

Venerdì 22 agosto 1997

2 l'Unità

LA CULTURA

lo Disney tu Jane Nasce nuova rivista Usa

Non bastava «George»: ora arriva «Jane», e non è una rivista edita da Tarzan ispirandosi al proverbiale nome della sua compagna. È una rivista. Sta per uscire negli Stati Uniti, ma non è la risposta femminile all'ormai famosa rivista di «John John» Kennedy. È una rivista per ragazze edita dalla Walt Disney, e lanciata in questi giorni sul mercato americano con un blitz pubblicitario da 5 milioni di dollari (circa 9 miliardi di lire, ma non spaventatevi: per la Disney sono noccioline, rispetto ai lanci pubblicitari dei suoi cartoon). «Jane» si rivolgerà a un pubblico femminile di età intorno ai 20 anni, e uscirà nelle edicole il prossimo mese, puntando ad inserirsi in una fetta di mercato già abbastanza stracolma (dovrà far concorrenza a titoli come «Glamour», «Mademoiselle» e «Seventeen») ma ritenuta, dagli esperti, notevolmente redditizia. La direttrice si chiama Jane Pratt, e, per quanto incredibile possa sembrarvi, il nome della rivista deriva da lei, un po' come se «Repubblica» si fosse chiamata «Eugenio». In realtà, Jane Pratt è la nota conduttrice di un talk-show televisivo, e alla Disney sperano che la rivista omonima diventi la nuova regina del pettegoleso soft, una sorta di «guida» per le ventenni su argomenti come sesso & moda. C'è da dire, però, che in tempi recenti Jane Pratt ha registrato - a parte qualche battuta d'arresto: negli ambienti editoriali viene considerata una che ha alzato molta polvere, ha fatto molto rumore ma ha «prodotto poco». La signora ha 34 anni e ha già diretto una rivista per adolescenti intitolata «Sassy», che l'anno scorso è andata in crisi. Ha scritto un libro sulle giovani generazioni che, riportano le agenzie, non ha venduto una copia. E i suoi talk-show hanno avuto critiche a dir poco deprimenti. Insomma, stando agli esperti del ramo, la Disney a questo giro rischia grosso. Ma loro sembrano tranquilli. Alla Fairchild, la divisione editoriale della Disney che si occupa del ramo riviste e che si sta occupando del lancio della nuova testata, puntano proprio sulla forza magnetica di questo personaggio controverso ma, a sentir loro, estremamente popolare. «La nostra società non pubblicherà - dicono - un prodotto destinato a crearci imbarazzo. «Jane» sarà provocatoria ed eccitante, ma in modo sofisticato». Il lancio della rivista prevede, oltre ai 5 milioni di dollari iniziali, una cifra almeno doppia per il mantenimento della campagna pubblicitaria. Si punta a 400.000 copie per il primo numero (in un mercato immenso come gli Usa non è una cifra stratosferica). L'obiettivo di lungo termine è una diffusione di 800.000 copie in edicola entro 5 anni. Se andrà male, si potrà sempre lanciare una rivista per maschi intitolata «Tarzan» e una per scimmie intitolata «Cita». Dal canto nostro, in Italia, continueremo felici a comprare un'altra rivista della Disney con un nome apparentemente scemo ma dal contenuto mitico: si chiama «Topolino», ve la ricordate?

Dopo quasi quarant'anni torna (con grande accoglienza) il saggio americano contro l'industria culturale

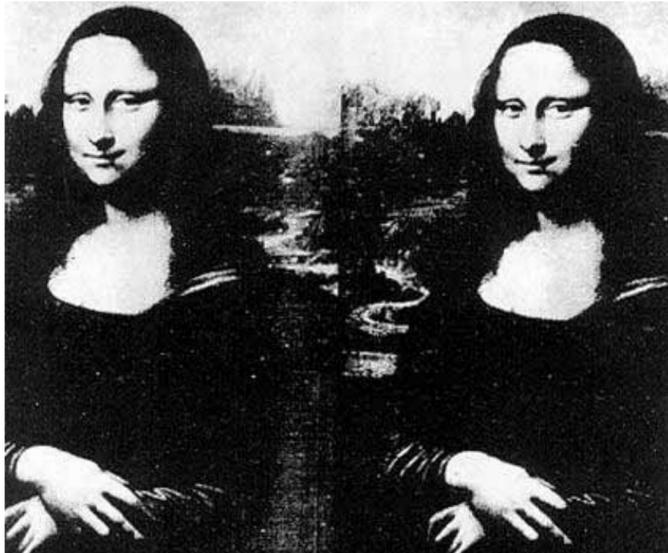
Democrazia fra «midcult e masscult» Le profezie del vecchio Macdonald

Le analisi del fondatore di «partisan» della cultura di massa suscitano ancora oggi una serie di riflessioni. Per Macdonald la «bestia nera» è il rapporto fra estetica e politica. E anticipa di molti anni l'ipotesi di una frammentazione di subculture.

È molto significativa l'eco con cui è stato accolto un breve, e non recente, saggio come *Masscult e Midcult* di Dwight Macdonald. Anzitutto è segno della povertà attuale della riflessione su una serie di temi - cultura alta e bassa, comunicazioni di massa, omologazione dei linguaggi e del pubblico, ruolo degli intellettuali - che pure sono continuamente proclamati come decisivi: se su questi nodi appare infatti così pregnante e sorprendente un testo scritto quasi quarant'anni fa, in tutt'altro clima mediatico e culturale, vuol anche dire che il dibattito attuale è scontato, ripetitivo, di basso livello. Che è proprio ciò che, sempre più frequentemente, capita di pensare davanti alle analisi degli esperti in scienze della comunicazione, tanto sofisticate da apparire futili ed elusive, oppure agli estemporanei ed inutili pareri delle centinaia di intellettuali generici e tuttora. Il primo merito di questo testo sta invece nel taglio dell'analisi di Macdonald: informato ma non ossessionato dall'oggetto «cultura di massa», polemico fino all'invettiva ma non apocalittico. E lo stile qui è, come sempre, il sintomo decisivo di un approccio mentale, di un costume culturale. Macdonald sfiora lo snobismo elitario ma non vi precipita («È proprio perché credo nelle potenzialità della gente che critico il Masscult»), è pessimista ma non si fugge dal problema che pongono la cattiva qualità del Masscult e la perfida truffa del Midcult.

Forse è il caso di provare a definirli, questi due termini: il *Masscult* è la cultura di massa come «parodia dell'Alta Cultura», ripetuta e serializzata, parte integrante del processo di standardizzazione che - nei paesi capitalisti come in quelli allora socialisti - «trasforma l'individuo nell'uomo di massa»; è, sostiene Macdonald, una cultura «scadente in modo nuovo» perché completamente soggetta allo spettatore, che «non chiede nulla al pubblico» e nulla dunque dà. Il *Midcult* appare invece come qualcosa di più sottile e ambiguo: esprime una componente «di gusto medio», in grado perfino di «farsi passare per vera cultura» - per esempio, sfrutta e popolarizza le scoperte dell'avanguardia, si presenta come trasgressivo, seduce perché ha un'aria esclusiva e apparentemente non massificata, raffinata e al passo coi tempi, e così via: il nome per tutti che Macdonald fa è il suo contemporaneo Hemingway, in particolare *Il vecchio e il mare*.

Da questo punto di vista, come si accennava, l'attenzione con cui questo libriccino è stato accolto è paradossalmente il sintomo di una



«Double Monna Lisa» di Andy Warhol

distrazione: c'è persino chi ha lamentato che un testo del genere fosse sconosciuto da noi, quando è disponibile - insieme ad altri saggi di Macdonald: per esempio quelli su Joyce, McLuhan o il Vietnam, pubblicati in Italia nella raccolta *Controamerica* - da quasi trent'anni. Il problema è il solito: non solo queste tesi, ma tutta una corrente di pensiero liberal/radical (il gruppo della *Partisan Review* e di *Politics*, con figure come Paul Goodman e Irving Howe, in America; Nicola Chiaromonte da noi) è finita schiacciata tra le grandi tradizioni ideologiche del dopoguerra. Certo che al nostro disorientato presente, rassegnati come siamo a un Masscult che ha esaurito ogni potenzialità anche solo vagamente democratica, e invischiati in un Midcult grigio e scontato, le chiare parole di Macdonald appaiono un autentico toccas-

na intellettuale: con qualche rischio consolatorio e autoassolutorio, visto l'entusiasmo con cui sono state accolte persino su quei rotocalchi ormai divenuti semplici megafoni del Masscult più persuasivo e avvelenato, quello televisivo. Ma una ragione c'è: è un entusiasmo visibilmente postumo, che non costa nulla e resta senza conseguenza. Come ha spiegato una volta quel magnifico anarchico riformista di Paul Goodman, le grandi catene televisive accettano

volentieri le critiche più radicali e liquidatorie: quello che non accettano - e Goodman racconta in un saggio, raccolto dalle edizioni Eleuthera in *Individuo e comunità*, un aneddoto esemplare - è il progetto di un buon programma. «Lei non riesce ad afferrare l'idea» - disse l'alto dirigente televisivo - noi vogliamo che lei critichi senza pietà. Con questo possiamo misurarci. Sappiamo che la tv è una schifezza, ma è inevitabile che lo sia. E ora lei vuole mostrarci che potrebbe essere diversa!». Ovviamente Goodman non ricevette mai nessun incarico dalla Cbs.

Ma è meglio non sottigliare su certe reazioni. Così come non sottolineerei troppo le pagine dove Macdonald rivela strane approssimazioni e idealizzazioni: ma almeno nel caso dell'asserita reciproca autonomia tra Alta Cultura e Arte Popolare («prodotto autoctono forgiato dal popolo per soddisfare le proprie esigenze») che solo la società di massa avrebbe mescolato, l'equivoco è serio e non senza conseguenze. E non appare davvero casuale: la bestia nera di Macdonald è infatti la contaminazione, è quel simbolo, un tempo americano e ormai universale, del crollo nel quale «tutto si fusa completamente». E qui siamo al cuore del problema, quello del rapporto tra democrazia e cultura, e alla domanda intorno cui ruota, che Vittorio Giacobini, nella vivace introduzione, riformula così: «Perché scontiamo sul terreno della cultura le conquiste della democrazia?».

Per riprendere il filo di quella ri-

flessione, bisognerebbe provare intanto a misurare la distanza tra le pagine di Macdonald e il nostro presente. In estrema sintesi, la società di massa (e quindi il Masscult) di Macdonald teneva all'omologazione sia sul piano del linguaggio e dei contenuti che su quello della circolazione e del consumo. Solo nelle ultime pagine, straordinariamente anticipatrici, si affaccia l'idea che non esista «un unico Grande Pubblico, ma invece una serie di pubblici più piccoli, più specializzati». Questa decisiva frammentazione è ciò che invece contrassegna il nostro presente, come è evidente se si osservano anche i dati statistici più grezzi: per esempio, lo *share* delle trasmissioni tv o i risultati elettorali. C'è un'idea di Masscult (e anche, se vogliamo, di lotta al Masscult o al Midcult) adatta a una società dove dieci o quindici milioni di italiani guardavano ogni sera lo stesso sceneggiato e lo stesso Tg, e dove due soli partiti politici assomavano il 70% dell'elettorato. E ce n'è interamente da ricostruire di fronte a una situazione mediatico-culturale in cui si discute appassionatamente di programmi popolari che raggiungono a stento i 3 milioni di telespettatori (per di più Auditel, ossia del tutto virtuale); e per arrivare al 70% delle preferenze elettorali di partiti e partitini bisognerebbe sommarne almeno 6 o 7.

Questa frantumazione di gusti e comportamenti è il dato qualificante del nostro scenario attuale. Per i postmoderni più euforici è un

segnale di pluralismo culturale; più prudentemente, potremmo ipotizzare che in esso si mescolano approdi e tensioni diverse, particolarmente globalizzanti, libertarie e iperconsumiste. E comunque ciò non vuol dire che non esista più una società di massa, ma che il Masscult oggi si configura piuttosto come un involuoco che raccoglie, uniforma e non omologa del tutto subculture anche molto diverse.

Qui, il problema, esattamente come nelle pagine di Macdonald, ridiventa insieme estetico e politico. Nel senso che anche solo per limitare i danni che questa situazione provoca - il principale, al di là dei pericoli di intolleranza ed esclusione reciproca, è un deficit di innovazione - sembrano proficue due vie d'uscita; ed entrambe non riguardano l'arte e la cultura come apparati separati dal resto della discussione pubblica. La prima consiste nel valorizzare spazi e qualità di quelle culture e quei pubblici minoritari che la frantumazione del Masscult genera. Con un'avvertenza: nella società contemporanea tutte le subculture sono minoritarie. Un limite gravissimo del mercato e della comunicazione attuali è che alcune minoranze, appena un po' più grandi e potenti, sono blandite e ipervalutate; altre, meno ricche e rumorose, non repressi ma clamorosamente marginalizzate. È il caso del pubblico dei mezzi di comunicazione diversi da quello ritenuto dominante: per esempio il pubblico della radio (delle radio), inferiore numericamente a quello televisivo ma non certo nelle proporzioni che potrebbe sembrare a giudicare dall'attenzione e dalla cura diversa con cui i due media sono seguiti. Qui non si tratta di esaltare possibili spazi e linguaggi alternativi secondo un'antica illusione contro-culturale, ma di forzare la conformazione pluralista della società di massa contemporanea.

La seconda via d'uscita è quella efficacemente indicata da Giacobini nell'introduzione: «Bisognerà diventare più sobri, molto pragmatici e concreti in politica e più radicali, intransigenti, parziali per quanto riguarda l'arte, i linguaggi, la sfera della comunicazione, la cultura»: soluzione alta e perciò difficile del problema cruciale del rapporto fra cultura e democrazia. L'apertura mentale e le brillanti argomentazioni di Macdonald - oltre al nucleo che si è sottolineato, spaziano in ambiti diversi - hanno questo merito finale: consentire a noi di porci, con maggiore chiarezza e rigore, problemi decisivi non solo per chi opera nei vari campi della cultura, ma per tutti i cittadini di una democrazia in cui il terreno della comunicazione è ormai vistosamente decisivo.

Marino Sinibaldi

Inediti di Montale, Cima accusa: «Complotto»

Un complotto. Un complotto di Bianca Montale, con la compagnia e il sostegno di Dante Isella, del «Corriere della sera» e della Mondadori. Tutti contro di lei, Annalisa Cima, curatrice dei diari postumi di Eugenio Montale. Naturalmente è la sua tesi, di Annalisa Cima medesima, in una lettera indirizzata a Bianca Montale e anticipata oggi dall'«Espresso». Accuse dure, ennesima puntata della querelle sull'autenticità (o meno) degli ormai famosi testi inediti di Montale: una querelle destinata a non esaurirsi tanto presto. Nella missiva, la Cima alza il tiro contro la nipote di Montale: citando una sua lettera del 1986, sostiene che sin da allora la sua antagonista «conosceva benissimo i contenuti delle 13 lettere-legate, di cui due riguardavano il «Diario postumo» e altre due la curatela dell'opera omnia di Montale». Ora, Bianca vorrebbe come curatore Giorgio Zampa, e a dire della Cima fu già imposto per l'opera in versi pubblicata dai Meridiani Mondadori: secondo Annalisa Cima, il poeta «diffidava» invece di Zampa e avrebbe voluto come curatori Gianfranco Contini e Rosanna Bettarini, poi «scalzati» dalla nipote dopo la sua morte. «Oggi però, cara signora - continua la Cima - lei non può rifare la stessa scorrettezza a me, perché ha già riconosciuto il legato che mi incarica di curare l'opera in versi di Montale. Riassumendo, io ho l'obbligo morale di essere la curatrice dell'opera e lei ha quello di rispettare la volontà di suo zio, che oltretutto ha già accettato firmando il contratto tra me e la Mondadori nel 1988. A lei il lucro per i diritti, come già scrisse alla Mondadori, a me l'impegno morale». E conclude: «Se mentre scrivo sorrido è perché la coscienza retta ride delle bugie. Suo zio, che era giustamente diffidente, prevedendo che lei sarebbe diventata mia nemica m'ha lasciata in una botte di ferro. Le consiglio nel prossimo futuro il dialogo, non la calunnia». La sensazione è che non sia finita qui. La polemica continuerà, e purtroppo Montale non è qui a dirci chi ha ragione.

È scomparso a 63 anni lo studioso napoletano di letteratura medioevale

Russo, il vero allievo di Dante

Del sommo poeta amava l'ironia, il gusto per la vita, la capacità di tuffarsi nell'attività politica.

ROMA. La morte improvvisa di Vittorio Russo, professore di letteratura italiana all'università di Napoli Federico II (colpito da un infarto il 20 agosto mentre si trovava nella sua tanto amata casa di campagna nei pressi di Maratea, mentre scriveva al computer), si collega per tanti fili a quella di un altro critico e studioso di letteratura italiana, che con Vittorio aveva avuto a Napoli un lungo sodalizio non solo universitario, ma umano, esistenziale, intellettuale, politico: Giancarlo Mazzacurati, morto dopo lunga malattia il 2 agosto del 1995. Per me, fin dai miei primi contatti con gli studi letterari, Mazzacurati e Russo erano sempre stati una coppia inseparabile: allievi e assistenti di un grande maestro di vecchio stampo come Salvatore Battaglia, avevo potuto riconoscere in loro studiosi, critici, storici della letteratura insofferenti di un ristretto spazio accademico, che non accettavano di coltivare il proprio campicello, ma nella loro

attività intellettuale mettevano il loro essere di uomini, sapevano stringere in un solo nodo la passione per la politica con quella per la letteratura, cercare un senso dell'esistenza, associare all'impegno più severo gli spazi del gioco, del piacere, dell'ironia.

Anche quando, negli studi e nella vita, Mazzacurati e Russo hanno preso strade diverse, è restato strettissimo quel loro legame, sorto entro una scuola spregiudicata e rigorosa, coltivata nella vita quotidiana di una Napoli tanto amata, che ancora negli anni '60 sembrava offrire a giovani intellettuali degli squarci di vita luminosa e felice, non ancora schiacciata dal peso dei tanti scempi che pure già erano in atto sul suo corpo lacerato. Se Mazzacurati era napoletano solo d'adozione, e poi negli ultimi anni aveva lasciato Napoli per passare a Pisa, Vittorio Russo (nato nel 1934) lo era fino in fondo e dei napoletani aveva la passionalità, gli entusiasmi e le ire, che sapeva con-

vogliare tagliandole nel suo lavoro e nella sua vivace partecipazione alla vita politica. E può sembrare paradossale che un uomo come lui, così attento al presente, così preso dall'esistenza, così impegnato a viverla al di fuori di ogni conformismo, si occupasse in primo luogo di letteratura medioevale e di un autore come Dante (che il conformismo postmodernista vorrebbe espungere dalle scuole perché troppo «vecchio» e lontano, ma Vittorio Russo, dantista di notevole valore, faceva sentire, nel suo rapporto con Dante, un'integrale passione umana e civile, riconosceva nel grande poeta proprio la vitalità di un'esperienza totale, di un'immersione piena nel mondo, di una spregiudicata e modernissima tensione etica e politica (tra i suoi libri danteschi, ricordo *Sussidi di esegesi dantesca*, Liguori 1966, e *Il romanzo teologico*, Liguori 1984; notevoli tra l'altro la sua attenzione ai rapporti della «Commedia» con la forma «ro-

manzo», nell'orizzonte di una sociologia delle forme e nell'ottica di un marxismo antidogmatico).

C'è d'altra parte un nesso indiscutibile fra i suoi studi danteschi e la sua attività di polemista e di critico delle forme della cultura collettiva (ricordo il libro *L'altro scritto*, Liguori 1987), accompagnata dalla sua varia vicenda di militante nella sinistra napoletana. Insieme a Giancarlo, Vittorio rappresenta una stagione di passione e di ironia, lo scatto di una cultura che attraverso i libri ha saputo andare al di là dei libri: che angoscia averli perduti tutti e due, nel giro di due anni, in due feroci estati! Quanto dolore e quanto vuoto nella fitta schiera di più giovani amici e allievi, che a Napoli e altrove mantengono il ricordo e gli affetti di questa stagione perduta!

Giulio Ferroni

l'Unità

Tariffe di abbonamento			
Italia		Annuale	
7 numeri	L. 330.000	L. 169.000	
6 numeri	L. 290.000	L. 149.000	
Estero		Annuale	
7 numeri	L. 780.000	L. 395.000	
6 numeri	L. 685.000	L. 335.000	

Per abbonarsi: versamento sul c.c.p. n. 269274 intestato a S.O.D.I.P. «ANGELO PATAZZI» s.p.a. Via Beppe 18 - 20092 Cinisello Balsamo (MI) - oppure presso le Federazioni del Pds.

Tariffe pubblicitarie			
A mod. (mm. 45x30) Commerciale ferialle		L. 560.000 - Sabato e festivi L. 690.000	
Ferialle		Festivo	
Finestra 1° pag. 1° fascicolo	L. 5.343.000	L. 6.011.000	
Finestra 1° pag. 2° fascicolo	L. 4.100.000	L. 4.900.000	
Manchette di test. 1° fasc. L. 2.894.000 - Manchette di test. 2° fasc. L. 1.781.000			
Rettolineari L. 935.000 - Finanze - Legali - Concess. - Aste - Appalti			
Feriali L. 824.000 - Festivi L. 899.000			
A parola: Necrologie L. 8.700; Partecip. Lutto L. 11.300; Economici L. 6.200			

Concessionaria per la pubblicità nazionale: PUBLIKOMPASS S.p.A.
Direzione generale: Milano 20124 - Via Giosuè Carducci, 29 - Tel. 02/864701

Aree di vendita:
Milano: via Giosuè Carducci, 29 - Tel. 02/864701 - Torino: corso M. D'Azeglio, 60 - Tel. 011/665211 - Genova: via C.R. Ceccardi, 114 - Tel. 010/540184 - Padova: via Gattamelata, 108 - Tel. 049/75234-8073144 - Bologna: via Amendola, 13 - Tel. 051/25952 - Firenze: via Don Minzoni, 46 - Tel. 055/561192-575688 - Roma: via Quattro Fontane, 15 - Tel. 06/4620011 - Napoli: via Caracciolo, 15 - Tel. 081/720111 - Bari: via Amendola, 166/3 - Tel. 080/5485111 - Catania: corso Sicilia, 374/3 - Tel. 095/7306311 - Palermo: via Lauroli, 19 - Tel. 091/6255100 - Messina: via U. Bonino, 15/C - Tel. 090/298855 - Cagliari: via Ravenna, 24 - Tel. 070/262520

Stampa in fac-simile:
Telematica Centro Italia, Orcoola (AQ) - Via Colle Marcegiani, 58/B
SABO, Bologna - Via del Tappazzeri, 1
PPM Industria Poligrafica, Palermo Dogano (MI) - S. Stale del Giovi, 137
STS S.p.A. 95030 Catania - Strada 5° - 35
Distribuzione: SODIP, 20092 Cinisello B. (MI), via Bettola, 18

l'Unità

Supplemento quotidiano diffuso sul territorio nazionale unitamente al giornale l'Unità
Direttore responsabile Giuseppe Caldarola
Iscriz. al n. 22 del 22/01/94 registro stampa del tribunale di Roma