« Il Dono di Humboldt » di Saul Bellow

Lo scrittore nella gabbia

Dimensione narrativa ed intervento saggistico si innestano in una penetrante analisi della condizione intellettuale nella società americana

Chi scrive non ha assistito alla conferenza stampa tenuta da Saul Bellow a Milano in occasione della comparsa in Italia del suo ultimo romanzo, *Humboldt's Gift* (*Il Dono di Humboldt*, Milano, Rizzoli 1976), ma dai resoconti di critici e giornalisti quali Claudio Gorlier, Marisa Bulgheroni, Alfredo Venturi, Sauro Borelli, ha ricavato l'impressione che essa abbia non solo costituito un avvenimento stimolante (nè poteva essere diversamente, trattandosi del maggior narratore americano contemporaneo) ma si sia anche configurata come una sorta di intimo, non scritto capitolo del romanzo stesso. E infatti questo romanziere che la casa editrice fa volare dall'America in Europa organizzandogli incontri, cocktails, interviste, riprese televisive, conferenze stampa affinché svolga un'azione culturale sì ma anche promozionale, non risulta, almeno in superficie, troppo diverso da quel Charles Citrine saggista, drammaturgo di successo, Premio Pulitzer nel cui lungo monologo il romanzo consiste. Perché se è vero che, come lo stesso Bellow afferma, questo è «un romanzo comico sulla morte» è anche vero che esso è soprattutto un romanzo sulla condizione dello scrittore americano. Tema, del resto, che viveva sotterraneamente fin dall'inizio, nella narrativa di Bellow e che negli ultimi anni (e penso a *Herzog*, 1964, ai racconti di *Mosby's memoirs*, 1968, a *Mr Sammler's Planet*, 1969) si è fatto sempre più esplicito e pressante.

Tema pressante

Tanto pressante, anzi, che Bellow lo affronta, qui, attraverso non uno ma due personaggi. Da un lato c'è il «narratore», Charles Citrine appunto, che ha conseguito, dopo le prime difficoltà, uno straordinario successo, ha accumulato e sperperato denaro («Non è vero ch'io mirassi al denaro. Oh, dio, no. Quel che volevo era riuscir a fare qualcosa di buono.. Ma il denaro ch'io facevo, in realtà, si faceva da sé. Era il capitalismo stesso a farlo, per oscure e comiche ragioni sue proprie», p. 8), ha ricevuto onorificenze straniere, è stato invitato da Kennedy alla Casa Bianca, si è insomma perfettamente integrato nel «sistema». Dall'altro c'è Fleischer von Humboldt, il «poeta maledetto» che, apparso come luminosa meteora nel panorama culturale degli anni quaranta (così come vi era apparso Delmore Schwartz, il poeta e critico al quale Humboldt certamente risale), è stato rapidamente distrutto dall'alcool, dalla nevrosi, dalla povertà ed è «morto d'un colpo in uno squallido alberguccio di Times Square». «Io, scrittore d'altra sorta, sono sopravvissuto a piangerlo, in prosperità, qui a Chicago» (p. 11), dice Citrine, e di fatto il romanzo è un «lamento», non meno doloroso perché costantemente ironico, sulla vita e sulla morte di Humboldt. Sul suo immenso talento sprecato; sulla sua strenua aspirazione alla poesia e alla bellezza («...amava l'arte profondamente. Noi per questo l'amavamo. Anche nel pieno del disfacimento, ci erano in lui delle parti non corrotte, incorruttibili....», p. 241); sulle sue illusioni politiche al tempo della candidatura di Adlai Stevenson alla Presidenza («Novello Goethe, egli avrebbe fatto di Washington un'altra Weimar.. A elettrizzare uno come Humboldt — ispirato, sagace, pazzoide, — era la scoperta che l'impresa umana — così grandiosa e infinitamente varia — dovesse esser ormai gestita da persone eccezionali. Lui era una persona eccezionale, quindi era ipso facto candidato al potere», p. 35); sulla sua incongruenza nel contesto americano («All'idea peraltro nobile di essere un poeta americano, certo Humboldt doveva sentirsi, a volte, come una specie di macchietta, di monello, di buffone, di matto.... Forse l'America non aveva bisogno di arte, di miracoli interiori. Ne aveva tanti, di quelli esteriori», p. 12); sul suo precipitare verso una morte che l'America non poteva non osservare compiaciuta («Dopo tutto, Humboldt aveva fatto quel che la crassa America s'aspetta che facciano i poeti. Era corso dietro alla rovina e alla morte con più accanimento che non dietro alle donne.... Il Paese va fiero dei suoi poeti morti. Ci trova una tremenda soddisfazione nella testimonianza che essi rendono, dimostrando come sia dura, come sia spietata l'America, come la realtà americana sia davvero soverchiante... Quindi i poeti sono amati, ma solo perché non sanno star al mondo», pp. 120-1)

Ma se c'è il fallimento di Humboldt, del poeta alla Poe o alla Hart Crane, del poeta come *fool* (i ricordi shakespeariani sono continui, in Bellow-Citrine), c'è anche, in questa America, il fallimento dello scrittore «integrato». Certo, Citrine vive «in prosperità», è, malgrado varie disavventure finanziarie, piuttosto ricco — e tanto più che il «dono di Humboldt», un copione cinematografico lasciatogli in eredità dal poeta morto, è diventato, per suprema ironia, una nuova, inaspettata fonte di ricchezza. E tuttavia, mentre la sua vita privata è «in grave disordine» (p. 49) così come lo era stata quella di Herzog ed egli è privo di affetti, legami, amici (ha divorziato dalla moglie Denise ma anche l'amante Renata lo abbandona), la sua vita intellettuale è sterile, insoddisfacente. Citrine si rende conto che al suo successo mondano e commerciale non corrisponde una verità interiore; ammette di aver dormito più del Rip Van Winkle di Washington Irving («Ho sempre avuto, spiccatissimo, il dono di assentarmi... Ho russato attraverso molte crisi, mentre gli altri morivano a milioni... Mi ripetevo che, se Rip Van Winkle aveva dormito per vent'anni, io lo superavo di almeno quattro lustri», p. 111). Anche per lui, insomma, l'America — che pure gli ha dato il benessere, la fama, gli onori — è «un osso durissimo» (p. 308). Si aggrappa ancora a una qualche speranza («per fortuna sono ancora vivo, e forse mi resta un po' di tempo», p. 308) e, in uno di quei momenti finali di illuminazione caratteristici di Bellow, il libro si conclude con la visione dei «primi fiori» sbocciati sulla terra che ricopre Humboldt («Chi lo sa, saranno crochi», p. 483), ma in realtà la sua presa sugli uomini e sulle cose è troppo debole perché il suo destino di artista possa mutare, perché egli possa pervenire ad una vera conoscenza: «Che ne so, di chicchessia? Gli unici desideri che conosco sono i miei stessi e quelli di persone inesistenti, come Macbeth e Prospero. Quelli li conosco perché l'intuito e il linguaggio del genio me li han resi intelligibili», p. 416.

Una frase come questa, mentre fa emergere con forza il senso di inquietudine, di scoramento, di vera e propria disperazione che attraversa il romanzo, costituendone anzi l'elemento di maggior verità e bellezza, risulta però anche in una drammatica e illuminante indicazione dei pericoli che insidiano, al di là di ogni facile identificazione autobiografica, l'arte stessa di Bellow. E infatti, se con *Il Dono di Humboldt* ci troviamo di fronte ad una analisi acutissima della condizione artistica in America (e vengono alla mente certe mirabili e struggenti pagine dei racconti di Hawthorne o di James) e se, inoltre, la eccezionale mobilità, inclusività, sinuosità del linguaggio di Bellow (un linguaggio che amalgama la tradizione di Mark Twain e dei classici americani con quella europea e *yiddish*) fa sì che la dimensione saggistica si innesti in quella propriamente narrativa e che il ritratto di Humboldt, ad esempio, sia un documento sociologico di rara penetrazione e insieme uno dei più vari e suggestivi ritratti d'artista del nostro tempo, va anche detto che quando si tratta di passare dalla figura dell'artista, sia egli Humboldt o Citrine, ad una diversa realtà umana, ad una America che non sia soltanto oggetto di analisi intellettuale ma sia concreta realtà sociale e fisica, il romanzo rivela un Bellow che, come Citrine, sembra avere smarrito il senso pieno e corposo della vita. V'è in effetti un netto scarto qualitativo tra le parti del romanzo che rappresentano i due artisti immersi nei propri pensieri, i propri problemi, il proprio ambiente e quelle che li vedono alle prese con la comunità. Così, le picaresche avventure di Citrine con Ronald Cantabile, un piccolo mafioso che lo perseguita, con Denise, con Renata, con i personaggi che incontra in una Spagna di maniera, possono avere ed hanno momenti di grande vivacità e comicità, specialmente grazie alla stupenda intelligenza di Bellow e alla sua funambolica abilità linguistica («il più grande virtuoso del linguaggio dopo Joyce», lo definiva Norman Podhoretz, e tanto maggiore è quindi il merito della bella traduzione di Pier Francesco Paolini), ma rimangono, nella sostanza, estranee al tessuto narrativo, eleganti invenzione intellettuale ma non rappresentazione della realtà.

Una sfera « speciale »

Questo il limite del romanzo: e anche, come si diceva, il pericolo che minaccia lo sviluppo stesso della narrativa di Bellow (e ciò malgrado quella fiducia nel futuro del romanzo che egli ha sempre vigorosamente affermato). Esso non si avvertiva in opere come *Dangling Man*, 1944, *The Victim*, 1947, *Seize the Day*, 1956 (forse il capolavoro dello scrittore), dove l'elemento riflessivo proprio di questo romanziere «intellettuale» si calava totalmente in una realtà che non era «invenzione» o «artificio» ma frutto di memoria, di conoscenza, di diretta partecipazione alla vita dell'uomo. Ma già nello stesso, famoso *The Adventures of Augie March*, 1953, v'erano luoghi che stridevano, proprio per questo, con il resto della narrazione, e mentre *Henderson the Rain King*, 1959, era, dell'«artificio», la deliberata celebrazione, con e dopo *Herzog* l'insistenza sempre più esclusiva sul tema dell'artista, o dell'intellettuale, ha certamente coinciso con un indebolimento della percezione di ogni esperienza che non fosse propria di quella condizione. Anche Bellow, come Citrine, malgrado la sua ricca e complessa vicenda umana, sembra conoscere soltanto se stesso o «persone inesistenti».

Poiché, d'altro canto, questa tendenza si può notare non solo in Bellow ma nella maggior parte dei narratori americani contemporanei, da Salinger a Barth a Pynchon, anche nei quali il problema dell'artista è diventato così dominante da rendere sempre più privata (lo notava giustamente Sauro Borelli) la sfera della realtà rappresentata, v'è da chiedersi se i motivi non vadano trovati, più che nelle disposizioni individuali, in una più generale situazione storica e culturale.

V'è da chiedersi, cioè, se questo fallimento di cui il romanzo di Bellow è oggettiva e insieme soggettiva testimonianza non sia il risultato inevitabile dello sviluppo capitalistico, di una divisione del lavoro che, collocando lo artista in una sfera «specialistica» lo ha privato della materia stessa del suo operare, delle ragioni stesse del suo esistere. Sempre l'artista, in America, è stato emarginato, e la «caccia alle streghe» è stata certamente anche una caccia a chi trasgrediva con l'arte: ma ora non è tanto questione, si direbbe, di emarginazione (ché se ci sono gli Humboldt ci sono i Citrine) ma di vero e proprio annullamento. Lo scrittore parla soltanto di sé, il romanzo parla soltanto del romanzo, perché in effetti, come afferma Bellow, non conosce altro, non ha più quel «rapporto col mondo» che un narratore come Hawthorne, pur drammaticamente interessato al problema della arte e dell'artista, appassionatamente ricercava nella vita come nella letteratura.

Ma la salvezza, la via di uscita, è appunto qui, non nel sonno di Rip Van Winkle così frequentemente evocato da Bellow: non nella ribellione aristocratica di Humboldt o nell'integrazione, per quanto sofferta e consapevole, di Citrine-Bellow; non in quello astratto concetto di libertà sradicata da ogni impegno civile e politico che lo stesso Bellow teorizzava in *The Adventures of Augie March* e che ora lo porta ad affermazioni francamente reazionarie (come quelle riportate da Costanzo Costantini su *Il Messaggero*: «Io non mi preoccupo affatto di rendere la gente più misera attraverso la rivoluzione... La rivoluzione produce società invivibili»).

Strada ardua

La via d'uscita è in una più fervida partecipazione alla vita collettiva, è nell'assunzione di una responsabilità, di un ruolo attivo, davvero «organico» in senso gramsciano, nella vita politica e sociale americana — quel ruolo che gli scrittori degli anni '90, come ben osserva Vito Amoruso nel suo recentissimo e intelligente *Letteratura e società in America, 1890-1900* (Bari, De Donato, 1976) si erano sforzati di rivendicare pur nella piena «consapevolezza di una crisi d'identità» (p. 52). Non è una strada facile, ché a renderla ardua interviene sia la tradizione individualistica del letterato americano sia la frammentazione e l'intellettualismo della sinistra politica. Ma è la sola possibile, come hanno visto, assai più dei letterati, gli uomini di cinema americani (e basti lo esempio di *Nashville*, che abbraccia più esperienza di qualsiasi romanzo di questi anni), i quali sembrano aver compreso le potenzialità negative di una situazione che Pavese denunciava su *L'Unità* già nel 1947: «...senza un fascismo a cui opporsi, senza cioè un pensiero storicamente progressivo da incarnare, anche l'America, per quanti grattacieli e automobili e soldati produca, non sarà più all'avanguardia di nessuna cultura. Senza un pensiero e senza lotta progressiva rischierà anzi di darsi essa stessa a un fascismo, e sia pure nel nome delle sue tradizioni migliori». Il che non significa che un romanziere come Bellow debba diventare un militante politico o fare della sua narrativa, come sembra temere, uno strumento di propaganda; significa che egli potrà tornare a scrivere veramente romanzi, e cioè a tracciare immagini della vita, se saprà sfuggire alla gabbia asettica e mortale della propria specializzazione per tornare ad avere un «rapporto col mondo»; se rifiuterà il ruolo passivo, sterile e, esso sì, privo di libertà che il capitalismo gli ha assegnato per partecipare al dramma, alle tensioni, alle lotte della società cui appartiene.

Agostino Lombardo

Il programma pubblicitario che per 20 anni ha tenuto la scena televisiva

Vita e morte di «Carosello»

Il 3 febbraio 1957 prese il via la trasmissione destinata a diventare un simbolo della potenza e della tecnica di «persuasione» delle comunicazioni di massa - Un modello di pedagogia negativa - Una galleria di personaggi che hanno soppiantato quelli delle vecchie favole - Dai criteri fissati nello Statuto originario alla gestione di un grande giro di interessi nel campo della pubblicità

«Carosello», la più nota e duratura (e vorremmo aggiungere tutto sommato prestigiosa) trasmissione pubblicitaria televisiva italiana sta ormai recitando il suo canto del cigno: dopo le vacanze o al più tardi in dicembre la rubrica sarà sospesa. Il nostro giornale ha già commentato con un articolo di Giovanni Cesareo la decisione della RAI. Già l'anno scorso, in agosto, qualcuno aveva preannunciato l'imminente funerale della trasmissione, un po' affrettatamente smentito dalla RAI, mentre da tempo si sapeva che serpeggiante era lo scontento fra i clienti a causa dell'alto costo del programma, e nella stessa azienda a causa dei bassi (si fa per dire) introiti, che con identico dispendio di tempo avrebbero potuto essere decuplicati.

La trasmissione ha rappresentato uno di quei fenomeni di costume (e di malcostume talvolta) che più hanno inciso nel panorama delle comunicazioni di massa in Italia in questi ultimi due decenni. Tanto che, aldilà di tutte le critiche serie di tipo economico, politico e culturale che le possono e le devono esser mosse, la sua scomparsa lascia, bisogna riconoscerlo, anche un certo rimpianto. Va subito detto che si tratta di un rimpianto assai intellettualistico, da parte degli amanti del kitsch, di chi rivaluta oggi il kolossal anni cinquanta o il cinema alla Matarazzo, dei patiti del revival e della moda retrò, degli anticonformisti di maniera: eppure è pur sempre un piccolo senso di simpatia per una delle trasmissioni più demodé, più pedagogicamente negative che la nostra TV ci abbia mai ammannito.

«Carosello» nacque ufficialmente il 3 febbraio 1957: a quelle che divennero poi le fatidiche ore 20,50, scattava una sigla dalla musica assai orecchiabile, mentre agli occhi esterefatti dei telespettatori del dopocena si presentava lo spettacolo inusitato di dieci minuti di pubblicità, iniziava così la trasmissione televisiva italiana più seguita di tutti i tempi.

La televisione in Italia esisteva da tre anni, sperimentalmente da cinque, e il problema della pubblicità, pur fra aspre battaglie, era stato affrontato e definito in uno speciale statuto, dal tono (ma purtroppo solo da quello) estremamente rigoroso. Con l'istituzione di una rubrica fissa giornaliera, da ripetersi sempre alla stessa ora all'inizio dei programmi di prima serata, delimitata da una sigla visiva e sonora che la separasse nettamente dal resto delle trasmissioni, si voleva evitare una pubblicità «alla americana» (negli Stati Uniti come è noto i programmi sono normalmente interrotti in qualunque momento per la emissione di comunicati commerciali). Si intendeva così anche evitare qualsiasi abbinamento fra spettacolo e propaganda in nome di una dichiarata «neutralità» della azienda nei confronti di ditte fra loro concorrenti. A questo proposito si stabilivano anche delle ferree norme di controllo e di coordinamento dei telecomunicati: la lunghezza dello short veniva fissata in 135 secondi, ci cui però solo gli ultimi 35 secondi potevano servire a reclamizzare un prodotto. Tutto il resto doveva essere impiegato per la realizzazione di uno «spettacolo» di qualsiasi contenuto e genere (sempre sottoposto alle leggi della censura, e non in rapporto con salienti fatti di cronaca).

Lo spazio televisivo veniva venduto all'ingrosso: non si poteva cioè acquistare il tempo per una sola trasmissione. Il calendario era suddiviso in cicli di 60 giorni, durante i quali si mettevano in onda gruppi di caroselli (dieci), che l'inserzionista doveva acquistare in blocco, o al massimo dividere con un socio.

La vendita degli spazi televisivi era affidata ad una apposita società, la SIPRA, ben nota dopo le recenti vicende che ne hanno messo a nudo la gestione clientelare, mentre il controllo e il coordinamento dei filmati passavano attraverso un altro organismo, la SACIS, che effettuava le censure. A proposito di censura può essere divertente menzionare qualche episodio curioso nella storia di «Carosello»: i lettori ricorderanno che alla fine degli anni '60 divenne famoso un personaggio pubblicitario che reclamizzava un noto detersivo, l'agente segreto «Mister X». Costui sconfiggeva bande di spioni nemici (con chiara allusione ad «agenti comunisti», fra i quali alcuni cattivissimi cinesi) salvando una misteriosa «formula», quella costituente il segreto del detersivo. In un gruppo di questi caroselli, la agenzia pubblicitaria che aveva ideato le trame aveva inserito un episodio col dirottamento di un aereo: ebbene, proprio nei giorni in cui il filmato doveva essere trasmesso, cominciarono i clamorosi dirottamenti da parte dei palestinesi, e la pellicola fu scartata.

Ma veniamo a qualche dato di questi diciannove anni: «Carosello» si è rapidamente imposto all'attenzione dei telespettatori, tanto è vero che la sua formula non è mai cambiata, tranne che nel numero dei comunicati. Nel 1957 essi furono 1312, e coprirono circa 50 ore su un totale di 2272 di trasmissione, con una percentuale del 2,2%. Da notare che nel bilancio dei proventi della RAI per quello stesso anno (quasi 32 miliardi di lire) le entrate provenienti dalla pubblicità televisiva furono di 1.639.302.000 lire, pari al 5,13%, del totale (altri 5 miliardi e mezzo, il 16,73%, provenivano dalla pubblicità radiofonica).

Introiti di miliardi

Nel 1968, comunque, i rapporti erano nettamente invertiti: la pubblicità radiofonica fece incassare circa 12 miliardi (l'11,32%) mentre quella televisiva più di 16 miliardi e mezzo (il 15,52%) su un totale di entrate di 106 miliardi e mezzo. Dal 1975 è sempre stato «Carosello» a sopportare il massimo delle ore di trasmissione pubblicitaria televisiva: su circa 133 ore e mezzo ben 68 ore sono le sue.

Il clamoroso successo di «Carosello» ha fatto sì, tuttavia, che la gestione della pubblicità televisiva abbia potuto far leva sulla trasmissione per operazioni della SIPRA certamente non al di sopra di ogni sospetto. Per esempio, il regolamento della società prevedeva che chi desiderasse acquistare una serie di spazi doresse impegnarsi ad allargare la propria campagna promozionale acquistando obbligatoriamente anche un certo spazio radiofonico. Ma non è tutto: quando l'inserzionista avesse deciso di affiancare a quella televisiva anche una campagna di stampa, sarebbe stato in certo qual modo obbligato a dirottare i propri annunci anche su riviste e quotidiani per i quali non aveva il minimo interesse, ma che erano gestiti dall'azienda. Ricorderemo fra questi Il Mattino, l'Avvenire, Il Popolo, Tutto sport, Il Corriere Mercantile, il Corriere di Napoli, *la* Gazzetta del lunedì, *e i periodici di Rusconi* (Gente, Gente Motori, Gioia, Eva Express, Rakam) *e infine* L'Umanità *(settimanale del PSDI) e* La Fiera Letteraria *(settimanale culturale tra i più conservatori in Italia). Succedeva insomma che buona parte del gettito derivante da una campagna pubblicitaria andasse a finanziare testate di importanza magari relativa, ma legate a precisi gruppi editoriali e finanziari. Ma non basta: esisteva anche un altro meccanismo che permetteva alla società di gestione di operare (è la sua struttura che consente il sospetto) degli eventuali boicottaggi verso quei clienti che non intendessero stare al gioco. Infatti la società concedeva alla ditta richiedente determinati momenti di programmazione, in determinati periodi dell'anno, ed entro determinate rubriche. Mettiamo dunque il caso di una ditta che producesse per lo più oggetti natalizi: se si voleva boicottarla era facile concederle dei periodi e degli orari «morti».*

Non tutto il male, si intende, sta nella SIPRA. E' chiaro che lo stesso intero sistema della concorrenzialità è sotto accusa. Facciamo infatti qualche digressione sui costi di «Carosello»: di solo affitto, lo spazio di un carosello veniva a costare sui cinque-sei milioni di lire. Ma non era un prezzo reale, perché chi voleva una serie doveva anche acquistare altri spazi radiofonici e di stampa. Le spese di noio per una campagna di dieci caroselli col loro contorno costavano dunque approssimativamente cento milioni. Ad essi vanno aggiunte le percentuali dell'agenzia pubblicitaria, e il costo dei filmati, ultimamente perché perfino le case cinematografiche devono essere scelte in un ventaglio obbligato.

Per farla breve: ogni singolo short costava in media ventiventicinque milioni, dieci caroselli duecentocinquanta milioni.

Dicevamo comunque della grande popolarità di «Carosello»: nel 1972, negli Stati Uniti, il programma italiano è stato addirittura riconosciuto come la più specifica forma di pubblicità esistente al mondo. Il riconoscimento derivava anche dalla ampiezza della sua «audience»: alla metà degli anni '60 essa era intorno ai dieci milioni di telespettatori al giorno. La sua collocazione fra il telegiornale serale e lo spettacolo di prima serata non basta però a spiegare questo successo. Esso risiede anche nella sua stessa struttura.

Una delle osservazioni che meglio può farcene capire i motivi del successo è che «Carosello» piaceva tanto ai bambini. Le filastrocche, gli slogan più fortunati, le musichette orecchiabili, i personaggi dei cartoni animati entravano con grande facilità in circolazione. Calimero il pulcino nero ha preso il posto del Gatto con gli stivali, il Gringo della Montana è il novello Tex Willer, Pippo l'ippopotamo ripercorre le orme del già carosellesco Topo Gigio. Così come si canta «Kinder più latte meno cacao» in luogo de «il mio bel castello», e l'«taca banda» al posto di «Madama Dorè».

«Carosello» insomma ha finito per soppiantare la vecchia fiaba della nonna: la televisione avendo preso il posto del focolare domestico, i bambini non andavano più a nanna dopo Cappuccetto Rosso, ma dopo Ulisse e la sua ombra venti anni fa, e dopo Silvestro o l'omino-linea di Cavandoli oggi. Il fatto è che col cambiare dei ruoli personali e oggettuali nella famiglia contemporanea, ci sono taluni elementi che, presentando strutture analoghe, finiscono col ricoprire funzioni analoghe: è certo ad esempio che la composizione delle trame di «Carosello» con la loro assillante ripetitività, è identica a quella delle favole. Ed è questa ripetitività che il bambino ricerca nella narrazione.

Inoltre «Carosello» è uno dei surrogati più incredibilmente enciclopedici di tutte le comunicazioni di massa. Nel giro di un paio di minuti si ha il riassunto rapido, veloce, stringato di tutte le possibili trasmissioni erasire contemporanee. «Carosello» è stato il più fulgido esempio di parassitismo culturale che si sia mai visto: elementare e addirittura ingenuo nei modelli di comportamento proposti, ripercorreva in sedicesimo tutte le tappe dei più fortunati esempi dell'evasione di massa. Dal romanzo poliziesco al film di avventure, da documentario al varietà, dall'inchiesta al cartone animato, tutti i prodotti del loisir vi sono rappresentati. E nelle loro diverse fasi storiche: nei primi anni vigeva la regola del divismo cinematografico e televisivo (era il periodo degli attori come Bramieri, Billi e Riva, Tognazzi e Vianello, Carotenuto; dei cantanti alla moda come Carosone, Modugno, Dorelli, Buscaglione; degli eroi del quiz come Bongiorno, Mariannini; delle maggiorate fisiche come la Buccella).

L'ultimo periodo

Un secondo periodo, intorno al 1963-64, vedeva invece il sorgere dell'animazione e del racconto fantastico (ecco Supertella, Ulisse e l'ombra, Toto e Tata, Babbut Mammut e Figliut, Pildo Poldo e Baffo blu, Gregorio il guardiano del pretorio, il Cavernicolo, Calimero, Olivella).

Nell'ultimo periodo i generi sono cambiati, prevalera la ricerca dello straordinario, della tecnologia che riproduce gli elementi più rilevanti della ricerca artistica di avanguardia. Ed ecco infatti, più che i personaggi di grido, i registi di fama: Olmi, Pontecorvo, Lelouch, Bertolucci, imitati e talora essi stessi produttori di filmati.

Ora anche «Carosello» va in pensione. Non va certamente pianta la sua fine, per tutte le buone ragioni che abbiamo già sottolineato, e per la sua passata funzione costrittivamente antieducativa. E tuttavia il teorico delle comunicazioni di massa vede con rimpianto uno dei suoi giocattoli preferiti spezzarsi. Ricordiamo che un tempo perfino uno studioso come Roberto Longhi, insigne storico dell'arte, amava l'esercizio serotino di decifrare, in anticipo sulla fine, con quale mai imprevedibile associazione di idee il persuasore di turno avrebbe legato una funzione maggiore, simbolo della nostra società capitalistica: l'offerta della felicità sotto sembianze mercantili.

Omar Calabrese

La scomparsa di un maestro del cinema

Un'immagine di «M», il celebre film di Fritz Lang del 1931 con in primo piano Georg John e Peter Lorre.

Fritz Lang fra arte e industria

Regista di grande ingegno, fu tra coloro che per primi esplorarono le nuove possibilità espressive del mezzo cinematografico — Dalle esperienze della Germania prenazista al lungo esilio americano — I maggiori film e il prezzo pagato alle regole spietate della macchina hollywoodiana

«Normalmente lavoro con Lang alla *story* degli ostaggi dalle nove del mattino alle sette di sera. Degno di nota: è un termine che salta fuori ogni volta che ci sarebbe da discutere la logica di un avvenimento o di uno svolgimento: questo il pubblico lo accetta". Il *mastermind* (il «cervello», n.d.r.) del movimento clandestino che si nasconde dietro le tende di una finestra mentre la Gestapo perquisisce la casa, questo il pubblico lo accetta... Interessante anche il fatto che egli (Lang) prova un interesse molto maggiore per le sorprese che non per le tensioni». E' uno dei duri giudizi su Fritz Lang contenuti nel *Diario di lavoro* di Bertolt Brecht, e si riferisce alla loro collaborazione per *Anche i boia muoiono* (1942): che riuscì, del resto, opera degna, e con scorci di grande vigore (come lo stesso Brecht ammetteva), ma nella cui fattura il drammaturgo aveva ragione d'individuare certi limiti di fondo del regista, a cominciare dalla prevalenza della «sorpresa» sulla «tensione». E ciò al di là dello scotto che Lang pagava alle regole spietate della macchina hollywoodiana, durante il suo lungo esilio.

Scomparso lunedì a Los Angeles, a poco meno di ottantasei anni (era nato a Vienna il 5 dicembre 1890), Fritz Lang rimane comunque nel ristretto gruppo dei maestri del cinema, di quanti esplorarono, per tempo e con genialità, le tante possibilità espressive del nuovo mezzo. I suoi primi impegni di sceneggiatore risalgono al 1916, e già nel 1919 lo troviamo, in Germania, dietro la macchina da presa. La sua attenzione si concentra, all'inizio, come rileva Umberto Barbaro (*Il cinema tedesco*) «sui valori figurativi del film; architetto e pittore, egli si è molto interessato alla scenografia e alla resa fotografica, sempre in vista di effetti monumentali o, comunque, sorprendenti». Sotto tale profilo possono essere considerati, soprattutto, *Destino* ovvero *La morte stanca* (1921), *I Nibelungi* (1924), *Metropolis* (1926): «colossale pasticcio spettacolare di intento socialdemocratico» definisce Barbaro quest'ultimo: ma, in altro luogo, e in una prospettiva generale, il nostro critico riconosceva a Lang una sincera sensibilità per i problemi sociali.

Di tale non trascurabile aspetto della sua personalità sono manifestazione più chiara, nel periodo europeo, *Il dottor Mabuse* (1922) e il successivo *Testamento del dottor Mabuse* (1933), dove, in particolare, si volle vedere, dietro il velame d'una favola «nera», la denuncia del nazismo emergente. Lo stesso Lang accreditava questa interpretazione, in una intervista resa nel 1943, oltre oceano: che era forse un modo di aggiustare la storia *a posteriori* (però certe affermazioni messe in bocca a Mabuse suonano ancora sinistramente attuali: «Bisogna terrorizzare la gente a tal punto che, perdendo ogni fiducia nello Stato, sia tratta a chiedere aiuto a noi...»). Quando *Il testamento* fu proibito da Goebbels (che pure aveva offerto a Lang la direzione artistica della casa produttrice UFA), nel marzo 1933, il cineasta era del resto già emigrato, rifiutando ogni compromissione col regime hitleriano.

Il maggior risultato d'arte, in quell'epoca, Lang lo raggiunge con *M* (1931), dove la magistrale condotta narrativa (è il racconto, poi tante volte imitato, della caccia a un maniaco omicida), si sposa alla «più alta riflessione sulla giustizia e le sue ambiguità» (Sadoul). Tema che l'autore affronterà ancora nella fase americana della sua attività, in quelli che sono forse, con *M*, i suoi capolavori: *Furia* (1936) e *Sono innocente!* (1937): atti di accusa, che nulla o quasi hanno perduto della loro pregnanza, contro le storture non soltanto dei tribunali, ma di tutta una società squilibrata e violenta.

La guerra antinazista ispira a Lang, oltre il citato *Anche i boia muoiono*, che fantasiosamente ricostruisce l'uccisione del «Reichsprotektor» di Praga, Heydrich, confezioni dozzinali come *Duello mortale* (1941) o *Maschere e pugnali* (1946). Più notevoli, di quegli anni, sono *La donna del ritratto* (1944) e *La strada scarlatta* (1945), rifacimento, pur assai inferiore al modello, della *Chienne* di Renoir. L'autore passa, con disinvoltura che tocca a volte il cinismo, da un genere all'altro, sperimentandosi nel *western* (dal *Vendicatore di Jess il bandito*, 1940, a *Rancho Notorious*, 1952) e inclinando di nuovo al *remake* (*La bestia umana*, 1954, che ricalca mediocremente, di Renoir, lo zoliano *Angelo del male*). Ma è nel campo del «poliziesco», o affine, che Lang ha occasione, nel primo decennio postbellico, di mostrare i segni di un talento sempre vivo: pensiamo al *Grande caldo* (1953), con il suo corposo ritratto di un mondo nel quale istituzioni pubbliche e delinquenza organizzata si saldano ormai in una fitta rete di connivenze e collusioni; o a *L'alibi era perfetto* (1956), che, col suo freddo disegno geometrico, doveva suscitare l'entusiasmo di qualche capofila della nascente *nouvelle vague*.

In Francia, infatti, si verifica, non senza forzature e settarismi, il recupero di Fritz Lang, che i registi di punta della «nuova ondata» transalpina assumono, presso ché in blocco, fra i loro idoli, anche con le sue discutibili prove senili, quando, tornato nella Germania federale, il cineasta già anziano e presumibilmente stanco vi realizza *La tigre di Eschnapur*, *Il sepolcro indiano* (1959) e una rielaborazione del *Dottor Mabuse* (1960). Nel 1963, Jean Luc Godard affida a Lang, nella trascrizione cinematografica del *Disprezzo* di Moravia, la parte del regista tedesco «prigioniero» dell'industria (ma il riferimento, nel romanzo, era piuttosto in direzione di Pabst). E Lang recita, con malinconica adesione, i famosi versi di Brecht: *Ogni mattina, per guadagnarmi il pane / vado al mercato dove si comprano menzogne. / Pieno di speranza / mi metto in fila tra i venditori.* La breve poesia s'intitola, com'è noto, *Hollywood*, e suona come l'amara autocritica di molti intellettuali, europei e non, che, al pari di Lang, a Hollywood prestarono servizio. Ma non tutti salvando, al pari di Lang, se non la dignità dell'artista, almeno la probità dell'artigiano: guida preziosa, fra l'altro, di attori che con lui e per lui (dal Peter Lorre di *M* agli Spencer Tracy Henry Fonda, Edward G. Robinson, Glenn Ford, ecc. del periodo statunitense) avrebbero fornito alcuni degli esempi migliori di sé.

Aggeo Savioli