

Il pubblicitario come eroe puritano

di Claudio Gorlier

Oddone Camerana
L'IMITAZIONE DI CARL
pp. 221, € 15,90,
Passigli, Firenze 2002

Da corso Marconi a Madison Avenue: so che scrivendo questo banalissimo miseramente il romanzo di Oddone Camerana, *L'imitazione di Carl*, ma lo faccio per sottolineare che, dai tempi di Paolo Volponi, mancava nella narrativa italiana il cosiddetto romanzo industriale, e che Camerana lo reinventa senza alcuna sudditanza, questa volta con referenti espliciti, a differenza del pur notevolissimo, allegorico *Centenario* (Baldini & Castoldi, 1997; cfr. "L'Indice", 1997, n. 6).

Dunque, la Fiat, tanto per non far nomi, progetta una campagna pubblicitaria per lanciare - secondo tentativo - le sue auto negli Stati Uniti. Il primo tentativo è andato male, e spetta al funzionario Alter trovare a New York una nuova agenzia che sappia superare la prova. Già nella prima parte del romanzo, Camerana presenta il terreno di coltura in cui il procedimento inizia, e lo fa con la sottile e maliziosa scansione che gli conosciamo. Tracciato realistico? In un certo senso sì, perché l'ambiente dei piani alti, con i suoi rituali, le sue attese spesso ansiose, le rivalità, le ambiguità, le gerarchie ovviamente rispettate, emerge senza giochi di sponda narrativi. In effetti, aleggia un senso di *hantise*, di impalpabile e misterioso disagio, che si sarebbe tentati di definire, se mi passate l'ossimoro, concretamente metafisico. Il "sottosuolo particolare, gesuita e sabauda", sul quale si associano "competenza tecnica (...) autoritarismo e una rilevante sfiducia nel prossimo" danno vita a un'atmosfera inquietante e suscitatrice di timorose attese, alimentate nei santuari aperti e chiusi dei vertici aziendali, mentre, s'intende, l'imperatore rimane invisibile e remoto.

Va da sé che Alter, nel suo stesso nome, incarna una simile condizione esistenziale e, perché no?, trascendente. Voglio dire sin d'ora che il titolo del romanzo ci offre una chiave preziosa di lettura, se siamo capaci di rendercene conto: questa è una versione laica della *Imitazione di Cristo*.

Ma qual è il modello di Alter, alla ricerca di una definizione di sé, di una pietra di paragone illuminante? Lo trova, appunto, su Madison Avenue, nell'americano Carl Ally, un grande pubblicitario con una storia avventurosa, visto che è stato pilota da caccia nella seconda guerra mondiale. Mi permetto di balzare alla fine per riportare la confessione di Alter: "Ho imparato come avere un eroe".

L'introverso torinese Alter, con il suo mal di vivere, si trova di fronte all'estroverso Carl, uno che addirittura aveva girato negli ambulacri del presidente Franklin Delano Roosevelt. Ora, l'ammirazione, che diventerà amicizia e scambio di identità, nasce fattualmente dalla collaborazione sul piano dell'invenzione pubblicitaria. Alter, fedele a un tipo di pubblicità tradizionale, tanto rassicurante quanto spesso inefficace o prevedibile, scopre la "guerriglia industriale" - ecco il vecchio combattente - di Carl, la sua creatività, la sua messa in gioco delle categorie tradizionali della filosofia del consumo, apparentemente così americane.

Carl non crede in una pubblicità fondata su un principio ormai insostenibile di comunicazione e, dopo tutto, di squallida invenzione; al contrario, c'è in lui l'impulso a presentare, più ancora che propagandare, una verità del prodotto che, se dovessimo ricorrere alla filosofia medievale, si chiamerebbe *quidditas*.

Così, la comunicazione pubblicitaria rifugge dal facile sotterfugio per puntare alla verità. Qui la morale della comunicazione trova, coscientemente o no, le sue radici in quelle categorie del classico puritanesimo americano che uno studioso di grande statura come Sacvan Bercovitch ha identificato in ciò che egli ritiene l'essenza stessa di quel puritanesimo, vale a dire l'oratoria della persuasione (la "geremiade"), la quale non può mai fondarsi sull'illusione, ma sull'autenticità di una visione religiosa del mondo, una visione esemplare e nobilmente utopica nella sua inclinazione, peraltro, a radicarsi nella realtà.

Lo scambio tra Alter e Carl si arricchisce, diviene gradualmente irresistibile, e Camerana, con singolare gioco verbale, lo rappresenta anche sul piano linguistico, con il continuo scambio tra inglese d'America e italiano. L'imitazione appare ormai chiara, e in che misura essa si trasformi in dipendenza da parte di Alter non viene mai,

astutamente, dichiarato, ma lasciato al lettore, poiché Camerana, pur usando la tecnica del narratore esterno, riesce quasi miracolosamente a non diventare mai davvero intrusivo.

L'operazione commerciale fallisce ancora, ma che importa? Anzi, il fallimento è un bozzolo che si spezza per lasciare libero il terreno alla "imitazione". La prudenza di Alter rende la partecipazione irta di pause, di riflessioni, ma alla fine l'anello di congiunzione si fa irresistibile. Ecco allora, nella parte finale del romanzo, un altro fattore decisivo insieme realistico e simbolico o, come si dice dei testi di edificazione religiosa, esemplare. Si tratta di un elemento insopprimibile nella sua progressione, vale a dire la malattia. Carl muore, vittima del male del secolo, la cardiopatia, e poco tempo dopo Alter lo segue. L'imitazione ha trovato finalmente il suo suggello, e tutto è silenzio. Questo romanzo che conferma il talento a suo modo unico di Camerana termina con suprema, enigmatica, paradossalmente consolante e problematicamente lucida misura; alla luce di ciò che succede ora in Fiat, quasi sciamanica.



Bollati Boringhieri

Franco La Cecla
Jet-lag
Antropologia e altri disturbi da viaggio
Variantine
pp. 147, € 9,50

Carla Benedetti
Il tradimento dei critici
Temi 121
pp. 229, € 13,00

Sandra Endrizzi
Pesci piccoli
Donne e cooperazione in Bangladesh
Temi 120
pp. 136, con 20 illustrazioni fuori testo a colori, € 13,00

Nasr Abū Zayd
Islam e storia
Critica del discorso religioso
Saggi. Storia, filosofia e scienze sociali
pp. 231, € 19,00

Roberto Beneduce
Trance e possessione in Africa
Corpi, mimesi, storia
Saggi. Storia, filosofia e scienze sociali
pp. xvi-323, con 8 tavole fuori testo a colori, € 29,00

Jack Goody
Il potere della tradizione scritta
Saggi. Storia, filosofia e scienze sociali
pp. 202, € 22,00

Marc Augé
Genio del paganesimo
Nuova Cultura 88
pp. 315, € 30,00

Franco Brioschi
Critica della ragion poetica
e altri saggi di letteratura e filosofia
Nuova Cultura 89
pp. 313, € 26,00

Giuliano Preparata
Dai quark ai cristalli
Breve storia di un lungo viaggio dentro la materia
Saggi. Scienze
pp. xvii-248, € 23,00

Roberto Speciale-Bagliacca
Freud messo a fuoco
Passando dai padri alle madri
Saggi. Psicologia
pp. 312, € 24,00

Paolo Aite
Paesaggi della psiche
Il Gioco della sabbia nell'analisi junghiana
Manuali di Psicologia Psichiatria Psicoterapia
pp. 262, con 20 illustrazioni fuori testo a colori, € 26,00

Bollati Boringhieri editore
10121 Torino
corso Vittorio Emanuele II, 86
tel. 011.5591711 fax 011.543024
www.bollatiboringhieri.it
e-mail: info@bollatiboringhieri.it

Domande torinesi

di Silvio Perrella

Osservata dall'alto, Torino fa pensare a Praga. L'autorevolezza antica dei tetti, l'ostinazione puntuta della Mole, le strade che filano diritte, le colline tutt'intorno, il fiume che s'indovina nella sua melmosità guizzante. Dall'alto, Torino è sempre la città misteriosamente bella che tutti conoscono.

Ma se si scende giù, se si mettono i piedi per terra, e si prendono i tram e gli autobus e si guardano con attenzione i compagni di viaggio, allora Torino ti sorprende.

Prendo il primo autobus, dopo uno breve sciopero durato fino a mezzogiorno. Naturalmente è affollato. Dalla stazione si va verso la periferia. Fuori dai finestrini scorrono le insegne vecchiotte dei negozi, pochi gridi pubblicitari. Penso al Calvino "grigio" della *Nuvola di smog*.

Dentro l'autobus c'è un gran nervosismo. Una signora se la prende con un ragazzo perché vuole che si sposti: deve scendere alla prossima fermata. Il ragazzo è scortese, la signora lo è di più. Sembra che il disagio di un autobus un po' più affollato del solito sia un evento insopportabile. Ma l'autobus decide per tutti: dal motore arriva puzzo di bruciato, qualcuno in fondo grida. Il conducente apre le porte e si scende.

Il motore sta bruciando davvero? Sembra di no, perché dopo un controllo l'autobus riparte, ma questa volta i passeggeri sono diminuiti. È stato solo uno stratagemma per stare più comodi?

Adesso è sera, il tassista è simpatico, parla volentieri. Dice che

a Torino il tenore di vita non è stato mai troppo alto. Certo, adesso la città è davvero in crisi. Milano ha saputo trasformarsi, mentre a Torino non solo la Fiat e l'indotto traballano, ma aziende come la Telecom e la Utet hanno fatto bagagli. Ma i torinesi sono industriosi, dice, anche se adesso sembrano immobilizzati dentro un brutto incubo.

Ci indica un ristorante in piazza San Carlo. Siamo in tre, mangiamo mediocrementemente. È una piazza un po' militaresca, ma davvero bella. Sembra però un deposito di macchine, sono parcheggiate ovunque. La pavimentazione a tratti è sconnessa: c'è del brecciolino. A chi viene da Napoli, viene in mente piazza del Plebiscito prima del restyling di Bassolino.

Tra noi si parla di un romanzo dedicato alla dismissione di una fabbrica del Sud. Si fanno paragoni. La dismissione a Torino, dice uno di noi, sarà molto più difficile. L'impressione è che tutto accada all'improvviso, e invece è da tempo che si parla di crisi. Ma quando la crisi arriva davvero è tutto diverso da come ce la si era immaginata.

Parto all'alba di lunedì. Prendo l'autobus per l'aeroporto. Non siamo in molti, gli occhi sono pesti di sonno. A una fermata, una giovane donna sale. Ha con sé una bustona. Parla con l'autista. Gli dice che ha venduto un paio di scarpe. Si stupisce che il suo cliente abbia comprato le più care: davvero non se l'aspettava. Prima dell'aeroporto scende con il bustone pieno di scarpe. È l'industria di cui parlava il tassista? Ma a che ora l'avrà venduto quel paio di scarpe costose?



Tullio Perrella: Giulio Emanuele