

Rileggete Pasolini

GIAN CARLO FERRETTI

MEDIALIBRO

Sono sempre più numerose le discipline, i generi e le edizioni del tutto trascurate dai recensori e dai giornalisti letterari in cerca di primizie più o meno presunte. Tutto ciò che non è novità letteraria o saggistica stagionale (romani biografie, saggi alla moda) ha scarse e casuali attenzioni, rarissima mente si parla di edizioni economiche e non si tiene mai conto di quell'ormai consistente produzione editoriale che non passa per il canale istituzionale della libreria come per esempio i libri regalati nei settimanali. Certo questi libri non sempre meritano una particolare attenzione essendo editorialmente scontati o relativamente interessanti, ma ci sono po state e ci sono eccezioni, che vale la pena di registrare.

È questo il caso degli *Scritti corsari* di Pasolini offerti ai lettori di *«Epoca»* alcuni numeri fa un volume che raccoglie come è noto i clamorosi e famosi interventi di Pasolini sul *«Corriere della Sera»* dal 1973 al 75 insieme ad altri scritti che è stato pubblicato da Garzanti a partire dal 75 in tre collane (Memorie e documenti I Garzanti e Opere di Pier Paolo Pasolini) e in numerose ristampe fino al 81 per un totale di quasi 100.000 copie ma che da allora è diventato via via introvabile. Oppor una iniziativa perciò ma sostanzialmente scupata.

L'edizione di *«Epoca»* infatti ripropone gli apparati bibliografici informativi della redazione Garzanti (non privi di carenze e imprecisioni), e vi aggiunge una introduzione di Piero Ottone (direttore del *«Corriere della Sera»* in quegli anni), che non dice niente di nuovo rispetto a quanto egli stesso e Gaspare Barbiellini Amidei (mediatore del giornale nei rapporti

con Pasolini) sono venuti scrivendo già in passato. Peccato perché una riflessione *dal interno* di quell'esperienza sarebbe oggi utile per molti versi. L'operazione Pasolini si inseriva in un rinnovamento complessivo del tradizionale e conservatore organo della borghesia lombarda alla vigilia di quelle scadenze elettorali degli anni Settanta che avrebbero evidenziato profonde trasformazioni nella società italiana. Un rinnovamento in cui la linea politica culturale liberali di Ottone si intrecciava alle esigenze di un ricambio e ampliamento dell'area

dei lettori da parte della proprietà

Nella sua introduzione, Ottone si limita a ricordare l'episodio che portò Pasolini in prima pagina (una proposta di Barbiellini appunto «per ravvivare una 'prima che si presentava piuttosto morta» nel quadro della «politica d'autore» del giornale, e sottolineare i rapporti di collaborazione largamente fondati sull'iniziativa di Pasolini stesso, e a parlare in modo generico di «spirazione poetica» e di «grande giornalismo».

Sul Pasolini «corsaro» si è scritto tanto più che su molte altre sue opere ed esperienze, concentrando per lo più il discorso sull'alternativa tra un Pasolini regressivo nei confronti della modernità e un Pasolini critico dei guasti del capitalismo maturo. Due aspetti che, in sostanza, sono in lui contraddittoriamente compresenti (non soltanto in questi scritti), e convergenti comunque in quella sua straordinaria capacità di fare scandalo, costringendo sempre l'interlocutore-lettore a verificare radicalmente le proprie idee, nel consenso o nel dissenso (che è anche un aspetto della sua forte istanza pedagogica).

Meno si è parlato di altri importanti aspetti come l'originale ricerca di un ruolo specificamente politico e critico estremo ed estraneo e sostanzialmente contrario a tutte le istituzioni, realizzato attraverso quello che Pasolini stesso definì un uso «cinico» del mezzo giornalistico (già a proposito della sua precedente

esperienza su *«Tempo»* settimanale, dal 1968 al '70) e come la canca utopica intrinseca al suo discorso sulla società italiana. Collocandosi infatti tra un presente perduto e un futuro possibile, Pasolini tende ad alzare la posta, a scorgere facili compromessi accentiamenti e conforti rilanciando e riproponendo continuamente la ricerca e l'elaborazione, l'analisi e la verifica. Bisogna puntare a obiettivi che oggi appaiono impossibili, sembra voler dire il Pasolini «corsaro», se si vogliono fare riforme radicali e reali. Fa confusione di valori e disvalori, di vera reazione (e arretratezza) e falso progresso (e modernità) di nuove privazioni ed equivoci privilegi, è tale che solo proiettandosi al di fuori di tutto ciò un disegno di trasformazione può restare immune.

Forse è proprio in questa implicata proiezione verso il futuro, in questa inesausta indicazione di alti obiettivi, l'aspetto più attuale del Pasolini «corsaro».

I motori dell'Alfa Romeo

Sicilia a tutto schermo

Sergio Campallia
«Il paradiso terrestre»
Rusconi
Pagg. 570, lire 27.000

AUGUSTO PASOLA

Esiste un Eden per noi? È possibile isolare sulla Terra una porzione di realtà accesa dal mondo circostante? È psicologicamente e concretamente realizzabile un angolo in cui rifugiarsi col carico delle nostre speranze deluse? Atteno a questi interrogativi si snodano le vicende di questo fiabesco libro con cui l'autore - quarantatreenne professore di Letteratura italiana all'ateneo romano - affronta per la prima volta il romanzo.

Il protagonista è un architetto senza professione, predicatore della signorile terra di orti, frutteto, irrigato da qualche ruscello, tra la solidità concreta del ricco padre e il torpore della nobile famiglia materna, tra un amore dolce e sicuro e il desiderio di una donna sfuggente e determinata nella sua volubilità, tra una vocazione aristocratica e il bisogno della comunanza col popolo, un perenne, cioè, perenne, immenso in una torbida inquietudine e sempre alla ricerca illusoria del nuovo Eden. Egli torna in Sicilia, quasi in una inconscia caduta all'indietro, alla ricerca delle sue origini, e si ferma ad Agrigento, in una villa che il proprietario - sanguigno e ricchissimo potentato - è riuscito a trasformare proprio in un Eden personale in cui, a cominciare dall'acquedotto, abbondano tutto ciò che appena fuori scarseggia. Ma anche qui penetra la tragedia devastante di Caino e Abele; e il protagonista stesso, nell'innesto finale (che non diciamo, perché dopo cinquecento e passa lire pagine il lettore ha pure il diritto di scoprirlo da solo) suggerirà fino in fondo la forza viscerale di attrazione della terra di origine.

Nello scenario magico dei tempi e sullo sfondo di una perenne tragedia di degrado e di colpevole miseria, l'autore si ingegna a raffigurare, i mille aspetti di una società contraddittoria e magmatica. È bisogna dire che in certe pagine come quelle dedicate al matrimonio di qualità alla «cassaba», al monastero di clausura, al palazzo del duca santo, alla tumultuosa festa di San Calò, alla disastrosa alluvione, o in certe figure come l'ambiguo giovane prete curioso del demonio, o l'amico lucido e rassegnato o il vecchio affarista in guerra con tutti, si raggiungono momenti di grande tensione artistica e anche vette non comuni di intensità drammatica. C'è di tutto, insomma contraddizioni della moderna società, siciliana, riguristi di fatalità greccamente intesa.

E c'è anche qualche aspetto di basso profilo, qualche caduta di gusto qualche linguaggio spicciamente quando l'autore abbandona le grandi scene di massa a lui più congeniali per entrare nel dialogo confronto più personale ma forse, di fronte all'evanescente vacua e ammiccante che contraddistingue troppo gracili racconti contemporanei, dobbiamo essere grati anche per qualche eccesso. Felicità creativa gusto di narrare, abbondanza di ispirazione sotto doti di cui si rischia di perdere le tracce.

Una ricostruzione analitica dell'impresa come universo socio-tecnico tra ragioni individuali e collettive

Un'occasione storiografica per rimettere insieme politica e società affari e lotte, condizionamenti e volontà

GIULIO SAPPALÀ

Duccio Bigazzi
«Il Portello. Operai, tecnici e imprenditori all'Alfa Romeo 1906-1926»
Franco Angeli
Pagg. 662, lire 48.000

L'editore Franco Angeli ha dato recentemente alle stampe quattro volumi di una sua nuova collana (diretta da Mario Berengo e Franco Della Peruta) che aspira ad essere una sorta di rinnovata e dichiarata fiducia nel voto dello storico, ospitando testi destinati ad essere esemplari per metodologia e per novità di argomenti e di temi.

L'importante testo di Franco Della Peruta sulla partecipazione degli italiani alle guerre napoleoniche (*Esercito e società nell'Italia napoleonica. Dalla Cisalpina al Regno d'Italia*) e quello dell'immatrimentamento Luciano Faccini (*La Lombardia tra 600 e 700. Ricostruzione economica e mutamenti sociali*), che di ha detto un lavoro che è un modello di analisi dei meccanismi della crescita di una «regione economica», sono la prova che quell'auspicio inizia sin da subito ad essere realtà. Ed è pure apparso, di Luigi Ganapini, *Una città, una guerra (Milano 1939-1953)*.

Tra i primi volumi voglio qui parlare, però, del testo di Duccio Bigazzi, *Il Portello. Operai, tecnici e imprenditori all'Alfa Romeo 1906-1926*, per la congenialità dei temi che in esso sono trattati con le nuove frontiere della storiografia contemporanea, che il libro esplora con ampiezza di approcci, serietà ermenutica indagine e rara, scrupolo analitico che è frutto di un lavoro decennale.

Libro pesante, massiccio di ben 662 pagine, che nonostante si presenti sotto il soave aspetto della sua rosea copertina (ma quale consulente gentile avrà così pensato di ghermire il desiderio del potenziale lettore?), richiede passione per la lettura e gusto della ricerca, che questo Bigazzi, inesorabile, ci chiede.

Ne varrà la pena. Questo libro si pone - e a lungo si porrà - come un esempio quasi unico a livello internazionale di una nuova storiografia. Quella che vuol porre al centro della sua analisi l'impresa industriale. Ma l'impresa industriale è intesa secondo un approccio che va oltre la logica della *business history* di stampo anglosassone. Una storia, invece, che

vuol essere storia sociale d'impresa (*social history of the firm*, per fare anche noi gli anglo-provinciali) o sia la ricostruzione analitica dell'impresa come universo socio-tecnico in cui si confrontano attori sociali portatori di strategie individuali e di strategie collettive grazie all'azione organizzativa. I vincoli nei quali queste strategie e queste mobilitazioni collettive si esplicano sono quelli delle tecnologie, dei mercati, della razionalità economica che sovraddetermina il comportamento dell'impresa.

Questo approccio ha conseguenze analitiche rilevanti. Bigazzi dedica le pagine forse più belle del suo libro alla storia della classe operaia e del movimento operaio all'Alfa Romeo.

Ma come sempre questa sua analisi? In modo sostanzialmente innovativo. Bigazzi dà, nella ricerca vera e concreta, molte risposte agli interrogativi che si pongono dinanzi a una storia contemporanea che voglia portare a soluzione in senso positivo l'impresa in cui per molti versi risale.

Il riferimento alla divaricazione esistente tra una storia sociale che, nell'assunto di trovarsi i suoi fini nella descrizione della materialità delle strutture su cui e in cui gli uomini elevano le loro azioni, presunte di assolvere ai compiti della fondazione scientifica della storiografia e - d'altro canto - una storia politica che si risolve (e finisce) nel momento stesso in cui si riduce a riproduzione del momento puramente etico-culturale degli attori individuali, estranei al peso e ai condizionamenti della struttura

ra. Spesso entrambi sordi alle scienze sociali, in quella singolarissima sordità cognitiva che facilmente affligge gli storici, questi approcci paiono entrambi giunti a una interna consunzione. La storia sociale reclama l'incrocio con la politica, intesa come società politica e formazione delle identità collettive, pena il suo esaurirsi in un indistinto accumulo di nozioni prive di significato. La storia politica, d'altra parte, reclama l'incrocio, appunto, della società come vincolo strutturale e materiale del condizionamento dell'azione e del pensiero dei soggetti.

Questa nuova sintesi, che è la frontiera vera e decisiva della storia contemporanea, viene posta al centro della ricerca sulla classe operaia dell'Alfa Romeo in anni decisivi sia per le sorti organizzative del movimento operaio, sia per la fragile e neonata democrazia italiana che va spegnendo nell'autoritarismo fascista. Dalle finissime pagine sulla «fiera del mestiere» degli operai meccanici milanesi, fuori da ogni schematismo (su cui, ad esempio, chi scrive è caduto) - ed essi sono i «più turbolenti della città» - si dipana un filo descrittivo che collega la loro figura professionale alle loro differenziate, contrapposte, articolate espressioni delle «culture politiche operaie» che fuo-

nescono da ogni corporativismo. Ci dimostrano, insomma, come la «società politica», con le sue ideologie, socialista, sindacalista rivoluzionaria, comunista, diventi il momento essenziale di formazione di una identità e di una cultura degli operai come cittadini, prima che come produttori. Senza comprendere questa identità e questa cultura - e qui il libro di Bigazzi veramente diventa contributo importante alla storia generale - non si coglie il significato dell'avvento del fascismo come sconfitta storica, politica, del movimento operaio e di quegli uomini in carne e ossa che ne costituivano l'espressione composita e vitale.

Questo meccanismo analitico - ecco la novità - illumina con straordinaria esattezza anche le strategie industriali e manageriali. Dalla tecnologia al mercato, da un lato, dicevo, vengono i condizionamenti e in genere le innovazioni. E il libro ha pagine bellissime sulla tecnologia dell'auto ne segue gli interni svolgimenti, dimostra come essa costituisca, in una fabbrica così laboriosa ai complessi e non «a grande serie», il tessuto nervoso e «compositivo» della industria meccanica. E il libro, ancora, dimostra chiaramente l'ampio mercato via via realizzatosi nelle quote di mercato e le loro crisi, il mutamento

istituzionale decisivo della grande guerra, la crisi di riconversione sino all'avvento della mano pubblica, attraverso l'azione di supplenza che essa assolve rispetto a questa azienda, trascinata in ciò dall'intervento nato in occasione della sistemazione seguita alla crisi della Banca Italiana di sconto. E il libro giunge in modo nuovo, dicevo, alle culture e alle strategie imprenditoriali e manageriali. Duccio Bigazzi ricostruisce la nascita di un'impresa tra propensione all'innovazione tecnica, vincoli della finanziarizzazione inevitabile e necessità delle sue funzioni, nella scelta consapevole di perseguire una via della crescita tutta fondata - ecco la specificità Alfa Romeo - sulla qualità, l'affidabilità tecnica, la valorizzazione del prodotto, rivolto a un mercato premiato dalla professionalità e la sua eccezionalità tecnologica, fondando «l'autorità» di un marchio destinato ad affermarsi nel mondo. Quali che siano, ecco il punto, le mutazioni della sua ragione sociale e i suoi orizzonti di gruppo!

Fondamentale in questo lavoro è l'attenzione con cui Bigazzi ricostruisce le vicende del fondatore, Nicola Romeo, le sue ascendenze culturali e professionali. È fondamentale è il ritratto nuovo e inedito che ci dà di Ugo Ojetti, non soltanto letterato e vate - tra i piccoli vati - dell'Italia che si prepara ad essere imperiale, ma anche industriale e finanziere attento, perché mediatore tra mondo dell'impresa e mondo della politica e della cultura.

Questo libro costringe a uscire dal quotidiano e dal consueto, ci invita a cercare le radici di un'avventura industriale che sino a ieri ha appassionato e diviso.

Qui troviamo molte risposte al nostro interrogarsi sul volto che l'Italia industriale andava assumendo alle sue origini: in tutta la sua complessa multiformità.

Non si spaventi il lettore dinanzi alle 662 pagine. È un libro che si può leggere anche a brani, come taluni libri classici. E si può far questo perché è pieno di sorprese, nate dalla sapiente metodologia dell'autore. Si pensi che anche la fotografia diventa strumento analitico, in bellissimi «aquari» di vita di fabbrica e di dellavolpiana «critica del gusto» interpretativa, con una finezza che è raro riscontrare.

Leggiamo, dunque, il libro «rosato» di Duccio Bigazzi, ci aiuta a comprendere l'origine dell'avventura dell'Alfa Romeo. Ed è molto di più!

Annamaria Testa
«La parola immaginata»
Pratiche Editrice
Pagg. 251, lire 25.000

I vestiti della pubblicità

GIACOMO GHIDELLI

La pubblicità diventa sempre più invadente. Come è stato scritto, «aumentano gli investimenti nei programmi televisivi dedicati alla pubblicità gli annunci di auto pubblicità delle agenzie, i prosimamente per campagne in uscita e le interviste agli addetti ai lavori». Una sorta di moltiplicazione della comunicazione che però difficilmente riesce a essere interessante perché quasi sempre confinata nei circuiti della banalità. Le eccezioni gli in conti che aprono via alla riflessione su uno dei fenomeni del nostro tempo sono quindi benvenuti. È benvenuto è il libro di Annamaria Testa «La parola immaginata» secondo volume della collana «strumenti per scrive

re e comunicare» della Pratiche Editrice una collana che - sia detto per inciso - val forse la pena di seguire con attenzione visto il programma (una divulgazione dei meccanismi che sian dietro le varie forme di comunicazione) e gli esiti guadagnati dai primi volumi.

A prima vista il libro si presenta come una serie di «lezioni» che una valente pubblicitaria - Annamaria Testa lo è - offre a chi desidera intraprendere la professione di copywriter il punto di partenza è l'agenzia che cosa è come è strutturata quali sono le figure professionali che vi operano e quali i modi in cui si svolge il lavoro quotidiano. Dopo di che ci si addentra nella materia (la scrittura pubblicitaria) e partendo sempre da casi concreti si mostrano i vari modi

in cui è possibile integrare la parola con l'immagine («La parola immaginata») per dar vita a un annuncio pubblicitario. Si esaminano le regole di queste mescolanze e per farle ben comprendere se ne indicano efficaci trasgressioni. Gli esempi citati sono tutti firmati dall'autrice e sono annunci che molti ricorderanno: c'è la Golia che «sfrizza il vello pendulo» la «Ritmo evoluzione della specie» la «Gioconda da/Ferrarelle» il «Periana passa parola» e tanti altri quasi classici del nostro panorama pubblicitario tutti analizzati nel loro costruirsi tutti pazientemente e chiaramente smontati nei loro componenti. Proprio per questo se dovessi indicare una caratteristica predominante di queste pagine direi che essa sta in una tenace esigenza di chiarezza so-

stenuta dal desiderio di aiutare il pubblico della pubblicità - reale destinatario del volume - a capire che se un annuncio o un filmato annoiano o indispungono la colpa non è della pubblicità tout court ma di chi ha realizzato quel messaggio di chi non ha saputo costruirlo in modo vincente e accattivante al tempo stesso di chi ha creduto che la miglior via fosse quella di una comunicazione autoritaria ricatatonica o anche banalmente descrittiva. E per fornire un aiuto reale come si diceva Annamaria Testa insegna a «smontare» i messaggi in elementi costitutivi che vengono analizzati con semplicità. Una conclusione?

A un certo punto del libro si dice «Prendete un profumo maschile secco forte e amaro e mettetelo in un flacone esagono

le di vetro nero con rinforzi dorati sugli spigoli e sopra sovrastate «Super» Oppure versatelo in un flacone cilindrico di vetro satinato azzurro e con un'elegante corsivo scrivete «Manhattan». O ancora scegliete un flacone cubico e trasparente, sormontato da un tappo argenteo a forma di perfetta mezza sfera e aggiungete il nome «Dionysus». O finalmente inventate un flacone ovoidale di plastica giallo acido e battezzatelo «Saxophone». L'odore resta lo stesso ma i profumi sono diventati quattro. In altri termini gli aspetti funzionali del prodotto sono passati in secondo piano e a emergere sono i messaggi che accompagnano i vani profumi, ovvero gli aspetti simbolici e linguistici del prodotto. E ciò non

accade solo per prodotti appartenenti al settore del largo consumo si pensi alle automobili e al computer, tanto per fare due banali esempi. In realtà, come sostiene Michele Rizzi nel suo ottimo «La pubblicità è una cosa seria» (per chi se lo fosse perso Sperling & Kupfer Editore, pp. 164 lire 19.500) oggi la pubblicità non può più essere intesa come qualcosa che si aggiunge ai prodotti come un modo che aiuta a vendere il prodotto. La pubblicità è diventata componente integrante del prodotto di quell'oggetto che contemporaneamente è funzione e linguaggio che quindi significati simbolici che poi il consumatore cercherà per esprimersi o per specchiarsi in essa.

Sessantotto Delusioni e altri amori

Luisa Passerini
«Autoritratto di gruppo»
Giunti
Pagg. 231, lire 15.000

GIANFRANCO PASQUINO

Tra il privato e il pubblico si dipana il percorso di questo autoritratto di gruppo autoritratto perché l'autrice parla anche, forse soprattutto, di sé, scrivendo del «sessantotto»; di gruppo, perché il parlare di sé si nutre di interviste selezionate ad alcuni dei protagonisti del Sessantotto. Il privato, vale a dire le vicende personali, di studio e di lavoro, di famiglia e di affetti, dell'autrice, si intreccia con il pubblico, vale a dire la vita di relazioni e di attività politiche, prima e più di quelle professionali. In qualche modo, anzi, il privato schiaccia il pubblico e finisce per relegarlo sullo sfondo. L'impressione è curiosa, poiché l'autrice, una nota e brava storica, fra le prime e le migliori studiose a praticare in Italia il metodo della storia orale, sembra quasi interrogare se stessa, estrarsi dalla propria esperienza e riflessioni quanto sia degno di rimanere.

L'artificio narrativo è costruito intorno a sedute psicoanalitiche che si protraggono per tutto il volume e attraverso le quali Luisa Passerini ripercorre con molti flashback la sua infanzia, i suoi rapporti con i genitori, ma in particolare con le donne della sua famiglia, con le amiche e le compagne di scuola, con gli uomini della sua vita. Talvolta questa esibizione di sentimenti e di comportamenti, seppure filtrata dalla memoria, risulta persino eccessiva. Talvolta, sembra avere obiettivi di natura essenzialmente terapeutica, quasi una cura, di re tutto per liberarsi di un passato, comprendere il presente, meglio preparare il futuro.

Poiché l'autoritratto è di gruppo, non è possibile sfuggire alla considerazione che anche il Sessantotto viene così psicoanalizzato. Una buona dose di esibizione, anzi di esibizionismo, un intreccio fra privato e pubblico che schiacciava il personale e obbligava il privato a sottostare al pubblico, un momento che appare luminoso per quasi tutti gli intervistati, ma lontano; un passato passato che pure ha lasciato tracce personali, affettive, politiche non tutte positive.

Come in politica anche nella vita privata il Sessantotto risulta un'esperienza di lacerazione, una rottura secca giunta senza preparazione, una vera e propria irruzione, nella vita di una generazione, di alcuni componenti di una generazione iperpolitizzata, una generazione che non ha probabilmente saputo riflettere a sufficienza (psicoanalizzarsi?) su quanto stava succedendo e producendo. Ne deriva una sorta di impossibilità di essere (stati) autentici, di rimanere quali si voleva essere, di ridiventare se stessi senza dimenticare il passato ma senza riuscire ad inserirlo nel proprio percorso privato e pubblico.

A cavallo tra un improbabile recupero di un clima, di una stagione, di un tempo eccezionale e il difficile tentativo di innervare questa società e la propria vita di quelle aspirazioni, di quei valori, di quel entusiasmo (anche se, non poche volte, quelle aspirazioni sembrano davvero ingenui, quei valori non sono diversi da quelli classici che la sinistra ancora persegue, quell'entusiasmo appare forzato eccessivo, legato ad un sussulto che non poteva, non sapeva non voleva «istituzionalizzarsi»).

Un libro di memoria incompiuto per un momento che per molti dei suoi aderenti è rimasto incompiuto un percorso analitico che non riesce a incrociare efficacemente il privato e il pubblico e che, alla fine, sembra propendere per un'affermazione del privato, inteso come il prendere il sopravvento di una componente sull'altra, l'incapacità di trovare un equilibrio che nel Sessantotto era sempre stato favorevole al pubblico e che in molti ex-sessantottini e nella stessa autrice sembra oggi, fra delusioni e «malattie», rotto a favore del privato. Proprio perché Luisa Passerini è consapevole di queste delusioni la narrazione della sua esperienza risulta convincente. Ma all'autrice sembra sfuggire il problema dell'intreccio fra un entusiasmo che era anche il segnale e il prodotto dell'ingresso di una generazione sulla scena socio politica del proprio Paese, e un rifiuto che è anche il prodotto dell'incapacità di quella generazione di tenere alto e costante il suo impegno di prendere atto che l'eroismo politico risiede nella continuità del lavoro nella quotidianità dello sforzo. Così si diventa protagonisti, disegnano la propria parte e non, come conclude l'autrice dichiarandosi «da buona compagna di teatranti» abbastanza disposti ad accogliere quel che verrà la prossima scrittura.