

David Mamet ha superato i 60 e la sa lunghissima sul cinema americano. Ha recitato, scritto sceneggiature (una su tutte? *Il postino suona sempre due volte*), prodotto e diretto film (*La casa dei giochi, Il colpo...*). In questo libro, una sua *storia confidenziale* di Hollywood e del cinema che è difficile mettere giù per quanto è curiosa e divertente, racconta quello che ha imparato sul (maleducato) sistema degli studios. Vecchie storie, aneddoti, parabole. I suoi film del cuore. Corrotti e corruttori, consigli per scrivere una sceneggiatura, i critici... E poi l'arte. Imperdibile.

BAMBI CONTRO GODZILLA

DI DAVID MAMET

Il pubblico; ovvero, lezioni apprese dalla caccia all'anatra

Un'anatra da richiamo non deve necessariamente avere l'aspetto di un'anatra.

Deve solo sembrare un'anatra alle altre anatre.

La saggezza, perciò, non sta nell'interrogativo fenomenologico: «Che aspetto ha un'anatra?», bensì nella domanda pratica: «Che cosa cerca un'anatra?»

L'anatra in questione è il nostro amico, il Pubblico, e uso il termine *amico* a ragion veduta.

Sun Tzu, nel suo *L'arte della guerra*, insegna a trattare l'avversario come se fosse un dipendente: a chiedersi, cioè, quali siano le sue motivazioni e ad agire di conseguenza.

Il cineasta, analogamente, deve trattare lo spettatore non come un nemico ma come un socio.

L'ignorante tratta l'avversario con il sotterfugio, l'astuzia, la corruzione, il depistaggio, la forza bruta: insomma, gli strumenti del crimine.

Strumenti a cui ricorre anche la burocrazia cinematografica: il pubblico viene corrotto con la promessa di uno spettacolo eccitante, è bombardato dalle raccomandazioni entusiastiche di persone convinte con l'adulazione o subornate, è stordito dalla pubblicità ripetitiva, gli viene promessa l'opportunità di dare un'occhiata al suo beniamino purché si comporti bene (cioè vada a vedere il film), e così via.

Il pubblico, sapendosi disprezzato, reagisce ai film non come a un legittimo passatempo, bensì come a uno scontro di volontà (ricorrendo alla violenza si suscita ostilità; si può invece imparare a vincere con la comprensione, anziché con la forza: il principio fondamentale dello jujitsu).

Impiegando gli strumenti dell'aggressione e dello scontro frontale, che sia in Vietnam o sulla pagina degli spettacoli di un quotidiano, l'aggressore rafforza la determinazione dell'avversario a resistere, il che richiede sprechi sempre più prodigiosi (bombardamenti/pubblicità) da parte del più forte. Così si abbattono i potenti. Non si conquista il cuore e la mente di un popolo a manganellate.

E se il pubblico non fosse un avversario da truffare ma un assistente necessario nel processo creativo, un socio di cui il cineasta si sforza di comprendere le esigenze consce e inconscie?

Torniamo alla nostra amica anatra.

Mettiamo che il cacciatore ricco ostenti un'anatra da richiamo realistica all'ennesimo grado. Magari questo richiamo sarà preciso in ogni particolare per dimensioni, forma e colore, eppure può darsi che il cacciatore povero, nel capanno accanto, attiri tutte le anatre con il suo richiamo appena abbozzato e neanche dipinto. Perché?

Be', il povero, non ostacolato dalla facoltà di sprecare, è stato costretto a usare la testa e si è chiesto: che cosa piace a un'anatra? Come *vede* un'anatra?

A tutti noi è capitato di dire di una statua: «Sembra viva» e di una maschera che riproduce fedelmente le sembianze umane: «Quant'è finta». Che cosa mancava alla maschera? La vita.

L'essere umano vero e l'anatra vera sono stati creati da un *mistero* e quindi lo contengono. Non possono essere ridotti a semplici misurazioni, e tutti i tentativi in tal senso (mediante il calibro del fabbricante di richiami o i sondaggi del sociologo) producono parodia priva di vita. La vita, nell'arte del drammaturgo come dello scultore, non può essere scimmiettata; il tentativo di eliminare la casualità condanna irrimediabilmente il progetto. Un sinonimo di «caso», infatti, è «mistero», e un altro è «arte».

Lo scultore, regista, scrittore o attore, se è un vero artista, mette nel proprio lavoro una comprensione (consocia o inconscia) del mistero dell'interazione umana.* Ed è questo elemento ineffabile (*non* la verosimiglianza meccanica) che attrae il pubblico. Ed è questa capacità artistica che attira l'anatra.

Proprio come un richiamo non può rappresentare tutto a un'anatra di passaggio, il film non può offrire tutto a un pubblico. Meglio dunque che sia *qualcosa*, che trasmetta il desiderio del suo autore di raccontare una storia piuttosto che il suo desiderio di guadagnarsi da vivere.

La maggioranza dei film sono brutti. Non sono, in sostanza, altro che pubblicità di se stessi, trailer prolungati, concepiti e montati con un'abilità minore dei trailer stessi.

Una buona anatra da richiamo, viceversa, è un'opera d'arte e può essere ammirata e amata in sé. Come soprammobile, indipendentemente dal suo successo nell'attrarre la preda.

I film di De Sica, Welles, Michael Power ed Emeric Pressburger non hanno fatto molti soldi, ma dispensano tuttora un piacere spirituale.

Dall'altra parte ci sono film dei quali, letteralmente, *applaudiamo le dimensioni*, sebbene in sé siano inguardabili (per esempio *Titanic*).

(La creazione e distribuzione di film puramente commerciali favorisce un rapporto di sfruttamento reciproco. Qualcuno ha detto che la genialità del codice tributario americano era che faceva di chiunque un evasore e un criminale. Lo sfruttamento commerciale di massa del pubblico rende produttore e spettatore complici nell'adorazione della ricchezza, con il produttore che cerca di rapinare lo spettatore che si sottomette in cambio dell'eccitazione a buon mercato che prova nel godere delle attenzioni del produttore. In ciò, lo spettatore è nella stessa posizione del divo agli Oscar: acconsente a fare le feste in cambio di una carezza sulla testa. È questa, ovviamente, la ragione del successo della notte degli Oscar come intrattenimento: il pubblico vede i propri oppressori umiliati. È come il *Boxing Day*, quando i signori feudali

dovevano fingere di servire i propri servitori.)

* E così pure l'imprenditore ispirato.

BAMBI CONTRO GODZILLA.
TEORIA E PRATICA DELL'INDUSTRIA
CINEMATOGRAFICA
DI DAVID MAMET
Trad. Giuliana Lupi

—
Minimum Fax
pp. 271 / euro 14,40 / minimumfax.com

