

## Se Banfi sconfigge Fellini

Oggi Fellini comincia a piacere a pochi. Commento

- di Saverio Vertone

Sembra che anche per Fellini si sia rotta la fragile e transitoria alleanza tra la qualità e la quantità dei suoi estimatori. Fino a ieri piaceva a molti, se non a tutti. Oggi comincia a piacere a pochi, se non a pochissimi. Non ha più quel consenso universale e irresistibile che sancisce, per certi autori e in certi momenti, l'unità tra la cultura e le folle. Ricomincia la disputa, inutile quanto intramontabile, tra la competenza dei competenti e la competenza degli incompetenti, ossia la forza probante del numero. E il pubblico torna a dividersi tra i più, che contano meno, e i meno, che dovrebbero contare di più. Ma perchè? Se in un confronto diretto sugli schermi televisivi l'ultimo film di Fellini cede spettatori a Lino Banfi e a Edwige Fenech crolla forse il mondo? O crolla soltanto l'assioma della coincidenza tra la bellezza di un'opera e la sua diffusione? Ma, intanto, quell'assioma era un miraggio, perchè mentre la diffusione è misurabile, la bellezza non lo è. E poi, se le strade dell'una e dell'altra divergono, se la democrazia estetica non coincide con i valori gerarchici della cultura, non per questo Annibale è alle porte del cinematografo. Nessun golpe è in vista, almeno nel campo dell'arte. Il divorzio, appena iniziato, scopercchia invece l'aleatorietà del matrimonio tra qualità e quantità, e mette naturalmente in gioco l'onniscienza del mercato. Il quale non può essere bugiardo solo quando scioglie l'unione. Se lo è al momento della separazione, lo può essere anche al momento dello spozalizio. E dunque: zero a zero, nulla di fatto, come non detto. Cade l'assioma sul quale riposava e riposa il misticismo statistico del consenso numerico. E si riaprono le cateratte del dubbio. Il popolo non ha i gusti di Dio. Ma neanche i sacerdoti sanno che cosa rimarrà nel suo altissimo grembo. Nè la quantità nè la qualità sono termini fissi, e sarà dunque inutile cercare il cardine. Il mercato del successo può non coincidere con quello della storia futura, o può coincidere momentaneamente, senza che nulla cambi. Non c'è nessuna garanzia in più o in meno; con un'unica differenza: che la qualità può non essere tale e la bellezza può essere brutta, mentre la massa è massa, la quantità è sempre accertabile. È una constatazione terra terra, che spiega la delusione degli artisti quando si vedono costretti ad accontentarsi del

successo dei competenti dopo aver goduto del consenso delle folle. Ma non spiega il comportamento dei nostri enti culturali, che cercano spesso d' infilare l'uno e l'altro in una sola gugliata, confondendo le crune e mancandoli entrambi. Il filo del mercato non passa mai negli interstizi vuoti dello snobismo. E se, poniamo, un teatro d' opera esige il sostegno del pubblico erario per difendersi dalle brutalità del mercato, non è sensato che cerchi poi la sanzione delle folle con metodi brutali. Il grande pubblico esige un cartellone scontato e povero di novità ? Bene, gli si offrano poche opere con una lunga programmazione. Ma se si vuole andare incontro ai gusti raffinati della minoranza, non si usi il denaro dello Stato per allestimenti grossolani (e costosi), con i quali si cerca di attirare anche la maggioranza. Verranno scontentate entrambe, e con il danno di tutti. Perché : il mercato è mercato, la cultura è cultura. Si possono incontrare, ma non ingannare.

**Saverio Vertone**