

DODICI FRATI, UN BIMBO E UN CROCIFISSO DI LEGNO

La stagione, quest'anno, è cominciata al cinema sotto l'insegna dello stupore. Mentre governo e categorie dibattono i punti di quella che sarà la nuova Legge, mentre gli esercenti si preoccupano della crescente disparità dei « film panoramici » che li costringono a mettere in opera sempre nuovi schermi, mentre i produttori si affannano a cercare formule di sicuro successo commerciale — Silvana Pampanini bionda, Fabrizi di nuovo in coppia con De Filippo, Sofia Loren affidata alle cure di Soldati e Moravia — un filmetto quasi da niente è arrivato a mettere in forse le teorie di tutti: un filmetto spagnolo, *Marcellino Pan y Vino*, diretto da un ungherese, Ladislao Vayda.

È arrivato proprio in apertura di stagione e ha fatto il giro di tutta Italia battendo gli incassi degli altri film in programma e inserendosi tra quelli che nell'anno hanno avuto più successo; e ha appena cominciato. Che significa questo? Se lo chiedono i produttori, se lo chiedono gli esercenti, se lo chiedono, stizziti, quei noleggiatori che, tempo fa, si erano rifiutati di prendere in distribuzione il film perché non lo avevano ritenuto in alcun modo commerciale. Pensate: è la storia di dodici frati, di un bimbo e di un crocifisso di legno. Gli'interpreti sono pressoché sconosciuti e il bimbo — un ragazzino di sette anni — è un esordiente; c'è una donna sola, ma si vede un momento e non è neanche una diva; niente colori, ma un comune bianco e nero, e niente schermo panoramico... Proprio un filmetto da nulla! E invece, fra lo stupore incredulo di tutti, il filmetto da nulla — che già a Cannes aveva avuto un premio per il suo piccolo protagonista, Pablito Calvo, e per i suoi valori morali si era visto anche segnalare dall'*Office Catholique International du Cinéma*, — si è imposto non solo all'attenzione della critica, ma anche — oh strano, — al consenso vivo, folto e commosso del pubblico.

Chi ci capisce più niente con il cinema, si sono chiesti quelli che stavano studiando altre formule di successo facendosi ispirare dai « fumetti ». Pure è cosa certa — hanno detto — che noi diamo al pubblico quello che vuole lui e assolutamente non ci consta che voglia storie di frati e di miracoli, storie di bimbi che muoiono e di crocifissi che li fanno morire. Queste sono cose lugubri, tetre e anche i molti che al cinema sono contenti di piangere, piangono in genere volentieri solo se vedono le orfanelle rapite e i grandi amori contrastati, ma non per « cose di chiesa »...

Marcellino Pan y Vino, invece, ha smentito tutta questa sicurezza anche se la corroboravano nutrite statistiche e, in molti casi, lunghi anni di esperienza a contatto con le reazioni del pubblico. Certo, è vero, il pubblico non

è facile a capirsi; i suoi gusti, i suoi consensi, le sue reazioni negative nascono a volte da elementi imponderabili che nessuno, pur astuto e capace, riuscirebbe a prevedere; è però altrettanto certo che, come si producono film secondo eterni *clichés* collaudati negli anni dalle risa o dal pianto degli spettatori, si è finiti anche per pensare a sua volta a questo spettatore come a un *cliché* di cui tutto sia già noto, chiaro e scontato: passano le mode, le abitudini, le opinioni, le idee e questo *cliché* del pubblico — così come lo vede il produttore — muta solo in superficie: si cambia pettinatura a una diva, si alterna la combinazione di un gruppo di attori, si tentano film più violenti o più aggressivi, ma la sostanza resta quella. Nessuno si chiede mai se il pubblico, per caso, voglia qualcos'altro, e se, per ipotesi, i suoi interessi possano non essere solo sesso, violenza, denaro (e se, nel caso gli si proponessero anche i buoni sentimenti, questi non siano soltanto espressi nel clima di quella retorica che, per commuovere, anziché la sordina, crede più efficaci i colpi di grancassa).

DALLA PLATEA

Il pubblico, però, vuole qualcos'altro, perché il pubblico siamo noi, questi quarantacinque milioni di italiani che in un anno riescono a diventare ottocento e più milioni di spettatori paganti. Oseremmo sostenere che le aspirazioni di questi milioni di persone si riducono esclusivamente al sesso, al denaro e alla violenza e che nient'altro li interessa, li commuove, li conquista quasi fossero uomini della foresta?

Certo, gli psicologi e i sociologi hanno studiato a lungo il fenomeno dello spettatore, prima a teatro e poi al cinema, e ci hanno largamente raccontato che cosa il pubblico va a chiedere a uno spettacolo cui, in media, assiste da una alle tre volte la settimana: c'è il bisogno di riposo, di distensione, di evasione; secondo gli psichiatri c'è addirittura quel bisogno di sfogo che renderebbe molto utile la visione di film violenti e bellicosi a soggetti dai nervi tesi e dalle molte litigiosità represses.

Ma forse che l'uomo è tutto qui, fascio di nervi e di muscoli, materia che viene da materia? E lo spirito, e il pensiero, e la scintilla di eterno che è in lui e che spesso lo rende sconcertato e quasi spaesato in una vita dove tutto, salvo lui, è destinato a concludersi qui e, in definitiva, a perire? Queste origini dell'uomo che non sono « di qui », questo suo destino che non è « di qui »

non significano proprio niente per il suo modo di sentire, di pensare, di vedere anche quando — e questo è il punto — non ne abbia coscienza o fede o volontà di fede? Le evasioni dalla vita quotidiana che il cinema può offrire a questo uomo che, lo voglia o no, è e rimane il *templum Dei*, dovranno essere sempre l'artificiale paradiso di una vita ricca, beata, ghiottamente felice e la distrazione un po' brusca della violenza e del sesso? Quell'angoscia che neanche le filosofie di oggi sanno definire, ma che è nel cuore di ogni uomo quando non trova mai in terra una felicità vera e sente in fondo al pensiero il sospetto di una inadattabilità alle cose solo tangibili che lo circondano, scomparirà di fronte all'evasione offerta da un rumoroso spettacolo cinematografico? Sembra a volte che scompaia, ma è solo ricacciata più in giù, frastornata, spinta verso luoghi dove sembra dimenticata, ma in realtà rimane, perché c'è solo una risposta che può chiarirla alla coscienza umana.

E questa risposta è proprio quella, fragrante, semplice, pura che in *Marcellino Pan y Vino* vien data al pubblico dagli occhi candidi di un bimbo, quegli occhi che vedono quello che a molti non è dato sempre di vedere. La realtà non è solo questa che noi vediamo e tocchiamo, ma ce n'è un'altra che non solo la presuppone, ma la spiega e in definitiva la conclude: la realtà, cioè, dell'invisibile, la realtà dell'eterno. Questa risposta il cinema l'ha data sovente al pubblico di oggi: quando nacque il neorealismo e alcuni poeti cominciarono con i loro film a spiegare la storia contemporanea alla luce della realtà tangibile e di quella sovranaturale che sola la chiariva, i cinematoografi erano pieni di gente che piangeva e applaudiva come piange ed applaude in questi giorni a *Marcellino*. Quando però su quelle voci presero il sopravvento le altre, quelle che vedendo nella realtà solo materia, tutto credevano di poter spiegare con la materia, il pubblico — che non trovava più nessuna vera spiegazione — si ritrasse insoddisfatto da quei film, e a una risposta che non rispondeva (ma che anzi oscurava e disperava) preferì l'evasione anche alla domanda.

Ma quando i poeti tornano a parlare quel linguaggio e raccontano della vita in modo da risolvere l'angoscia di quelle sospese domande che pesano sul cuore d'ogni uomo, ecco che il pubblico reagisce positivamente dimostrando che più di ogni altro argomento quello che lo scuote, lo avvince e lo conforta è l'argomento dello spirito, la risposta ai suoi interrogativi spesso inconsci, ma sempre vivi e laceranti. Perché il suo — credetelo — non è un problema di evasione, ma di scoperta.

GIAN LUIGI RONDI