abituando il pubblico a una nuova dimensione della "cronaca" (tale da rendere apprezzabile l'immediatezza degli eventi reali nella loro libera sconnessione e imprevedibilità) e tuttavia si appurava che questa "cronaca" era in realtà "interpretazione" e quindi "storia" (o "arte"). E si intravedeva la situazione paradossale di un pubblico che si rivolge, in determinate condizioni emotive, a una macchina da cui si aspetta "cronaca" e che invece gli fornisce, a sua insaputa, "storia". Singolare situazione di disponibilità di chi si appresta a un contatto col reale bruto e assimila invece un reale umanizzato, filtrato e fatto argomento. Di qui una serie di problemi che investono non soltanto e non più l'estetica (anche se una indagine di tipo formale li ha messi in luce), ma la pedagogia e la politica. Ebbene, non foss'altro perché il tema pareva vertere sulle connessioni tra cinema e TV, tutta questa problematica politica nel corso della tavola rotonda doveva essere sfiorata e non lo fu. Mentre gli stessi sviluppi recenti di una cinematografia documentaria, impegnata in interpretazioni polemiche della realtà contemporanea o della storia recente, avrebbero potuto suggerire nuove linee di discorso. Senza contare che recentemente sono apparse numerose pubblicazioni che invece affrontano il problema della televisione proprio dal punto di vista sociologico, psicologico e politico.

#### *La TV come "servizio"*

L'equivoco di chi propone una "estetica" televisiva *tout court* è quello di considerare la TV come un fatto artisticamente unitario, come il cinema o il teatro, o la poesia lirica, di considerare cioè la TV come un "genere". Ora, i generi artistici sono una cosa da prendere nella massima considerazione, ma la TV non è un genere. È un "servizio": un mezzo tecnico di comunicazione attraverso il quale si possono veicolare al pubblico diversi generi di discorso comunicativo, ciascuno dei quali risponde, oltre che alle leggi tecnico-comunicative del servizio, alle leggi tipiche di quel dato discorso: in altri termini un documentario giornalistico trasmesso per TV (ideato per la TV) deve anzitutto soddisfare a certe esigenze della comunicazione giornalistica; e tuttavia queste esigenze si fondono con altre che derivano dal fenomeno televisivo come particolare modo comunicativo.

Ora il "servizio" TV comunica anche varie forme di spettacolo, alcune delle quali semplicemente "riprese" in quanto già esistenti (e anche queste, trasmesse per TV acquistano nuove caratteristiche e impongono nuovi problemi), altre appositamente ideate per il servizio TV. Solo da questo punto può cominciare un discorso avveduto sulle caratteristiche di uno spettacolo televisivo, sui problemi estetici della TV, sulla nascita di un nuovo linguaggio, eccetera.

Sia ben chiaro: qualificare la TV come “somma di preesistenti modi e forme” non significa negare l’esistenza di un linguaggio televisivo: significa andare alla ricerca di questo linguaggio alla luce della definizione accennata: significa insomma procedere con cautela metodologica.

Da una definizione della TV come “somma di preesistenti modi e forme” muove il libro di Federico Doglio, *Televisione e spettacolo* (Roma, Studium, 1961), che allinea in un linguaggio chiaro e accessibile i risultati di una grande quantità di ricerche, dalle quali poi prende le mosse per una analisi originale. La vastità della bibliografia, l’abbondanza delle citazioni da studiosi di varie correnti e specializzazioni, fa del libro di Doglio, oltre che un contributo personale, un eccellente manuale per chi voglia inoltrarsi nella spinosa selva delle cognizioni tecnico-stilistiche e delle definizioni critico-estetiche. Il libro di Doglio è l’opera di uno studioso che vede la TV dall’interno (come responsabile di una branca dei programmi), e come tale va letto; accreditando all’onestà dell’autore una serie di osservazioni critiche, non chiedendogli ovviamente un esame particolarmente polemico (come avviene in altre opere che esamineremo), e riconoscendo infine a Doglio di aver tentato con piana moderazione una sistemazione delle varie ricerche. D’altra parte il tema che sta particolarmente a cuore a Doglio è la definizione di una “spettacolarità” televisiva, sul piano “grammaticale” ed estetico. E, benché il problema ci interessi moltissimo e da vicino, in questa sede ci preme piuttosto esaminare il fenomeno televisivo da un altro aspetto, e cioè da quello psico-sociologico di un rapporto TV-pubblico. Come si è già avuto occasione di dire, abbordare questo problema non significa disinteressarsi alla TV come forma d’arte e ai suoi possibili esiti estetici, significa anzi cercare di iniziare il discorso proprio da un punto di partenza che permetta di proseguire poi la discussione ad altri livelli dopo aver chiarito alcuni punti fondamentali. È chiaro: è perfettamente inutile parlare dei bisonti preistorici di Altamira, lodandone la vivacità impressionistica, il senso del movimento o rilevandone l’accentuata bidimensionalità, se non si ha ben chiaro il tipo di rapporto che si istituiva tra chi faceva queste immagini, le immagini stesse e chi le vendeva, ammesso che, dipinte nei penetrali della caverna, fossero destinate veramente a una visione. Sinché non si sono chiariti gli usi magici e rituali ai quali queste pitture erano finalizzate, è inutile iniziare un discorso in termini di apprezzamento estetico (a meno di fare dei facili estetismi).

Così è per la televisione: di fronte a un “servizio” che coordina diverse forme di espressione, dal giornalismo al teatro e alla pubblicità, per comprendere come il “servizio” ponga nuove condizioni a ciascuno di questi “generi” trasposti in una nuova situazione, occorre capire *a chi* si rivolge la TV e *cosa* lo spettatore fruisce veramente quando si trova davanti a uno schermo televisivo.

Di qui dunque l’importanza di certi studi psicologici (situazioni dello spettatore davanti allo schermo) e sociologici (modificazione introdotta dall’esercizio continuo di questa situazione nei gruppi umani, nonché tipo di richieste che i gruppi rivolgono al mezzo); dai quali conseguono poi problemi di psicologia sociale (nuovi atteggiamenti collettivi, reazioni dovute a un nuovo tipo di rapporto psicologico esercitato in particolare situazione sociologica; con tutte le conseguenze che questo ha per la storia della cultura), e quindi di antropologia culturale (crescita di nuovi miti, tabù, sistemi assuntivi), di pedagogia e naturalmente di politica. Solo alla luce di questo quadro si potrà parlare di cosa significhino i “valori estetici” di una trasmissione televisiva; così come si possono capire *veramente* quali fossero i valori estetici della scultura medievale solo se non si guardano le statue delle cattedrali come fantasiose variazioni immaginative risolte in particolari soluzioni plasticо-figurative, ma come precisi

messaggi, approntamento di un sistema di mezzi pedagogici, repertorio iconografico dai significati determinati, introdotto in un determinato contesto culturale, proposto secondo certi intenti e fruito secondo certe disposizioni in un dato ambiente sociale.

Discorso vastissimo, come si vede; da non esaurire in questa sede, quindi. Qui si tenterà solo di accennare ad alcune recenti ricerche che introducono egregiamente a tali problemi, non di rado in modo discorde, e che comunque forniscono strumenti indispensabili a chi voglia farsi idee più precise in questo campo.

### *Le ricerche sperimentali*

Accenneremo *en passant* a una pubblicazione che, tutto sommato, qui in Italia ha dato il via a un intensificarsi di discussioni: si tratta di quella raccolta *Televisione e Cultura* organizzata e diretta per la rivista *Pirelli* da Aldo Visalberghi e Gino Fantin (poi riunita in un unico fascicolo-volume nel 1961). In questa raccolta veniva affrontato il problema televisivo dal punto di vista di una critica non di rado severa verso i pericoli del nuovo mezzo e la sua situazione nella società italiana; ma questa critica non cadeva mai nell'errore aristocratico tipico di molto ambiguo "umanesimo" nostrano, per cui si bolla nelle tecniche nuove un attentato massificante a tradizioni culturali di fatto mai diventate patrimonio comune di tutti i cittadini: e, partendo da una valutazione responsabile delle enormi possibilità della comunicazione televisiva, ne discuteva le possibilità di sviluppo e di applicazione in una (e per una) società democratica.

D'altra parte, chi denuncia nella televisione una sorta di attacco subdolo e ipnotico alla capacità di reazione dello spettatore, in realtà avverte, sia pure sul piano letterario e immaginativo, qualcosa che di fatto sussiste e può costituire oggetto di studio. In questo senso appaiono di primaria importanza le ricerche di Gilbert Cohen-Séat, condotte nell'ambito dell'*Institut de Filmologie* della Sorbona (sviluppate nella *Revue de Filmologie*) ed oggi prosegue a Milano, in seno al Consiglio Internazionale della ricerca scientifica sulla Informazione Visiva, dove si va organizzando un Registro Centrale (desanato a schedare e coordinare tutte le ricerche intraprese e da intraprendersi sull'argomento in tutto il mondo) e ci si avvale del lavoro sperimentale di un laboratorio psicologico stabilito ad Affori e messo in grado di studiare con apparecchiature nuove i vari fenomeni connessi alla ricezione del messaggio visivo, cinematografico e televisivo<sup>2</sup>.

Non di rado le conclusioni di Cohen-Séat possono apparire preoccupanti: i risultati sperimentali a cui è pervenuto sono spesso apocalittici. Tuttavia sarebbe errato vedere in questo studioso un nemico dei nuovi mezzi; ché anzi egli manifesta la chiara consapevolezza di vivere in un mondo in cui i mezzi di comunicazione visiva costituiranno presto il principale veicolo delle idee. Non solo, egli conduce una polemica contro la pretesa, a suo parere utopistica, di alfabetizzare in poco tempo le immense zone umane che stanno risorgendo o sorgendo a vita civile e democratica (si pensi alle tribù africane), mentre occorrerebbe invece prendere di petto la questione e studiare nuovi mezzi di *approach* visivo. Quindi i vari gridi di allarme esplicitamente o implicitamente lanciati da Cohen-Séat, non sono fini a se stessi: vogliono soltanto mostrarci tutte le dimensioni del problema affinché si sappia quali strumenti stiamo manovrando e sino a che punto possiamo e dobbiamo usarli.

L'esistenza delle tecniche visive ci introduce in una nuova dimensione psicologica della quale stentiamo

a renderci conto. Il discorso vale tanto per il cinema che per la televisione, se si considera che nella ricezione televisiva la fissità ipnotica di chi è *isolato* nella folla che lo attornia in una sala cinematografica, è corretta dalle maggiori possibilità di distrazione permesse dalla situazione di chi siede in gruppo, nell'ambiente familiare, di fronte al teleschermo.

### *Vigilanza e partecipazione*

Nel momento in cui un soggetto si pone di fronte allo schermo si produce una esperienza piuttosto nuova che Cohen-Séat chiama “fortuitismo iniziale”. Si è davanti a una superficie bianca, e, nell’istante in cui si spegne la luce, si è tesi con tutte le forze per attendere qualcosa *che non si sa ancora cosa sia*, e che comunque è desiderato e valorizzato dalla nostra tensione. Dal momento che si delinea l’immagine e si sviluppa il discorso (la storia), Cohen-Séat mostra, con un diagramma piuttosto chiaro, che esistono varie possibilità di impegno psicologico, che vanno dal *distacco critico* più totale (la persona che si alza e se ne va seccata), al *giudizio critico* che accompagna la fruizione, all’abbandono inavvertito a una *evasione irresponsabile*, sino alla *partecipazione*, alla *fascinazione* o (in casi patologici) all’*ipnosi* vera e propria. Ora pare che, a differenza di quanto si ritiene, le possibilità di vigilanza critica siano scarsissime, persino nei professionisti che si recano al cinema in funzione di critici (i quali raggiungono questo distacco solo, di solito, alla seconda visione del film); di fatto lo spettatore culturalmente dotato si trova ad oscillare abitualmente tra una blandissima vigilanza e la partecipazione, mentre le masse si spostano subito dal fortuitismo iniziale a uno stato di partecipazione-fascinazione. Quanto detto non è soltanto frutto di induzioni moralistiche o di una approssimativa psicologia: Cohen-Séat ritiene di poterlo provare con esperimenti elettroencefalografici, talora eseguiti anche su persone del mestiere, interessate a dimostrare la possibilità di una visione vigilante. Le esperienze fatte portano a ritenere che l’immagine in movimento induca lo spettatore a *coagire* con l’azione rappresentata, attraverso il fenomeno di *induzione posturomotrice*: in altri termini, se sullo schermo un personaggio dà un pugno, l’elettroencefalogramma rivela nel cervello dello spettatore una oscillazione equivalente a un “comando” che l’organo centrale, per una sorta di istintiva mimesi, dà all’apparato muscolare; comando che non si traduce in azione solo perché nella maggioranza dei casi il comando è più debole di quanto occorrerebbe per passare dalla reazione nervosa all’azione muscolare vera e propria. Cohen-Séat spiega questa situazione di partecipazione totale, psico-fisica, anche con un ricorso ai processi di comprensione semantica. La comunicazione di una parola mette in attività, nella mia coscienza, tutto un  che corrisponde all’insieme delle diverse accezioni del termine (con le connotazioni affettive che ciascuna accezione comporta); il processo di comprensione esatta si attua perché, alla luce del contesto, il mio cervello, per così dire, ispeziona il campo semantico e individua l’accezione voluta escludendo le altre (o tenendole sullo sfondo). L’immagine invece mi coglie proprio nel modo inverso: concreta e non generale come il termine linguistico, mi comunica tutto il complesso di emozioni e significati ad essa connessi, mi obbliga a cogliere istantaneamente un tutto indiviso di significati e di sentimenti, senza poter discernere ed isolare ciò che mi serve. È questa la vecchia differenza tra “logico” e “intuitivo”, siamo d’accordo, ma che si specifica, nell’ambito della presente spiegazione, in una opposizione tra un *sapere logico* che produce degli *effetti comportamentistici* (al comando “dammi il libro” io sceverò l’esatto significato della frase e il mio

sapere determina il comportamento conseguente) e la visione di effetti comportamentistici in atto (la scena rappresentata) che si fanno cause di un mio sapere *alogico*, complesso, intessuto di reazioni fisiologiche (come avverrebbe se per via verbale mi venissero comunicati non termini referenziali, ma esclamazioni a effetto imperativo, quali “alt!”, “basta!”, “attento!” e così via).

### *Passività e rapporto critico*

Sul rapporto “ipnotico” col teleschermo si sono diffusi, d’altra parte, psicologi e studiosi di scienze sociali, già da gran tempo, ponendosi appunto il problema di una comunicazione che si propone come “esperienza culturale”, mentre, in realtà, di questa non ha le connotazioni fondamentali.

Una comunicazione, per diventare esperienza culturale, richiede un atteggiamento critico, la chiara coscienza del rapporto in cui si è immessi e l’intento di fruire di tale rapporto. Questo stato d’animo si può verificare sia in una situazione pubblica (in un dibattito) sia in una situazione privata, meglio ancora di assoluta intimità (la lettura di un libro). *La maggior parte delle indagini psicologiche sull’ascolto televisivo tendono invece a definirlo come un particolare tipo di ricezione nell’intimità che si differenzia dall’intimità critica del lettore per assumere l’aspetto di una resa passiva, di una forma di ipnosi.* Questo tipo di intimità passiva non richiede necessariamente l’isolamento: lo spettatore del cinematografo, in mezzo ad una folla che partecipa i suoi stessi sentimenti (e che in effetti spesso fruisce della situazione di socialità in cui si trova – si pensi all’effetto confortante della risata collettiva e al senso di disagio che si prova assistendo da soli a un film comico in una sala quasi vuota), si trova ugualmente in uno stato di intimità passiva e subisce l’ipnosi dello schermo in modo tale che la stessa socialità della situazione, diffondendo un senso di anonima complicità, lo conforta nel suo isolamento psicologico<sup>3</sup>. In questo tipo di ricezione passiva lo spettatore è *relaxed*: come notano Cantril e Allport, esso non si trova nello stato d’animo della disputa, ma accetta senza riserve ciò che gli viene offerto (cosa che abbiamo esperimentato noi stessi in momenti in cui, pur riconoscendo la vacuità di un programma su cui si era posato l’occhio distrattamente, si è tuttavia incapaci di distaccarsi subito dallo spettacolo, ma si indulga pigramente a seguire la sequenza delle immagini, al massimo concependo l’alibi morale di un presunto controllo che si vorrebbe effettuare...). In questo stato d’animo di rilassamento si stabilisce un particolarissimo tipo di transazione per cui si tende ad attribuire al messaggio il significato che inconsciamente si desidera. Più che di ipnosi si può parlare di autoipnosi o di proiezione. Come osserva Cantril “la predisposizione del pubblico governa il modo in cui la trasmissione è compresa”; nel suo studio sugli effetti della famosa trasmissione radiofonica sull’invasione dei marziani andata in onda negli Stati Uniti nel 1940<sup>4</sup> lo stesso Cantril rilevava come molti di coloro che presero tragicamente sul serio il programma (come è noto vi furono scene di terrore collettivo e la vita di New York fu paralizzata per alcune ore dall’esodo dei cittadini), lo avevano ascoltato sin dall’inizio e, avendone sentito il titolo, erano in grado di accorgersi che si trattava di un artificio drammatico: ma essi, in un periodo di particolare tensione internazionale, *scelsero* la soluzione che inconsciamente attendevano.

Potremmo osservare che in TV la presenza di immagini chiaramente riconoscibili, riducendo l’ambiguità propria della evocazione radiofonica, rende più difficile certe suggestioni; ma è di pochi anni fa l’episodio de *I figli di Medea* una trasmissione-sorpresa di Vladimiro Cajoli, in cui una rappresentazione drammatica veniva interrotta per avvisare il pubblico che il figlio di Alida Valli era stato rapito dall’attore

Salerno. Malgrado l'inverosimiglianza della notizia, malgrado il commissario di polizia prontamente intervenuto fosse impersonato da Tino Bianchi (un attore noto al pubblico televisivo perché ha sempre preso parte a commedie e spettacoli di varietà), ci furono numerosi ascoltatori che tempestarono di telefonate allarmate la TV e chiamarono i numeri telefonici fittizi dati dallo pseudo-commissario. Facile veicolo di false suggestioni, la TV viene anche vista come stimolo a una *falsa partecipazione*, a un *falso senso della immediatezza*, a un *falso senso della drammaticità*. Il pubblico che assiste in sala ai programmi di varietà e applaude a comando (spesso sostituito da applausi registrati) pare effettivamente suggerire una socialità inesistente; la presenza aggressiva di volti che ci parlano in primo piano, in casa nostra, crea l'illusione di un rapporto di cordialità che in effetti non esiste, e la nostra sensazione di dialogo ha qualcosa di onanistico; personalmente chi scrive ha avuto in casa una domestica che era convinta che Mike Bongiorno la facesse oggetto di una particolare simpatia perché durante la trasmissione di *Lascia o Raddoppia?* guardava sempre verso di lei; ovviamente si tratta di un esempio limite, ma sono gli esempi limite a macroscopizzare le situazioni.

Il continuo passaggio da un materiale filmato a un materiale in ripresa diretta (e il fatto che molte riprese dirette siano accuratamente montate in modo da non lasciare niente al caso) creano in effetti una impressione di partecipazione immediata all'evento, che in definitiva è ingannevole. Sull'illusione della drammaticità R.K. Merton in uno studio sulle trasmissioni propagandistiche in tempo di guerra<sup>s</sup> riferiva l'episodio dell'attrice Kate Smith, che per una giornata intera interrompeva a intervalli regolari i programmi radiofonici per lanciare un appello; dalle indagini svolte risulta che il pubblico fu particolarmente sensibile non solo all'eccezionalità drammatica di quelle interruzioni brusche e inconsuete (e ritmate ossessivamente, in modo da suggerire il senso della importanza dell'evento), ma anche dal sacrificio personale compiuto da una attrice famosa, messasi a disposizione della comunità.

Ora gli interventi di Kate Smith erano stati registrati in precedenza: ma il pubblico desiderava ovviamente pensare che essa intervenisse personalmente ogni mezz'ora. Quando il pubblico viene deluso in questa sua fiducia, reagisce duramente: si ricordi l'episodio del figlio del noto critico letterario Van Doren che, dopo aver trionfato in una trasmissione di quizzes, confessò in seguito che la trasmissione era "truccata". La reazione indignata del pubblico rivelò tutto il disappunto per tante energie emotive spese fiduciosamente di fronte a un dramma inesistente: a Van Doren poteva essere perdonata la truffa finanziaria, non i falsi sudori in primo piano, il corrugare di sopracciglia, il gioco nervoso delle mani tormentate in cabina.

#### *La media dei gusti e la modellazione delle esigenze*

Prodotto di una industria culturale sottoposto alla legge della domanda e dell'offerta, il *mass medium* tende a *secondare* il gusto medio del pubblico e si sforza di *determinarlo* statisticamente. La televisione americana, che vive in un regime di libera concorrenza, cerca di soddisfare a questa esigenza mediante il *rating*. Esso è l'immagine statistica, attuata con vari mezzi, intesa a determinare quali strati di pubblico seguano un certo programma e quale fortuna esso incontri. I responsi del *rating* sono oggetto di una fiducia quasi religiosa da parte dei committenti che regolano su di essi la loro partecipazione finanziaria a un dato programma.

Talora il responso è scientificamente ineccepibile data la massività di un certo fenomeno di ascolto:

nell'area di Chicago ogni giovedì sera a una data ora la pressione dell'acqua, verificata presso la sede centrale del *Chicago Department of Water* calava improvvisamente per alcuni minuti in modo eccezionale, come se in ogni casa della città di colpo i cittadini avessero aperto i rubinetti del lavabo o del bagno. E in effetti era così: fu possibile verificare che il fenomeno si ripeteva ogni settimana nel preciso istante in cui terminava una trasmissione televisiva di gran successo: in quel momento la maggioranza dei cittadini, che era restata ipnotizzata davanti ai televisori, al soprallungo dell'annuncio commerciale conclusivo, si alzava e si distendeva, beveva un bicchier d'acqua, preparava il caffè, dava inizio alla toeletta serale. Ma casi del genere sono rari, e le statistiche consuete sono molto più aleatorie.

I mezzi impiegati per l'inchiesta vanno dalle telefonate improvvise a centinaia di telespettatori scelti a caso sull'elenco telefonico – metodo seguito anche in Italia dalla RAI – ai contatori applicati al televisore per verificare quali canali, e in quali ore, siano stati prescelti con maggior frequenza nell'arco di una settimana; le agenzie specializzate sono numerose, e tra esse le più celebri sono la Nielsen Co. e la Trendex Inc. Nielsen applica appunto un contatore elettronico, l'*audimetro*, Trendex il test telefonico; Nielsen calcola minuto per minuto quante famiglie guardano una certa porzione di un programma, Trendex ottiene il numero preciso di persone che guardano un programma al momento della telefonata; Nielsen mescola i responsi delle città a quelli delle campagne, Trendex limita il suo "universo d'inchiesta" alle venti maggiori città. È curioso e significativo che alla questione, posta da un settimanale, "Potete dedurre il vostro Nielsen dal vostro Trendex?" la risposta sia stata no. Diversi gli "universi" dei due tipi di *rating*, diversamente limitate le indicazioni che danno: l'obiettivo di una media dei gusti è puramente teorico. Ed Hynes, uno dei capi della Trendex, confessa: "Talvolta uno sponsor mi chiede: 'L'altro mese mi avete dato 5,3. È un buon rating?' Come faccio a saperlo? Entrano in gioco tanti fattori, il costo del tempo, le spese del programma, il tipo di pubblico che si vuole raggiungere, l'età dei telespettatori, il loro reddito, persino il loro temperamento. Un *rating* è solo un numero. Misura la quantità di un auditorio. Non misura l'efficacia. Non verifica neppure se alla gente lo spettatore piaccia."<sup>6</sup>

Ora gli *sponsors* ricorrono a medie economiche di questo tipo: dividono il costo per il numero di ascoltatori del tipo cui mirano, e ottengono una figura economica che chiamano *costo per migliaia*. Queste indagini sono chiaramente stimolate da un bisogno di verifica scientifica a tutti i costi, che porta a lavorare più tranquilli se si è suffragati da un *numero*: allora la decisione pare basata su *qualcosa*. Ma se analizziamo questo qualcosa vediamo che esso è anzitutto la decisione di dirigersi ad un pubblico ben determinato, e dunque di comunicare secondo un gusto prescelto, non in base a una media dei gusti. Si fa un programma per *teen agers* attenendosi all'idea di un *teenager* modello, quale lo si desidererebbe perché esso risultasse il cliente ideale del prodotto reclamizzato. Più che lo spettatore a modificare il gusto del programma è una inconscia politica culturale a determinare lo spettatore. Così la televisione può diventare lo strumento efficace per una azione di pacificazione e di controllo, la garanzia di conservazione dell'ordine, stabilito attraverso la riproposta continua di quelle opinioni e di quei gusti medi che la classe dominante giudica più adatti a mantenere lo status quo.

In una società totalitaria, se pure esistono chiari mezzi di persuasione e propaganda, questi tendono all'inculcamento diretto dell'ideologia imperante, senza aver paura di un *approach* problematico: alla

popolazione viene imposto di pensare, di meditare – in termini dogmatici – sui principi che regolano la società stessa.

In una civiltà in cui invece il rispetto dell'autonomia individuale è un principio dichiarato e la molteplicità delle opinioni un articolo di fede, e in cui tuttavia per esigenze economiche si attua una direzione “occulta” dell’opinione onde orientarla nell’ambito del sistema, l’industria culturale, nel proporre al pubblico la sua implicita e facile visione del mondo, adotta i mezzi della persuasione commerciale, ma anziché dare al pubblico ciò che esso vuole, gli suggerisce ciò che deve volere o deve credere di volere.

Se ciò non fosse, non si spiegherebbe perché in paesi in cui la televisione non è soggetta alla libera concorrenza, la televisione, diretta da uomini bene o male consapevoli delle realtà culturali, non si avvalga della sua posizione di monopolio per imporre al pubblico una visuale critica dei valori. Sarebbe questa una impostazione alquanto paternalistica e pedante, ma non è certo in quei paesi, in cui i ministri non esitano a rivolgere la parola in latino a torme di indifesi olimpionici, e in cui l’ampollosità e lo sfoggio di dottrina fanno parte dell’armamentario retorico ufficiale, che si avrebbe timore di avviarsi per questa strada.

Invece, le reiterate affermazioni dei responsabili dei programmi televisivi, il dichiarato intento di adattarsi ai gusti medi dello spettatore per non scontentare nessuno, se da un lato rivelano l’esistenza di una effettiva competizione commerciale (la gara del responsabile con gli umori del pubblico, per non provocare dissensi tali da mettere in dubbio rumorosamente la sua idoneità a ricoprire l’incarico), dall’altro manifestano la tendenza, spesso istintiva, inconscia, dettata da oscuri istinti conformistici più che da deliberato calcolo politico, a promuovere attraverso i programmi i gusti e le opinioni di un cittadino ideale, un ascoltatore perfetto che soddisfi le necessità di chi detiene il potere, accettandone la direzione, indifferente ai grandi problemi e amabilmente distolto da passioni periferiche

La TV quindi sa di poter determinare i gusti del pubblico senza bisogno di adeguarsi supinamente. In regime di libera concorrenza essa si adegua sì a una legge della domanda e dell’offerta, ma non nei confronti del pubblico bensì dei committenti: educa il pubblico secondo gli intenti dei committenti. In regime di monopolio si adegua alla legge della domanda e dell’offerta nei confronti del partito al potere.

Naturalmente questa situazione non è totale. Proprio perché sa di poter orientare il pubblico la TV, attraverso i suoi uomini migliori, cerca di compiere questa azione, sia in Italia che altrove, anche perché vi sono settori in cui una certa politica culturale non contrasta con le esigenze di chi controlla il mezzo. Gli esempi di questa iniziativa del mezzo rispetto alle esigenze del pubblico sono molteplici; eccone uno di livello minimale ma proprio per questo molto significativo. Sino al 1956 circa il livello medio della canzone italiana è stato deplorevole; la produzione corrente non aveva superato certo dolciastro sentimentalismo uguale a quello anteguerra, che aveva dato le varie “Mamma” e “Villa triste”: dannunzianesimi o deamicismi deteriori, scarsa invenzione melodica, sordità totale rispetto all’evoluzione della musica leggera nei paesi anglosassoni (vivificata dal jazz, ritmicamente e armonicamente molto matura e raffinata) o alla antica tradizione della canzone francese (ricca di testi pregevoli, rinvigorita da una attitudine drammatica e da una tematica anticonformista). Non appena la televisione iniziò i propri spettacoli di varietà e musica leggera, dopo alcuni infelici tentativi, venne

subito rimproverata di non portare davanti alle telecamere i vari Claudio Villa con la stessa assiduità con cui la radio li portava davanti ai microfoni.

Per esigenze spettacolari (e per il buon gusto di alcuni funzionari del ramo, specie della sede di Milano) la televisione portò invece a conoscenza del pubblico gli astri della canzone francese e altri stranieri di passaggio. Negli anni '55 e '56 i *funzionari di servizio* nelle ore serali furono tempestati di migliaia di telefonate rabbiose (venivano fatte addirittura interurbane nel bel mezzo di una trasmissione di varietà) in cui si chiedeva di smettere con quelle barbare strida in lingue straniere e si invocavano melodie napoletane. Per due o tre anni il pubblico italiano subì controvoglia Juliette Greco e Gilbert Bécaud, Yves Montand o George Ulmer, le Peter Sisters e Junie Richmond. Poi tra il 1957 e il 1958 ci furono due *booms*: Modugno espugnava con *Nel blu dipinto di blu* (una canzone che contraddiceva alle regole del melodismo convenzionale e non parlava né d'amore né di mamma) la roccaforte di San Remo, abitacolo della reazione canora; e i bar d'Italia venivano invasi da *juke boxes* nei quali i *best sellers* erano rappresentati da giovani sconosciuti, i Dallara, le Betty Curtis, da successi americani come i Platters, tutte manifestazioni di un gusto musicale più affinato, di una attenzione a nuovi e inconsueti valori ritmici, a ricerche sonore addirittura sofisticate. È chiaro che Paul Anka può essere usato come ipnotico allo stesso titolo di Claudio Villa; ma c'è un perfezionamento culturale anche nel vizio, e chi fuma oppio può persino scrivere immaginifiche poesie mentre il sellvaggio che lo mastica è allo stadio della pura bestialità; e infine una educazione alla rottura delle abitudini sonore è pur sempre una iniziazione alle avventure del gusto, che rivela la dimensione musicale come fatto tecnico costruttivo e non come irriflesso abbandono sentimentale.

Ultima questione, riguardo ai rapporti tra TV e gusto del pubblico, sarebbe quella dell'influenza degli spettacoli televisivi, sulle abitudini di lettura. Basti tuttavia rivelare come anche sotto questo punto di vista, non sia la TV in sé ma un suo uso particolare che possono farne un elemento culturalmente negativo. In altri termini, è lecito pensare che la TV non distolga dalla lettura se non in quei casi in cui la lettura non costituisce elemento di formazione culturale. Sarebbe lungo citare qui una serie di inchieste svolte su questo argomento negli Stati Uniti, specie dopo i primi anni dall'installazione di reti televisive efficienti. Tuttavia da queste ricerche si può trarre questa indicazione di carattere generale: la pratica della TV non pare aver distolto dalla lettura dei quotidiani (i soli capaci di fornire un certo tipo di informazione, legati inoltre a una sorta di rituale domestico strettamente connesso con la prima colazione e il viaggio verso il luogo di lavoro); chi ha subito invece la concorrenza più forte sono stati i *magazines* popolari, tipo *True Confessions*, che pubblicavano novelle molto simili, per impegno morale e per livello artistico, ai racconti televisivi. Parimenti subirono una flessione i settimanali di attualità, battuti sul tempo dalle attualità televisive, mentre saliva la tiratura delle riviste specializzate (divulgazione scientifica, storica, geografica) capaci di rispondere più a fondo a curiosità suscite dalle trasmissioni televisive, e – infine – i mensili di alto livello, gli *high brow magazines* come *Atlantic*, *Reporter*, *Harper's*, ecc. Una serie di osservazioni analoghe potrebbe essere condotta per l'Italia, almeno nei confronti dei settimanali in rotocalco: è singolare che, tranne nel caso di settimanali politici, negli ultimi anni non si sia avuta l'apparizione di qualche rotocalco veramente importante, mentre abbiamo assistito a una fioritura di riviste "monografiche", dalle dispense geografiche del *Milione* a *Natura Viva*, *Storia Illustrata*, *Historia*, e la ricca serie dei loro sottoprodotti, sino alla serie di fascicoli

Fabbri, che costituiscono indubbiamente, al di qua di ogni valutazione culturale, un fenomeno sociale di grande portata. La TV pare dunque aver distolto i lettori superficiali da una serie di letture superficiali, senza aver minato l'autorità dei quotidiani, ma avendoli spinti a "visualizzarsi" di più, assumendo l'aspetto di rotocalchi (si veda il fenomeno de *Il Giorno*).

Quanto ai libri, una sostanziosa statistica dovrebbe dirci quanto successo arrida agli editori (e sono molti, spesso in concorrenza) che fanno nuove edizioni di opere celebri in occasione di un romanzo sceneggiato.

Un ultimo problema riguarda l'influenza della TV nelle aree sottosviluppate. Come ha osservato David Riesman l'avvento, in società primitive dominate da una cultura di tipo orale, dei mezzi audiovisivi, prima ancora che questa società sia passata attraverso la fase della cultura scritta, attraverso la *civiltà del libro* – questo fatto può essere fonte di vari squilibri. Ma è anche vero che in aree come il nostro meridione, in cui la civiltà del libro ha esaurito il suo potere di choc senza poter penetrare più a fondo, l'avvento, nei più sperduti paesi, nelle parrocchie e nei circoli di partito, di uno strumento che, in un modo o nell'altro, presenta violentemente nuove forme di vita, realtà sociali diverse, fenomeni spesso incomprensibili ma carichi di prestigio – l'avvento di un fenomeno che porta di colpo lo spettatore a scontrarsi con dimensioni inaspettate facendogli intravedere mille possibilità – tutto questo non può non risolversi in un movimento qualsiasi; e movimento, curiosità, risveglio, sono fasi pedagogicamente positive per gruppi umani assopiti in rassegnazioni secolari e insanabili<sup>8</sup>.

Quanto si è detto ci consente di concludere che la TV può offrire effettive possibilità di "cultura", intesa questa come rapporto critico con l'ambiente. La TV sarà elemento di cultura per il cittadino delle aree sottosviluppate portandolo a conoscenza della realtà nazionale e della dimensione "mondo", e sarà elemento di cultura per l'uomo medio di una zona industriale agendo come elemento di "provocazione" nei confronti delle sue tendenze passive. Riconoscere le possibilità di cultura insite persino in un buon programma di canzoni o in una sfilata di moda, e comprendere la necessità di integrare questi aspetti con una funzione di denuncia e invito alla discussione, questo è il compito dell'uomo di cultura di fronte al nuovo mezzo. Il primo aspetto può essere realizzato intelligentemente anche all'interno della situazione esistente; il secondo richiede indubbiamente un'azione politica consapevole.

Nel richiedere alla TV una azione di provocazione dell'opinione si può legittimamente tener conto dei suoi limiti di mezzo a disposizione di tutta la comunità e di "focolare delle famiglie". È senz'altro singolare la condizione di questo strumento di comunicazione che, tra tutti, ha il pubblico più vasto e indifferenziato, perché si rivolge a tutti, anche a chi non legge i giornali, anche ai bambini che non leggono nulla. La giustificazione del responsabile televisivo che spesso dice "ma la TV deve poter essere vista anche dai bambini..." sa di ipocrisia, ma è assolutamente vera. Chi ha letto il codice di autocensura della televisione americana<sup>9</sup> vi avrà scoperto un monumento di prudenza, una cautela minuta degna di un casuista della controriforma: attenendosi a quel codice a rigore, qualsiasi trasmissione potrebbe apparire offensiva per qualche categoria di cittadini o per l'infanzia. Eppure non si può non consentire con ciascuno dei suoi articoli, presi uno per uno. Ancora una volta, siamo di fronte a un problema di equilibrio. Ricordiamo che c'è un modo di rispettare l'innocenza dei bambini che ci può portare a tradirli. È per rispettare i bambini che le vecchie generazioni hanno evitato di rivelar loro la verità sulla

procreazione e hanno creato degli inadattati sessuali aperti a tutte le nevrosi.

Questi i limiti e le possibilità della televisione. Azzardare previsioni è molto difficile. Può darsi che un giorno la televisione diventi più “colta” ma proprio per questo estranea al suo pubblico; se, come suggerisce Arnold Hauser, ogni nuova forma d’arte all’inizio sviluppa il suo linguaggio in sintonia col proprio pubblico e dopo, perfezionandosi, si aggira nelle secche di grammatiche formali che non hanno più una udienza, allora viviamo forse un’epoca eroica e un giorno la barbarie del *Musichiere* o di *Campanile sera* ci apparirà come l’aspetto irrecuperabile di un’epoca felice, di un momento aurorale delle telecomunicazioni, in cui tutto aveva dimensioni epiche e i ministri vi inauguravano cantieri con animo “perturbato e commosso”. Nel romanzo di Robert Sheckley *Ammazzare il tempo*, Thomas Blaine, condotto a vivere nel futuro, acquista un paio di “sensoriali”, apparecchi che applicati alle tempie provocano visioni romanzesche in cui il veggente si trova direttamente immesso. “I sensoriali erano parte integrale del 2110, onnipresenti e popolari quanto lo era stata la televisione ai tempi di Blaine... Naturalmente avevano anche i loro oppositori che deploravano la passività progressiva a cui si riduceva l’ascoltatore... Leggendo un libro o guardando la televisione, dicevano i critici, lo spettatore doveva fare uno sforzo per partecipare. I sensoriali invece si impadronivano di lui, vivaci, brillanti, insidiosi, lasciandolo sotto l’impressione, una volta riservata agli schizofrenici, che i sogni fossero migliori della vita... Ancora una generazione, tuonavano i critici, e la gente non sarà più capace di leggere, di pensare, di agire!”

Forse la TV ci sta portando soltanto a una nuova civiltà della visione come quella che vissero gli uomini del medioevo di fronte ai portali della cattedrale. Forse, come è stato suggerito, caricheremo gradatamente i nuovi stimoli visivi di funzioni simboliche, e ci avvieremo alla stabilizzazione di un linguaggio ideografico.

Ma il linguaggio dell’immagine è sempre stato lo strumento di società paternalistiche che sottraevano ai propri diretti il privilegio di un corpo a corpo lucido col significato comunicato, libero dalla presenza suggestiva di una “icone” concreta, comoda e persuasiva. E dietro ad ogni regia del linguaggio per immagini c’è sempre stata una élite di strateghi della cultura educati sul simbolo scritto e sulla nozione astratta. Una civiltà democratica si salverà solo se farà del linguaggio dell’immagine una provocazione alla riflessione critica, non un invito all’ipnosi.

### *L’universo dell’iconosfera*

Dunque l’informazione visiva (e la minore intensità della informazione televisiva – di fronte a quella cinematografica – viene in fondo compensata dalla sua maggiore insistenza e continuità) riduce la vigilanza dello spettatore, lo costringe a una partecipazione, gli induce una comprensione intuitiva *che può anche non svilupparsi verbalmente*; di conseguenza questa comunicazione visiva provoca nella massa dei fruitori dei mutamenti psicologici che non possono non aver l’equivalente in campo sociologico e creano una nuova forma di civiltà, una radicale modificazione dei rapporti tra gli uomini e il mondo che li circonda, i loro simili, l’universo della cultura.

Cohen-Séat parla di una vera e propria *iconosfera* nella quale i nuovi nati dell’uomo si troverebbero a vivere non appena venuti al mondo; ma anche a prescindere dalla massa di materiale visivo che il giornalismo, la pubblicità, il cinema provvedono all’uomo contemporaneo, egli ci avverte che il totale

della popolazione mondiale trascorre annualmente di fronte all'immagine elettronica 300 miliardi di ore (si pensi alla ristretta zona di paesi che fruiscono della TV), i quali saliranno a mille miliardi con l'utilizzazione industriale dei satelliti ritrasmettenti. Questo significa che ogni giorno una parte del globo vivrà passivamente, "guardando" quello che una ristretta minoranza apprenderà per loro; e guardando nelle condizioni di partecipazione emotiva già tratteggiate. Questo "guardare", come già accade per il cinema, avrà alcune caratteristiche stupefacenti (anche se ovvie). Si pensi che sino ad oggi l'occhio umano era stato potenziato (occhiali, cannocchiale) in modo da vedere in linea retta davanti a sé, mentre la televisione consente all'occhio di ampliare il proprio raggio d'azione in misura pressoché totale. Inoltre questa massa di "osservatori" passivi vedrà nel giro di pochi decenni (e in grandissima parte ciò è già avvenuto) uniformarsi i propri standard di cultura e di gusto, secondo un limite di "promiscuità affettiva e mentale". La percezione del mondo circostante è fondamentale per la formazione di un individuo e per l'orientamento della sua condotta; ora questa percezione del mondo (questa somma di esperienze) si avvia a diventare ipertrofica, massiccia, superiore alle possibilità di assimilazione; e *identica* inizialmente per tutti gli abitanti del globo. D'altra parte questo accrescimento di esperienza avviene secondo modalità qualitativamente nuove: per via sensoriale e non concettuale; non arricchendo l'immaginazione e la sensibilità secondo le modalità della "catarsi" estetica (la quale richiede coscienza della finzione, razionalizzazione dell'evento rappresentato e suo giudizio), ma imponendosi con l'evidenza della realtà indiscutibile; e – quel che è più sconvolgente – capovolgendo le proporzioni che regolavano il rapporto quantitativo tra informazioni circa gli eventi passati e quelli compresenti. In altri termini, mentre l'informazione tradizionale era per lo più di ordine *storico* (ciò che era avvenuto – di ciò che stava avvenendo avendosi notizie imprecise e ritardate), l'uomo dell'era "visuale" viene ad avere una mole vertiginosa di informazioni su quanto sta avvenendo nello spazio, a detrimento delle informazioni sugli eventi temporali (anche perché la notizia visuale invecchia, la comunicazione giornalistica è fondata sulla novità, il fatto di ieri non fa più notizia, e accade che il cittadino della città contemporanea sappia tutto su quanto accade oggi a New York, ma non ricordi più nulla, neppure le date, sul conflitto coreano). Questa perdita del senso storico è indubbiamente grave, ma ciò che Cohen-Séat forse lascia in ombra è che l'informazione su quanto "sta avvenendo" è sempre una garanzia di libertà. Sapere, come lo schiavo egizio alla fine veniva a sapere, sia pure dieci anni dopo, che una cosa è *avvenuta*, non mi aiuta a modificarla; sapere invece cosa *sta avvenendo* mi fa sentire corresponsabile dell'avvenimento. Un servo della gleba medievale non poteva far nulla per approvare o disapprovare la prima crociata, di cui veniva a conoscenza anni dopo; il cittadino della metropoli contemporanea, immediatamente a giorno sulla crisi cubana, può prendere partito per l'uno e per l'altro dei contendenti e contribuire a determinare il corso degli eventi con la sua manifestazione pubblica, la petizione al giornale e, in certi casi, il voto o la rivoluzione.

Comunque il problema esiste e non è da poco: e si aggiunga quest'altra situazione paradossale (che in parte si oppone ai nostri rilievi): ed è che questa informazione sulla contemporaneità può assumere la funzione di uno stimolo all'evasione, e lo spettatore televisivo in fondo può "sognare" avvalendosi delle notizie sui fatti più urgenti del nostro tempo. L'evasione nello spazio quindi si unirebbe al rifiuto della storia.

### *L'élite senza potere*

D'altra parte il pubblico di questa *civiltà della visione* non rinuncia a crearsi dei modelli di comportamento e dei punti di riferimento assiologico; ma paradossalmente le élites che si elegge a modello sono *élites irresponsabili*. E a questo punto si inseriscono le ricerche compiute da Francesco Alberoni sul fenomeno del divismo nella società contemporanea<sup>10</sup>.

Alberoni parte da una ipotesi che in seguito verifica grazie a una osservazione sperimentale assai minuta: in ogni tipo di società vi sono categorie di personaggi, quasi sempre detentori di un qualsiasi potere, le cui decisioni e il cui comportamento influenzano la vita della comunità; in una società di tipo industriale, accanto all'effettivo potere delle élites religiose, politiche, economiche, si è andata delineando la funzione di una *élite irresponsabile*, composta di persone il cui potere istituzionale è nullo, che quindi non sono chiamate a rispondere del loro comportamento di fronte alla comunità, e i cui gesti tuttavia si propongono come modelli alla comunità influenzandone il comportamento.

Si tratta naturalmente del *dovo*, che appare dotato di proprietà carismatiche (viene investito di una qualità divina, e Alberoni ricorda la tipica lode “Tu sei un dio” che la folla rivolge al campione) e i cui comportamenti di vita, diventando modello d'azione per le masse, possono profondamente modificare il senso dei valori e le decisioni etiche della folla che si immedesima in essi. Alberoni verifica, come si è detto, l'ipotesi in base a dettagliati questionari, applicati a vari gruppi umani in riferimento a varie figure di divi, e i suoi rilievi hanno una portata più vasta di quanto il nostro breve cenno possa far supporre; ma basti pensare al fatto di cui parlano i giornali mentre viene stesa questa nota (l'annuncio della maternità di Mina), al modo in cui la stampa propone l'avvenimento e la folla mostra di accettarlo, per comprendere che l'avvenimento stesso contribuirà più di molte polemiche filosofiche a diffondere una diversa coscienza del rapporto tra i due sessi e a modificare profondamente, nella mente dei cittadini italiani, l'idea di un legame imprescindibile tra unione sessuale, procreazione e matrimonio.

Questo e altri tipi di ricerche ci illuminano peraltro su un punto molto importante. Non è vero (o almeno, non è unilateralmente vero) che la TV, in quanto “servizio” che un Ente presta al pubblico, debba adeguarsi ai gusti e alle esigenze di questo pubblico. Di fatto la TV, più che rispondere a delle richieste, crea delle domande. Il problema del divismo è abbastanza indicativo. Un divo evidentemente ha successo perché incarna un modello che riassume in sé desideri più o meno diffusi presso il proprio pubblico. Il gesto di Mina diventa esemplare perché di fatto, nella società in cui Mina “ragazza-madre” diventa “modello”, sono già sotto processo, nella coscienza popolare, alcune istituzioni. Ma in definitiva il divo incarna alcune tendenze piuttosto che altre, e scegliendone alcune le porta alla luce della legalità, dell'esemplarità. Dunque si stabilisce una dialettica per cui il divo da un lato indovina certe esigenze non chiarite dall'altro – impersonandole – le *amplifica*, le *promuove*: così avviene in genere per la TV come scuola di gusto, di costume, di cultura.

### *Il rifiuto dell'intellettuale*

Queste ed altre indagini servono dunque a farci intravedere in tutta la loro portata le conseguenze, immediate e a lunga portata, di una civiltà delle immagini. Ma giova ripetere ancora una volta che se gli studiosi si sforzano di enucleare questi periodi è proprio perché ritengono che una civiltà delle immagini sia oggi un fatto compiuto e indiscutibile e non si possa più prescinderne. In altri termini il

rischio maggiore di fronte a questi rilievi è quello di un rifiuto indiscriminato dei nuovi mezzi di comunicazione, rifiuto che scinderebbe fatalmente la società (come in gran parte avviene negli Stati Uniti) in un ristretto gruppo di intellettuali che disdegnano i nuovi canali di comunicazione, e un vasto gruppo di *consumatori* che rimangono naturalmente nelle mani di una tecnocrazia dei mass media, priva di scrupoli morali e culturali, intenta unicamente a organizzare spettacoli capaci di attirare le folle. E qui non possiamo che richiamare la “Premessa” dell’ottimo libro di Cesare Mannucci *Lo spettatore senza libertà* (Bari, Laterza, 1962), in cui l’autore si scaglia contro coloro che facilmente esplodono in deprecazioni vociferanti contro la *bêtise* del cosiddetto uomo-massa: insistendo invece sul fatto che l’unico vero compito dell’intellettuale è oggi quello di comprendere e modificare la situazione dei nuovi mezzi, per non arroccarsi, a dispetto delle proprie intenzioni, su posizioni reazionarie. Naturalmente questa presa di posizione implica una convinzione: che non sia vero che un nuovo fatto tecnico, per l’essere nato in certe situazioni storiche e l’essersi sviluppato in un certo modo, sia inevitabilmente negativo, non piegabile ad usi più illuminati, manicheisticamente gravato di un male che esso, più che veicolare casualmente, incarna per natura. Queste possono parere formulazioni da teologia eretica dei primi secoli, ma c’è chi, in una forma o nell’altra, le sostiene ancora oggi e non senza una persuasività premiata da vasti consensi di pubblico. Stiamo pensando per esempio (come vi pensa anche Mannucci) alla posizione di Elémire Zolla, il quale ribadisce da tempo la convinzione che certi fatti non possano essere strumenti indifferenziati di diverse politiche culturali, ma costituiscano essi stessi una ideologia, e quindi si sottraggano ad ogni bonifica.

In realtà non vi è nessun portato della tecnica umana che non possa essere strumentalizzato quando si abbia davvero una ideologia in base alla quale programmare le nostre operazioni; e quanto alla televisione non sono rari i casi in cui ci si è reso conto che una saggia strutturazione dei programmi ha prodotto mutamenti assolutamente positivi. Si pensi all’esempio di “Tribuna politica”, alla mole di discussioni, alle prese di coscienza che ha provocato, alla crisi in cui ha messo molti spettatori che si sono trovati impreparati di fronte a molti problemi ed hanno provato il bisogno di documentarsi e interessarsi più a fondo... Nessuna obiezione regge di fronte a questo esempio di educazione alla democrazia, neppure l’insinuazione che la trasmissione abbia contribuito al diffondersi di un certo qualunquismo, ponendo gli spettatori più sprovveduti di fronte alla relatività delle opinioni e alla scarsa autorevolezza degli uomini politici: la risposta è che se un paese democratico si regge (come si regge) sul reciproco scambio di opinioni, fatalmente relative e queste opinioni sono talora espresse da uomini non autorevoli (come può accadere), la democrazia si avvantaggerà nella misura in cui i cittadini ne saranno messi al corrente. Qualsiasi altra conclusione è paternalistica e autoritaria. A meno che non si consideri negativa non solo la illuminazione delle menti attraverso l’informazione televisiva ma qualsiasi forma di diffusione culturale, dall’invenzione della stampa all’*Encyclopédia* di Diderot (prospettiva a cui nei momenti di maggiore debolezza lo Zolla sembra inclinare): e allora è inutile discutere e non rimane che da lodare la decisione di certi intellettuali di ritirarsi sdegnosamente dal pubblico agone. Purché lo facciano realmente: ma, sinché continueranno a comunicare attraverso quel mezzo di massa che è un grande quotidiano, si troveranno in contraddizione.

*Un cauto dirigismo culturale*

Strumentalizzazione delle tecniche alla luce di chiare prospettive culturali e ideologiche. Anche perché i famosi effetti negativi della TV non vanno intesi troppo disinvoltamente in assoluto, ma variano a seconda delle situazioni sociologiche e spesso appaiono coinvolti in radicali contraddizioni; per cui uno spettacolo che alla luce di una certa indagine appare, per esempio, fomite di delinquenza minorile, alla luce di una nuova inchiesta presenta altri effetti. E in questo senso ci pare di vivo interesse un volume apparso in America (Joseph T. Klapper, *The Effects of Mass Communications*, Glencoe, Illinois, 1960) dove si contrappongono, con molta cura ed esattezza scientifica, le varie conclusioni contraddittorie a cui sarebbero pervenuti vari studi sul fenomeno televisivo (e su altri aspetti della cultura di massa).

Klapper – rifacendosi a un altro studioso – giunge a una definizione finale che può sembrare scettica e disperante (“alcuni tipi di *comunicazione*, riguardanti alcuni tipi di *problemi*, portati all’attenzione di alcuni tipi di *persone*, sotto determinati tipi di *condizioni*, producono qualche tipo di effetto”) ma che serve invece a dimostrarci quanto lavoro ci sia ancora da fare per determinare con esattezza tutte le implicazioni psico-sociologiche del fenomeno TV. C’è dunque da chiedersi se nel frattempo non sia più utile esperimentare *provando* varie strade, invece di irrigidirsi in negatorie ascetiche.

Su una posizione assai cauta, molto vicina a quella di Klapper (la cui opera per altro non cita nella pur ricca bibliografia) si pone Adriano Bellotto nel suo *La televisione inutile* (Milano, Comunità, 1962): il quale si propone di ricercare e individuare quei mutamenti che di fatto la televisione pare aver già provocato nel proprio pubblico (dai ritmi di vita familiare alla disposizione dell’arredamento, le abitudini culturali, la fruizione di altri tipi di spettacolo e così via) per prospettare quindi le possibilità di impiego del mezzo ai fini di una democratizzazione e diffusione della cultura. Come il libro di Mannucci anche quello di Bellotto non si nasconde i gravi difetti di paternalismo e di incoraggiamento di una mediocrità diffusa che l’attuale televisione italiana porta con sé, ma tende tuttavia a illuminare il lettore su alcuni aspetti mensurabili dei vari problemi connessi all’educazione popolare attraverso la TV, citando da una gran mole di studi statistici.

Interessanti ad esempio le richieste sull’effetto delle trasmissioni politiche (che paiono non tanto “persuadere” più o meno subdolamente gli spettatori quando piuttosto lasciare un residuo finale di “informazione” e accresciuta chiarezza d’idee, disponibili poi per una scelta autonoma e meditata), sulle modificazioni introdotte dalla TV nella casa odierna, sui “desiderata” degli spettatori, nonché la ricca bibliografia. Il libro di Bellotto può parere informato a un certo ottimismo di base, ma va fatto notare che questo ottimismo non è quello dell’irresponsabile tecnolatra che giudica buono il nuovo mezzo per il semplice fatto che è e prospera (riducendosi così nella stessa posizione del manicheo che lo giudica irrimediabilmente cattivo). Potremmo dire che, se la posizione del tecnolatra è quella di un “liberista” classico, la posizione culturale di Bellotto è ispirata a una forma di responsabile “dirigismo” culturale: egli pone cioè il problema di una operazione educativa da intraprendersi con coscienza di causa per fare veramente del mezzo un veicolo di cultura democratica.

Ma bisogna stare attenti a un problema: ci si possono proporre imprese del genere solo se si crede che sia possibile una “cultura democratica”, solo cioè se non si è segretamente persuasi che la cultura sia un fatto aristocratico, e che di fronte alla repubblica degli uomini colti si ergano le masse, incorreggibili e irrecuperabili, per le quali al massimo si può allestire una sotto-cultura (la cultura di massa), salvo poi deprecarne i modi e gli effetti.

### *Cultura di massa o cultura democratica?*

Di questo equivoco (che si sottende a molte discussioni del genere) fa ampiamente giustizia il libro di Mannucci, già citato: il cui primo capitolo cerca appunto di definire i concetti di *massa* e di *cultura per le masse*. Attraverso una ragionata e piana analisi delle caratteristiche di una società democratica moderna, Mannucci accantona la persuasione che gli uomini comuni (quelli della massa robotizzata) siano dei *sottodotati* per i quali allestire appositi cibi spirituali. All'ideale di una democrazia fondata sulla *eguaglianza delle opportunità* (qualsiasi venditore di giornali può diventare presidente della repubblica) Mannucci oppone quello di una *equivalenza di formazione*: il che presuppone di considerare tutti i cittadini come dotati in eguale misura, in modo da provvedere a ciascuno di essi lo stesso tipo, in partenza, di corredo culturale. Questo, riguardo alla televisione, porta a una serie di conseguenze molto chiare: la maggior parte dei programmi televisivi (e qui il Mannucci, che ha pochissimi peli sulla lingua, documenta le sue affermazioni con precisa ferocia, isolando anche preoccupanti dichiarazioni dei massimi dirigenti, dovutamente "psicanalizzate") si basa sulla volontà di distinguere tra *élite che pensa* (per cui non si fa televisione, ma al massimo Terzo Programma radio) e *massa sotto dotata* che va governata attraverso un dosaggio paternalistico dei beni intellettuali. Mannucci sostiene la tesi di base con dovizia di analisi convincenti; e tra queste citeremo una penetrante demistificazione della apparente "populisticità" di una trasmissione come "Campanile Sera", nella quale la precisa suddivisione dei partecipanti tra una élite di esperti, intronizzata su un palco e investita di poteri risolutori, e una massa indifferenziata di non-partecipi, chiamati solo a dare una approvazione di ordine emotivo, ribadisce in misura altamente simbolica, come in una sorta di sacra rappresentazione dei tempi nostri, la struttura paternalistica dei programmi.

Il libro di Mannucci quindi, sia nell'analisi del *già fatto* che nella proposta del da *farsi*, ci delinea la visione ideale di un paese democratico in cui l'ente televisivo non ha timore di fare sapere le cose a tutti i cittadini, e a tutti in uguale misura, senza temere che la rappresentazione di opere drammatiche di alto livello artistico possa causare traumi culturali, o la propalazione delle notizie politiche possa sovertire i costumi. E aggiungeremo che la reazione commossa e intensa delle folle che nei bar assistevano all'*Edipo Re* presentato da Gassman (nonché i concreti risultati della tanto paventata "Tribuna Politica") sono ricordi che ci invitano a condividere la tesi di Mannucci.

Il quale a un certo punto fa anche una osservazione che ci pare particolarmente adatta a sconcertare i manichei e i sostenitori di una inguaribile negatività del mezzo: riferendosi al periodo dell'ondata maccartista in America, l'autore infatti nota: "e l'ironia della sorte ha voluto che proprio dal più potente strumento di 'massificazione' e ottundimento morale, la televisione, venissero i più efficaci stimoli a comprendere e condannare la montatura demagogica: con la semplice neutrale (ma il costume liberale e l'obiettività non sono poi mai neutrali) presentazione dei pazzi interrogatori e delle ridicole accuse del senatore del Wisconsin, per l'innanzi conosciuto solo attraverso i resoconti della stampa." Ma non a caso si vede che ogni volta che si avanzano prospettive per una bonifica ed elevazione dei programmi televisivi, i rimedi validi appaiono solo e sempre rimedi di ordine politico; solo l'ideologizzazione del mezzo tecnico può mutarne il segno e la direzione. Né ideologizzazione significa "partitizzazione"; significa solo improntare l'amministrazione del mezzo a una visione democratica del paese; basterebbe dire: *usare il mezzo nello spirito della Costituzione e alla luce dell'intelligenza*. Tutti i

casi in cui la nostra televisione ha dato buona prova di sé, non sono stati altro, in fondo, che corrette deduzioni da questo teorema.

### *Conclusioni*

Le indagini degli psicologi e dei sociologi ci hanno mostrato le forze immense che ci troviamo a dover addomesticare, pena la distruzione della nostra cultura; la TV ci è apparsa qualcosa come l'energia nucleare; e come l'energia nucleare può essere finalizzata solo sulla base di chiare decisioni culturali e morali. Le indagini psicologiche ci indicano anche le vie per future ricerche sul "linguaggio" televisivo, le sue possibilità, i suoi limiti, la sua area di sviluppo; quelle sociologico-politiche ci hanno aperto più vaste dimensioni di impegno polemico. Se le conclusioni alle quali ci è parso di poter giungere via via sono sostanzialmente ottimistiche, non si debbono peraltro interpretare – lo si è detto – come abbandoni a una mistica del *laissez faire*. Anche quando si convenga che in questo terribile e potente mezzo di massa si assommano le varie possibilità di diffusione culturale per il prossimo futuro, non bisogna dimenticare la natura emozionale, intuitiva, irriflessiva di una comunicazione per l'immagine.

Ricordiamo che una educazione attraverso le immagini è stata tipica di ogni società assolutistica o paternalistica; dall'antico Egitto al Medioevo. L'immagine è il riassunto visibile e indiscutibile di una serie di conclusioni a cui si è giunti attraverso l'elaborazione culturale; e l'elaborazione culturale che si avvale della parola trasmessa per iscritto, è appannaggio dell'élite dirigente, mentre l'immagine finale è costruita per la massa soggetta. In questo senso hanno ragione i manichei: c'è nella comunicazione per l'immagine qualcosa di radicalmente limitativo, di insuperabilmente reazionario. E tuttavia non si può rifiutare la ricchezza di impressioni e di scoperte che in tutta la storia della civiltà i discorsi per immagini hanno dato agli uomini.

Una saggia politica culturale (meglio, una saggia politica degli uomini di cultura, in quanto tutti corresponsabili della *operazione TV*) sarà quella di educare, magari attraverso la TV, i cittadini del mondo futuro a saper contemperare la ricezione di immagini con una altrettanto ricca ricezione di informazioni "scritte".

La civiltà della TV come complementare a una civiltà del libro. Forse è meno difficile di quel che si creda, ma non sarebbe utopistico proporre alla TV una serie di trasmissioni didattiche volte a "scondizionare" il pubblico, a insegnare a non vedere la televisione più del necessario, ad ammaestrare a identificare da soli il momento in cui l'ascolto non è più volontario, l'attenzione si fa ipnosi, la convinzione assentimento emotivo. Perché non ci accada un giorno di dire con semplicità, senza neppure renderci conto della portata di una simile affermazione, quello che scrisse una spettatrice e che Bellotto saggiamente ha riportato come epigrafe all'inizio del suo libro: "Dico la verità, non mi piace molto questa televisione, che spesso è noiosa, per non dire di peggio, e che mi obbliga a restare attaccata ai video per ore e ore, mentre avrei mille altre cose da fare".

APOCALITTICI E INTEGRATI

## I NICHILISTI FIAMMEGGIANTI

Tutti sappiamo che differenza corra tra formazione e informazione. Tutti sanno ugualmente che oggi noi viviamo in un universo dell'informazione; lo sviluppo tecnologico ha fatto sì che se dialogo e cultura potranno ancora sopravvivere (e c'è chi ne dubita) tutto questo non avverrà che sullo sfondo di una comunicazione intensiva di dati, di notizie, di aggiornamenti circa ciò che sta accadendo.

È facile capire come una condizione del genere si presti alla "deprecazione". Non vi è nulla di più facile della deprecazione. A qualsiasi intellettuale fallito basta commisurare la condizione dell'uomo contemporaneo a quella del Cortegiano o dei gentiluomini del Bembo, ed il gioco è fatto: quale squallido divario, che perdita di umanità... Dove è finito l'uomo? Si è dissolto nel vaneggiamento, nella melassa dei conformismi, nei disordini protetti di una intelligenza informata ed informale. Cosa ci resta? Il silenzio (senza esilio e senza astuzia), la contemplazione tragica del vuoto. E la consolazione di essere un animo nobile. Un nichilista fiammeggiante.

Ora, di nichilisti fiammeggianti, per i corridoi della cultura europea, se ne era aggirato uno, e di che forza. Aveva già detto tutto. Solo che, per lo sdegno che avevamo provato nel ritrovarlo complice postumo della follia nazista, lo avevamo relegato tra i testi da non rimeditare o addirittura, per noi giovani, da non leggere.

E proprio Nietzsche, invece, ci è apparso rivelatore leggendo lo studio che gli dedica Gianni Vattimo (un giovane che si è messo a rileggerlo da capo) sul recente numero dell'*Archivio di Filosofia* dedicato appunto a Pascal e Nietzsche. Questo saggio si inserisce nel piano di una ricerca più vasta, ma qui ci basti ringraziare l'interprete per averci indicato alcune linee di pensiero che avrebbero potuto risparmiare tante eccitate scoperte ai nichilisti di ritorno. Sono le pagine sulla "malattia storica": la malattia del nostro tempo (dico *nostro*, Nietzsche non per nulla era un gran visionario), lo stato di consunzione di una civiltà che, per la estrema consapevolezza di quello che è avvenuto, perde la forza di creare del nuovo e si muove sotto il peso di scoperte ormai scontate, di furbizie già tutte bruciate. Ogni azione e ogni revisione non possono dunque che diventare riflessione su qualche esperienza già verificata: per cominciare occorre già sapere tutto, e non si può fare a meno di saperlo. Trasportiamo questa malattia, fatta di consapevolezza, dal regno della cultura d'*élite* a quello della cultura di massa, e avremo il "giornalismo" come categoria dello spirito, l'essere informati continuamente sul "presente", l'esigenza di conoscere ogni cronaca dell'attimo, il non poterne prescindere, il non poterne uscire.

Messo in rapporto con una infinità di situazioni delle quali è costretto a prendere atto, se vuole muoversi e progettare, e delle quali nessuna gli appartiene, nessuna gli si presenta in prospettiva privilegiata, l'uomo contemporaneo vive in una permanente insicurezza.

Questa la situazione. Però Nietzsche non si accontentava di "deprecarla"; tentava di superarla alle

radici. Le sue conclusioni potranno non piacerci – e non ci piacciono – ma non possiamo negare che si trattasse di conclusioni meditate e pagate a caro prezzo. Pensate invece come è comodo deprecare la malattia storica, nella sua forma di “giornalismo”, *attraverso il giornalismo*. Per molti dei nostri contemporanei questo colpo da maestro assicura una sicura reputazione di “maestro di umanità”. Ma quale uomo va a rotoli? Quello del Bembo e del Cortegiano, di Leonardo, dell’Ariosto o di Raffaello? Bene. Di quell’epoca noi possiamo anche immaginarci i membri di una comunità contadina della Sassonia: vivono secondo ritmi stagionali e “umani”, la cultura si trasmette di padre in figlio sotto forma di nozioni verificate dalla saggezza dei maggiori; essa è “formazione” perché è sistema di valori, integrazione all’ambiente, è equilibrio, è ricca e naturale umanità. Intenti all’esercizio di questa loro incorrotta totalità di valori, essi apprenderanno un giorno, con ritardo, la notizia che è avvenuta una riforma religiosa, che la riforma ha provocato alcune sommosse, qualche guerra, una sanatoria generale, e che la loro religione, e il loro sistema di valori, sono mutati in virtù di un concordato, accordandosi alla religione e ai valori professati dal loro sovrano. Essi non erano certo toccati dalla malattia storica e dal morbo del giornalismo. Però qualcosa era mutato, ora dovevano sottomettersi. Qualcuno aveva scelto per loro: aveva scelto, coi valori, le tecniche di governo, l’assegnazione dei mezzi di produzione, tutto.

Cosa accade invece ai nostri contemporanei? Schiacciati, conformizzati, resi schizofrenici dal premere di un universo della informazione, Mike Bongiorno, il figlio di Mina e la condanna di Evtuscenko, il concilio e il dottor Kinsey inscenano ai loro occhi dalla pupilla dilatata la vergognosa commedia di una informazione che informa su tutto e non dà più nulla. Eppure un certo giorno alcuni di costoro, nella babaie grafica delle titolazioni di una pagina di giornale, individuano l’informazione che li tocca più da vicino: laggiù è scoppiata una rivoluzione subito repressa, ieri il governo in carica ha stipulato un’alleanza politica che tradisce il passato, oggi il *leader* di uno dei due blocchi ha dato inizio a una azione che potrà portare alla guerra. Questi lettori leggono – rimangono “informati sul presente” – e scendono in piazza. Tirano sassi contro una legazione, si fanno uccidere dalle forze dell’ordine, mariano silenziosi con cartelli. Entro sera qualcosa nella situazione generale è *mutato*. Il loro gesto ha *cambiato* il corso degli eventi. Questi uomini informati si sono scoperti, per ciò stesso, uomini liberi; e hanno saputo, cosa insospettata, sceverare tra informazione e informazione.

Dovendo scegliersi un ideale umano, saremo allora invogliati a optare per queste vittime della malattia storica (e tecnologica). Ci sorge il dubbio che il modello “umanistico” che ci viene proposto contro il modello deprecato, costituisca in fin dei conti una truffa pericolosa, e che la piena umanità dei cortegiani e degli adulatori asolani di Caterina Cornaro non fosse che un appannaggio per classi privilegiate.

Solo che fermarsi a questo punto sarebbe altrettanto ingenuo e ingannevole che allinearsi in posizione deprecatoria. L’uomo dell’universo dell’informazione non è affatto un uomo rigenerato e fatto libero: è – geneticamente parlando – un “mutante”, un uomo per il quale andranno configurati nuovi ideali di umanità e di formazione, nuovi sistemi di valori, e individuate nuove vie di liberazione. E non è mica un mistero comprendere su cosa si basi questa *trasformazione dell’uomo* e quali tendenze manifesti: vi hanno concorso mutamenti tecnologici, riassetamenti delle strutture sociali, e quindi modificazioni delle prospettive culturali, del linguaggio e dei canali di comunicazione. La funzione dell’uomo di cultura

è proprio questa, far luce su questi “misteri” (e sugli “spacciatori di misteri”) per stabilire se vi siano, nell’ambito della civiltà attuale, delle vie operative per agire culturalmente su questo mutante-uomo. Qualsiasi altra posizione è radicalmente equivoca: e ci fa sospettare che celi la nostalgia di un tempo in cui essere “uomo” era privilegio di pochi.

Se così fosse si coltiverebbe allora (anche senza volerlo) quello che Kazin chiamava un “alto fascismo intellettuale”.

## DA PATHMOS A SALAMANCA

Elaborare una scheda personale di Milo Temesvar non è una cosa facile; né è facile stabilire esattamente il campo di interessi di una intelligenza così disordinata, inquietante e imprevedibile. Durante un recente soggiorno in Argentina si impose all'attenzione degli studiosi con una memoria su *Le fonti bibliografiche di J. L. Borges*, che apparve filologicamente decisiva sino a che non fu confutata da un libello anonimo dal titolo *Sull'uso degli specchi nel gioco degli scacchi*.

Naturalmente l'autore di questo *pamphlet* era lo stesso Temesvar che perveniva così a confondere le idee ai propri lettori. D'altra parte il suo soggiorno in Argentina rappresentava un episodio pressoché casuale: Milo Temesvar, albanese, aveva lasciato il proprio Paese, accusato di deviazionismo di sinistra, e si era ritirato in Unione Sovietica dove aveva condotto studi sulle macchine pensanti, tentando di ridurre, attraverso analisi informazionali, i valori poetici a circuiti logici riproducibili da un cervello elettronico fornito di opportune istruzioni. Emigrato negli Stati Uniti, vi era rimasto per alcuni mesi come lettore di lingue slave presso la Rutgers University; prima di lasciare gli Stati (pare per pesanti pressioni del F.B.I.), ebbe il tempo di pubblicare presso la SevenTypes Press un saggio estremamente, originale, irritante e provocatorio, dal titolo *The Pathmos Sellers*, che a un dipresso potrebbe essere tradotto (se, come pare, ne acquisterà i diritti un editore italiano) *I venditori di Apocalisse*.

*The Pathmos Sellers* è, a modo proprio, una inchiesta sociologica: a modo proprio perché propone delle succulente ipotesi interpretative, senza offrire alcun elemento di verifica *sul campo*, ma in tale senso Temesvar si dimostra coerente con le idee che a suo tempo aveva esposte in una memoria all'Accademia Sovietica delle Scienze, dal titolo *La verifica come falsificazione dell'ipotesi*.

Qual è la tesi di *The Pathmos Seller*? L'indagine parte da un problema più volte agitato dalla pubblistica sociologica, e che viene volgarmente chiamato "il problema dell'inetto" e cioè il problema della riqualificazione dei ruoli in una società completamente automatizzata o fortemente industrializzata.

Temesvar parte da un esempio elementare, e cioè dal momento in cui in una città, sostituendo i tram con la metropolitana, ci si trova a dover reimpiegare i tramvieri. Quelli che non risultano addestrabili come conduttori di vagoni del Metro (perché i loro riflessi non rispondono più alle nuove esigenze, o perché non riescono ad adattarsi alle nuove operazioni tecniche), debbono essere restituiti alla società come elementi non-integrati, potenzialmente disoccupati. Con una buona organizzazione di assistenza sociale, il neo-disoccupato può però individuare un altro orizzonte di attività in cui ricoprire un nuovo ruolo.

C'è invece, osserva Temesvar, una categoria di lavoratori per i quali non esiste un ruolo alternativo a quello che ricoprono: e sono gli intellettuali, in particolare gli umanisti che si qualificano come "tecnicci

della Totalità” (o dell’Umanità, intesa come totalità dei valori). Tuttavia proprio costoro, a cui la società non è in grado di fornire il minimo aiuto, poiché in una certa misura sono essi gli addestratori della società, il giorno in cui la loro funzione risultasse inadeguata al contesto socio-culturale, hanno una eccitante alternativa. Grazie alle loro doti di immaginazione e alle loro capacità culturali, possono sempre “inventare” nuovi tipi di attività che abbiano tutta l’apparenza della funzionalità.

Per chiarire il problema Temesvar elabora un modello astratto, i cui riferimenti storici assumono valore allegorico, ed è il modello “del dotto di Salamanca”. Il dotto di Salamanca, dice Temesvar, è un esperto di astronomia e geografia, conosce tutto quello che dicono i testi antichi circa il modello astronomico tolemaico e ha nozioni culturali che gli permettono di insegnare come siano le varie parti del mondo, quali genti le abitino, quali strade occorra percorrere per giungervi. Questa somma di conoscenze permette al dotto di Salamanca di ottenere un posto nell’Università omonima e ricche prebende dal Re di Spagna.

Improvvisamente si presenta davanti ai dotti di Salamanca Cristoforo Colombo, che afferma nuove nozioni circa la forma e le dimensioni della Terra e avanza l’ipotesi che sia possibile “*buscar el Levante por el Ponente*”. Naturalmente il dotto di Salamanca confuta Colombo. Colombo parte ugualmente e scopre l’America. Da questo punto il volto della Terra appare mutato, tutti i libri di astronomia e di geografia sino ad allora esistenti perdono validità, le nozioni di cui il dotto era il venditore e il diffusore autorizzato, non hanno più valore. I nuovi tecnici del globo sono i navigatori, gli esploratori, o i dotti capaci di adeguarsi alla nuova visione delle cose. Al dotto di Salamanca – se vuole sopravvivere – a questo punto si propongono due alternative: o sottomettersi ad un corso di addestramento per acquisire sufficienti conoscenze tali da permettergli di essere maestro di cultura e di vita nel mutato orizzonte di rapporti, o costituire le basi di una nuova scienza, che consista nel sostenere la negatività morale e culturale della scoperta dell’America. In questa disciplina egli potrebbe assurgere a dignità di esperto e diventare nuovamente maestro di vita per migliaia di discepoli.

L’America esiste, è vero, ma è male che esista, e gravi danni ne conseguiranno per la comunità umana. Il dotto di Salamanca, costituendosi come esperto del “dove andremo a finire”, ritrova un ruolo nel contesto sociale, individua gli organismi politici, religiosi ed economici che possano trar giovamento dalla sua propaganda ideologica e riacquista, in parole volgari, il posto e le prebende. Temesvar lo designa, in questo suo nuovo ruolo, come “venditore di Apocalisse”.

L’impostazione filosofica del saggio di Temesvar è molto chiara: il suo studio sulla genesi dei ruoli culturali finti nelle società tiene evidentemente presente l’importanza che hanno le determinazioni economiche sulla formazione degli atteggiamenti culturali, quelli profetico-deprecatori in particolare. D’altra parte egli non esita a trasportare il suo modello nel vivo della situazione presente. Viviamo in un universo culturale in pieno mutamento, egli dice, in cui la frontiera tra lo spirituale e il materiale, tra valori tecnici e valori umanistici si sta facendo sempre più esile. Non perché i valori tecnici si sovrappongano ai valori umani, ma perché i valori umani di domani andranno individuati attraverso altri parametri, e passando attraverso alle nuove situazioni istituite dal progresso tecnologico.

Una discussione filosofica sull’uomo come capolavoro del creato a causa delle sue capacità di deduzione logica, oggi ha perso ogni significato, dal momento che le stesse capacità sono dimostrate da un buon cervello elettronico. Non è che perda di valore e di senso un discorso sull’uomo: solo che

l'uomo non andrà più visto come animale sillogizzante, ma come animale capace di costruire macchine sillogizzanti e di porsi nuovi problemi (inediti) circa il loro uso. Cambia orizzonte di problemi: bisogna ritrovare l'uomo alcuni milioni di chilometri più in là. Questo avviene per la filosofia come per la critica d'arte, per la morale come per l'economia e la religione. E tutto ciò richiede evidentemente all'intellettuale un corso di riassetto, un atto di umiltà, una capacità di sapersi mettere a scuola. A certuni, la sprovvvedutezza o la tarda età non consentono più questa decisione. E si assiste allora, di fronte al terrore di perdere una funzione privilegiata, alla invenzione di una funzione fittizia, alla costituzione di nuovi ruoli. Si hanno allora i tecnici dell'Apocalisse, specializzati nel dimostrare che il nuovo orizzonte di problemi è radicalmente equivoco, antiumano, e che occorre rifarsi al culto dei valori di un tempo per garantire all'umanità la sopravvivenza. Così facendo il "venditore di Apocalisse" – osserva Temesvar – ha comunque risolto un problema: quello della propria sopravvivenza privata.

## SULLA FANTASCIENZA

A caro prezzo – ipnosi, droga? – sottponendosi a una tensione fisica che gli costerà dieci anni di vita, il signor Wayne potrà tentare un oscuro esperimento: potrà vivere, nel giro di pochi secondi, un anno in uno degli infiniti universi possibili, quello che corrisponderà alle sue aspirazioni più segrete e irraggiungibili. Tanto gli permette il Magazzino dei Mondi. Poi ci ripensa, e torna a casa: passerà un anno reale, chiedendosi se abbia fatto bene a rinunciare, e sarà uno dei soliti anni piatti e uguali, con la moglie preoccupata, la bambina col morbillo, il lavoro di tutti i giorni, qualche *weekend* in barca a vela. Ad un tratto Wayne si sveglia: egli si era veramente sottoposto all'esperimento. Quell'anno di vita banale costituiva il più irraggiungibile dei mondi possibili. Perché Wayne è uno dei pochi superstiti di una Terra sconvolta dal conflitto atomico, e la moglie, la casa, i figli, fan parte di un bagaglio di fantasmi che egli insegue tra le rovine.

Così, in questa esemplare novella di Robert Sheckley, apparsa su *Galaxy*, la ricerca del tempo perduto e la memoria come ultimo ricupero, entrano nella tematica della fantascienza come apocalittico strumento di protesta. D'altra parte i lettori italiani di *science fiction* avranno notato, tra le pubblicazioni più recenti, un intensificarsi di romanzi e novelle che battono con costante lucidità sui temi che preoccupano la letteratura, la critica, la sociologia contemporanea: sarà ancora il tema della distruzione atomica in *Hanno distrutto la Terra* di Paul Anderson, la satira di una economia del benessere e del consumo in *I mercanti dello spazio* di Pohl e Kornbluth; sarà la parabola illuministica di Beam Piper, *Il piccolo popolo*, che induce a una revisione di ogni pregiudizio razziale allargando la categoria di "essere umano" come "essere pensante". E con ciò la fantascienza riconferma la sua vocazione di termometro delle tematiche in discussione, e la sua funzione – tra i vari prodotti di una cultura di massa – di ala progressista.

Si tratta pur sempre di un prodotto industriale, pronto a seguire anche passivamente gli umori del proprio pubblico: ce lo dimostrano tre racconti di Heinlein scritti in periodo di pieno maccartismo: per cui ritroviamo in *Fanteria dello spazio* una sensibile tara nazista, mentre in *La sesta colonna* il tema della situazione "post conflitto nucleare" si colora di intransigenza razzistica (i "gialli" come radicalmente cattivi...). Quanto a *Il terrore della sesta luna*, ci troviamo di fronte a un vero e proprio manuale di caccia alle streghe. Gli spaziali che si innestano sul dorso delle vittime terrestri, come una occulta massa gelatinosa, coperta dagli abiti, e agiscono attraverso questi "zombies" di nuovo tipo, non lasciano dubbi circa la loro natura allegorica. Ma la fantascienza ha i suoi ricuperi interni, e per queste ultime opere (che peraltro riflettono una sensibilità ormai datata) troviamo in cambio *Le navi di Pavlov* di Pohl, dove il tema del rapporto tra bianchi e gialli si risolve nella scoperta di una più profonda identità umana. E quindi ci pare tipico della *science fiction*, proprio perché cerca sempre di immaginare le soluzioni

possibili di dati attuali, lo sfociare in una critica positiva; e a differenza del romanzo giallo (ormai decaduto a “maniera” della violenza e del sesso) essa non rimane mai una gradevole giustificazione del fattuale, ma mantiene una tensione utopistica, una funzione allegorica ed educativa.

Non stiamo certo dicendo cose nuove: da noi la lezione di Sergio Solmi, ha posto in maniera esemplare il problema di una critica, letteraria e di costume, da esercitarsi ad alto livello culturale su questo fenomeno.

La fantascienza è *letteratura di consumo*, e quindi non va giudicata (se non per finzione snobistica) secondo i criteri applicabili alla letteratura di esperimento e di ricerca. Fondata su un meccanismo dell’azione atto a provocare un certo effetto immediato, la narrativa di fantascienza si basa sull’impiego di alcuni mitologemi. L’universalità di queste “situazioni” e di questi problemi è la condizione primaria del funzionamento di una trama. Un esempio: qualsiasi narratore accetterà come convenzione narrativa, e quindi come criterio di verisimiglianza, la prima legge della robotica (per cui un automa è condizionato a non nuocere mai a un essere umano). Questo significa che nella fantascienza si è verificato un fenomeno che la cultura moderna non aveva più riscontrato dal medioevo e dalle sue propaggini rinascimentali: *l’esistenza di un repertorio figurale istituzionalizzato*, per cui ogni situazione tipica, emblema riassuntivo, carattere o figura, assume immediatamente agli occhi del lettore un riferimento allegorico o morale – e ogni storia acquista immediatamente il valore di un messaggio che va oltre la sequenza apparente dei fatti. Non per nulla (e si legga la introduzione critica alla raccolta *Fantascienza: terrore o verità?* edita da Silva) gli “addetti ai lavori” discutono sulla ortodossia di una trama, sul rispetto della verosimiglianza scientifica e fantascientifica, col puntiglioso dogmatismo dei retori medievali e rinascimentali. È un atteggiamento che scatta inevitabilmente quando si ha a che fare con una letteratura allegorica a sfondo educativo. Per la quale – e valga questa come proposta per la critica – sarà legittimo impegnarsi in quella “critica dei contenuti” che in altra sede, applicata a esperimenti artistici volti a un discorso attraverso le strutture formali, ci appare superficiale, dogmatica, burocratica e szdanoviana. Una critica dei contenuti diventa naturale e doverosa quando nell’ambito di una civiltà (come accade con la fantascienza) si crea una nuova possibilità per una circolazione dell’*apologo*, e del *pamphlet* moralistico sotto forma di racconto utopistico allegorico.

Proposta per la critica, si è detto: per una possibile regolare attività di commento sui quotidiani o sui settimanali. Abbiamo una letteratura che non può sottrarsi a una funzione pedagogica (positiva o negativa che sia, secondo i casi) e che per lo più, vivendo in un e per un circuito commerciale, viene consumata come letteratura di puro trattenimento. Non sarà un dovere culturale illuminare coloro che, prima di addormentarsi o frettolosamente in treno, scorrono con occhio disattento gli unici manuali di devozione che la civiltà industriale ha loro concesso?

## STRATEGIA DEL DESIDERIO

Quali motivi sentimentali ci spingono a desiderare un certo prodotto? Chiariamo questo punto e sapremo manovrare le motivazioni e i desideri più segreti del nostro pubblico. Col titolo di *Strategia del desiderio* Ernest Dichter, fondatore dell'Istituto per le Ricerche Motivazionali, ci offre in questo libro una serie di indiscrezioni sulle sue tecniche e di dichiarazioni sui suoi principi.

Come funzionasse la tecnica di Dichter ce lo aveva già raccontato Vance Packard ne *I persuasori occulti*: se l'uomo medio sogna di apparire occulto e virile, presentate le sigarette Marlboro attraverso un primo piano di mano pelosa e tatuata; ma se si diffonde il sospetto che una sigaretta troppo forte provochi il cancro, allora lo stesso prodotto (rimasto immutato) apparirà in una lunga e affusolata mano femminile, raccomandandosi per la sua leggerezza. Il pubblico di una società di massa ha la memoria labile e il desiderio facile.

Ultimamente si è parlato del dottor Dichter come dell'uomo inviato dal partito di maggioranza per orchestrare la propaganda elettorale. E Dichter, individuate nel pubblico italiano alcune tendenze al ringiovanimento dei quadri politici, ha consigliato di presentare sui manifesti la Democrazia Cristiana come una fanciulla appena ventenne. Il dottor Dichter non aveva però tenuto conto di molteplici schemi di reazione tipici del nostro popolo, animato da una costante, caustica, dolorosa diffidenza verso il potere e le sue lusinghe demagogiche. Per cui – e vendiamo la notizia così come ci è pervenuta – pare che il manifesto sia stato tolto di circolazione perché nottetempo organizzatissime squadre di detrattori vi scrivevano in calce, in *lampostyl*, cosa ritenevano fosse giunto il momento di fare, secondo le tradizioni del gallismo nazionale, a una fanciulla così felicemente uscita dalla pubertà.

Che errore aveva dunque commesso quest'uomo, che pure era stato capace di imporre al pubblico americano tipi di automobili rifiutate per anni da milioni di compratori, a convertire al tè i più tenaci amatori del caffè, a capire che i fumatori non amano gli accendisigari che si accendono sempre ad ogni colpo senza riservare nessun imprevisto ed eliminando la tensione e la gioia per il successo?

Ci pare che proprio leggendo il suo libro emerge il nocciolo della questione, meglio di quanto non apparisse dalle pagine di quei suoi avversari che Dichter cerca di confutare. Va detto anzitutto che il libro costituisce una lettura appassionante. Che una vasta percentuale dei nostri comportamenti sia motivata da fattori irrazionali, è un dato di fatto: e l'analisi di Dichter, ricca di aneddoti fondati sulle ricerche compiute, serve proprio, almeno per il lettore avveduto, a rivelarci tutto l'universo delle nostre inevitabili debolezze e a rendercene edotti. Si potrebbe dire, anzi, che se la ricerca di Dichter fosse stata finalizzata alla stesura delle prime duecento pagine di questo volume, fosse stata cioè una ricerca psicologica disinteressata, egli avrebbe avuto diritto a tutta la nostra riconoscenza.

Ma il fatto è che Dichter ha messo in vendita la sua scienza. Egli lo sa e lo dice, la ricerca motivazionale

è uno strumento, e come tale è neutro, tutto dipende da come lo si usa. Dal canto proprio egli ha applicato la sua strategia del desiderio alla vendita di dentifrici, alle campagne per l'igiene, al miglioramento delle relazioni tra le razze e allo smussamento delle tensioni tra padronato e sindacati. E anche qui la sua decisione sarebbe giustificabile sul piano più freddamente realistico (ciascuno fa il suo mestiere), se Dichter non tendesse invece a elaborare, da tutto ciò, una filosofia. Una filosofia semplice e ottimista: la vita è tensione, mutamento, acquisizione di nuove possibilità di benessere psicologico e materiale. Dunque occorre stimolare e dirigere i desideri dei nostri simili per portarli a realizzare ciò che inconsciamente desiderano.

Dice Dichter: se l'acquistare una nuova automobile, anche se quella vecchia funziona ancora, arricchisce la mia esperienza, serve ad affermare la mia personalità, aumenta la mia dose di felicità, perché non devo farlo? E perché non deve esserci qualcuno che mi spinge a farlo? Il ragionamento è impeccabile, anche se è interessante notare come questa filosofia coincida a puntino con le esigenze di una economia fondata sul consumo per il consumo.

Ma ora chiedete a Dichter di specificare un po' meglio cosa intenda per esperienze "buone" e "positive", quale senso concreto dia al termine "felicità", in altre parole quali fini precisi egli ponga a quella sua visione dello sviluppo continuo; poiché se questi fini non sono chiari, non vi sarà neppure la possibilità di distinguere una esperienza buona da un'altra esperienza buona, e dire quale sia la migliore; e il bere caffè invece di tè, l'acquistare una saponetta piuttosto che un'altra avranno lo stesso senso che amare, piuttosto che odiare, i portoricani, e viceversa. Ora, salvo un generico liberalismo e un egualitarismo alquanto formale, Dichter rivela a questo punto la sua carenza ideologica. E in sintesi, lascia capire che gli mancano due qualità, purtroppo fondamentali: la capacità di giudicare in termini storico-economici i fenomeni su cui indaga e la capacità di mettere in discussione le premesse di tutto il suo discorso.

Un primo esempio: a Buenos Aires gli automobilisti si rifiutano di rispettare i semafori. Dichter ne deduce che gli argentini hanno un atteggiamento negativo verso l'autorità. Poi conclude che occorrerebbe fare un "tentativo scientifico" per mutare questo atteggiamento.

Non gli passa neppure per il capo che un atteggiamento verso le autorità può avere radici storiche profonde (instabilità del potere, dittature, malgoverno, eccetera) e che quindi non può essere mutato con una tecnica psicologica, ma solo da una evoluzione delle strutture politiche e sociali. E infine, la ricerca motivazionale è solo uno strumento neutro? Badiamo, è legittimo ritener che un discorso, per persuadere, debba fare appello alle tendenze emotive di chi ci ascolta. Gli antichi sapevano che per comunicare una idea bisogna presentarla in modo adatto e la *tecnica della persuasione* era tipica di una repubblica democratica come quella ateniese. Un tiranno non ha bisogno di persuadere, obbliga con lo scudiscio; ma dove per governare i propri simili occorre il loro libero consenso, la persuasione diventa uno strumento normale. Però è tale solo se viene impiegata in condizioni di parità: io persuado te, tu persuadi me (come in tribunale, o in un parlamento). Ma quando il rapporto, come nelle tecniche pubblicitarie, è fatalmente unidirezionale e paternalistico, perché da una parte c'è un potere economico che produce i beni di consumo e dall'altra una massa che deve consumarli? Non conta, badiamo, che per il novanta per cento io sia oggetto delle persuasioni altrui e per il dieci per cento sia io stesso, nel mio campo di attività, persuasore degli altri (secondo un certo panorama ottimisticamente

dinamico che Dichter ci lascia intravedere)... Nella misura in cui i mezzi di produzione non mi appartengono, ed io ne sono o l'oggetto o lo strumento di persuasione – e nella misura in cui non sottopongo questo rapporto a una critica costante – sarà sempre il potere a persuadere me, non io a persuadere il potere.

Così le strutture, entro le quali funziona la strategia del desiderio, le tolgo la qualifica di tecnica neutrale usata per la felicità di tutti. È uno strumento di potere. E poiché le pagine di Dichter non sono state sfiorate da questo sospetto, il suo libro diventa una sorta di utopia negativa, la descrizione di un agghiacciante paesaggio industriale abitato da automi felici e irresponsabili. Davvero, un libro che non ci lascerà dormire.

## IL NOSTRO MOSTRO QUOTIDIANO

Occorrerebbe scrivere a Rick Mc Kim, 23 Governor's Road, Toronto 5, Canada, mandando un dollaro: ci si troverebbe automaticamente iscritti alla *Horror Incorporated*, una associazione di amatori dell'orrido. Ma ci sarebbe da prendere in considerazione anche il *Werewolves Club* (club dei Lupi Mannari), sorto a Martinez, California (scrivere a Mike La Rochelle, Rt, 2 – Box 245) oppure alla *Famous Monsters Limited*, Superior, Wisconsin.

Ma per avere notizie più sicure e scegliere a ragion veduta, la cosa migliore è seguire il periodico *Famous Monsters*, edito da Forest J. Akerman, a Filadelfia: qui, oltre a una serie di ghiotte fotografie sui più celebri mostri dello schermo, potrete trovare una lezione sull'arte del trucco orrifico (come divenire un *horrible melting man*, un individuo a cui si liquefi mostruosamente metà della faccia andando a spappolarsi sul tappeto del salotto), unitamente a servizi sulla vita di Lon Chaney, retrospettive di Conrad Veidt, Bela Lugosi e così via.

Per chi poi volesse fondare un club di amatori, la rivista allora offre un impressionante assortimento fatto di dischi, libri, raccolte fotografiche e soprattutto elementi per trucco, dal piede ungulato da indossare anche sopra le scarpe, ai soliti denti da vampiro (*non toxic*), insieme a maschere da mostro della laguna, da mummia, o da *ghoul*, che, come sanno anche i bambini, altro non è infine che uno *zombie*, vale a dire un cadavere riportato in vita con procedimenti di magia nera, che se ne va in giro privo di autocontrollo e sottomesso ai desideri di una volontà malefica che lo guida.

Ma di gran lunga più appetibile ci pare la "pianta venusiana che divora le mosche", offerta per un dollaro, più spese postali.

Ora "Famous Monster" è un esempio di editoria popolare di quart'ordine, ma in realtà il problema del racconto dell'orrore e del film del terrore è più vasto e quindi la rivista appare come la manifestazione estrema di un costume che ha ragioni ed esiti assai più vasti.

In fondo la voga del mostruoso ha già oltrepassato il livello della pubblicazione per amatore, se da un po' di tempo sono apparsi dei filmetti a colori per ragazzi dal titolo che suona a un dipresso "Racconti calcolati per aiutarvi a diventare Vampiri": e qui troviamo le memorie di Igor, un vampiro alle prime armi, e alcune variazioni sul tema del *mad doctor*, dello scienziato pazzo fabbricante di filtri della perversità o di mostri adattati da cadaveri.

Il tono della pubblicazione è ironico e giocoso, ma il problema di una società abitata da vampiri e medici folli è dato come scontato, la zona è anzi localizzata in Transilvania, la tradizione è dunque accettata come familiare, si presume in ciascun lettore una adeguata conoscenza del vampirismo e fenomeni derivati (per inciso, in tutte le pubblicazioni americane la zona dei Vampiri è sempre la Transilvania, inspiegabile limitazione, perché il territorio buono si estende anche ad ovest dei Carpazi e interessa

anche Boemia e Moravia, non di rado Stiria e Carinzia, almeno secondo la migliore tradizione ottocentesca).

Se aggiungiamo a tutto questo la produzione cinematografica, ci accorgiamo che negli Stati Uniti la moda tiene bene e – a livello del film – corona in fondo una lunga tradizione di cui ci dà esauriente rassegna Piero Zanotto in un ricco quaderno di “Centrofilm” dal titolo “Il film terrorifico e galattico” (che porta anche due interessanti analisi psicologiche di Martini Rizzo e Miotto).

Ora il racconto dell’orrore risale come è noto al romanzo “gotico” del primo ottocento anglosassone e in quella atmosfera romantica tutta questa tematica ha una sua precisa ragione culturale; esistono libri come *La carne, la morte e il diavolo* di Praz che hanno esaurito la questione in modo quasi definitivo. Quando il film arriva a impadronirsi del tema dell’orrore, se all’inizio lo fa quasi per esercizio tecnico (l’inquietante e il soprannaturale in Meliès sono banchi di prova del nuovo mezzo), nel momento in cui vampiri e *mad doctors*, golem e zombies entrano a far parte della storia del costume contemporaneo, questo avviene per motivi tanto chiari quanto preoccupanti.

Siegfried Krakauer ha analizzato molto bene cosa accade nel corpo sociale tedesco prima dell’arrivo di Hitler e come questo stato d’animo trovi la sua espressione più chiara e inquietante nel film espressionista: nel quale, appunto dal *Dottor Caligari* di Wiene, al *Golem* di Wegener, *Dottor Mabuse* di Lang, *Nosferatu, il vampiro* di Murnau, non fa altro che sviluppare un tema ossessivo nel quale si riflette tutta la sindrome nevrotica della società germanica che vede il crollo dell’Impero, la sconfitta bellica, il fallimento dei moti proletari, la crisi di una società borghese che troverà poi in Grosz il suo accusatore spietato, in Brecht il suo anti-vate, e reagisce all’insorgere di queste inquietudini, di queste angosce, di questi fantasmi, da un lato attraverso un conato di distruzione, dall’altro attraverso una sorta di autoritratto a sfondo sadomasochistico.

Né è casuale la relazione tra i mostri del *gothic* protoromantico e quelli del film tedesco prima e dopo la guerra mondiale, perché le radici del movimento espressionista affondano nello *Sturm und Drang* e l’angoscia degli intellettuali tedeschi di fronte al crollo del “mondo di ieri” è la stessa dei rivoluzionari che Buchner, un secolo prima, mette in scena ne *La morte di Danton*. Per questo non ci stupiremo notando – come fa anche Zanotto – che negli Stati Uniti il film orrifico celebra i suoi primi grandi trionfi di pubblico e di produzione all’alba degli anni trenta: Zombies, Ghouls, Vampiri, Scienziati Pazzi, e infine il più celebre e famoso di essi, il Frankenstein del 1931, col mostro interpretato da Boris Karloff (leggente *Famous Monsters*, rimane un esempio insuperato, il termine di paragone), appaiono come reazione alla crisi di Wall Street, presagita o smaltita, celebrano il tramonto dei ruggenti anni venti: mentre i personaggi di Fitzgerald si abbrutiscono nell’alcool e nella demenza e gli intellettuali già emigrati a Parigi si apprestano ad andare a consumare l’ultima esperienza di purezza nella guerra di Spagna, a livello del consumo piccolo borghese i film dell’orrore trovano la loro giustificazione storica, spazzati via lentamente dall’affermarsi del *new deal* rooseveltiano.

Ci sarebbe ora da chiedersi il perché del tema orrifico ai nostri giorni, e il perché di una voga dell’orrore prettamente a livello popolare: poiché il gusto macabro di tradizione inglese – e con esso lo *humor noir* francese di origini surrealiste – è manifestazione colta.

Ma i bottoni per occhiello, le maschere, i fumetti, i film dozzinali a base di paletti confiscati nel petto ai cadaveri e di filtri per la doppia vita, costituiscono un consumo corrente per un pubblico che non

concepisce il macabro come gesto estetizzante o come protesta velata contro i pregiudizi della gente per bene.

Ora una prima facile spiegazione sarebbe di tipo sociologico, e il gusto per l'orrifico apparirebbe come manifestazione di un pubblico sazio di ogni eccitazione, colmato nei propri desideri dal benessere economico, che cerca perciò il divertimento in regioni più insolite, così come accade ai libertini assuefatti ad ogni piacere che vanno in caccia di amori paranormali e di paradisi artificiali (e dunque l'orrore sarebbe una "marijuana" dei poveri, tanto per intenderci).

Quindi le maschere da ghoul o da vampiro apparterrebbero, merceologicamente parlando, allo stesso settore di quello spazzolino in visone per pulire l'ombelico che negli Stati Uniti è stato messo in vendita con lo slogan "un regalo per chi ha già tutto". La consumazione di questi patemi orrifici non avrebbe dunque nulla di preoccupante, avrebbe anzi un effetto liberatorio.

Però è anche stato osservato come questo effetto catartico si ottiene quando si è capaci di oggettivare criticamente le proprie ossessioni nell'immagine orrifica (esempio, Dreyer che gira il *Vampyr* per liberarsi di personali fantasmi – ma poi si fa ricoverare in una clinica per malattie nervose); ma quando si consuma l'orrore nella complicità collettiva della sala cinematografica, quanto gioca l'intenzione ironica con cui si è andati a vedere il film, e quanto invece l'ipnosi ineliminabile che ne sopravviene? Ad una interpretazione più pessimistica il gusto dell'orrore apparirebbe dunque come una espressione di nevrosi, il ricercare e rendere oggettivo, in particolari contingenze storiche, la parte negativa della propria personalità, l'archetipo junghiano del "demone"; oppure è il lasciare libero corso all'insorgere di una tensione priva di contenuto evidente, l'ansia libera e fluttuante di cui parla Freud. Ma in ogni caso la domanda che ci si pone è quali siano le contingenze che scatenano questa inquietudine, i moventi storici per cui assistiamo a questa libera espansione dell'irrazionale.

Ora ci pare che una chiave ci venga data proprio da quella figura del *mad doctor*, dello scienziato pazzo su cui insiste tanto la stampa popolare esaminata (e il cinema a cui essa si ispira). Il primo scienziato pazzo della tradizione orrifica è il dottor Frankenstein di Mary Shelley, agli inizi del XIX secolo a cui farà seguito il dottor Jekyll di Stevenson; in entrambi i casi, specie nel primo, l'origine della leggenda è antichissima, è la creazione dell'uomo artificiale, del golem del rabbino Loew o dello homunculus di cui ci dà la ricetta Paracelso e di cui ci racconta Goethe nel *Secondo Faust*.

In tutti questi casi ci troviamo di fronte all'alchimista che pretende di forzare le leggi della natura; nel XIX secolo la scienza ha fatto tali progressi da rendere pensabile l'esperimento scientifico volto a creare o a modificare le forme della vita, e Mary Shelley e Stevenson immaginano il loro *mad doctor* come uno scienziato versato nelle tecniche più aggiornate. In tutta la tradizione cinematografica dello scienziato pazzo, l'eroe procede sempre attraverso metodi sperimentalni, filtri, macchinari elettrici. Il mostro non nasce dalla magia o dal disguido di forze naturali, ma dalla scienza.

Dopo lo scoppio della bomba di Hiroshima la leggenda dello scienziato malvagio trova una impressionante verifica dei fatti e – badiamo bene – nell'interpretazione che dei fatti danno gli scienziati stessi. Il testamento di Einstein, il ritiro di Oppenheimer, le dichiarazioni di Szilard, gli appelli di Linus Pauling sono il grido d'allarme del tecnico che a un certo punto avverte come le proprie creature potranno portare alla distruzione del mondo. La follia dello scienziato non è più argomento di leggenda: è una follia inavvertita che deve arrivare allo stadio della coscienza, avvertono gli scienziati responsabili;

è una follia che può costituire la resa della ragione troppo provata di fronte all'angoscia delle nostre responsabilità, lasciano capire. Il maggiore Eatherley non è uno scienziato, è un tecnico, un pilota che non ha fatto altro che sganciare una bomba. Impazzisce, non regge, come il dottor Frankenstein, che era un onest'uomo, che non sapeva quali sarebbero state le conseguenze del suo gesto e muore, vittima della sua creatura in un estremo tentativo di riparazione.

Creatura dello scienziato pazzo sarà il mostro: zombie o Vampiro, Gorgo o Gonzilla, il mostro rappresenta la violazione delle leggi naturali, il pericolo che incombe, l'irrazionale che non possiamo più dominare. Il mostro è qualcosa che abbiamo creato noi. Ricordate *Il pianeta proibito*? Il mostro che infesta il pianeta alla fine si rivela come una proiezione dell'inconscio dello scienziato (Walter Pidgeon). Il mostro è la radioattività che stiamo seminando. È il figlio che potrebbe nascere deformi. La guerra che potrebbe scoppiare senza che nessuno abbia fatto un gesto.

Ma attenzione: in fondo solo il film giapponese ha insistito nel rappresentare mostri originati dalle radiazioni atomiche, mirando esplicitamente all'oggetto della polemica. Di solito invece il film di vampiri o la rivista di amenità teratologiche spostano completamente il problema, e lo sistemanano in una zona di leggenda e di irrealità. Questa non è più polemica esplicita, anzi, non è neppure argomentazione cosciente, il terrore del mostro esiste, ma viene avvertito come angoscia fluttuante. Si ignora il problema proiettandolo nel regno della fantasia.

In questo senso dunque la voga dei mostri presenterebbe pericolosi punti di contatto con la campagna per la costruzione dei rifugi atomici, gli *shelters*, di cui appaiono ovunque le inserzioni pubblicitarie. Lo shelter, purtroppo lo sappiamo, non servirà quasi a niente in caso di guerra atomica; serve a *rimuovere* il problema, ad abituarsi alla prospettiva, a non aver più paura. In fondo, si pensa, tutto sta ad assuefarsi all'idea come abbiamo fatto con la polvere da sparo, insegnando ai nostri ragazzi a giocare coi fucili di latta.

Ed ecco che sul numero 284 dei "Superman Comics" trovo questa inserzione pubblicitaria, che propaga un giocattolo divertente e a buon mercato: "Bomba atomica con fumo autentico, cadendo fa un lampo e provoca una colonna di fumo che sale sino al soffitto, prendendo forma di nube a guisa di fungo. Venti cents."

Bomba giocattolo o maschera di Frankenstein, non sono entrambi due modi per esorcizzare il terrore, possederlo, ridurlo a una portata da poterlo dominare? Vampiri o radiazioni, non c'è più ragione di avere paura, possiamo riderci su. Ecco, vedete, tutto qui è una maschera, un dollaro più spese postali. Anche l'inconscio ha i suoi rifugi antiatomici.

Ma in un numero di "Mad" (una rivista goliardica, dell'anticonformismo di maniera, ma che talvolta coglie nel segno) appare una storiella in otto vignette, senza parole: un tipo di uomo medio legge allarmato il giornale che parla di guerra atomica e vede scene inquietanti alla televisione. Corre in giardino e si mette a scavare, raduna mattoni, lavora di calce e cazzuola; costruisce un rifugio, lo copre di terra (ne fuoriesce solo il filtro antiradiazioni per l'aria), lo chiude, lo blinda, gli attacca un cartello "proibito entrare" (ricordate le polemiche sul diritto morale di sparare al vicino di casa se tenta di occupare il vostro *shelter*?) ansimando dà gli ultimi tocchi mentre cala la notte. Passa di lì un reporter con la macchina fotografica, vede la scena, scatta una foto col flash. L'uomo si volta di colpo, viene investito da un bagliore accecante (i manuali antiatomici danno istruzioni sul come comportarsi se si

scorge una luce abbagliante seguita da uno scoppio): tenta di urlare e stramazza. La storia termina mentre un medico ne copre il corpo con un telone e il reporter guarda perplesso chiedendosi come mai. Finisce così l'apologo di una sicurezza inutile. Ma è curioso il volto del cadavere, coi tratti esasperati dal disegno umoristico: pare succhiato da dentro. Dracula quando vede la luce del sole.

## NOTE

### ALTO, MEDIO, BASSO CULTURA DI MASSA E “LIVELLI” DI CULTURA

<sup>1</sup> MARSHALL MCLUHAN, *The Gutenberg Galaxy*, University of Toronto Press, 1962. Sulla nozione di un uomo che sta “mutando” cfr. anche ERNESTO DE MARTINO, *Simbolismo mitico-rituale e mezzi di comunicazione di massa*, in *Cultura e sottocultura* (“I problemi di Ulisse”, Firenze, luglio 1961).

<sup>2</sup> Cfr. il saggio di DANIEL BELL, *Les formes de l’expérience culturelle*, in “Communications” n. 2 (il saggio apparirà nel volume *The Evolution of American Thought*, curato da A. M. Schlesinger jr. e Morton White). Cfr. pure CAMILLO PELLIZZI, *Qualche idea sulla cultura*, in *Cultura e sottocultura*, cit. Nel corso del presente saggio noi considereremo in particolare il problema della cultura di massa dal punto di vista della circolazione dei valori estetici. Non sarà tenuto conto quindi, se non nella misura indispensabile, di tutti gli aspetti sociologici del problema e di tutta la bibliografia connessa. Si troveranno peraltro ampi riferimenti bibliografici in pubblicazioni come *Mass culture*, a cura di Bernard Rosenberg e David Manning White, Glencoe, 1960.

<sup>3</sup> Sul carattere classista di certa polemica cfr. anche UGO SPIRITO, *Cultura per pochi e cultura per tutti*, in *Cultura e sottocultura*, cit.

<sup>4</sup> Cfr. DWIGHT MACDONALD, *Against the American Grain*, Random House, New York, 1962; partendo dal capitolo *Masscult & Midcult*, che riassume tutte le posizioni polemiche dell’A., cercheremo, nel saggio *La struttura del cattivo gusto*, di elaborare alcuni strumenti metodologici per una impostazione più rigorosa del problema.

<sup>5</sup> Per politica della cultura sarebbe però troppo semplicistico intendere la posizione di ARTHUR SCHLESINGER JR. (v. *Notes on National Cultural Policy*, in *Culture for the Millions?* ed. da Norman Jacobs, Princeton, Van Nostrand 1959), il quale parla di controlli governativi sull’uso delle reti televisive. Si può obiettare, di fronte al suo ottimismo kennedista, che i baroni della cultura di massa non sono i baroni dell’acciaio, riducibili alla ragione attraverso un moderato intervento programmatore dello Stato. In termini meno riformistici, più consci dei problemi di rinnovamento civile che comporta un discorso sui *mass media*, si svolge invece il meditato volume di CESARE MANNUCCI, in *Lo spettatore senza libertà*, Laterza, 1962. In particolare l’introduzione, “L’uomo comune”, propone il problema dell’uomo nuovo in termini non aristocratici.

<sup>6</sup> Una tabella del genere di quella che ricostruiamo si può trovare in LEO BOGART, *The Age of Television*, New York, F. Ungar Publishing, 1956; analogamente in *Industria culturale e società*, l’articolo (notevole per vari aspetti) con cui Aldo Visalberghi introduce la raccolta *Televisione e Cultura* (Milano, 1961, pubblicata dalla Rivista “Pirelli”).

<sup>7</sup> Su questo argomento esemplare cfr. MACDONALD, cit.; così pure l’articolo di CLEMENT GREENBERG, *Avant-Garde and Kitsch*, in *Mass Culture*, cit., dove si analizzano i diversi procedimenti comunicativi connessi ai due atteggiamenti; da citare pure il saggio di ELÉMIRE ZOLLA sul cinema *Sonnambulismo coatto*, apparso in *Volgarità e dolore*, Milano, 1962 (per quanto le sue tesi estreme siano difficilmente sostenibili). Su un altro piano l’analisi che Gilbert Cohen-Séat dedica alla differenza tra immagine e parola nei processi di ricezione, applicando la ricerca alla fruizione del messaggio cinematografico e televisivo; e si vedano i cenni e gli schemi presentati in *Almanacco Bompiani 1963*, dedicato a *La civiltà dell’immagine* (v. il saggio *Appunti sulla Televisione*).

<sup>8</sup> Anche su questo cfr. MACDONALD; nonché ENRICO FULCHIGNONI, *La responsabilità della mezza cultura*, in *Cultura e sottocultura*, cit. Una analisi della “composizione” di una rivista *middle brow* come “Paris Match” è data da CLAUDE FRÈRE, *Un programme chargé*, in “Communications”, 1963, 2.

<sup>9</sup> Cfr. la tesi di COHEN-SÉAT su *l’Almanacco Bompiani*, cit.

<sup>10</sup> “La cultura di massa fa dei classici non delle opere da comprendere ma dei prodotti da consumare”, HANNAH ARENDT, *Society and Culture*, in *Culture for the Millions?*, cit.; dove si riprende in fondo l’argomento classico di Adorno sulla radio come responsabile del fatto che la Quinta di Beethoven sia diventata qualcosa da fischettare.

<sup>11</sup> Questo è stato uno degli aspetti più studiati. Ricorderemo *I divi*, di EDGAR MORIN, Milano, Mondadori, 1963; FRANCESCO ALBERONI, *L’élite senza potere*, Milano, Vita e Pensiero, 1963; LEO HANDEL, *La bourse des vedettes* e VIOLETTE MORIN, *Les Olympiens*, in “Communications” cit. Cfr. pure le opere ormai classiche (e non strettamente critiche, ma comunque di utile consultazione) sui “tipi” dei *comics*, come COULTON WAUGH, *The Comics*, New York, Macmillan, 1947 e S. BECKER, *Comic Art in America*, New York, Simon and Schuster, 1960; nonché CARLO DELLA CORTE, *I fumetti*, Milano, Mondadori, 1961.

<sup>12</sup> Esemplare in questo senso l’inchiesta di LYLE W. SHANNON, *The Opinions of Little Orphan Annie e and Her Friends*, in *Mass Culture*, cit.: dove, analizzando per un anno le situazioni e i caratteri di un popolare fumetto, se ne individua la chiarissima ideologia maccartista. Si veda pure in opere come quelle citate di Waugh e Becker, notizie sulla funzione conservatrice o comunque conformizzatrice del fumetto *Terry and the Pirates* durante lo scorso conflitto.

<sup>13</sup> Funzione dei *mass media* sarebbe persuadere che “tutto al mondo è bellissimo”. È la tesi, condotta a livello di estrema polemica, da

Fedele D'Amico nel suo *La televisione e il professor Battilocchio* (ora in *I casi della musica*, Milano, Il Saggiatore, 1963), che richiama in fondo la definizione data da Ernest van den Haag dell'ideologia dominante dei *media*: “1. ogni cosa è comprensibile; 2. ogni cosa è rimediabile” (*A Dissent from the Consensual Society*, in *Culture for the Millions?*, cit.). Che ciò sia innegabile, almeno per le manifestazioni più tipiche e vistose,abbiamo cercato di mostrare col nostro *Fenomenologia di Mike Bongiorno* (ora in *Diario Minimo*, Milano, Mondadori, 1963).

<sup>14</sup> Cfr. ad es. RENATO SOLMI, *TV e cultura di massa*, in “Passato e presente”, aprile 1959.

<sup>15</sup> Cfr. la nota che gli riserviamo a pg. 377.

<sup>16</sup> Per una sorta di “punto” generale sul dibattito pro e contro, si veda GEORGES FRIEDMANN, *Culture pour les millions?*, in “Communications,” cit.

<sup>17</sup> Cfr. BERNARD ROSENBERG, *Mass Culture in America*, in *Mass Culture*, cit.

<sup>18</sup> Cfr. EDWARD SHILS, *Mass Society and Its Culture*, in *Culture for the Millions?*, cit. Più in particolare in *Daydreams and Nightmares: Reflexions on the Criticism of Mass Culture* (“The Sewanee review”, autunno 1957): “Non sarà più corretto pensare che la cultura di massa sia meno nefasta per le classi inferiori che la esistenza lugubre e difficile che conducevano nelle epoche meno evolute?” È la domanda che in genere non si pone mai chi caldeggiava con nostalgia un ritorno all’equilibrio interiore dell’uomo greco. Quale uomo greco? Lo schiavo o il meteco cui erano negati diritti civili ed istruzione? Le donne, o le neonate che venivano abbandonate su un letamaio? Gli utenti della cultura di massa sono gli equivalenti odierni di costoro, e ci paiono più rispettati, anche se vengono offesi da volgari programmi televisivi.

<sup>19</sup> Rimandiamo alle pagine forse troppo ottimistiche ma anche piene di buon senso di ERIC LARRABEE, *Il culto popolare della cultura popolare*, in *L’America si giudica da sé*, Milano, Bompiani, 1962: “La comparsa del disco microsolco mutò completamente il livello del repertorio dei concerti e rivoluzionò le normali idee dell’ascoltatore persino riguardo ai compositori più grandi [...]. È altrettanto facile comprare e non leggere un libro in edizione economica che uno rilegato. Ma la terribile bellezza dell’abbondanza è di indurci a scegliere [...]. Scopriamo che la disponibilità annulla le altre scuse. Il libro che se ne sta lì sullo scaffale grida di venir letto e se non riusciamo a leggerlo significa forse che non lo troviamo interessante. Può venire il momento in cui confessare a noi stessi che il *Don Chisciotte* (o un altro libro) non ci interessa, e questo è il principio della saggezza”.

<sup>20</sup> Questo aspetto è ormai diventato pacifico a proposito delle discussioni sul fenomeno televisivo. Come contributo a una discussione in questo senso citeremo col libro di Mannucci anche quello di ADRIANO BELLOTTO, *La televisione inutile*, Milano, Comunità, 1962; e i nostri interventi quali *Verso una civiltà della visione?*, in *Televisione e Cultura*, cit., e *TV: gli effetti e i rimedi*, in “Sipra”, febbraio 1963.

<sup>21</sup> Cfr. il citato articolo di DANIEL BELL e DAVID MANNING WHITE, *Mass Culture in America: Another Point of View*, in *Mass Culture*, cit., dove si accenna con intenti polemici al tipo di divertimenti deteriori praticati durante l’età elisabettiana in Inghilterra.

<sup>22</sup> FRANZ FANON in *L’an V de la Révolution Algérienne*, Parigi, Maspero, 1960, accenna al peso che la radio e altre tecniche di comunicazione di massa hanno avuto nella presa di coscienza della nazione algerina. Si veda anche il saggio di CLAUDE BRÉMOND, *Les communications de masse dans les pays en voie de développement*, in “Communications”, cit. Naturalmente occorre anche tenere conto degli elementi di choc negativo che possono comportare le immissioni accelerate di aspetti di cultura post-alfabetica in zone ferme a una civiltà pre-alfabetica. Ma a questo proposito studiosi come Cohen-Séat sostengono che nelle zone sottosviluppate solo i mezzi di comunicazione audiovisiva permetterebbero di superare la situazione di analfabetismo altrimenti insormontabile nel giro di pochi anni.

<sup>23</sup> Le recenti esperienze di “Tribuna elettorale”, che ha mutato, a parer nostro in meglio, il costume elettorale in Italia, parrebbero sostenere questa tesi. Si veda anche la discussione di Armanda Guiducci ed Ester Fano circa l’effetto della TV nelle aree sottosviluppate, in “Passato e Presente”, aprile 1959. Nonché, ancora, il libro di Mannucci.

<sup>24</sup> Cfr. in generale le ricerche di GILLO DORFLES, *Le oscillazioni del gusto*, Milano, Lerici, 1958, e *Il divenire delle arti*, Torino, Einaudi, 1959.

<sup>25</sup> “Mrs Shils speranzosamente sostiene che la cultura ‘superiore’ è ora diventata fruibile da parte di più gente che non un tempo. Questo è vero, ma questo costituisce il problema, non la soluzione” (E. van den Haag, art. cit.).

<sup>26</sup> Cfr. G. DORFLES in *Le oscillazioni del gusto*, cit. e nell’articolo *Kitsch e cultura*, in “Aut Aut”, gennaio, 1963.

<sup>27</sup> BERNARD ROSENBERG, nel cit. articolo in *Mass Culture*, parla di “bovarismo” come di tentazione segreta dei fruitori della cultura di massa; bovarismo che gli operatori dei *mass media* sfruttrebbero come leva di interesse.

<sup>28</sup> Per i *Peanuts* rimandiamo al capitolo *Il mondo di Charlie*.

<sup>29</sup> Si veda, per questo, il capitolo *La struttura del cattivo gusto*.

<sup>30</sup> EDGAR MORIN (*L’esprit du temps* Parigi, Grasset, 1962) insiste però, e a giusto titolo, sulla tendenza attualmente costante, da parte dei *mass media*, di livellarsi smussando le punte estreme e allineandosi su posizioni *middle brow*.

<sup>31</sup> È quanto si è tentato nel saggio *Lettura di “Steve Canyon”*.

<sup>32</sup> Cfr. ad es. il nostro *Il caso e l’intreccio (L’esperienza televisiva e l’estetica)* (in *Opera Aperta*, Milano, Bompiani, 1962). Sulla tecnica di drammatizzazione di comunicazioni non specificamente artistiche, cfr. ad es. ROBERT K. MERTON, *Mass Persuasion: The Social Psychology of War Bonds Drive*, New York, 1940, oppure HADLEY CANTRIL, *The Invasion from Mars*, Princeton, 1940. Su vari aspetti del linguaggio televisivo, FEDERICO DOGLIO, *Televisione e spettacolo*, Roma, Studium, 1961.

<sup>33</sup> Esistono già interessanti analisi al riguardo. Citeremo W. H. AUDEN, *La parrocchia delittuosa (Osservazioni sul romanzo poliziesco)*, in “Paragone”, dicembre 1956; è un saggio di interpretazione “strutturale” che trova interessanti riscontri in analisi analoghe compiute recentemente in Unione Sovietica sulle novelle di Conan Doyle (J. K. SCEGLOV, *Per la costruzione di un modello strutturale delle novelle di Sherlock Holmes*, in *Simposio sullo studio strutturale dei sistemi di segni*, Mosca, 1962). In *Mass Culture*, cit., contro un cattivo esempio di lettura “aristocratica” del poliziesco, dato da un critico peraltro grande come Edmund Wilson, abbiamo un ragionevole saggio di GEORGE ORWELL, *Raffles and Miss Blandish*, e un contributo alquanto utile di CHARLES J. ROLO, *The Metaphysics of the Murder for the Millions*. Per la *Science Fiction* citeremo KINGSLEY AMIS, *Nuove mappe dell’inferno*, Milano, Bompiani, 1962 e l’ormai notissimo *Divagazioni sulla Science Fiction, l’utopia e il tempo*, di Sergio Solmi (“Nuovi Argomenti”, novembre-dicembre 1953). Tutti questi esempi, e non sono che i più insigni, dimostrano come esista la possibilità di una ricerca critica sui prodotti, validi o deteriori, di una cultura di massa. Una ricerca che non può che portare a una chiarificazione dei mezzi, dei fini, delle possibilità; a una

demistificazione degli inganni; a una sensibilizzazione di energie positive da parte di nuove categorie di operatori. Cfr. alcuni nostri accenni nei saggi *Il mito di Superman*, parte II, e *Sulla fantascienza*.

\* Un esempio deteriore di impiego gratuito di stilemi ex-colti è dato dalla prosa del cronista sportivo Gianni Brera, che rappresenta un esempio di “gaddismo spiegato al popolo”, là dove il “popolo” avrebbe bisogno solo di un linguaggio appropriato alla materia trattata. È lo stesso tipo di prosa contro cui si scaglia ROLAND BARTHES quando ne *Il grado zero della scrittura* mette a nudo la radice piccolo borghese, pretenziosa e mistificante, del realismo socialista di un Garaudy: metafore come “strimpellare la linotype” o “la gioia cantava nei suoi muscoli” sono esempi perfetti di *midcult*. È ovvio che una analisi del genere porrebbe in crisi tre quarti della letteratura di successo del nostro paese (anche se si tratta qui di un *midcult* ben più raffinato, che sta “dopo” esperimenti come quelli citati, a cui rimane ancorata solo la prosa sportiva). Si veda il capitolo *Struttura del cattivo gusto*.

\* Rimandiamo ancora alle indagini già citate di Cantril o di Merton. Si veda anche quanto riferisce LEO BOGART in *The Age of Television*, cit.: Theodor Geiger in Danimarca ha trasmesso per due volte, a distanza di alcuni giorni, la stessa sinfonia, presentandola la prima volta come “musica popolare”, la seconda come brano classico preceduto da una spiegazione. La prima esecuzione ha ricevuto più consensi.

\* E qui rimandiamo alle proposizioni dell'estetica di Luigi Pareyson in particolare a quelle del capitolo “Compiutezza dell'opera d'arte” della sua *Estetica*.

\* Qui naturalmente la ricerca si allarga e implica la demistificazione di sottofondi ideologici, l'indagine sociologica a vari livelli, eccetera. Abbiamo citato il saggio di Lyle Shannon sulle radici politiche del fumetto di Little Orphan Annie: nello stesso ordine di ricerche si veda, in *Mass Culture*, CHRISTOPHER LA FARGE, *Mickey Spillane and His Bloody Hammer* (giallo d'azione e anticomunismo maccartista) e S. I. Hayakawa sulle parole delle canzoni; a questo proposito segnaliamo la ricerca sugli aspetti stilistico-psicologico-ideologico della musica e delle parole delle canzonette italiane, compiuta da M. L. STRANIERO, S. LIBERO-VICI, E. JONA e G. DE MARIA, *Le canzoni della cattiva coscienza*, Milano, Bompiani, 1964. Una analisi storico-stilistico sociologica della stampa femminile è *La presse feminine* di EVELYNE SULLEROT, Paris, Colin, 1963. Per gli aspetti positivi (amalgama tra segno grafico, contenuti ideologici, coscienza culturale) si veda la vasta letteratura critica fiorita sui nostri quotidiani e settimanali in occasione della pubblicazione dei volumi di JULES FEIFFER, *Il complesso facile* e *Passionella* (cfr. la nostra prefazione al primo volume, sul valore di “rottura” di questi fumetti). Cfr. inoltre tutto il saggio *Lettura di “Steve Canyon”*.

## LA STRUTTURA DEL CATTIVO GUSTO

<sup>1</sup> LUDWIG GIESZ, in *Phaenomenologie des Kitsches*, Rothe Verlag, Heidelberg, 1960, suggerisce alcune etimologie del termine. Secondo la prima esso risalirebbe alla seconda metà dell'Ottocento, quando i turisti americani a Monaco, volendo acquistare un quadro, ma a poco prezzo, chiedevano uno schizzo (*sketch*). Di lì sarebbe venuto il termine tedesco per indicare la volgare paccottiglia artistica per acquirenti desiderosi di facili esperienze estetiche. Tuttavia in dialetto meklemburghese esisteva già il verbo *kitschen* per “raccogliere fango sulla strada”. Un'altra accezione dello stesso verbo sarebbe anche “truccare mobili per farli apparire antichi”, mentre si ha il verbo *verkitschen* per “vendere a poco prezzo”.

<sup>2</sup> WALTHER KILLY, *Deutscher Kitsch*, Vandenhock & Ruprecht, Göttingen, 1962. Il saggio di Killy introduce una antologia di brani caratteristici tratti dalla letteratura tedesca. Gli autori utilizzati per il *pastiche* sono, nell'ordine: Werner Jansen, Nataly von Eschtruth, Reinhold Muschler, Agnes Günther, Reiner Maria Rilke, Nathanael Jünger.

<sup>3</sup> HERMANN BROCH, *Einige Bemerkungen zum Problem des Kitsches*, in *Dichten und Erkennen*, (Essays, I, Zürich, 1955).

<sup>4</sup> LUIGI PAREYSON, in *I teorici dell'Ersatz* (apparso in “De Homine”, 5-6, 1963; ma questo breve scritto riprende i temi teorici già sviluppati nella *Estetica*), polemizzando contro un pacifco riconoscimento della “consumabilità” del prodotto artistico, distingue tra l'artisticità generica, che pervade tutto l'operare umano, e l'arte come “culmine e fastigio” di questo atteggiamento, “norma e modello”, educazione del gusto, proposta di nuovi modi di formare, operazione intenzionale in cui si forma per formare. Le produzioni dell'industria culturale sarebbero allora semplici manifestazioni di artisticità, e come tali sottoposte a consumo ed usura. Naturalmente Pareyson (come è chiarito dal contesto del suo pensiero estetico) non pensa a definire pure operazioni di artisticità quelle opere d'arte che, in base a una poetica o alla tendenza generale di un periodo storico, tendano intenzionalmente a fini eteronomi (pedagogici, politici o utilitaristici): in questi casi si ha arte nella misura in cui l'artista risolve questo proposito in progetto formativo inherente all'opera; e l'opera, pur tendendo a qualcosa d'altro, si specifica anche come un formare inteso a se stesso.

<sup>5</sup> R. EGENTER, *Kitsch und Christenleben*, Ettal, 1950 (cit. da Giesz).

<sup>6</sup> CLEMENT GREENBERG, *Avant-garde and Kitsch*, ora nell'antologia *Mass culture*, cit.

<sup>7</sup> È questa la tematica della “morte dell'arte”, di cui abbiamo detto nel saggio *Due ipotesi sulla morte dell'arte*, in “Il Verri”. 8-1963. Qui si vede ora come anche il fenomeno dell'eccedenza della poetica sull'opera si leghi dialetticamente ai fenomeni della cultura di massa e dell'industria culturale, all'interno di una stessa situazione storico-antropologica.

<sup>8</sup> Nel *Salon del 1859* Baudelaire manifesta una notevole irritazione verso la pretesa, da parte della fotografia, di sostituirsi all'arte, ed esorta i fotografi a volersi occupare della registrazione utilitaria d'immagini anziché voler usurpare il dominio dell'immaginario. Ma è l'arte che esorta l'industria a non invaderle il campo, o l'industria che sta spingendo l'arte a individuarsi altri campi? Su Baudelaire come esempio tipico di un artista in cui si stanno agitando le contraddizioni della nuova situazione, si veda il saggio *Baudelaire e Parigi* in WALTER BENJAMIN, *Angelus Novus*, Einaudi, 1962.

<sup>9</sup> Cfr. GERHARD D. WIEBE, *Culture d'élite et communications de masse*, in “Communications” n. 3. Wiebe propone di distinguere le caratteristiche dell'arte e quelle della comunicazione di massa, anche se sovente in un solo prodotto appaiono unite, per elaborare un più rigoroso metodo d'indagine. Salvo che poi la nozione che elabora di funzione dei mezzi di massa, appare passabilmente “integrità”: “Sarei tentato di fare l'ipotesi che i programmi di televisione popolare assolvano a una *funzione regolatrice* psicologica e sociale, vale a dire che tendano a mantenere l'equilibrio in un ambiente che è più turbolento di quanto pensiamo... La gente non passerebbe tanto tempo davanti a questi programmi se essi non soddisfacessero certi bisogni, non raddrizzassero certe distorsioni, non soddisfacessero certi desideri.” Definite queste funzioni ottime della comunicazione, certo che diventa assai facile giudicare con criteri rigorosi della bontà e artisticità di un prodotto. Il che significa che l'ideologia degli “integrità” può essere altrettanto generica di quella degli “apocalittici” –

salvo esser priva di coscienza problematica.

<sup>10</sup> Cfr. *Against the American Grain*, cit., pag. 40-43.

<sup>11</sup> “... come se i beni culturali non si mutassero in elemento negativo proprio per il fatto che vengono appositamente ‘coltivati’” (T. W. ADORNO, *Il carattere di feticcio in musica e il regresso dell’ascolto*, in *Dissonanze*, Milano, Feltrinelli, 1959, pag. 15).

<sup>12</sup> Cfr. saggio citato.

<sup>13</sup> Per una nozione di opera d’arte come “sistema di strati” cfr. RENÉ WELLEK, e AUSTIN WARREN, *Teoria della letteratura e metodologia dello studio letterario*, Bologna, Il Mulino, 1956, in particolare il cap. XII, dovuto esplicitamente a Wellek; il quale poi notoriamente si rifà alle esperienze del circolo linguistico di Praga. Annotazione importante, dato che più avanti riprenderemo l’indagine rifacendoci appunto alle posizioni di Roman Jakobson.

<sup>14</sup> Per la nozione di “modo di formare” ci rifacciamo alla *Estetica* di Luigi Pareyson. Per le osservazioni che seguono, rimandiamo in particolare alla ricca fenomenologia che Pareyson svolge (nel capitolo *Compiutezza dell’opera d’arte*) sui rapporti tra le parti di un’opera e il tutto; e al capitolo *Esemplarità dell’opera d’arte*, per la possibilità, tipica dell’opera d’arte, di generare imitazione, scuole, norme e modi operativi.

<sup>15</sup> Per l’analisi che segue rimandiamo al capitolo *Apertura e teoria dell’informazione* del nostro *Opera aperta* (cit.). Ma gli elementi di una teoria dell’informazione, a cui si farà ricorso, vengono qui integrati nell’ambito di una teoria della comunicazione. Questa accentuazione era presente anche nel nostro testo precedente, ma qui si intende renderla più esplicita, dato che in quella sede si tendeva a parlare genericamente di teoria dell’informazione conglobandovi anche una teoria della comunicazione. La teoria dell’informazione è applicabile a una definizione di messaggio abbastanza ampia, che comprende anche i fenomeni del mondo fisico. In tal senso può stabilire con mezzi puramente oggettivi la quantità di informazione offerta da un messaggio considerato come struttura autosufficiente. Nel momento in cui questo messaggio si compone di elementi che costituiscono simboli comunicativi impiegati tra gruppi umani, allora è impossibile stabilire sia la natura del messaggio che il codice su cui esso riposa senza far riferimento ad elementi estranei al messaggio, quali *chi emette e chi riceve*. Questo si intendeva nel primo volume sottolineando il potenziale di informazione diverso costituito da un messaggio di auguri natalizio a seconda che ci provenisse da un amico o dal presidente del consiglio dei ministri dell’URSS (dove la ricezione di un dato numero di bit, informazionalmente deducibili in base a un normale codice Morse, valido oggettivamente in ogni circostanza, e quindi traducibili elettronicamente in termini di unità fisiche, viene invece storizzata e situazionalizzata, in quanto deve essere valutata sulla scorta del sistema di assunzioni con cui il ricevitore decodifica il messaggio). Inoltre, l’insistere sulla teoria della comunicazione ci permette di riportare le stesse analisi informazionali alle ricerche strutturalistiche d’ordine linguistico. Ci rifacciamo infatti per tutta l’analisi che segue, agli studi di ROMAN JAKOBSON, e in particolare all’antologia di scritti (apparsi originariamente in varie lingue) curata da Nicolas Ruwet con il titolo *Essais de linguistique générale*, Paris, Editions de Minuit, 1963.

<sup>16</sup> Si intende naturalmente “lingua” nell’accezione saussuriana come “un prodotto sociale della facoltà del linguaggio e un insieme di convenzioni necessarie, adottate dal corpo sociale per permettere l’esercizio di questa facoltà tra gli individui” (*Cours de linguistique générale*). “In McKay la parola chiave della teoria della comunicazione è la nozione di possibilità preordinate: la linguistica dice la stessa cosa... Oggi, grazie alla trattazione dei problemi di codificazione fatta dalla teoria della comunicazione, la dicotomia saussuriana tra lingua e parola può ricevere una nuova formulazione, molto più precisa, che gli conferisce un nuovo valore operativo. Reciprocamente nella linguistica moderna la teoria della comunicazione può trovare delle informazioni assai ricche sulla struttura stratificata, dagli aspetti multipli e complessi, del codice linguistico” (Jakobson, o. c., pag. 90, e in genere il capitolo V).

<sup>17</sup> O. c., pag. 47

<sup>18</sup> O. c., pag. 48-49. Qui tuttavia Jakobson ci pare distinguere troppo nettamente l’ordine della selezione – come riferimento al codice, e quindi ai riferimenti semantici del messaggio – dall’ordine della combinazione — come riferimento al contesto, e quindi alla struttura sintattica del messaggio. Evidentemente anche la struttura sintattica obbedisce a una serie di prescrizioni dovute al codice, e queste prescrizioni determinano un arrangiamento sintattico tale da conferire un luogo preciso ai vari termini selezionati: dunque anche il riferimento al contesto implica un riferimento al codice, e il riferimento alla struttura sintattica aiuta la comprensione semantica.

<sup>19</sup> O. c., pag. 91

<sup>20</sup> Le nozioni di codice e decodificazione sono applicabili (si è detto) anche a comunicazioni d’ordine non linguistico, ad esempio a un messaggio visivo o a un messaggio musicale in quanto organizzazione di stimoli percettivi. Di tali messaggi è tuttavia possibile una decodificazione a livello semantico? Il caso è semplice quando si tratti di pittura figurativa o comunque, simbolica (dove esistono riferimenti semantici d’ordine imitativo, o dovuti a convenzioni iconologiche; anche se meno cogente del sistema linguistico, può esistere un codice interpretativo basato su una tradizione culturale, in cui persino un colore assume un riferimento preciso); quanto alla musica, CLAUDE LÉVI-STRAUSS (Georges Charbonnier, *Entretiens avec C.L.S.*, Paris, Plon-Juillard, 1961) ne parla come sistema significativo in quanto si rifà a una grammatica (la grammatica tonale o quella dodecafonica); ma a proposito della musica seriale egli si rende conto che la nozione di sistema di significati non tiene più: ed elabora l’ipotesi che qui si attuino regole prosodiche e non regole linguistiche: “poiché l’essenza delle regole linguistiche è che, con suoni in se stessi arbitrari, noi perveniamo a differenziare delle significazioni, e questi suoni si trovano integrati in un sistema di opposizioni binarie...” Ora, nella musica seriale “la nozione di opposizione sussiste, ma non l’articolazione delle opposizioni in sistema. In questo senso il codice mi sembra più espressivo che semantico.” (pag. 127-128). L’obiezione di Lévi-Strauss è importante; e si rivolge anche all’arte astratta. Salvo che tocca persino la musica tonale: la quale si regge su un codice grammaticale peraltro privo di dimensione semantica – come si sa bene da Hanslick in avanti, salvo accettare gli ideali di una musica descrittiva. Come vedremo alla nota seguente, l’equivoco consiste nell’associare troppo strettamente funzione poetica e funzione semantica.

<sup>21</sup> Jakobson, cit., pag. 30. Qui si chiariscono le obiezioni proposte nella nota 20. La caratteristica del messaggio poetico è di avere una ambiguità di struttura che, stimolando interpretazioni multiple, obbliga a fissare l’attenzione sulla propria struttura. Il messaggio può comunicare dei significati precisi, ma la prima comunicazione che attua riguarda se stesso. Quindi il fatto di non costituirsi in sistema semantico preciso, non toglie validità a una determinata forma d’arte, come la musica (in generale) o la musica seriale, o la pittura astratta (e, naturalmente, informale). Anche quando possiede una dimensione semantica, il messaggio poetico ci invita a verificare l’efficacia della significazione come fondata sulla struttura sintattica del contesto. Ora si può dare il caso di messaggi in cui i riferimenti semantici

siano apertissimi e imprecisi, mentre la struttura sintattica è assai precisa: tale un quadro di Pollock, ad esempio. Che poi, nell'ambito di una data cultura, anche opere del genere consentano, attraverso una tradizione interpretativa, di conferire una certa validità semantica ai segni implicati – questo è possibile. In *Opera aperta*, nel capitolo *L'informale come opera aperta*, si è citato un protocollo di lettura in cui Audiberti, interpretando i quadri di Camille Bryen, conferisce valore semantico a un sistema di segni di cui emerge anzitutto la relazione sintattica, il rapporto strutturale.

Ma il più delle volte l'efficacia semantica di tali messaggi è data proprio dal valore di conoscenza che si suole conferire al sistema di relazioni contestuali. In architettura, per esempio, si parla di valore semantico di un edificio non solo per il riferimento dei suoi singoli elementi (finestre, tetto, scale, ecc.) a precise funzioni utilitaristiche, ma proprio per la natura simbolica che il contesto generale assume per il fatto di articolarsi strutturalmente in un certo modo, e di relazionarsi al contesto urbanistico (cfr. ad esempio GILLO DORFLES in *Simbolo, comunicazione, consumo*, Torino, Einaudi, 1962, capitolo V, *Valori comunicativi e simbolici nell'architettura, nel disegno industriale e nella pubblicità*). Ma così avviene anche per modi di formare musicali, che acquistano a tal punto valore di riferimento preciso a situazioni ideologiche, da poter essere usati con funzione semantica. E avviene in pittura, dove anche uno stile può acquistare (in base a un processo interpretativo acquisito dalla tradizione) valore significativo quasi convenzionalizzato: e così si può vedere che un grafico disposto a porre (ed è stato fatto) un quadro di Mondrian come illustrazione sulla copertina di un libro di Robbe-Grillet, non oserebbe mai contrassegnare con un quadro analogo un volume di Becket. Naturalmente in tutti questi casi il rapporto significante-significato non è preciso come nel linguaggio parlato; ma questo rapporto è secondario rispetto alla definizione di messaggio poetico, e viene a esser messo in crisi anche nella strutturazione di un messaggio linguistico a fini poetici. Nel messaggio poetico la strutturazione dei segni può tendere a coordinare non solo un ordine di significanti, ma anche un ordine di emozioni, o di pure percezioni, come avviene nelle arti decorative e – appunto – nella musica. Più spesso, i veri significati dei significanti sono i problemi di strutturazione dei significanti. Quindi quando Lévi-Strauss accusa la pittura astratta perché “vi manca, ai miei occhi, l'attributo essenziale dell'opera d'arte che è di apportare una realtà d'ordine semantico”, restringe semplicemente la nozione d'arte a un tipo di arte, o si rifiuta di riconoscere che, nel messaggio poetico, la nozione di semanticità va articolata in modo diverso.

Proprio per sfuggire a questo impasse A. A. MOLES ha sviluppato una distinzione – tra aspetto semantico ed aspetto estetico del messaggio – quest'ultimo legato alla strutturazione dei materiali, cfr. *Théorie de l'information et perception esthétique*, Paris, Flammarion, 1958; e il saggio *L'analyse des structures du message poétique aux différents niveaux de la sensibilité*, nella raccolta (Autori Vari) *Poetics*, Gravenhage, Mouton & Co., 1961, pag. 811 sgg.

<sup>22</sup> Jakobson, cit., pag. 218. Questo non vuol dire che i significanti (quando vi siano) non contino. Anzi, il messaggio poetico ci porta così efficacemente a problematizzare i significanti a cui rimanda, che siamo costretti a tornare da questi al messaggio per individuare, nelle modalità di significazione, la radice della loro problematicità. Posto che i significanti esistessero prima (un poema che narri gli avvenimenti delle guerre puniche) il messaggio poetico ci aiuta a vederli in una luce nuova e più ricca, e in tal senso riveste funzione di conoscenza.

<sup>23</sup> EMILIO GARRONI, in *La crisi semantica delle arti*, Roma, Officina Edizioni, 1964, muove ampie e acutissime obiezioni alle tesi da noi esposte in *Opera aperta* circa la nozione di informazione. In quella sede era posta l'informazione come l'opposto del significato univoco, e dunque come una ricchezza di significanti possibili; si era definita l'opera d'arte (non solo quella contemporanea, che mira particolarmente a realizzare il valore informazione, ma ogni opera d'arte in generale) come un messaggio che stimola (e coordina) una infinità di significanti, e si pone quindi come sorgente d'informazione. Garroni osserva che i teorici dell'informazione, quando elaborano la nozione di informazione come possibilità di messaggi, si riferiscono (in termini di organizzazione della comunicazione) alla sorgente dei messaggi, non alla struttura del messaggio singolo. L'obiezione è valida, e forse in *Opera aperta* la distinzione non era sottolineata abbastanza; ma la risposta all'obiezione di Garroni è contenuta nella sua stessa argomentazione. Infatti la particolarità del messaggio poetico – che lo rende diverso dal messaggio comune – è quella di *essere strutturato come un messaggio ma di costituire in realtà una sorgente di messaggi*. Situazione paradossale, certo, ma è il paradosso stesso dell'arte, che ha spinto per secoli a cercare di definirne la natura, irreducibile ai parametri della comunicazione comune. Quando Jakobson parla dell'ambiguità del messaggio poetico dice proprio questo. E quando noi, in *Opera aperta*, ci diffondevamo sulla dialettica tra forma e apertura, volevamo definire la situazione che si stabilisce quando si ha un messaggio che, per la sua ambiguità, si fa aperto, e quindi sorgente di messaggi; e tuttavia, per la sua struttura, tende continuamente a coordinare le decodificazioni rese possibili dalla sua ambiguità; e si pone appunto come una forma che mentre suscita interpretazioni diverse, tuttavia le controlla e le verifica. In termini strutturalistici Wellek (o. c., pag. 203) parlava appunto dell'opera d'arte come *struttura di determinazione* che controlla e coordina le mie interpretazioni. Jakobson, analizzando alcuni brani shakespeariani, nel capitolo XI dell'o. c. (*Linguistica e poetica*) ci dà esempi assolutamente ammirevoli di come si possa organizzare l'analisi di un messaggio mettendone in luce le caratteristiche strutturali oggettive e lasciando scorgere come in virtù di queste caratteristiche si generi, insieme al delinearsi di una struttura di determinazione, la libertà sollecitata dall'ambiguità della struttura, e quindi la serie delle letture possibili. Certo che la nozione di un *messaggio-sorgente di messaggi* contraddice l'identificazione tra arte e semanticità che Garroni sembra accettare negli stessi termini di Lévi-Strauss.

<sup>24</sup> Peraltro, prima degli strutturalisti di Praga, i formalisti russi avevano già elaborato i presupposti della posizione (cfr. V. ERLICH, *The Russian Formalism*, The Hague, Mouton & Co., 1955 – di prossima traduzione in Italia).

<sup>25</sup> Cfr. L. PAREYSON, *Estetica, capitolo VIII (Lettura, interpretazione e critica dell'opera d'arte)*.

<sup>26</sup> Cfr. *Opera aperta*, cit.

<sup>27</sup> Cfr. in particolare la posizione di ROLAND BARTHES (*Litterature et signification*, in “Tel Quel”, 16-1964 e la prefazione di *Pour Racine*, Paris, Seuil, 1963).

<sup>28</sup> È il sistema di tensioni inappagate, non seguite dalla soluzione, attendibile secondo le abitudini acquisite, che Jakobson indica come *attese frustrate*, e di cui abbiamo parlato in *Opera aperta* riferendoci alla rottura dei sistemi probabilistici. Il problema delle attese frustrate è ripreso negli stessi termini da chi applica strumenti informazionali ai procedimenti percettivi. Si vedano ad esempio le ricerche di Piaget e di Ombredane (di cui ci siamo occupati più diffusamente nell'edizione francese di *Opera aperta*, di prossima apparizione presso le Editions du Seuil).

<sup>29</sup> Cfr. in *Opera aperta* il capitolo *Analisi del linguaggio poetico*.

<sup>30</sup> Per una problematica del consumo rimandiamo alle varie ricerche di Gillo Dorfles, già citate.

<sup>31</sup> è la differenza che Jakobson pone tra *modello di verso* e *eSEMPIO di verso*, il primo essendo il verso concepito dall'autore come sistema delle possibili dizioni (e delle possibili accentuazioni emotive); dello stesso ordine è, sempre in Jakobson, l'affermazione che la rima implichi una relazione semantica tra le unità che lega (c. c., pag. 232-233). È sempre il problema di un rapporto tra il sistema dei significati e il sistema dei materiali, e della loro unità. Nel messaggio linguistico il codice prevede, a livello fonologico, anche l'organizzazione di elementi che precedono le unità semantiche; in altre arti si accentua la differenza tra la codificabilità di un livello semantico e la libertà di un livello espressivo (siamo ancora alla definizione proposta da Moles tra aspetto semantico ed estetico). Carlo Barghini (*Natura dei segni fisiognomici*, in "Nuova Corrente", 31, 1963) propone di indicare questi elementi espressivi come "segni fisiognomici" e si chiede se anch'essi non possano essere ridotti a un repertorio istituzionale e quindi definiti intersoggettivamente.

<sup>32</sup> Si veda in *Opera aperta*, nel capitolo *Apertura e teoria dell'informazione*, l'esempio di decodificazione di un verso del Petrarca.

<sup>33</sup> Cfr. il nostro scritto *Di foto fatte sui muri*, in "Il Verri" n. 4-1961; e l'introduzione al volume *I colori del ferro*, Genova, Italsider, 1963. Sulla problematica semantica del *ready made* cfr. Claude Lévi-Strauss negli *Entretiens* citati: l'oggetto sottratto al suo contesto abituale e inserito in un altro contesto provoca una "fissione semantica"; un rapporto consueto tra un significante e il suo significato viene fatto esplodere. "Ma questa fissione semantica permette una fusione, perché il fatto di aver messo a contatto questo oggetto con altri fa apparire in esso certe proprietà strutturali che esso aveva già... delle proprietà che in esso dunque erano latenti".

<sup>34</sup> Si pensi a un film come *Rapina a mano armata* di Stanley Kubrick: la costruzione di una vicenda per segmenti che riproducono eventi svolgentesi tutti nello stesso istante (il complesso generale degli eventi essendo visto da tutti questi punti di vista) non è originale: la si ritrova nel capitolo joyciano dei *Wandering rocks*, nello *Ulysses*. Kubrick riceve lo stilema quando ormai è stato parzialmente acquisito dalla sensibilità colta, e quando già la letteratura lo aveva probabilmente mutuato da tecniche cinematografiche (il montaggio alla Griffith ne era già una anticipazione): divulgava un modo di vedere le cose a livello popolare, abituava il pubblico ad accettare lo stilema come mezzo espressivo consueto, piega un modo di formare alle esigenze di un prodotto di consumo, ma rende in tal modo il prodotto di consumo così strutturato, necessario in ogni suo aspetto, da farlo distinguere fra tutti gli altri film sul gangsterismo: e fa un'opera d'arte che ha tutte le caratteristiche del messaggio poetico, dato che ormai la si va a rivedere non per sapere come vada a finire la storia, ma per compiacersi delle proprietà strutturali della comunicazione.

<sup>35</sup> Benché non occorra dimenticare che le grandi opere d'arte sono rimaste spesso memorabili malgrado e a causa delle loro imperfezioni, per certe instabilità di struttura dovute alla eccitazione della scoperta, alla invadenza di un nucleo centrale sul quale si appuntavano tutte le energie dell'autore, sostenendolo poi con elementi non altrettanto validi. Mentre quanto più l'opera assolve a tutte le condizioni dell'equilibrio, tanto più è destinata ad apparire come esercitazione corretta, coperta da ogni rischio; e dunque, ancora una volta, semplice bene di consumo.

<sup>36</sup> Si obietterà che il descrivere fisicamente i personaggi in modo da attirare il lettore nei loro confronti, non è tipico soltanto di una produzione di massa. Così era usa fare la grande tradizione narrativa dell'ottocento. E infatti non ci pare, lo si è detto, che si debba polemizzare con un'arte che mira a produrre effetti, ma con la genericità e fungibilità dell'effetto. La Marianna di Salgàri, descritta così a lungo, e così genericamente appetibile, è priva di personalità. Le sue caratteristiche si adatterebbero a qualsiasi fanciulla. Anche Balzac sembra descrivere i personaggi come Salgàri (volto, occhi, labbra, ecc.) ma in realtà li descrive come Proust (anche se potrebbero essere apprezzati persino dai lettori di Salgàri). Quando Balzac ci svela il volto del colonnello Chabert, il racconto a lui dedicato è già iniziato da una trentina di pagine, e tutto ha concorso a definire in precedenza il senso psicologico di ciascuno di quei tratti fisiognomici – a parte il fatto che nella descrizione del volto del vecchio soldato non v'è una espressione che si possa applicare ad altri volti. Ne nasce certo un effetto, ma subito problematizzato dal resto della pagina.

<sup>37</sup> Mentre tali stilemi hanno già una storia: "... guardavo la tua gola di statua – le labbra carnose, gioiose, color di fragola, – gli orecchi sottili, cosparsi – di quella tenuissima lanosità – che imbianca le pesche mature" (GUIDO DA VERONA, *Il libro del mio sogno errante*). O ancora: "Angelica, ancora appoggiata, rideva, mostrando tutti i denti di lupatta... Quella possibilità di stupro la turbava; la bella gola palpitava" (Lampedusa); "quel tuo riso, quel tuo riso – aspro come un singhiozzo di piacere – nel quale vedeva brillare di saliva limpida – l'orlo dei tuoi minutissimi – denti d'animale da preda" (Da Verona).

<sup>38</sup> Un Kitsch che utilizza i residuati dell'arte e un'arte d'avanguardia che utilizza i residuati del Kitsch...

L'analisi di entrambi i modi operativi potrebbe essere utilmente condotta sulla scorta della nozione di "bricolage" proposta da Lévi-Strauss ne *La pensée sauvage*. Avanguardia e Kitsch parrebbero allora impegnate in un *bricolage* reciproco dei quali però l'uno è dichiarato, e aspira a scoprire nuove dimensioni dei fatti, l'altro è tacito e presentato come invenzione. Così l'arte, accettando di *bricoler*, cerca di uscire da una situazione in cui tutto pare già detto; il Kitsch, fingendo l'operazione *dell'ingénieur*, che interroga l'universo per "se situeur au delà", è invece una scienza dell'imitazione dell'arte e riconferma la falsità di una situazione dove tutto è veramente già detto.

## LETTURA DI "STEVE CANYON"

<sup>1</sup> Per una prima analisi di questa pagina cfr. i suggerimenti di S. BECKER, *Comic Art in America*, cit.

<sup>2</sup> Si potrebbe osservare che "semantica del fumetto" è termine puramente metaforico, dato che il fumetto fa uso del linguaggio comune, e in termini di linguaggio comune vanno analizzati i riferimenti dei vari segni. Ma, anzitutto, il fumetto impiega come *significanti* non solo termini linguistici ma anche, come abbiamo visto, elementi iconografici forniti di significato univoco. In secondo luogo, dal momento che appaiono rinchiusi nel *balloon*, i termini del linguaggio comune assumono significati che spesso sono validi solo nell'ambito del codice del fumetto. In tal senso, dunque, il *balloon*, più che elemento convenzionale appartenente a un repertorio di segni, sarebbe un *elemento di metalinguaggio*, meglio ancora una sorta di segnale preliminare che impone, per la decifrazione dei segni contenuti all'interno, il riferimento a un determinato codice.

<sup>3</sup> Sull'efficacia comunicativa di questo continuum virtuale, si è soffermata EVELYN SULLEROT analizzando la struttura del fotoromanzo. In una inchiesta sulle capacità di memorizzazione di un fotoromanzo, è stato rilevato come le lettrici sottoposte al test ricordassero varie scene che di fatto non esistevano sulla pagina, ma risultavano sottintese dalla giustapposizione di due fotografie. La Sullerot riporta una sequenza composta di due inquadrature (plotone d'esecuzione che spara, condannato ormai a terra) riferendo sulle

quali i soggetti hanno parlato a lungo di una terza immagine (condannato mentre sta cadendo). La Sullerot suggerisce una analogia tra questo procedimento ellittico e quello della comunicazione telegrafica; analogia che può essere definita in termini rigorosamente informazionali, come eliminazione programmatica delle ridondanze. In tal senso la tecnica del fumetto dovrebbe permettere un messaggio ad alta capacità informativa. Di fatto però questa tecnica rimanda a un codice talmente preciso, le ridondanze sono eliminate in punti dove la prevedibilità del messaggio è talmente scontata, da fornire in definitiva un significato assai attendibile, e quindi una informazione ridotta. In altri termini il messaggio appare a ridondanza ridotta per quanto riguarda la struttura interna (e quindi sarebbe dotato di un certo potenziale informativo dal punto di vista di una analisi matematica dell'informazione) ma appare banale dal punto di vista comunicativo (rapporto tra struttura del messaggio e conoscenze già in possesso del ricevitore): è insomma come un telegramma che comunichi (eliminando ogni ridondanza) che Natale cadrà il 25 dicembre. Il fatto che tra il plotone d'esecuzione che spara e l'uomo caduto venga sottintesa l'immagine dell'uomo che sta cadendo, obbliga di fatto il ricevitore a ricavare una certa informazione dalla sequenza, ma l'informazione era, tra tutte, la più prevedibile e la diminuzione di ridondanza non ha eccitato nel ricevitore alcuna tendenza alla scoperta. Eliminare dalla proposizione interrogativa "Vuoi tu la mela?" il pronomine "tu", rappresentava un tempo una riduzione di ridondanza. Ma l'uso ha fatto sì che questa eliminazione sia ormai, in italiano, contemplata dal codice linguistico.

Evelyn Sullerot analizza pure una serie di riferimenti al linguaggio cinematografico, grazie ai quali il fotoromanzo in una sola inquadratura riesce a suggerire tutta una serie di stati d'animo, un mood, un insieme di conclusioni implicite, – proprie per il fatto che, secondo un codice cinematografico, tali inquadrature hanno ormai un valore pressoché fissato, e funzionano come messaggio univoco. Cfr. *Il fotoromanzo, mercato comune latino dell'immagine*, in "Almanacco Bompiani 1963 - Civiltà dell'immagine" e *La presse féminine*, Paris, Colin, 1963, dove sono dati vari esempi di inquadrature in cui il taglio, o la composizione iconografica, assumono il valore di messaggio preciso.

<sup>4</sup> Sulla meccanica dell'iterazione ci diffondiamo ne *Il mito di Superman* e *Il mondo di Charlie Brown*. Sul fumetto come *lumpen-cultura*, inteso come continuum addizionale senza vero e proprio svolgimento di vicenda, V. ROBERT WARSHOW, *Woofed with Dreams*, in *The Funnies – An American Idiom*, The Free Press of Glencoe, 1963.

<sup>5</sup> Sulla differenza tra "stereotipo" (luogo comune, "topos") e "tipo", cfr. il saggio *L'uso pratico del personaggio*.

<sup>6</sup> Cfr. il saggio *Il mito di Superman*.

<sup>7</sup> Cfr. quanto sarà detto in seguito circa il personaggio di Li'l Abner, le storie di Pogo, e il saggio *Il mondo di Charlie Brown*.

<sup>8</sup> Un altro caso è l'utilizzazione del linguaggio joyciano attuata da Walter Kelly in *Pogo*. Cfr. REUEL DENNEY, *The Revolt Against Naturalism in the Funnies*, in *The Funnies*, cit., in particolare pag. 67 e seg.

<sup>9</sup> Si dice appunto discriminazioni. Secondo, un certo atteggiamento aristocratico (di cui il saggio di Mac Donald, già citato, costituisce un esempio) ogni trasmissione di stilemi da un livello di avanscoperta a un livello di consumo è fatalmente negativa.

<sup>10</sup> Sulla incapacità dei mass media di esprimere ciò che non sia già ovvio e acquisito, si è già detto nel saggio *Cultura di massa e livelli di cultura*. Le riflessioni fatte sopra sulle strutture comunicative del messaggio "fumetto" (e i rilievi circa una ridondanza che, eliminata per un verso, si ristabilisce peraltro ad altri livelli – come si è detto nella nota 3) sembrano dar ragione a chi lega la funzione conservatrice dei mass media alla struttura comunicativa che essi assumono: "La ridondanza e gli automatismi di funzionamento e d'uso del sistema linguistico, hanno sempre caratterizzato il livello comunicativo comune, ma oggi essi acquistano una rilevanza quantitativa maggiore. Infatti, la moltiplicazione dei prodotti culturali medi (encyclopedie, reader's digest, stampa a fumetti e a rotocalco, trasmissioni radiofoniche e televisive, etc.) che operano una riduzione semantica del segno alla misura della divulgazione nozionistica, la larga diffusione dei prodotti industriali di consumo, indissolubilmente legati in un rapporto magico alle loro denominazioni, che vengono con ciò desemantizzate per identificarsi, tramite l'opera della pubblicità, con gli attributi degli oggetti stessi, la comunicazione visiva (cinema, televisione, fumetti, cartellonistica, segnaletica) che crea un tipo di rapporto necessitante tra segno linguistico e immagine della realtà effettuale, etc., impongono al parlante, soprattutto sul piano semantico e sintattico, modelli standardizzati di comunicazione per cui la consapevolezza dell'arbitrarietà segnica, nei riguardi dell'oggetto, e delle possibilità espressive insite nel sistema viene sempre più ridotta a vantaggio di un tipo di comunicazione imposto con l'imposizione di un certo tipo di politica culturale, di produzione, di consumi, etc." (Luigi Rosiello, *La funzione linguistica del messaggio poetico*, in "Nuova Corrente", 31, 1963).

<sup>11</sup> Proprio perché il problema in realtà si frantuma in una serie di casi concreti, si rende necessaria, come tappa preliminare, una analisi dei contenuti ideologici del fumetto. Cfr. ad esempio quella condotta sulla *little Orphan Annie* da Lyle W. Shannon (cit.), o sui fotoromanzi da E. Sullerot; o ancora l'analisi tematica (a livello statistico) di FRANCIS E. BARCUS, *The World of Sunday Comics*, in *The Funnies*, cit. L'analisi dei contenuti risulta però incompleta se non viene commisurata a una analisi delle strutture formali, appunto per determinare la dipendenza di una opzione ideologica da una data soluzione stilistica, o per rilevare come una soluzione stilistica tolga rilievo (o muti radicalmente fisionomia) a una data opzione ideologica.

<sup>12</sup> D'altra parte ci pare sia estremamente parziale vedere nella struttura comunicativa dei fumetti una sequenza di stimoli valutabili in astratto, non solo prescindendo dai soggetti specifici, ma anche dai contenuti espressi mediante quelle strutture. In campo filmologico, ad esempio, è stato assodato che, vedendo sullo schermo qualcuno che dà un pugno, lo spettatore prova certe reazioni istintive ineliminabili. Ma questo è solo un dato di partenza: c'è da domandarsi in che misura il mio comportamento sia influenzato dal sapere *chi è che riceve il pugno*. È sospettabile che, quale che sia la reazione istintiva, la risposta globale del ricevitore muti a seconda che a ricevere il pugno sia un fanciullo indifeso, un sacerdote, un fellone, un avversario politico. "Siamo inclini a pensare che la ricerca empirica veda lo stimolo altrettanto privo di contenuto quanto uno stimolo di colore in un laboratorio psicologico. Riteniamo che lo stimolo nella cultura popolare sia esso stesso un fenomeno storico, e che la relazione tra stimolo e risposta sia essa stessa preformata e prestrutturata dal destino storico e sociale dello stimolo e del rispondente" (LEO LOWENTHAL, *Historical perspectives in popular culture*, in *Mass Culture*, cit.).

<sup>13</sup> Quando apparve in italiano, sul settimanale "L'avventura" (25 dicembre 1947), la prima puntata di Steve Canyon terminava quattro inquadrature prima. L'effetto di tensione risultava nullo.

<sup>14</sup> Ecco così un prodotto di massa che sfugge a quella legge della ridondanza indicata da Rosiello e che presenta, sia pure a livello minimo, la caratteristica fondamentale del messaggio poetico; e cioè quella di eleggere a oggetto primario del discorso la sua stessa struttura.

<sup>15</sup> È sintomatico che nella citata edizione italiana di *Steve Canyon*, non si capisca affatto che Steve è aviatore: nella traduzione vanno infatti perduti gli accenni alla sua attività, che nell'originale è tradita da due espressioni in slang.

<sup>16</sup> Cfr. il saggio *La strategia del desiderio*.

<sup>17</sup> È l'equivoco, assai comodo, che grava ad esempio su una politica televisiva che persegua il soddisfacimento delle esigenze di un pubblico medio; mentre di fatto persegue un progetto di imposizione delle esigenze (come facciamo notare nel saggio sulla televisione).

<sup>18</sup> Anche se non ci paiono completamente accettabili le critiche mosse al gruppo di studiosi che servono di pretesto agli autori, concordiamo con la polemica di PIERRE BOURDIEU e JEAN-CLAUDE PASSERON, *Sociologues des Mythologies et mythologies des sociologues*, in "Les Temps Modernes", dicembre 1963. Attaccando i critici apocalittici della cultura di massa (salvo che vengano scelti come rappresentanti di questa tendenza studiosi che invece per vari aspetti ci paiono sfuggire a questo difetto – in altri termini, Bourdieu e Passeron fanno male a prendersela coi loro colleghi francesi, lo spirito apocalittico ha dei rappresentanti ben più tipici e radicali) gli autori affermano: "L'oggetto per eccellenza di questa sociologia fantastica è, più che le 'masse', o i mass media, la 'massificazione', vale a dire ciò che fa sì che le masse diventino masse, o meglio ciò che fa sì che le masse sian masse: in effetti la massificazione è in definitiva automassificazione, il divenire-massa non essendo altro che il processo storico per il quale esse realizzano la loro essenza. In breve, ciò che è descritto non sono delle cose che si fanno, né i meccanismi e gli agenti che le fanno, ma una logica fantasmagorica che autorizza tutti gli scivolamenti e i capovolgimenti... Così per esempio il 'fenomeno Soraya' non è Soraya, non è il sistema d'organizzazione che produce la letteratura su Soraya, coi suoi mezzi, le sue funzioni e le sue intenzioni reali, non sono le tecniche di trasmissione dell'informazione su Soraya, tra cui la semplice conversazione non è la meno importante, non è la ricezione differenziata dell'immagine di Soraya e le forme diverse che riveste questa immagine secondo i pubblici, è il *mito autonomizzato* di Soraya che si presta al trattamento mistificatorio. Prendere per modello sia le intenzioni implicite che esplicite degli autori dei messaggi, i modelli coscienti e incoscienti che dirigono le loro scelte tecniche, estetiche o etiche, le attese e le attitudini di coloro che ricevono i messaggi, le modalità reali della loro percezione, la loro fascinazione o il loro distacco, questo rappresenterebbe il buon senso. Ma sarebbe anche ridurre a un volgare oggetto di scienza un pretesto provvidenziale per prestidigitazioni profetiche." Tuttavia, dove l'accusa diventa ingiusta, è quando tenta di coinvolgere in questa condanna anche l'analisi strutturale di un messaggio: per comprendere certe intenzioni operative che – è stato detto – possono essere inconscie, per capire a quali modelli si rifacciano gli autori dei messaggi, sovente, assai più utili di una goffa psicoanalisi degli autori, o un lavoro su documenti esplicativi di dubbia attendibilità, può essere assai più rivelatrice l'analisi strutturale del messaggio. Salvo che, come si dirà più avanti, essa deve essere integrata da quelle ricerche sulle modalità concrete di ricezione, che Bourdieu e Passeron giustamente pongono in primo piano; manifestando la persuasione che le "masse" siano più autonome e meno "massificate" di quanto si creda, e siano in definitiva capaci di capire da sole la portata e i limiti dei messaggi che ricevono.

<sup>19</sup> Un tentativo di porci dal punto di vista dell'Indiano, senza attribuire al mezzo di massa una efficacia monolitica, una apocalittica indiscutibilità, abbiamo fatto nel saggio su *La canzone di consumo*.

<sup>20</sup> Cfr. Luigi Pareyson nel saggio *I teorici dell'Ersatz* (in "De Homine", 5-6, 1963).

<sup>21</sup> Tra le più recenti (e più stimolanti), circa gli schemi di reazione di pubblici differenziati di fronte a un film (non all'immagine filmica isolata, ma al film come intreccio) citeremo la ricerca di Leonardo Ancona, *Il film come elemento nella dinamica dell'aggressività*, in "Ikon", aprile 1963 (e in genere tutte le ricerche apparse in questa rivista, anche nella sua forma precedente di "Revue internationale de filmologie"). Per il campo specifico dei fumetti cfr. la bibliografia in appendice a *The Funnies*, cit.

<sup>22</sup> Cfr., per le opinioni di Al Capp e di D. Manning White, *From Dogpatch to Slobbovia (The Gasp! World of Li'l Abner)*, Beacon Press, Boston, 1964. È una antologia di strips di Capp, commentate dall'autore e da White.

<sup>23</sup> Un rapporto diretto tra Daisy Mae e Marilyn Monroe è posto da EDGAR MORIN in *I divi* (Milano, Mondadori, 1963, pag. 104); Morin tenta anche un raffronto – più discutibile – tra Steve Canyon e Charlton Heston. In entrambi i casi, comunque, il fumetto precede il cinema come creatore di costume; si pone dunque, a livello degli standard e dei caratteri, in posizione non parassitaria ma di promozione.

<sup>24</sup> Il problema del ridicolo andrebbe poi esaminato più a fondo. Non è un caso che nei comics l'aspetto umoristico prevalga notevolmente. MORIN (*L'industria culturale*, Bologna, Il mulino, 1963, pag. 70) pone un rapporto tra *loisir* e sbriciolamento delle "grandi trascendenze": "dalla vacanza dei grandi valori, nasce il valore delle vacanze". Come opposizione allo sbriciolamento delle trascendenze, e dunque al nichilismo, nasce lo humour: "lo straordinario sviluppo dell'humour nella cultura di massa, l'humour che sostituisce la satira dei disegni di giornale, l'humour assurdo che si impone nel comico cinematografico... testimoniano il progresso del nichilismo e i suoi antidoti: il giuoco, il divertimento".

<sup>25</sup> *Ripreso in The Funnies (cit.) come The Revolt Against Naturalism in The Funnies*.

<sup>26</sup> In tal senso sarebbe interessante vedere *Li'l Abner* come riflesso di quell'empito di nazionalismo a sfondo democratico che Alfred Kazin ha descritto così bene nel capitolo "America! America!" del suo *On Native Grounds (Storia della letteratura americana*, Milano, Longanesi, 1956, cap. XVI): una esigenza di scoperta della realtà americana che non a caso prese la forma tipica di un mass medium come il documentario fotografico.

<sup>27</sup> Su Li'l Abner come tipico "eroe americano" cfr. HEINZ POLITZER, *From Little Nemo in Li'l Abner*, in *The Funnies*, cit.

<sup>28</sup> In ciò l'ideologia di *Li'l Abner* ricorda quella di un autore come THEODORE WHITE quando in *Come si fa il presidente* descrive la tecnica di conquista del potere da parte di Kennedy con una sotterranea adesione al sistema americano come garanzia positiva, non discussa, in quanto affonda le proprie radici in tutta una storia nazionale; e si vedano in proposito le osservazioni di FURIO COLOMBO nella prefazione al volume (Milano, Bompiani, 1962).

<sup>29</sup> Che è poi l'interpretazione che Denney, nel saggio citato, dà di Kelly e del suo *Pogo*: non rendendosi conto che anche Capp e il suo *Li'l Abner* sono espressione della stessa situazione.

## I PERSONAGGI

### L'USO PRATICO DEL PERSONAGGIO

<sup>1</sup> *Lezioni e saggi del periodo zurighese: Paradiso*, lez. XVI, in *Lezioni e Saggi su Dante*, Torino, Einaudi, 1955, p. 603. Nel tipo è già superata la dualità fra forma ed idea astratta ("il genere non deve chiudersi maestosamente in se stesso, come un dio ozioso; deve

trasformarsi, diventare tipo”; nel tipo “la forma penetra nell’essenza, s’immedesima col pensiero, il pensiero esiste come forma”: cfr. pp. 588-9). Ma nel tipo il lettore tende pur sempre ad annullare l’individuo per ricomprendere l’idea.

<sup>3</sup> *Estetica*, Bari, Laterza, 1902, IX ed., p. 39. Un processo del genere era stato indicato dal De Sanctis quando ricordava: “Vi sono nomi di individui che a poco a poco si trasformano in nomi appellativi o tipici, come Don Chisciotte, Don Giovanni, Rodomonte, Tartuffo etc. Un tipo è dapprima solo abbozzato, insino a che, dopo un certo tempo di formazione, s’incarna completamente in un individuo. Questi diviene l’esemplare che seguita a essere sviluppato e compiuto da altri poeti insino a che si passa dal manierato all’acuto e da ultimo alla riproduzione meccanica” (*op. cit.*, p. 518).

<sup>4</sup> Relazione tenuta alla riunione plenaria della direzione della “Unione Scrittori Sovietici”, in *Arte e letteratura nell’URSS*, Roma, ed. Sociali, 1950.

<sup>5</sup> “Quel romanticismo che sta alla base del mito e che è utile a favorire il risveglio di un atteggiamento rivoluzionario verso la realtà, di un atteggiamento che cambia praticamente il mondo” (*Relazione al I Congresso degli scrittori sovietici*, 1934).

<sup>6</sup> Cfr. MARX ed ENGELS, *Sull’arte e la letteratura*, Milano, 1954, p. 28.

<sup>7</sup> Engels, analizzando il romanzo *Die Alten und die Neuen* di Minna Kaustky, diceva dei suoi personaggi: “Ciascuno è un tipo, ma è anche, ad un tempo, un individuo perfettamente determinato, un *costui*, per dirla con l’espressione del vecchio Hegel, e così deve anche essere” (*op. cit.*, p. 32); quanto a Lukács cfr. *Il marxismo e la critica letteraria*, Torino, Einaudi, 1953, nel capitolo *F. Engels teorico e critico della letteratura* (per il riferimento ad Hoffmann, cfr. p. 44).

<sup>8</sup> “In *Le curé du village* di Balzac si trova quanto segue: Si le produit industries n’était pas *le double en valeur* de son prix de revient en argent, le commerce n’existerait pas. Qu’en dis-tu?” (Lettera ad Engels, *op. cit.*, p. 93).

<sup>9</sup> “L’esclusione del denaro dalla circolazione sarebbe precisamente l’opposto della sua valorizzazione come capitale e l’accumulazione di merci nel senso della loro tesaurizzazione una vera follia. Così in Balzac, che studiò con grande profondità ogni sfumatura dell’avarizia, il vecchio usuraio Gobseck è ormai rimbambito quando comincia a farsi un tesoro ammucchiando merci” (*Il Capitale*, vol. I).

<sup>10</sup> Cfr. LUIGI PAREYSON, *Estetica: teoria della formatività*, Torino, 1954, capitolo VII (*Esemplarità dell’opera d’arte*).

<sup>11</sup> Si apre qui il complesso problema di una differenza (da approfondire in altra sede) tra *intreccio* e *azione* (*mythos* e *pragma*): se l’intreccio consiste nella composizione di fatti intesa a darci l’immagine di una azione, l’azione sarà allora il vero e proprio oggetto drammatico, il complesso dei fatti più quel loro significato che l’autore intende comunicare. Precisazioni in merito, non prive di ambiguità, vedansi in FRANCIS FERGUSSON, *Idea di un teatro*, Parma, Guanda, 1957; *Appendice*; più approfondata la distinzione appare in HENRI GOUHIER, *L’œuvre théâtrale*, Parigi, Flammarion, 1958.

<sup>12</sup> Su questi diversi modi di presentare la psicologia del personaggio si veda la classificazione di HENRI POUILLON, *Temps et roman*, Parigi, Plon, 1950.

<sup>13</sup> Cfr. il capitolo *La fisionomia intellettuale dei personaggi artistici in II marxismo e la critica letteraria*, *cit.*, p. 333.

<sup>14</sup> Op. cit., p. 338

<sup>15</sup> In Lukács intervengono sempre locuzioni come “universale” o “realità nella sua essenza”, che richiederebbero di venire attentamente analizzate; si vedrebbe allora come, proprio per essere comprensibili solo nell’ambito di una certa metafisica della storia, tali categorie limitino molto l’accezione del concetto di tipico.

<sup>16</sup> Per rifarsi alla terminologia proposta nel saggio *La struttura del cattivo gusto*, diremo che in un’opera riuscita il livello sintattico del messaggio appare così congegnato (come sistema di relazioni tale che un elemento richiama l’altro e non può prescinderne) che qualsiasi lettore, anche a distanza di tempo, e in altro contesto storico, non può non riconoscere gli elementi fondamentali del codice su cui l’opera si regge. Ne recupera così il livello semantico – in altri termini penetra ancora una volta nel mondo dell’autore, realizza una congenialità che gli permette di entrare in dialogo con l’opera.

<sup>17</sup> “Il moderno pensiero borghese dissolve la realtà oggettiva in un complesso di percezioni immediate” (*op. cit.*, p. 360). Questa svalutazione delle tecniche narrative “di avanguardia” viene ripresa dal critico ungherese nel libretto *Il significato attuale del realismo critico*, Torino, Einaudi, 1957: qui Lukács ripropone una facile contrapposizione tra scrittori realisti e scrittori decadenti (Joyce, Kafka, Proust), già prospettata anche nelle conferenze tenute in Italia nel 1955. Per una serie di intelligenti obiezioni a questa condanna delle moderne tecniche narrative si veda la nota di ROBERTO BARILLI, *Lukács e gli scrittori dell’avanguardia*, ne “Il Mulino”, maggio 1958, pag. 354.

<sup>18</sup> In tal senso si deve convenire con Lukács quando afferma: “La profonda conoscenza della vita non si arresta mai alla osservazione della realtà quotidiana, ma consiste invece nella capacità di cogliere gli elementi essenziali e di inventare, in base ad essi, caratteri e situazioni che sono assolutamente impossibili nella vita quotidiana, e che tuttavia sono in grado di rivelare, nella luce della suprema dialettica delle contraddizioni, quelle tendenze, quelle forze operanti, la cui azione è malamente visibile nella penombra della vita di tutti i giorni” (*op. cit.*, p. 343).

<sup>19</sup> Una metafora resa possibile dal coincidere di due situazioni. Ricordiamo qui il saggio di Virgilio Melchiorre, *La ripresa. Appunti sul concetto di possibilità*, in “Drammaturgia”, dicembre 1956. In altro contesto filosofico il Melchiorre sottolinea due fatti che ci interessano da vicino: 1) l’universalità dell’opera d’arte è da intendersi nel senso che “ognuno deve accettare come sua quella possibilità che il poeta ha cercato per sé”; 2) la rimemorazione del personaggio può avvicinarsi a quel concetto di “ripresa” che Melchiorre mutua da Kierkegaard: un personaggio offerto da un’opera d’arte diviene *esemplare* e lo riconosciamo come parte del nostro passato: a tale titolo lo *assumiamo* e ci fondiamo in esso nel progettare per il futuro. Sentire il personaggio come tipico sarà dunque un “ricordare procedendo”.

<sup>20</sup> Questo modo di intendere il simbolo deve essere più comprensivo di quanto non appaia l’accezione strettamente “simbolistica” di varie poetiche contemporanee, per cui il simbolo è una immagine in sé definita e che rimanda a qualcosa di indefinito e indefinibile.

<sup>21</sup> Per un esame dei *topoi* nella tradizione occidentale cfr. E. R. CURTIUS, *Europäische Literatur und lateinisches Mittelalter*, Berna, 1948, capp. V e VI.

<sup>22</sup> Ad es. Lewis Mumford, analizzando l’*idolum*, il campo ideologico e le possibili ed imperfette definizioni del mondo e della vita che conseguirono all’avvento di una concezione meccanicistica dell’universo (nel XVII secolo), conclude spiegando come la frazione di mondo che la nuova scienza spiegava fosse quella di Calibano, divenuto la misura dell’uomo nuovo; “questo nuovo mondo non aveva posto né per il divino, né per il completamente umano; sia Ariel che Prospero ne erano banditi” (*La condizione dell’uomo*, Milano,

Comunità, 1957, p. 302).

<sup>a</sup> Nell'*Introduzione alla critica dell'economia politica* (cit., p. 13) Marx riconosceva che la difficoltà di una estetica materialistica non consisteva nell'ammettere che l'arte e l'epos dei greci fossero legati a certe forme dell'evoluzione sociale, ma nello spiegare come mai quest'arte costituisse ancora una fonte di godimento estetico ed una norma e il modello inattinibile anche per chi si trova in diversa situazione storica. La spiegazione non ci pare certo da dare con Marx, in termini di "nostalgia per una fanciullezza storica perduta", ma in termini di estetica strutturale: come dice Francis Fergusson (*op. cit.*, pp. 19-20) il fatto di non conoscere le feste di Dioniso per le quali Sofocle scrisse l'*Edipo Re* e di ignorare i significati rituali della forma tragica, non ci impedisce di gustare oggi la tragedia e di avvertire l'intensa vitalità del personaggio; questo perché attraverso l'intreccio e le parole si dispiega un certo "ritmo rappresentabile della vita e dell'azione" che può ancora toccarci.

Questo ritmo è ciò che in una nota precedente chiamavamo organizzazione sintattica, tale da orientarci ancora circa il codice secondo cui leggere l'opera.

<sup>b</sup> Cfr. E. CASSIRER, *Saggio sull'uomo*, Milano, 1948, p. 240. Dato un potere di invenzione, uno di personificazione e quello di produrre forme sensibili, il bambino che gioca riordina e ridistribuisce il materiale offertogli dalla percezione, ma non produce forme nuove. Si veda quanto si è detto circa il *bricolage* nel saggio *La struttura del cattivo gusto*.

<sup>c</sup> In debolezze del genere può peraltro cadere anche uno scaltrito creatore di personaggi come Balzac. Nel quinto capitolo di *Une ténébreuse affaire* per descrivere Lorenza de Cinq-Cygnes, l'autore si rifà ad un personaggio di Walter Scott, la Diana Vernon del *Rob-Roy*: "Questo ricordo può servire a fare comprendere Lorenza, se aggiungete alle qualità della cacciatrice scozzese l'esaltazione contenuta di Carlotta Corday, sopprimendo però l'amabile vivacità che rende Diana tanto attraente."

<sup>d</sup> Queste osservazioni valgono sempre e solo per le arti dell'azione. L'uso che certa lirica contemporanea fa di "luoghi" e personaggi ha un altro senso: qui lo sforzo produttivo non viene eluso, ma si identifica nella costruzione di una relazione allusiva tra *topoi*, nel gioco dei richiami e nella "musica di idee". Si pensi a Eliot. La poesia, infine, può addirittura permettersi un discorso affettuoso e nostalgico fatto esclusivamente di *topoi* letterari: Montale in *Keepsake (Le occasioni)* si limita ad elencare vari personaggi di operette celebri (Fanfan ritorna vincitor; Molly – si vede all'asta...").

## IL MITO DI SUPERMAN

<sup>1</sup> Sulle vicende di certe raffigurazioni simboliche V. JURGIS BALTRUSAITIS, *Le Moyen Age fantastique* (Paris, Colin, 1944) e *Reveils et prodiges* (Paris, Colin, 1960).

<sup>2</sup> Per una divulgazione popolare della tematica sociologica dello *status* e del suo simbolismo rimandiamo a VANCE PACKARD, *I cacciatori di prestigio* (Torino, Einaudi, 1961); sullo *status* come categoria sociologica V. L. REISSMAN, *Class in American Society* (Free Press, 1959); sull'ambiguità del concetto e sui rischi di una facile sociologia sui simboli di *status*, cfr. E. LARRABEE, *The Self-Conscious Society* (New York, Doubleday, 1960), *Wreck of the status system*. In particolare sul simbolismo dell'automobile cfr. D. RIESMAN ed E. LARRABEE, *Autos in America*, in "Consumer Behavior" a cura di Lincoln H. Clark (New York, Harper, 1958).

<sup>3</sup> Ci rifacciamo alla metodologia tracciata da Paul Ricoeur in *Hermeneutique et réflexion* (nel simposio *Demitizzazione e Immagine*, Roma, 1962).

<sup>4</sup> Per le notizie che seguono ci rifacciamo alla vasta letteratura cui il fenomeno ha dato luogo. In particolare cfr. COULTON WAUGH, *The Comics* (New York, Macmillan, 1947), STEPHEN BECKER, *Comic Art in America* (New York, Simon & Schuster, 1960); e in particolare CARLO DELLA CORTE, *I Fumetti* (Milano, Mondadori, 1961), e (Autori Vari), *The Funnies*, Free Press, Glencoe, 1963.

<sup>5</sup> Cfr. E. J. ROBINSON e D. M. WHITE, *Who Reads the Funnies – and Why?*; L. BOGART, *Comic Strips and Their Adult Readers* (entrambi in *The Funnies*, cit.); C. DELLA CORTE, *I Fumetti*, cit., p. 186.

<sup>6</sup> Cfr. DELLA CORTE (o. c., p. 179 e sgg.). In Waugh (o. c.) si riporta anche una pagina di *Terry* in cui appare chiarissima la funzione di propaganda patriottica che il fumetto veniva ad assumere, sotto l'egida evidente delle autorità.

<sup>7</sup> Per informazione del lettore filologicamente sprovvveduto diremo che Superman è conosciuto in Italia anche come Nembo Kid.

<sup>8</sup> Diremmo che il valore che viene perseguito da questo tipo di narrativa è definibile in termini di ricchezza di "informazione", informazione mensurabile quantitativamente. Cfr. nel nostro *Opera aperta* (cit.) il capitolo "Apertura e teoria dell'informazione".

<sup>9</sup> V. *Critica della ragion pura*, Analitica dei principi, cap. II, sez. 3.

<sup>10</sup> Cfr. in particolare HANS REICHENBACH, *The Direction of Time* (Un. of California Press, 1956).

<sup>11</sup> Per la discussione sartriana pensiamo a *L'être et le néant*, cap. II.

<sup>12</sup> GERD BRAND, *Mondo, Io e Tempo nei manoscritti inediti di Husserl* (Milano, Bompiani, 1960), pagg. 218-219 (dai manoscritti C 4, p. 12 e C 13 III, p. 11).

<sup>13</sup> *Ibidem*, pag. 220 (manoscritto C 2 III, p. 3). Si confronti con Sartre: "Io sono il mio futuro nella continua prospettiva della possibilità di non esserlo. Di qui l'angoscia che abbiamo descritto prima e che proviene dal detto che non sono abbastanza quel futuro che devo essere e che dà senso al mio presente; io sono un essere il cui senso è sempre problematico" (*L'être et le néant*, cap. II, 1 C).

<sup>14</sup> Manoscritto C 2 III, p. 4 (Brand, pag. 221).

<sup>15</sup> In questo senso ci pare di poter illuminare da un altro punto di vista un appunto di Roberto Giammarco (cfr. *Dialogo sulla società americana*, Einaudi, Torino, 1964, pag. 218) circa la natura costantemente "omosessuale" di personaggi come Superman o Batman (altra variazione del tema "superpoteri"). Che questo esista (specie in Batman) è indubbio, e Giammarco ne propone ragioni che riprenderemo in seguito: ma nel caso specifico di Superman più che di omosessualità ci pare di dover parlare di "parsifalismo". In Superman è pressoché assente l'elemento "sodalizio maschile" che è invece evidente in personaggi come Batman e Robin, Green Arrow e il suo partner, e così via. Se pure lavora spesso in accordo con la Legione dei Super Eroi del futuro (giovinetti dotati di poteri straordinari, di regola efebici, ma, giova notare, di ambo i sessi) Superman non trascura di lavorare anche con la cugina Supergirl – né si può dire che alle *avances* di Lois Lane (o di Lana Lang, antica compagna di scuola, rivale di Lois) Superman reagisca col disgusto del misogino. Dimostra piuttosto l'imbarazzo pudico di un giovanotto medio in una società matriarcale. E d'altro canto non è ignoto ai filologi più avveduti il suo amore infelice per Loris Lemaris che, in quanto sirena, potrebbe offrirgli solo un *ménage* sottomarino, corrispondente a un esilio dorato, che Superman deve rifiutare per senso del dovere, per l'imprescindibilità della sua missione. Ciò che invece caratterizza Superman è la

dimensione platonica dei suoi affetti, l'implicito voto di castità, che non tanto dipende dalla sua volontà quanto dalla forza delle cose, dalla singolarità della sua situazione. Ora, se dobbiamo cercare una ragione strutturale di questo dato narrativo, non possiamo che ricondurla alle nostre osservazioni precedenti: il “parsifalismo” di Superman è una delle condizioni che gli impediscono di consumarsi, e lo proteggono dagli eventi (e quindi dai decorsi temporali) connessi all’impegno erotico.

<sup>16</sup> Cfr. ancora REICHENBACH, *The Direction of Time*, cit., pp. 36-40.

<sup>17</sup> Per una discussione di queste idee rimandiamo al nostro *Opera aperta – Forma e indeterminazione nelle poetiche contemporanee* (Milano, Bompiani, 1962); in particolare ai saggi *La poetica dell’opera aperta* e *Dalla “Summa” al “Finnegans Wake”*.

<sup>18</sup> Se la formulazione può apparire troppo radicale, si legga quell’opera esemplare che è *Come si fa il presidente* di THEODORÈ H. WHITE (Milano, Bompiani, 1962); in questo serio reportage di un giornalista democratico che sostiene il sistema che descrive (e come illustrazione del sistema il libro è già stato adottato in quattro università americane), si profila l’immagine di una conquista del potere articolantesi in 4 momenti: 1) Un gruppo di uomini decide di conquistare il potere; 2) essi studiano gli umori e le passioni del pubblico al quale dovranno richiedere l’assenso; 3) mettono in opera una macchina psicologica che, facendo leva su tali umori e passioni, provochi l’assenso del pubblico in base a motivazioni irrazionali; 4) ottenuto il potere questi uomini eserciteranno la “ragione”, di cui appaiono i rappresentanti qualificati, per agire politicamente in favore di quel pubblico, che li ha eletti. È singolare che in un libro del genere non venga posto il problema del *fondamento* di quella ragione in base alla quale la *élite* dirigente agirà (si sottintende che essa sia l’esercizio di un *common sense* di tradizione anglosassone, storicamente fondato sull’eredità morale dei Padri Pellegrini, teologicamente garantibile attraverso la verifica del successo concreto – giusta il rapporto già individuato da Weber tra lo spirito del capitalismo e l’etica protestante); ma viene stabilito in modo abbastanza esplicito che l’esercizio di questa ragione, e tutta la progettazione che ne conseguirà, appartengono alla *élite* che ha conquistato il potere, e che lo ha conquistato proprio per offrire ai pubblici dei progetti accettabili, ed esimerlo quindi dal progettare per conto proprio.

<sup>19</sup> Ogni episodio di Fantomas si chiude con una sorta di “catarsi fallita”; Juve e Fandor sono giunti finalmente a porre mano sull’inafferrabile, quando questi, con una mossa imprevista, si sottrae all’arresto. Altro elemento singolare, Fantomas – responsabile di truffe e rapine favolose – all’inizio di ogni episodio si ritrova inspiegabilmente povero, bisognoso di danaro, e dunque di nuove “azioni”. Così il ciclo può ricominciare.

<sup>20</sup> Su questo rinnovamento dei codici tipico dell’arte contemporanea cfr. *Opera aperta*, cit., nonché i saggi *Due ipotesi sulla morte dell’arte*, in “Il Verri”, 8, 1963; *Postille a un dibattito*, in “La Biennale”, nn. 44-45, 1961; *Del modo di formare come impegno sulla realtà*, in “Menabò”, 5, 1962, in particolare nota 10; nonché il primo saggio di questo volume: *Cultura di massa e “livelli” di cultura*.

<sup>21</sup> Per inciso, non lontano parente del Segugio di Marte, è tal Radar, di produzione italo-francese, che può assumere forme di animale non appena oda, sia pure da lontano, il richiamo di qualcuno bisognoso di aiuto.

<sup>22</sup> Tra gli altri personaggi ricordiamo (sempre editi dallo stesso gruppo, la National Periodical Publication Inc.) Green Lantern, dotato di un anello capace di sprigionare energia; Aquaman, col partner Aqualad (giovinetto efebico), capace di vivere sott’acqua e dotato di poteri telepatici con cui comanda ai mostri del mare; Wonder Woman l’equivalente femminile di Superman. Di altri editori, Dr. Solar (superpoteri dovuti ad assorbimento di radiazioni atomiche); Magnus, the Robot Fighter; The Fantastic Fours, quattro creature dai poteri diversi; e vari altri. Il tema del super-potere è ricorrente, quasi spasmódico.

<sup>23</sup> Giova inoltre osservare che ciascuno di questi eroi rifugge dal sangue e dalla violenza: Batman e Green Arrow, che sono esseri umani, non possono esimersi dal percuotere con baldanza i loro avversari (e comunque non li feriscono mai – al massimo il malvagio perisce in un tragico incidente di cui è il remoto responsabile); ma Superman e Il Segugio di Marte – e Flash, che umano è, ma rigenerato da un’accidentale contigenza chimica – addirittura rifuggono da immotivate lesioni; Superman di solito, per catturare una banda di felloni, non ha che da trasportarne l’automobile che li raccoglie, o la nave, o l’edificio, sradicato dalle fondamenta.

<sup>24</sup> Una sola volta – ma si tratta di un “Imaginary Tale” – diventa Presidente degli Stati Uniti. Sulla dimensione “familiare” e sostanzialmente apolitica che il problema subito assume, mi risulta debba scrivere alcune pagine Roberto Giammancino.

<sup>25</sup> Fratello di Superman – come modello di assoluta fedeltà ai valori stabiliti – apparirebbe quindi anche il Dottor Kildare, eroe del fumetto e della televisione. Si veda in proposito l’acuto saggio di FURIO COLOMBO, *Il dr. Kildare e la cultura di massa*, in “Il Mondo”, 18-1-64.

<sup>26</sup> Come tale “lezione” sia tipica di molta cultura di massa, abbiamo mostrato nel nostro “Fenomenologia di Mike Bongiorno”, in *Diario minimo*, Milano, Mondadori, 1963.

## IL MONDO DI CHARLIE BROWN

<sup>1</sup> Riporto qui un argomento ormai canonico che, preso alla lettera, è falso. In effetti il ciclo di Krazy Kat fu ripreso recentemente dai *Dell Comics*. Ma (a parte la qualità modesta del *remake*) più che di continuazione si trattava di riesumazione, speculazione su un mito.

## I SUONI E LE IMMAGINI LA CANZONE DI CONSUMO

<sup>1</sup> M. L. STRANIERO, S. LIBEROVICI, E. JONA, G. DE MARIA, *LE CANZONI DELLA CATTIVA COSCIENZA*, MILANO, BOMPIANI, 1964.

## LA MUSICA E LA MACCHINA

<sup>1</sup> Ancora una volta il problema si può ricondurre a quella problematica della “materia dell’arte” su cui ha detto ormai cose fondamentali Luigi Pareyson.

<sup>2</sup> Sull’agghiacciante situazione di un rapporto erotico – non escluso il momento culminante dell’unione sessuale – in cui domina la

presenza di quel “terzo” che è la radio, o comunque la colonna sonora di qualsiasi origine, ha scritto pagine assai belle Günther Anders ne *L'uomo è antiquato*, Milano, Mondadori, 1964, pp. 112-114. Salvo che, come in tutto il libro, anche qui la constatazione di un fatto indubbiamente sconcertante, si trasforma, per l'autore, in una sorta di reazione nevrotica che lo conduce a porre un segno negativo sulla totalità di un fenomeno che presenta anche altri aspetti.

<sup>3</sup> Al Festival di S. Remo 1964, il successo del cantante Bobby Solo è stato dovuto al fatto che il giovane, affetto da laringite, non si è esibito *dal vivo*, ma ha semplicemente doppiato se stesso. Il pubblico *ha visto* Bobby Solo in carne e ossa, ma *ha sentito* un Bobby Solo registrato. Quest'ultimo risultò infinitamente più suggestivo di quello “reale”. Senonché distinzioni del genere incominciano a risultare capziose in una civiltà in cui la musica venga prodotta a macchina. Evidentemente in quest'ambito, almeno sul piano musicale, l'unico Bobby Solo “reale” è quello registrato. Il raggiro non consiste nel fatto musicale, ma in quello divistico: nel fatto cioè che le folle tributino poi un omaggio di simpatia o di amore a un personaggio fisico che ha assai poco a che vedere col personaggio musicale.

## LA MUSICA, LA RADIO E LA TELEVISIONE

<sup>4</sup> P. LARRIEU, *La musique devant le micro*, Parigi 1937; R. Arnheim, *La radio cerca la sua forma*, Milano, 1937; E. Rocca, *Panorama dell'arte radiofonica*, Milano 1938; H. Dutilleux, *Opinion d'un musicien sur le théâtre musical radiophonique*, in “Polyphonie” I, Parigi 1948, p. 121-128; *La musique mécanisée*, ivi, VI, 1950; G. Chester e R. G. Carnet, *Radio and Television: an Introduction*, New York 1950; A. Silbermann, *La musique, la Radio, et l'Auditeur*, Parigi 1954; C. Siepmann, *Radio, Television and Society*, Oxford Un. Pr. 1950; L. Bogart, *The age of television*, New York 1956: *Elettronica*, numero speciale sulla musica elettronica, 1956, n. 3; G. Lossan, *Fur eine Kritik der Musik im Rundfunk*, in “Musica” 1959, n. 6, p. 363; A. Boucourechliev, *La musique électronique*, in “Esprit” I, 1960; M. Rinaldi, *La musica nelle trasmissioni radiotelevisive*, Caltanissetta-Roma, 1960.

## APPUNTI SULLA TELEVISIONE

<sup>5</sup> Dei nove componenti la giuria (Carlo Bo, Achille Campanile, Carlo Cassola, Luigi Chiarini, Giuliano Gramigna, Guido Guarda, Mario Apollonio, Giuseppe Dessì ed Enrico Emanuelli) i primi sei presero parte alla discussione; e con loro erano convenuti a Grosseto studiosi di estetica come Galvano della Volpe, Gilio Dorfles e Armando Plebe; specialisti di problemi televisivi quali Federico Doglio, Pier Emilio Gennarini, Angelo May, Adriano Bellotto; e poi Pier Paolo Pasolini, Gian Paolo Callegari, Emilio Servadio, Luigi Volpicelli, Padre Salvatore Gallo, Piero Gadda Conti, il Direttore del Centro Sperimentale di Cinematografia Leonardo Fioravanti e molti altri. I lavori furono aperti dalle relazioni di Ugo Gregoretti, che venne a testimoniare delle sue esperienze di “televisivo” passato al cinema – tanto per intenderei, dall’esperienza di “Controfagotto” e “La Sicilia del gattopardo” a quella de “I nuovi angeli” – e Alessandro Blasetti che dovette invece ragguagliare sulle impressioni di un uomo di cinema passato, almeno per una volta, alla televisione.

Per gli atti dell’incontro cfr. il numero speciale di “Bianco e Nero”.

<sup>6</sup> Le ricerche di Cohen-Séat hanno trovato espressione in varie opere, di cui citeremo *Problèmes du Cinema et de l'Information Visuelle* (Paris, P.U.F., 1961), la comunicazione al V Congresso Mondiale di Sociologia (settembre '62), le ricerche che va pubblicando sulla *Revue de Filmologie* nella nuova forma che ha assunto in edizione internazionale (pubblicata a Milano col titolo di IKON) e infine, in sintesi, nell’Almanacco Bompiani 1962, del resto interamente dedicato al problema di una *Civiltà della immagine*.

Cfr. pure i due volumi *Prima Conferenza Internazionale di Informazione visiva* pubblicati dallo “Istituto per lo studio sperimentale dei problemi sociali con tecniche filmologiche”, Milano, 1963. Raccoglie gli atti della Conferenza avvenuta a Milano nel luglio '61.

<sup>7</sup> Su *La Télévision instrument de solitude* si sofferma ad esempio Roger Iglesias nei “Cahiers d’étude de radio-télévision”, settembre 1959. Egli indica una forma di risoluzione culturale del tipico rapporto di intimità: potenziare quelle trasmissioni che tendono a creare una situazione di comunicazione intima e profonda, come la lettura di testi poetici.

<sup>8</sup> HADLEY CANTRIL, *The Invasion From Mars*, Princeton Un. Press, 1940.

<sup>9</sup> ROBERT K. MERTON, *Mass persuasion: The Social Psychology of War Bonds Drive*, New York, 1940.

<sup>10</sup> Cfr. BERNARD ASBELL, *TV Ratings – What They Really Mean*, in “Harper’s Magazine” settembre '58.

<sup>11</sup> Cfr. LEO BOGART, *The Age of Television*, New York, 1956; THOMAS COFFIN, *Television effects in Leisure Time Activities*, in “Journal of Applied Psychology”, vol. XXXII, 1949; EDWARD MC DONAGH, *Television and the Family*, in “Sociology and Social Research”, vol. XXXV, 2, 1950; WALTER KAISER, *TV and Reading Report n. 1*, in “Library Journal”, vol. LXXVI, febbraio 1951; ZORBAUGH, HARVEI, MILLS, WRIGHT, *A Report on the Impact of Television in a Major Metropolitan Market*, New York, 1952; BERNARD FINE & NATHAN MACCOBY, *Television and Family Life*, Boston un. School of Public Relations and Communications, 1952.

<sup>12</sup> Sull’effetto della TV nelle aree sottosviluppate citiamo anche gli interventi di Armando Guiducci e Ester Fano nel numero di “Passato e Presente” già citato.

<sup>13</sup> Cfr. *Qui, studio one*, edizioni di “Cinema Nuovo”, pag. 109. Nello stesso fascicolo interessanti dichiarazioni dell’autore di teledrammi Rod Serling sulla censura televisiva. Se un giorno un collaboratore della TV italiana raccontasse nello stesso modo le sue esperienze di lavoro, ci sia lecito anticipare che l’articolo sarebbe dieci volte più divertente.

<sup>14</sup> Apparse come comunicazione al Quinto congresso di Sociologia, come breve nota sull’Almanacco Bompiani e in volume a Milano, nelle edizioni Vita e Pensiero, col titolo *L’élite senza potere*.

## APOCALITTICI E INTEGRATI

### DA PATHMOS A SALAMANCA

<sup>15</sup> Poiché, dopo la prima apparizione di questo scritto, un grosso editore e due critici acuti si sono messi a ricercare spasmodicamente le opere di Milo Temesvar, sarà onesto avvertire il lettore che il Temesvar non è mai esistito – come volevano suggerire le inverosimili

informazioni bio-bibliografiche. Ma, se l'autore è parto di fantasia, i personaggi di cui l'autore parla si riferiscono a modelli reali. Riteniamo perciò che il contenuto di questo scritto sia – in fin dei conti – attendibile.



---

**SERVICIO TÉCNICO LABORATORIO DE IDIOMAS**

---