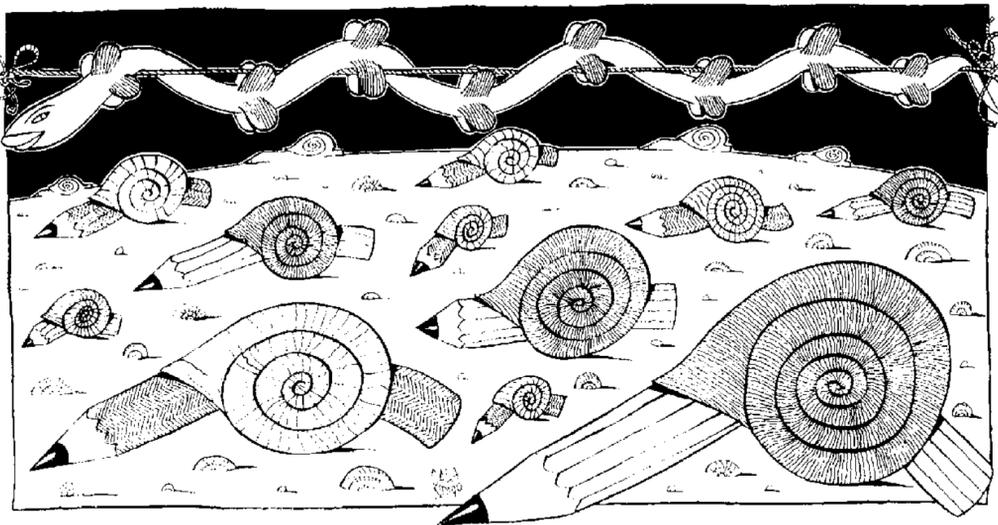




Attraverso quali mezzi il nostro paese vende la sua migliore immagine di sé? La ricerca del «canone» dai libri alla televisione



L'Italia ai tempi della sit-com

Parlerò, questa volta, di un problema che a prima vista potrà parere solo tecnico, riservato ai soli addetti ai lavori: quelli che professionalmente studiano la letteratura e le arti, ma che, vorrei dimostrare, interessa invece noi tutti: tutti quelli che la letteratura e le arti non le *studiano* ma ne *fruiscono*, comprano e leggono romanzi e poesie, vanno a teatro e a cinema, visitano mostre e musei, ascoltano musica. È il problema - lo dirò con il termine tecnico - dei *canoni*: del fatto che continuamente si compilano e si aggiornano liste di autori e di opere ritenuti esemplari, tanto che vengono proposti come modelli, e se ne consiglia (o, nelle scuole, se ne impone) la conoscenza.

Un esempio solo ma illustre: Dante, nel *Purgatorio*, annota: «Credette Cimabue ne la pittura tener lo campo, e ora ha Giotto il grido». Pittore massimo era parso Cimabue, ora pare Giotto; il gusto è cambiato, Dante ne prende atto, aggiorna il canone. Negli anni Venti, quando ero al liceo e poi all'università, mi si insegnò che gli ultimi grandi scrittori nostri erano stati Carducci, Pascoli, D'Annunzio, Fogazzaro. Poi, Carducci e Fogazzaro vennero retrocessi, e Svevo e Pirandello ne presero il posto; Pascoli rimase; D'Annunzio anche, ma in difficoltà. La fama, aggiunse Dante in quel passo, è come l'erba, e ne ha il verde brillo di smeraldo, ma lo stesso Sole che in primavera la tinge, la stinge.

Ecco allora il problema: complesso, con tanti risvolti teorici, ma, anche, tanti altri pratici, addirittura economici. Il maggiore o minore valore economico attribuito alle opere, i diritti d'autore, il prestigio, il riconoscimento sociale... Ed ecco domande difficili: chi è abilitato a includere in quelle liste e ad escluderle? Chi, soprattutto, ha l'autorità e la forza per farle rispettare?

Una volta, le cose erano semplici. La società era aristocratica, e, come dice il titolo di una famosa commedia spagnola, il miglior giudice era il re: lui e i suoi ministri. In una bella sequenza del suo film *Amadeus* Milos Forman mette in evidenza i meccanismi dell'operazione: si dà, al teatro di corte, un'opera di Mozart, l'Imperatore la segue con interesse; palchi e platea danno segni di consenso. A

Come distinguere la grande arte dal kitsch di massa? Guida alla lettura

GIUSEPPE PETRONIO

un certo momento, Lui sbadigliano, palchi e platea sbadigliano; l'opera cade. Virgilio piace ad Augusto, e il gioco è fatto. Virgilio (mentendo, gli rimprovereranno Ariosto e Manzoni) lo raffigura giusto e magnanimo, dandogli così il passaporto per la posterità; Augusto gli assicura il pane, il compatico, la diffusione larga delle opere. I principi e i loro ministri fondano le Accademie e le sussidiano; le Accademie con le loro cooptazioni sanciscono e impongono le scelte dei mecenati, e, addirittura, garantiscono l'immortalità. E a compilare classifiche e canoni sono, nelle loro Arti poetiche poeti di corte: Orazio, Bambo, Boileau.

Poi, però, sono venute le età borghesi e democratiche: il «grigio diluvio democratico», lamentò D'Annunzio, e le cose si sono complicate. Poi ancora è venuta l'età delle masse, e capirci qualcosa è diventato difficile, forse impossibile.

Alle Mises è sottentrata la Folla: il mostro - è ancora D'Annunzio - dai mille volti. Il «mercato delle lettere» (è il titolo di uno splendido capitolo di un splendido libro di Renato Serra, 1913) si è allargato, e ora comprende l'intero pianeta; alle Fiere del libro si espongono opere di tutte le razze e tutte le lingue; l'editoria, già industria, si organizza ora in multinazionali; il pubblico potenziale dei lettori va calcolato in miliardi; le accademie non esistono più, e, se esistono, nessuno se ne accorge; le università si vanno trasformando in scuole secondarie del terzo livello; i loro docenti sono battaglioni, e nessuno li conosce; ogni città e cittadina si bandisce i suoi premi; ogni mese o ogni settimana riveste e giornali pubblicano i loro canoni effimeri... Ma, ahimé, come per ogni altro prodotto, criterio di giudizio sono le vendite: per i libri, i quadri, i dischi, quello che conta è il valore

commerciale, il numero dei pezzi venduti.

D'altra parte, in questa caotica borsa mondiale quale altro criterio oggettivo è possibile? Quale Consob potrebbe garantire la correttezza delle quotazioni? Uno vende un milione di copie; è un grande scrittore? È uno scrittore? Non è nemmeno questo? Ma che significa essere un «grande scrittore»? Con quale criterio distinguere l'arte «autentica e quella che è solo *midcult*, *massacult*, *kitsch*? In *Minnie la candida*, una bella commedia di Bontempelli, lei è una donna o un robot? A chi deman-dare l'ardua sentenza?

È naturale che gli addetti ai lavori siano preoccupati. Ne va del loro ruolo! Siamo o non siamo noi i competenti? Non spetta a noi giudicare? Non conosciamo noi l'altro, il solo «vero» criterio: quello *estetico*? Però, siamo tanti, divisi in tante scuole, correnti, tribù; parliamo linguaggi differenti, abbiamo metodi e criteri di giudizio diversi, e il metro usato in questa università è sbeffeggiato in quell'altra, e tutti e due non sono quelli in uso nelle Case editrici e sui giornali... Come fare perché il nostro giudizio conti almeno qualcosa?

Su questi temi ho ricevuto, negli stessi giorni, il

Questionario di una Università straniera e l'ultimo fascicolo di una nostra rivista, con cento pagine fitte di un dibattito. E si è riacuitizzato il senso di schizofrenia di cui soffro da anni. Il problema c'è: lo so. È serio: lo so. Gli studi letterari vivono una crisi grave, che mina l'Università, la scuola, la ricerca, il prestigio e la vita di discipline una volta stimate. Lo so; ma quando leggo le denunce, le diagnosi, le ricette, mi cadono le braccia. Dov'è l'anello che non tiene? Quale è il virus che rode le menti? Il muro contro cui sbattono la testa uomini colti e intelligenti?

Diagnosticare e prescrivere rimedi in poche battute, non avrebbe senso. E sarebbe arrogante. Occorre fare come Sherazade, e inventare un altro articolo. E non mi resta dunque che chiedere lo spazio «che mi basti a finir quanto ho promesso» agli amici de *l'Unità*, nella speranza che li intenerisca il bel verso di Ariosto con cui glielo chiedo.

Comunicare / 1



Comunicazione e media di Bernardo Valli
Carocci
pagine 244
lire 36.000

Le regole del discorso

Radio, televisione, letteratura, cinema, giornalismo: tutto è parte del grande, grandissimo mondo della comunicazione. Ma anche altri fenomeni fanno parte dello stesso ambito di fenomenologia della vita sociale e di relazione. A partire da questa concezione, il sociologo Bernardo Valli (insegna all'Università di Urbino) passa in rassegna molti comportamenti umani relativi alla comunicazione proprio per trovarne le costanti: per trovare ciò che unisce la parola al movimento, l'antica retorica alla classica radio, i vecchi proclami alla moderna televisione.

Comunicare / 2



Homo videns di Giovanni Sartori
Laterza
pagine 166
lire 18.000

Il demone dello schermo

Torna in libreria, aggiornato, il saggio di Giovanni Sartori «contro la televisione, contro quel complesso mezzo di comunicazione che appiattisce le coscienze e leviga la fantasia. Secondo Sartori ormai una generazione intera di individui avrebbe adattato il proprio sentire, le proprie idee e le proprie emozioni ai ritmi e alle leggi della televisione. Ne è nato, appunto, l'«homo videns», una specie nuova e inquietante, che costruisce sovrastrutture senza riuscire a toccare la superficie della realtà. La tv come strumento dell'apparenza contro le ragioni della sostanza.

L'intervista

Spinazzola: «Il successo televisivo dei buoni sentimenti per troppo tempo trascurati»

MONICA LUONGO

Del loro indiscutibile successo parlano da mesi tv e giornali. Le fiction italiane. Un posto al sole. Vivere - accumulano un grande tesoro in termini di telespettatori. Perché raccontano storie minime, quelle della vita di tutti i giorni, condite da quel pizzico di fantasia e ironia che sono alla base

per parlare di ciò che registi e sceneggiatori ritengono una parte interessante dell'Italia». A parlare è il critico letterario Vittorio Spinazzola, anche lui appassionato ai meccanismi di narrazione seriale, fan di «Commesse», un po' più perplesso sul successo di «Un medico in famiglia».

Spinazzola, possiamo parlare di una nuova commedia all'italiana?

«Sì, *Commesse* - la fiction che ho seguito di più quest'anno - segue il metodo della commedia all'italiana, che ha una lunga tradizione di circa cinquant'anni e che si rifà al neorealismo rosa. L'Italia che vi si rappresenta è quella piccolo-borghese, largamente maggioritaria, e sullo schermo arrivano i problemi della realtà quotidiana più diffusa, che toccano il senso comune nelle esperienze di vita individuale e collettiva. Il mix vincente è dato dall'aggiunta dell'ironia e del ricorso ai buoni sentimenti. Lo stesso sistema usato per fare

protagonista ultraquarantenne che si innamora di un ragazzo, coetaneo di suo figlio: il segno di una contestazione di una mentalità radicata, come quella che bandisce la possibilità che un omosessuale abbia desiderio di paternità o maternità. Un altro elemento molto importante è la narrazione della soluzione di tipo cooperativistico di fronte alle possibilità di perdere il posto di lavoro: una spinta innovativa ottimista».

Perché è piaciuto meno «Un medico in famiglia»?

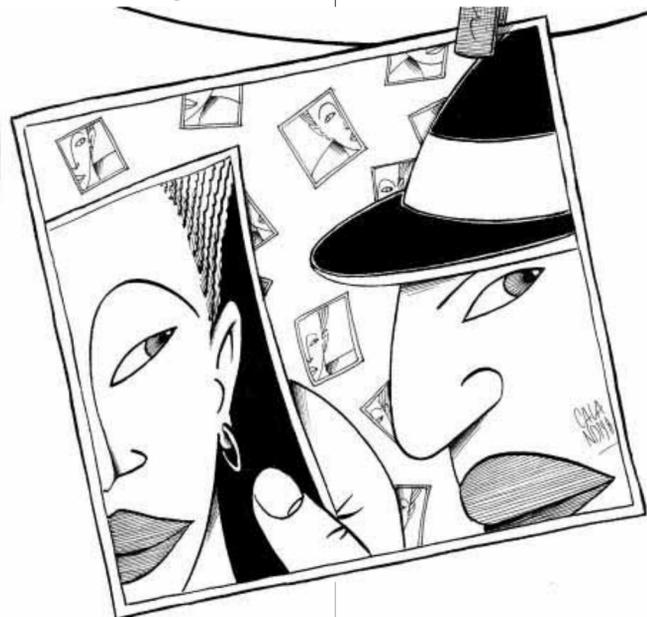
«Perché era un po' melenso, ha sfruttato di più l'orgia dei buoni sentimenti, non solo nel finale, ma nell'intera conduzione della storia. Ecco, questo è un altro punto essenziale da osservare: il senso di un lavoro narrativo non deve mai essere affidato solo al finale, occorre vedere cosa resta nella mente del lettore o del telespettatore, le vicende raccontate o solo il finale lieto?»

Allora il finale «buonista» non è da considerare un espediente riprovevole?

«Noi che siamo genericamente a sinistra dobbiamo tenere in conto un finale di questo genere in ogni narrazione, perché la solidarietà affettiva, la comprensione reciproca, lo spirito soccorrevole, sono i valori più forti sopravvissuti alla crisi di tanti altri valori. Il rivolgimento epocale nella costellazione dei valori della sinistra postmarxista ha portato anche una rivalutazione dei sentimenti solidaristici, che per troppi decenni erano stati soverchiati da sentimenti antagonisti. In passato abbiamo esagerato a sbeffeggiare i sentimenti positivi».

Ecospensati di «Un posto al sole»? «Anche quella fiction - supportata dai miti della tradizione partenopea - ha una connotazione nazionale forte e tutte insieme reggono la concorrenza con gli americani. Dovremmo stare attenti a parlar male di questi prodotti, perché è importante il fatto che ci sia un filone nazionale con una resa tecnica apprezzabile, diventa come un argine al colonialismo culturale».

Esiste un possibile rapporto tra le storie raccontate in tv e quelle dell'nuova narrativa italiana? «Non è chiaro, vista la situazione editoriale nostrana, che segue poco i cammini dei giovani leve. Possiamo piuttosto sperare che dai prodotti popolari televisivi vengano fuori prodotti letterari migliori. Occorre comunque guardare al nuovo «fenomeno italiano» senza paracchi. Dio ci scampi dal lettore e dallo spettatore cupo e pessimista».



Tutte le «sit-com» che stanno avendo gran successo in televisione contribuiscono a cambiare l'immagine dell'identità italiana?

di una buona storia. È questo il nuovo modulo italiano, la fotografia del «paese reale». «Sul criterio delle verità si può sempre discutere. Nelle ultime fiction ci sono tante Italie che convivono. Piuttosto, è interessante vedere qual è il sistema che queste fiction radiotelevisive e cinematografiche adopera-

grande grandi film, come sono stati *Il sorpasso* di Risi e *C'eravamo tanto amanti* di Scialoja».

Eppure a questi elementi essenziali si sono aggiunte tematiche sociali e familiari nuove.

«È vero che queste fiction hanno avuto anche il merito di portare in tv temi nuovi. Quello che mi ha colpito di più è stata la storia della

