

**DINO BUZZATI E IL BRAND:
L'UOMO NELLA SOCIETÀ POST COVID,
TRA ANGOSCIA E SPERANZA.**

di Alberto Improda



Il 28 gennaio 1972 moriva Dino Buzzati.

Sono passati cinquant'anni, mezzo secolo, ma la sua figura appare ancora di una contemporaneità quasi sconcertante.

Nato a San Pellegrino, nei pressi di Belluno, il 16 ottobre 1906, dopo gli studi a Milano, entra giovanissimo al Corriere della Sera.

Giornalista e fotoreporter, avvia ben presto la sua eclettica attività artistica, che lo porterà dalla scrittura alla pittura, arrivando a sperimentare innovative forme espressive di contaminazione.

Sperando che l'accostamento non risulti irriguardoso, personalmente avverto una forte assonanza tra l'opera di Buzzati e il ruolo assunto dal Brand, in questo frangente storico segnato dal Covid.

La Pandemia ha inferto una forte accelerazione all'evoluzione del Brand, che peraltro era in atto da alcuni anni.

Il Marchio ha negli ultimi lustri assunto un ruolo centrale nell'esistenza delle persone, che anche tramite il Consumo costruiscono il proprio universo valoriale, comunicano il proprio profilo identitario.

Trovo di grande attualità le parole di Andrea Fontana: *“nella nostra contemporaneità il consumo è diventato ontologico. Consumiamo qualsiasi cosa, soggetti e oggetti, ma non per avere qualcosa o fare colpo su qualcuno: è passato il tempo dello shopping per status. Piuttosto consumiamo per essere qualcosa e qualcuno. Per esprimere parti delle nostre identità frammentate e pervase dall'incertezza”*; ragion per cui *“il consumo assume la valenza di marcatore autobiografico”*.

Ho così a suo tempo definito, in questa ottica, il Brand come *“un Indicatore di senso, nella duplice accezione di Senso come Direzione e Senso come Significato”*.

Ora la Pandemia ci ha portato a mettere al centro del nostro mondo quelli che consideriamo i valori della vita più importanti e fondamentali, relegando in secondo piano apparenza e superficialità.

Ciò ha incrementato il carico di responsabilità sulle spalle del Brand, dal quale oggi i Consumatori si attendono, anzi pretendono, coerenza con i valori propugnati e lealtà nei comportamenti realizzati.

Questo il motivo per cui ho scritto che il Brand, nella Società post Pandemia, evolve da Trademark in Fairmark.

Dino Buzzati rappresenta da sempre una figura di grande originalità e peculiarità.

Spiazzanti sono il suo stile piano e quasi giornalistico, la sua predilezione per il fondamento antropologico dell'opera, il suo apparente distacco dalla storia, dal realismo e dall'ideologia, peraltro manifestati proprio in un momento in cui l'ideologia permeava profondamente la vita politica e culturale del Paese.

Personalmente sono sempre stato attratto dall'opera di Buzzati per la sua capacità di cogliere con immediatezza i sentimenti più basilari, gli istinti più essenziali, le pulsioni più fondamentali dell'Uomo.

Nel mondo di Buzzati, come in questi nostri giorni, la costante che attraversa le esistenze di tutti è un sottofondo di Incertezza, che poi a volte si traduce in Speranza e a volte volge in Angoscia.

Particolarmente emblematico, in tempi di Pandemia, è il racconto *“Sette Piani”*.

Qui il protagonista Giuseppe Conte è affetto da una malattia misteriosa e si ricovera in un celebre sanatorio, dove esiste una grande specializzazione e si cura proprio quell'unica malattia.

Lì *“i malati erano distribuiti piano per piano a seconda della gravità. Il settimo, cioè l'ultimo, era per le forme leggerissime. Il sesto era destinato ai malati non gravi ma neppure da trascurare. Al quinto si curavano già affezioni serie e così di seguito, di piano in piano. Al secondo erano i malati gravissimi. Al primo quelli per cui era inutile sperare”*.

Giuseppe Conte entra nella struttura sostanzialmente da uomo sano, ragion per cui viene sistemato al settimo piano, ma poi – in nome di coincidenze e casualità – mano a mani

viene fatto scendere di piano in piano, fino ad arrivare al primo, dove ineluttabilmente si spegne, senza saperne la ragione, senza capirne il motivo, quasi senza rendersene conto.

Ancora più angosciante è la mamma del racconto *“Il mantello”*, la quale di colpo si vede riapparire sulla soglia di casa Giovanni, il figlio partito soldato, che non vedeva da due anni.

Giovanni, malgrado l'accoglienza gioiosa della mamma e dei due fratellini piccoli, se ne sta seduto senza togliersi il mantello, triste ed evasivo: deve subito uscire di nuovo da casa, perché sulla strada c'è un compagno ad attenderlo.

Infine se ne va *“come portato dal vento”*; il racconto si chiude amaramente, con Giovanni che riparte a cavallo insieme al suo misterioso accompagnatore; *“e allora la mamma finalmente capì, un vuoto immenso, che mai e poi mai i secoli sarebbero bastati a colmare, si aprì nel suo cuore. Capì la storia del mantello, la tristezza del figlio e soprattutto chi fosse il misterioso individuo che passeggiava su e giù per la strada, in attesa, chi fosse quel sinistro personaggio fin troppo paziente. Così misericordioso e paziente da accompagnare Giovanni alla vecchia casa (prima di condurselo via per sempre), affinché potesse salutare la madre; da aspettare parecchi minuti fuori dal cancello, in piedi, lui signore del mondo, in mezzo alla polvere, come pezzente affamato”*.

Una piega completamente diversa prende invece l'Incertezza nel racconto *“I Sette messaggeri”*.

Il protagonista della storia è il figlio di un re, che un giorno parte per esplorare i confini del regno, convinto che li avrebbe raggiunti in poche settimane.

Invece, dopo *“esattamente otto anni, sei mesi e quindici giorni di ininterrotto cammino”*, della frontiera non si vede traccia e sono ormai labili i legami con la capitale e con la vita passata, della quale giungono notizie sempre più rade e incomprensibili.

Ma l'lo narrante, invece di cadere preda dello sconforto, si accende infine di nuove speranze: *“Vado notando – e non l'ho confidato finora a nessuno – vado notando come di giorno in giorno, man mano che avanzo verso l'improbabile mèta, nel cielo irraggi una luce insolita quale mai mi è apparsa, neppure nei sogni; e come le piante, i monti, i fiumi che attraversiamo, sembrano fatti di una essenza diversa da quella nostrana e l'aria evoca presagi che non so dire. Una speranza nuova mi trarrà domattina ancora più avanti, verso quelle montagne inesplorate che le ombre della notte stanno occultando”*.

Un messaggio di Speranza, in fin dei conti, è anche quello che emerge da *“Il Colombre”*, uno dei racconti più noti di Buzzati.

Il protagonista Stefano Roi passa la vita a fuggire da un leggendario mostro, il Colombre appunto, che sceglie le sue vittime personalmente, rendendosi visibile soltanto a loro, e le insegue per mare fino a che non le raggiunge e le uccide.

Stefano, pescatore come il padre, decide di sfidare il mostro, lavorando in mare e facendo correre la sua barca sempre più veloce della creatura misteriosa.

Finchè, giunto alla fine dei suoi giorni, decide di lasciarsi prendere, consapevole di avere ormai poco da vivere.

Il Colombre, vecchio e stanco come lui, gli dice di averlo inseguito non per fargli del male, ma per consegnargli un dono del re del mare, *“la famosa Perla del Mare, che dà, a chi la possiede, fortuna, potenza, amore, e pace dell’animo”*.

La storia richiama un altro racconto, *“Ombra del sud”*, nella quale il protagonista insegue ed è inseguito da un uomo, forse un’apparizione, tra Porto Said, Massaua e Harar.

Infine l’Io che narra capisce che l’uomo non ha cattive intenzioni, vuole soltanto fargli capire che il suo *“monarca mi aspetta in mezzo al deserto, nel palazzo bianco e meraviglioso, vigilato dai leoni, dove cantano fontane incantate”*.

Il protagonista però non sa se troverà il coraggio di seguire l’Ombra e di andare fino in fondo; resta e ci lascia con il dubbio: *“Ma sarò poi capace? Non farà storie poi la mia anima al momento buono non si metterà a tremare, non nasconderà la testa tra le pavidie ali dicendo di non andare più avanti?”*

L’eterno oscillare dell’Uomo tra Speranza e Angoscia, sempre in preda dell’Incertezza, viene mirabilmente celebrato ne *“Il deserto dei Tartari”*, comunemente ritenuto il capolavoro di Buzzati.

Il romanzo, come noto, è la storia di Giovanni Drogo, un giovane militare che inizia la propria carriera nella Fortezza Bastiani, una imponente fortificazione isolata e ai confini di un immaginario regno.

Il protagonista vive la fortezza con sofferenza, come un luogo chiuso, inospitale, che non gli offre alcun futuro; però con il passare del tempo vi si lega, fino a non volerla e non poterla più lasciare, sia a causa della perdita di contatti col resto del mondo, sia per la speranza che un giorno finalmente i Tartari arrivino dal deserto per attaccarla.

L’Angoscia emerge con continuazione dai vari episodi della storia ed ha probabilmente il suo apice nella scena che vede Giovanni, vecchio e malato, lasciare la Fortezza proprio nel momento in cui – dopo una vita che ha trascorso ad attenderli – i Tartari si stanno probabilmente accingendo ad attaccare: *“Lassù era passata la sua esistenza segregata dal mondo, per aspettare il nemico egli si era tormentato più di trent’anni e adesso che gli stranieri arrivavano, adesso lo cacciavano via”*.

Si tratta di una Disperazione piena e dichiarata: *“Tutti in un modo o nell’altro avevano qualche motivo, anche piccolo, per sperare, tutti fuori che lui”*.

Eppure la Speranza nel romanzo riemerge sempre, in modo quasi carsico, non abbandona mai del tutto il campo.

Emblematico è un episodio altamente drammatico, la morte per assideramento del Tenente Angustina: *“Come il vento ebbe una pausa, Angustina rialzò di qualche centimetro il capo, mosse adagio la bocca per parlare, gli uscirono soltanto queste due parole: “Bisognerebbe domani...” e dopo più nulla. (...) “Che cosa volevi dire, Angustina? Che cosa domani?” Il capitano Monti, uscito finalmente dal suo riparo, scuote con forza per le spalle il tenente per fargli riprendere vita; ma non riesce che a scomporre le nobili pieghe del militaresco sudario, ed è un peccato. Nessuno dei soldati si è ancora accorto di quanto è successo. Imprecando il Monti, gli risponde solo, dal precipizio nero, la voce del vento. “Che cosa volevi dire, Angustina? Te ne sei andato senza terminare la frase; forse era una cosa stupida e qualunque, forse un’assurda speranza, forse anche niente”*.

E poi cos'è, se non un inno alla Speranza, il sorriso che chiude la storia?

Giovanni Drogo è solo, nella sua camera, e attende la morte: *“La porta della camera palpita con uno scricchiolio leggero. Forse è un soffio di vento, un semplice risucchio d'aria di queste inquiete notti di primavera. Forse è invece lei che è entrata, con passo silenzioso, e adesso sta avvicinandosi alla poltrona di Drogo. Facendosi forza, Giovanni raddrizza un po' il busto, si assesta con una mano il colletto dell'uniforme, dà ancora uno sguardo fuori della finestra, una brevissima occhiata, per l'ultima sua porzione di stelle. Poi nel buio, benchè nessuno lo veda, sorride”*.

Dino Buzzati può essere considerato un vero distillatore di Umanità, un perlustratore attento e sensibile di quelli che sono i sentimenti più profondi e più essenziali dell'Uomo.

La sua opera ci parla dell'Incertezza che caratterizza le nostre vite, del nostro perenne oscillare tra Angoscia, che mai ci abbandona del tutto, e Speranza, che sempre alberga in ognuno di noi.

Non sembri dunque sacrilego un parallelo tra l'eterno insegnamento dell'Autore e l'odierna missione del Brand.

Nella Società post Covid siamo tutti un po' dei personaggi buzzatiani, in preda all'Incertezza, a volte vinti dall'Angoscia, a volte spinti dalla Speranza.

E nel Brand troviamo uno strumento che ci offre conforto, che ci aiuta a mantenere insieme i nostri pezzi, che ci aiuta a costruire la nostra identità.

Per continuare a camminare nell'Incertezza, a resistere all'Angoscia e ad alimentare la Speranza.