

t v

Le emozioni prefabbricate

Il mese trascorso non ha portato eccessive novità nella programmazione televisiva. Ma in una panoramica frammentaria lo spunto ci può essere dato dal teleromanzo, cui ormai è riservata per consuetudine la domenica sera e su cui in genere la RAI fa tanto affidamento per una rivalutazione qualitativa e quantitativa (indice d'ascolto) dei programmi.

È sul *Conte di Montecristo*, lo « sceneggiato » di dicembre, che vorremmo soffermarci, non limitandoci ad una disamina parziale, bensì allargando il discorso alle sue giustificazioni psico-sociologiche ed al tipo di cultura di cui si fa latore ed interprete. La storia della televisione è, in Italia, strettamente legata al fenomeno del teleromanzo subito avvertito come capace di soddisfare l'eterogenea platea che telequiz e rivista avevano acquisito e che bisognava in qualche modo conservare.

Sin dalla prima versione d'un'opera di narrativa, *Il Dottor Antonio*, il romanzo sceneggiato è segno di numerose battaglie vinte e perdute ed ha visto sceneggiatori e registi impegnati e preoccupati, oltre che d'elaborare un linguaggio consono al mezzo, d'individuare, meglio di creare, un legame, men che epidermico, fra mondo della cultura e grosso pubblico: quel grosso pubblico che, oltre ad essere il reale utente della TV, apparvè subito come il più idoneo fruitore di questo tipo di programmi.

Il *Conte di Montecristo* è da un tale punto di vista una battaglia più perduta che vinta. Parlando qualche tempo fa della sua fatica il regista Edmo Fenoglio preannunciava un'opera che, attraverso un linguaggio nuovo, tendesse a dare una rinnovata chiave interpretativa di Dumas.

La curiosa attesa era accresciuta dal testo stesso: il più fortunato dell'autore ma di cui ben si potevano prevedere i rischi di una facile trasposizione televisiva. Puntuale delusione infatti: ci basti ricordare da un punto di vista linguistico l'uso di alcune convenzioni espressive banali (le lancette dell'orologio che ruotano per indicare passaggio di tempo, per es.) che ci riportano all'arcaismo del cinema, e la ricorrenza troppo frequente di primi e primissimi piani. Tutti d'accordo che il primo piano sia una delle più significative peculiarità del mezzo televisivo qualora sia usato con precisi intenti espressivi, ma il suo uso indiscriminato (*Luisa Sanfelice* insegni) rischia di depauperare il contenuto vestendo le immagini di una retorica pesante ed insopportabile.

Ora però non ci interessa tanto esaminare il singolo teleromanzo, quanto il vederlo come specchio di una situazione, esempio d'un modo per lo meno discutibile d'adattamento televisivo: si vuol accennare qui a tutto quel filone che va dal *Dottor Antonio* e da *Jane Eyre* ai più recenti *Cittadella* e *Luisa Sanfelice*.

La trama è nei casi suddetti sempre risolta in chiave emotiva, fruendo d'un sentimentalismo morbido e languido; e che non si tratti di una imposizione del

testo lo stanno a dimostrare esemplari adattamenti di testi d'atmosfera pressoché consimile che avrebbero potuto presentare identiche pecche (*I Miserabili*, per es.); son piuttosto il fine proposto, l'atteggiamento interpretativo, le modalità dell'impostazione che lasciano qui perplessi.

Lo scopo è in questi casi d'ottenere un tipo di fruizione molto vicina a quella di tanto romanzo d'appendice ottocentesco o di certo deterioro cinema hollywoodiano, tesi all'emozione preordinata, alla lieta soluzione finale, all'esaltazione del super-uomo provvisto d'ogni virtù codificata e codificabile.

Non si può certo parlare di cultura popolare; faremmo torto ad un tipo di cultura che ha elaborato risultati validissimi. Si deve tutt'al più parlare di « cattivo gusto », di *Kitsch*, inteso come « prefabbricazione ed imposizione dell'effetto » e tale da ingenerare nello spettatore l'illusione di un godimento estetico. Ed è qui abbastanza significativo pensare, sempre nel *Conte di Montecristo*, al gioco mal giustificabile delle sequenze alternate nel racconto della duplice festa di fidanzamento del « povero » Edmond Dantès e del « ricco » Villefort, quasi ad introdurre una polemica di « classe », in questa sede gratuita e fasulla.

Il problema della riduzione televisiva d'un testo letterario ha sempre suscitato notevoli difficoltà; accenneremo ad alcune di esse e solo fuggevolmente.

Il passaggio dal testo al piccolo schermo impone un mutamento radicale: la parola, sottomessa alla logica, sollecita un'acquisizione eminentemente razionale al contrario dell'immagine che invade l'uomo nella sua vita fisio-psichica,

nel regno dei suoi affetti. Ma, a differenza del cinema, l'immagine televisiva è ben lungi dall'essere assoluta e dittatoriale ed il suo rapporto con la parola si risolve per lo più col prevalere di quest'ultima che assume un valore quasi radiofonico. Non occorre poi mai dimenticare le diverse componenti psicosociologiche dello spettacolo televisivo, che sembrano permettere a chi guarda la conservazione d'uno stato critico.

Così il mezzo televisivo da elemento alienante, occasione di pigrizia e di ipnosi, potrebbe diventare tramite all'apertura d'un discorso e stimolo a tutta una attività personale.

In questo il regista ha più che non al cinema l'ausilio rilevante dell'attore che, assumendo il compito di mediatore della parola, sovrapponendosi a regista e scrittore, esprime quanto essi propongono e discutono, o, sottraendosi, permette l'interpretazione d'un ambiente, d'una società.

Resta sempre comunque la tentazione di cedere al più elementare e vieto didattismo, che è fra l'altro rischio connotato al mezzo; ma è qui che intervengono gusto ed atteggiamento di regista e sceneggiatore, intesi ad una lettura critica del testo e a fare in modo che esso non si offra in termini di fumetto, ma possa aprire un discorso, proporre una verifica.

Esemplari ci paiono in questo senso da un lato certe realizzazioni di Sandro Bolchi come *Il mulino del Po* ed il già citato *I Miserabili* con toni di sincera epica popolare, dall'altro *Quinta Colonna* di Vittorio Cottafavi, risolto in chiave problematica non intellettualistica, che hanno avuto insieme un notevole successo di critica e di pubblico. Non

è quindi vero, come spesso si dice per giustificare un tipo scadente di programmazione, che la qualità del prodotto dipende dalle esigenze e dalle richieste del consumatore rilevate dall'indice d'ascolto, poiché tale indice ha dato qui quozienti elevati più che non in altri casi.

In Italia la cultura è indubbiamente non integrata e segnata da profonde divisioni di ideologia e di classe; il tele-romanzo potrebbe, nei suoi limiti, concorrere a dar corpo a quella «zona neutra» di cui tanto si va parlando, nella quale possono convergere le tensioni più diverse, creando un fecondo campo d'incontro, di riflessione e di proposta e fruendo inoltre di contenuti a tutti accessibili.

Il problema insomma non è quello di far Dumas o meno, ma di provvedere a che tale programmazione sia coerente con una chiara impostazione di base e rispettosa dell'esigenza educativa propria del teleschermo.

E non si venga a parlare di «cultura popolare», «esigenze del consumatore» o di «prodotti d'evasione»; quelli che contano non sono i «contenuti» che possono essere dispartati, anche i più apparentemente futili, ma il fine, le modalità mediante le quali essi son realizzati.

Si tratta in pratica del solito vecchio discorso del «buon uso» del mezzo, che non è chiedere un numero maggiore di programmi strettamente culturali, bensì dignità stilistica e impegno morale in programmi di qualsivoglia tipo: così che gli stessi spettacoli «leggeri» cessino d'essere fonte di alienazione, acritica successione di attrazioni comiche o canore diventino piuttosto educazione al buon gusto, immagine d'una situazione.

Cose in fondo dette frequentemente e che, pur avvertite, solo raramente sono state attuate: e quelle volte, fra l'altro, con indiscutibile fortuna.

Giuseppe Cereda