



Parigi, Palais Chaillot e la Tour Eiffel

Quale cultura? Quale lingua? Quale libro?
 Rispondono 9 scrittori:
 Cioran, Dürrenmatt, Mendoza, Schneider,
 Tournier, McEwan, Hein, Ballard, Glucksmann

La mia Europa è fatta così

Enzensberger, Vertone e altri saggi verso il 1992

Virtù e follie di un continente

HA un senso parlare di unità europea, è possibile prevedere la sua realizzazione malgrado le profonde diversità tra i popoli del Continente? Questa domanda rimane sospesa per tutta l'inchiesta di Hans Magnus Enzensberger su vizi, virtù e follie dei popoli d'Europa. E' un'inchiesta condotta fuori dei modelli consueti, che si vale del dialogo, talora immaginario, di riflessioni interiori, di stati d'animo, d'intuizioni a volte astratte, ma che decollano dai dati concreti della realtà.

L'interrogativo rimane senza una risposta esplicita, ma Enzensberger, noto anche in Italia per i suoi saggi politici sembra puntare il dito sulle diversità, spesso abissali tra i popoli d'Europa per ammonire quanto sarebbe errato tentare un superamento di quelle diversità con una Europa monoblocco, ritmata dal grigiore dei bilan-

ci comunitari soltanto. Un'operazione totalizzante sortirebbe soltanto l'effetto di una anti Europa cui le diversità prima o poi si opporrebbero con forza, distruggendo una unione nata in provetta, estranea alla vitalità dei singoli Paesi.

La vera Europa unita, suggerisce implicitamente l'autore, è un modello tutto da inventare. E il modello non può prescindere da abiti mentali, consuetudini, debolezze di ogni futuro partner dell'unione continentale. Dei vizi e virtù delle stratificazioni caratteriali dall'Italia alla Scandinavia, dalla Polonia alla penisola iberica Enzensberger è il rilevatore pungente con questa «Ah, Europa», (Garzanti, 365 pagine, 32 mila lire). Il grande viaggio finisce a Praga, in un futuro prossimo venturo che l'autore, nelle vesti di un ufficiale americano revisita dopo quarant'anni di dittatura, finita col trionfo, si in-

tuisce, di una «via polacca». E vi ritrova la magica Praga di sempre, i boemi fieri e sognatori della loro patria, che collocano al centro dell'universo.

Lo stesso grande viaggio in Europa compie Saverio Vertone. In «Penultima Europa» (Rizzoli, pagine 236, 28 mila lire). Il suo reportage, costruito con suggestivi flash è dominato dai suggerimenti della storia. Citiamo, a caso, la visita alla cattedrale di Saint-Denis, che l'autore vede come una sorta di «morgue» della Francia, con le marmoree figure distese sulle tombe dei Capetingi, agli Invalidi, dove il trionfo di Napoleone esce indenne, malgrado tutto, dalle tentazioni della retorica. Sono secoli di «penultima Europa». L'ultima, l'Europa unita non potrà, questo sembra il motivo di fondo, scuotersi di dosso queste scorie meravigliose che vengono dal passato.

In questa vigilia di ele-

zioni europee sono appena usciti altri libri più direttamente impegnati sui vari problemi che attendono l'Europa alla scadenza del 1992. Da segnalare: «1992: Europa senza frontiere?», di Pier Virgilio Dastoli, che per dieci anni ha lavorato con Altiero Spinelli al parlamento europeo; (Il Mulino, 179 pagine, 15.000 lire); «1992, la sinistra, l'Europa, l'Italia», di Eugenio Peggio, noto economista del pci (Sperling & Kupfer, 240 pagine, 19.500 lire); «1992, come convivere con il grande mercato», di Gianni Baget Bozzo e Michele Genovese, il primo, noto sacerdote e intellettuale che milita nelle file del psi di cui è stato rappresentante a Strasburgo (Reverdito, 238 pagine, 25.000 lire); «Crisi, disastro, miracolo», di Michel Albert e Jean Bossonat, due grossi manager dell'editoria francese (Il Mulino, 215 pagine, 16.000 lire).

Gianfranco Romanello

LA notizia è questa: si profila negli Stati Uniti la fusione tra la Paramount Communications e la Time Inc., che farebbe seguito all'intesa tra quest'ultima e la Warner. Stiamo parlando di imprese che agiscono nel campo della informazione e di una gigantesca concentrazione finanziaria e industriale che porterà sotto un unico tetto e un unico padrone (oltreché 55 mila dipendenti) i più grandi studi cinematografici e televisivi, la maggiore casa editrice statunitense, periodici ad altissima tiratura, un sistema tv via cavo, giornali economici e sportivi, dischi e video. Il progetto è ambizioso: intervenire, in maniera centralizzata e coordinata, sul circuito complessivo della comunicazione.

L'idea è antica quanto il capitalismo: soddisfare l'intera domanda di beni e di servizi relativi a una sfera di vita e a una dimensione dell'esperienza con una linea integrata di prodotti: ovvero con prodotti omogenei per i tratti che rivelano e per la cultura a cui rimandano.

Tale considerazione va corretta tenendo conto di una «attenuante» e di una «aggravante». La prima è costituita dal fatto che l'espansione del mercato incentiva la differenziazione dell'offerta di prodotti e, dunque, la virtuale diversificazione delle opzioni e delle scelte. Per contro, l'«aggravante» è costituita dal fatto che quella della comunicazione non è una sfera tra le tante che organizzano la nostra vita privata e sociale. E', oggi, la principale: quella che assorbe la gran parte delle energie e del tempo, delle risorse psicologiche e dell'investimento emotivo del cittadino nei Paesi industrializzati. E allora, come direbbe un magistrato giudicante, qui «le aggravanti prevalgono sulle attenuanti» e il verdetto è sfavorevole: gli effetti dei grandi fenomeni di con-

Parliamone

Vogliono comprare la nostra fantasia



centrazione (in particolare, nel settore della comunicazione) devono preoccuparci.

Tra questi effetti, ne sottolineo tre: 1) Effetto Qui Quo Qua, o dell'Omologazione. L'offerta di immagini e figure, di storie e trame, di miti e simboli, tendenti alla uniformità, produce — fatalmente — linguaggi uniformi. Già ora, palesemente, la singolarità e irripetibilità dell'esperienza di ognuno

LA STAMPA

Tutto libri

Settimanale di attualità culturale
 letteratura scienza arte spettacolo

Luigi Manconi