

10 CULTURA

Sassoon: «Il mercato? Fa benissimo ai libri»

A COLLOQUIO con lo storico inglese che ha appena completato uno studio sulla produzione culturale in Europa dall'Ottocento a oggi. «È vero che i titoli più venduti sono sempre gli stessi, ma non demonizziamoli: aumentano gli spazi anche per gli altri»

di Leonardo Clausi

W

alter Benjamin, nel suo celebre saggio *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, fu tra i primi a scrivere dell'«irruzione» delle masse e della tecnologia nell'arte, teorizzandone la perdita di «aura», ovvero di sacralità. Con o senza aura, l'arte è oggi consumata da milioni di persone, infinitamente più che in passato. La sua ubiquità ha finito per mettere in discussione l'uso stesso del termine, un dibattito che dal Rinascimento a oggi continua ad appassionare gli studiosi di estetica. Resta il fatto che l'arte, vera o presunta, continua ad essere prodotta, reclamizzata, comprata e venduta: è diventata stile di vita per milioni di persone; è, insomma, cultura.

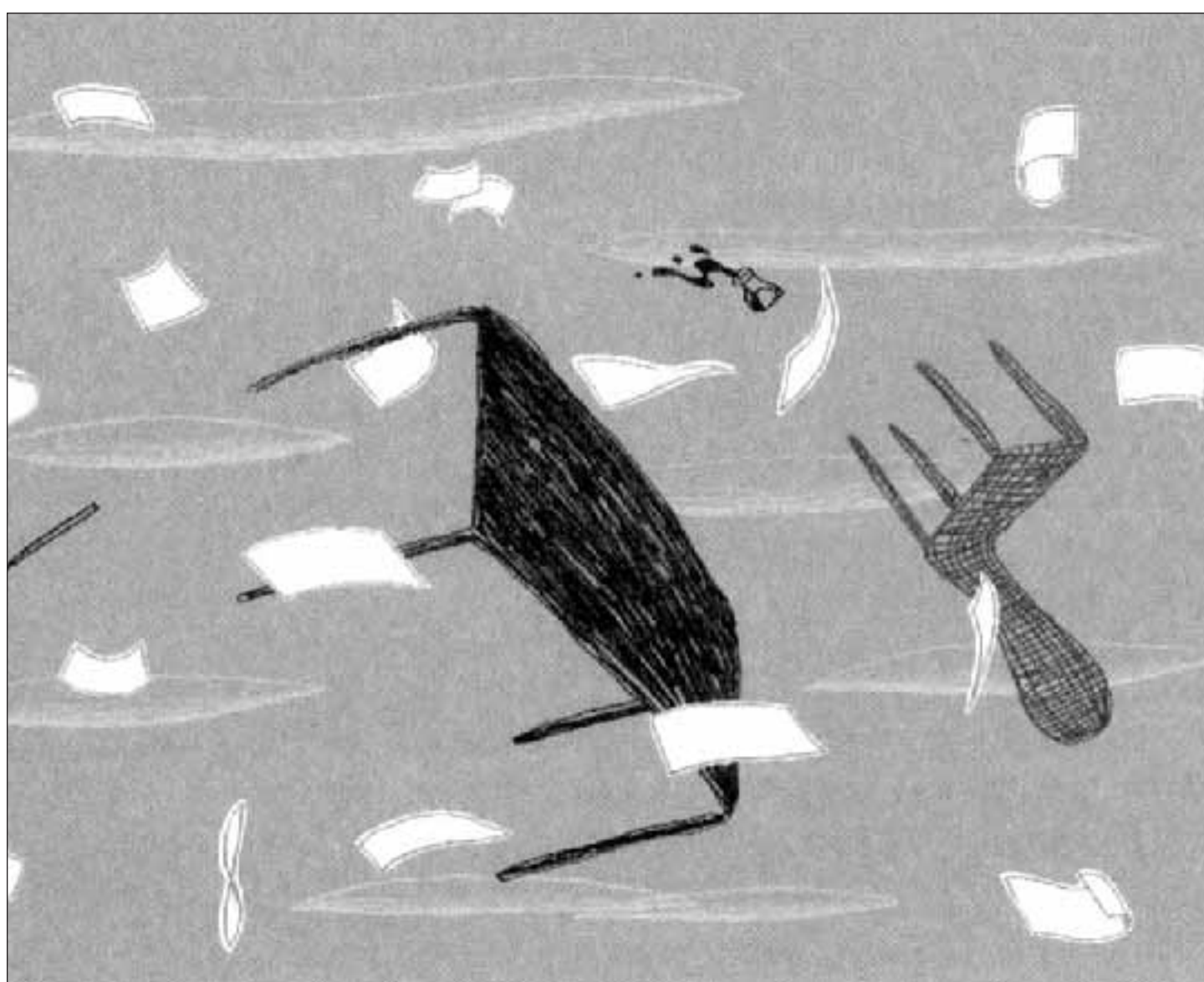
Nessuno finora si era sobbarcato l'onere di descrivere i tempi e le modalità di tale espansione in Europa, dall'Ottocento ai giorni nostri. Lo ha fatto Donald Sassoon in *Culture of the Europeans*, uscito in Inghilterra da HarperCollins: una gigantesca analisi comparativa su scala continentale della produzione e circolazione di narrativa, saggistica, giornali, fumetti, prosa, opera, musical, musica pop, film, documentari, radio e televisione. Un mercato alla ricerca «di costanza e di novità», dove si dà al pubblico quello che già ama, ma con qualcosa in più. «Ed è quel qualcosa che fa la differenza», spiega Sassoon, nel suo studio al Queen Mary College di Londra, dove insegna. «Nessuno sa cosa sia. Si cerca di non andare troppo avanti e di non restare troppo indietro. E le opere sperimentali vengono capite con molto ritardo, se piacciono, e se i critici ne stabiliscono il valore».

Professor Sassoon, nel suo libro ci sono due fattori costanti che accompagnano lo sviluppo e la diffusione della cultura: il controllo morale di scuola, censura e chiesa, e quello estetico delle élite intellettuali.

«C'è un *double standard* nel modo in cui le istituzioni di controllo sociale amministravano la produzione culturale: alla fine dell'Ottocento i romanzi più «provocatori» erano tollerati, ma venduti a prezzi più alti, in modo che solo le classi abbienti potessero fruirne e non corrompessero il popolo. Stessa cosa con il teatro. Lo chiamo «panico morale»: la paura che la cultura prelude a una società più permissiva. C'è anche un *double standard* economico naturalmente: è nell'interesse di una parte di produttori di libri allargare il mercato: le forme di censura da un loro punto di vista sono restrizioni di mercato».

È attraverso questo meccanismo che nel tempo l'alta cultura «dogana» certi temi scabrosi che poi entrano nell'immaginario comune allargando il mercato?

«Certo. Tiziano dipingeva un seno scoperto: dopo di lui questo continuava a essere possibile, anzi diventava difficile non farlo. Si deve però guardare non tanto alla censura formale, quanto a quella informale: gli editori di libri «immorali» hanno costi alti, temono il rischio e quindi si autocensurano essi stessi. L'autocensura è molto più importante della censura. Autori e editori sanno che ai margini delle frontiere della morale si vende di più e si fa scalpore. Che un libro sia portato in tribunale, come *Madame Bovary*, e che la giuria lo assolva è la cosa migliore che possa succedere a un romanzo. Venderà ancora più del previsto. È stato lo stesso per un film di qualità come *La dolce vita*, per esempio: fu popolarissimo non perché la massa avesse un gusto particolarmente spiccato verso il cinema d'autore, ma perché il film all'epoca era l'unico modo di vedere uno spogliarello, o quasi. Se lo spogliarello venisse mostrato come fine ultimo del film, quel film verrebbe retrocesso a film «erotico». Esiste anche un genere che consiste nel mostrare scene scabrose e immorali, ma mettendole in un *package* rispettabile. Il mio esempio preferito è *Playboy* che pubblicava interviste a Sartre e a Chomsky sulla linguistica. È un'operazione di mercato molto intelligente: ottenere il beneplacito dell'alta cultura per vendere pornografia; ma anche per legittimare l'utente al rango di libertino dell'800, di *amateur*. È il valore simbolico della scel-



Un disegno di Guido Scarabottolo. Sotto, lo storico inglese Donald Sassoon

ta: comprando certe cose dimostriamo di appartenere a un certo gruppo. Ma non è un fenomeno nuovo. Anche Victor Hugo voleva scrivere *Miserabili*, sulla scia del successo di un autore popolare come Eugène Sue. È la stessa operazione che fa Sergio Leone col western, l'opera col melodramma: si prendono elementi che appartengono ai gusti e ai consumi di un gruppo, si cambiano certe qualità e li si rivende a un gruppo diverso. È tipico delle avanguardie letterarie della fine dell'Ottocento e inizio Novecento che dichiarano guerra all'alta cultura e intellettualizzano il popolare. Nel libro faccio l'esempio di Fantomas, protagonista di una serie di libri truci ma di enorme diffusione in Francia nel primo Novecento. E per tornare al cinema,

Con una popolazione nata dai flussi migratori, l'America ha dovuto inventare un prodotto culturale buono per tutti

sono sempre i francesi che intellettualizzano per primi il western: quando il *Cahier du Cinema* decide che John Ford è un grande *auteur*. Ma questo fa parte di un altro tipo di genere letterario, in cui le élite intellettuali devono mantenere il controllo sulla definizione del bello».

L'estetica come una disputa per le redini del gusto?

«In un certo senso sì. Anche se il gusto esiste, eccome. Un cosa piace o no. Parlo di quello che ciascuno gruppo fa nell'ambito della circolazione della cultura. Le élite intellettuali nel campo dell'estetica decidono ciò che è bello e ciò che non lo è. E sono sempre in lotta. Lo erano con gli aristocratici, che non sempre seguivano i loro consigli su quello che bisognava comprare e quello che non si doveva, e lo sono coi nuovi fruitori, le masse, ancora più refrattarie alla loro tutela. È lo stesso in ambito etico e morale, solo che qui è la gerarchia ecclesiastica o religiosa a separare il bene dal male, in concorrenza con il potere secolare».

Lei scrive che le culture nazionali procedono per assorbimento di elementi esterni e adattamento ai propri bisogni. Si può parlare di cultura europea o è un

Chi è

Donald Sassoon è ordinario di Storia Europea Comparata presso il Queen Mary College di Londra. Nato al Cairo, ha vissuto e studiato a Milano, Parigi, Londra e gli Stati Uniti. Si è occupato di storia del Pci e d'Italia per poi passare alla storia europea comparata del socialismo. Il suo *Cento anni di socialismo: la sinistra nell'Europa occidentale del XX secolo* (Editori riuniti, 1998) è considerato un classico da Eric Hobsbawm. Del 2002 è *La Gioconda. L'avventurosa storia del quadro più famoso del mondo* (Carocci, 2002).

mito?

«Si parte da un'unità: un tempo le élite europee leggevano le stesse cose, e andando ancora indietro nel tempo parlavano la stessa lingua, il latino. Più si andava avanti più si creava un mercato nazionale perché i dialetti e le lingue non letterarie non sopravvivevano alla circolazione. Perché un prodotto sia vendibile, deve essere fruibile dal massimo numero di persone. Lo scrittore di Bergamo, per dire, non è mai «solo di Bergamo». Manzoni prese l'idea del romanzo storico da Walter Scott. Per questo *I promessi sposi* è un romanzo italiano e non lo è».

Ma questo, oltre a ridicolizzare i tentativi di «difesa» di presunte identità culturali per motivi politici non legittima un'unica metacultura che si evolve in base ai ritmi del mercato?

«Il mercato si espande ed è vero che i titoli più venduti sono sempre gli stessi, in questo caso anglo-americani: Dan Brown, Harry Potter e così via. Ma ci sono ampie fasce all'interno delle quali è possibile entrare. Scrivere per un'élite oggi è comunque scrivere per l'un per cento dei lettori: tantissimo, rispetto a quello che era l'élite per cui scriveva Manzoni. È vero che ci sono dei gusti internazionali dominanti, ma è anche vero che c'è molto più spazio per tutti. Lo stesso si può dire per i film».

Dunque limitare l'import di cultura americana come fa la Francia è velleitario, o peggio, inutile?

«C'è una ragione a favore del protezionismo culturale: prendiamo l'Italia nell'Ottocento e pensiamo a editoria e romanzi. Le élite italiane del 1850/60 leggevano il francese come una seconda lingua. La produzione di romanzi in Francia era enorme, molto più alta che in Italia. In Francia c'era già,

quindi, un sistema di filtraggio, che selezionava i libri «buoni» (nel senso del mercato: si vendevano molto). Quelli di Alexandre Dumas, ad esempio: una produzione enorme, centinaia (400 lui diceva, forse non è vero). Di questi, solo dieci ebbero successo. Questo significa che l'editoria francese ha dovuto pubblicare centinaia di suoi romanzi per ricavare profitto da una decina. Per il mercato italiano non è stato necessario tradurre tutti e 400 i romanzi, bastavano quei dieci di successo. Ora, mettiamoci nei panni di un giovane romanziere italiano dell'epoca: ha un handicap economico enorme. Deve chiedere un anticipo sul suo romanzo a un editore, che sa già che il Dumas venderà bene. Questi difficilmente investirà su di lui. Ecco

Per difendere un mercato debole, come quello italiano, sarebbe utile stabilire una soglia minima di prodotto nazionale

perché non è vero che stabilire una soglia minima di prodotto nazionale ostacoli la competitività: la rafforza».

È una delle ragioni per cui, gramscianamente, non c'è cultura popolare in Italia?

«In un certo senso sì. Arriva tardi in un mercato già sviluppato. Molto più semplice sostenere solo le spese di traduzione di un prodotto che si è certi avrà successo. Costa di meno e c'è meno rischio».

Si dice che la Gran Bretagna abbia rubato il rock'n'roll agli americani, per poi rivenderglielo. Ma non è quello che gli Usa hanno fatto con la cultura mondiale?

«Esattamente. La cultura viaggia, si trasforma, si adatta, deve tradire la sua origine. Anche *Biancaneve* dei fratelli Grimm è il risultato di un adattamento di letteratura folk ai gusti della borghesia tedesca del periodo. La cosa rilevante è che gli Usa esportano tutta la loro cultura, ma non ne importano o quasi. È vero soprattutto per la televisione».

Ma quindi non è tutto riconducibile a una posizione di predominio economico e politico?

«Certo. Come mai gli Usa sono i massimi esporta-

EX LIBRIS

Un'attività che produce solo denaro è un'attività di scarso valore

Henry Ford

IL CALZINO DI BART

RENATO PALLAVICINI

Il fumetto «civile»

C'è un fumetto «civile», un fumetto che affronta fatti e temi della nostra vita quotidiana.

Cronache spesso drammatiche e talvolta tragiche che hanno segnato e, purtroppo ancora segnano, il nostro vivere «civile». Non è una novità, ma è una novità che un editore di fumetti gli dedichi praticamente la sua intera produzione. Si tratta di Becco Giallo, attivissima casa editrice trevigiana, che ha sfornato una serie di interessanti collane: da «Cronaca Nera» con titoli, tra gli altri, su *Unabomber*, *I delitti di Alleghie e Il Delitto Pasolini*; a «Cronaca Storica» che ha affrontato il *Terremoto del Friuli*, *Chemobyl* e la *Strage di Bologna*; dalla collana «Cronaca estera» con il vademecum di resistenza alla globalizzazione di Philippe Squarozzi, *Garduno, in tempo di pace*, a quella recentissima dedicata ai quartieri «difficili» delle nostre città e che s'inaugura con il volume *Branaccio, storie di mafia quotidiana* di Giovanni Di Gregorio e Claudio Stasi (prefazione di Rita Borsellino, pp. 96, euro 13). Non c'è un semplice intento didattico, del tipo «storia a fumetti», in questi libri, ma una decisa scelta di impegno civile. E, se pure i risultati appaiono alterni nella qualità delle sceneggiature e nell'efficacia della rappresentazione grafica, l'insieme dell'operazione si segnala per la sua coerenza e anche per il coraggio, non solo editoriale. I volumi, poi, sono corredati da apparati redazionali (introduzioni, schede, interviste) che ne fanno anche uno strumento di informazione. *Branaccio* allinea tre storie collegate tra loro e ambientate nel quartiere palermitano dove Don Puglisi portò avanti la sua coraggiosa battaglia e, per questo, fu assassinato dalla mafia. L'incastro «temporale» dei tre episodi è originale e fa convergere le vicende in un esito drammatico, mentre i disegni, pur facendo un po' troppo il verso allo stile del grande Gipi, risultano alla fine sobri ed appropriati. Becco Giallo (www.beccogiallo.it), intanto, annuncia due novità che sono presentate, in questi giorni, a *Lucca Comics & Games*: un volume sulla tragedia mineraria di Marcinelle e un altro sul sequestro Moro.



rpallavicini@unita.it

tori di televisione, cinema e musica pop? A una domanda così complessa e affascinante non c'è mai un'unica risposta.

Naturalmente bisogna essere tecnologicamente molto forti (e loro lo erano già dalla fine del XIX secolo) e molto ricchi. Bisogna anche avere un grosso mercato. E nessun paese europeo lo ha. E infatti, chi resiste all'invasione di Hollywood? L'India, che ha un'enorme popolazione, una (relativa) omogeneità linguistica e ha sviluppato una propria industria cinematografica. Insomma, la dimensione del mercato è importante per il predominio culturale degli Usa, ma non basta: il fattore che dà un elemento d'irresistibilità è il fatto di non avere cultura nazionale. Quando in America si sviluppò la cultura di massa, alla fine del XIX secolo, con musica e cinema, arrivò anche un'ondata migratoria enorme che si immetteva su quella precedente europea. Si creò un pubblico senza cultura nazionale, spesso povero e ignorante, ma coraggioso e intraprendente. Bisognava creare un prodotto culturale che funzionasse per tutti. Se sommiamo questo fattore alle dimensioni del mercato e alla ricchezza del paese, ci spieghiamo in gran parte il predominio americano».