

DA NEW YORK AL PIANO MARSHALL: STORIA E CARRIERA DI SANTA CLAUS, ANTICO SPIRITO DEL MALE CHE HA CONQUISTATO IL MONDO

II BABBO d'America

Marco Belpoliti

IL Natale ha molte facce. E' la festa della nascita di Gesù Cristo e insieme l'arrivo di Babbo Natale; il presepe e l'albero; una festa religiosa e una celebrazione laica; il momento del raccoglimento familiare e la corsa collettiva al consumo. Ma come è nata questa ricorrenza? Perché si è scelto di celebrarla proprio il 25 di dicembre? Un fatto è assodato, dice l'antropologa Martynne Pierrot, che alla festa ha dedicato un libro, *Etnologia del Natale* (Elèuthera, pp.190, 12,91): la data del 25 dicembre era una data qualsiasi per i cristiani dei primi secoli. Più che alla nascita di Cristo, essi erano interessati alla sua morte e alla sua resurrezione. Fissata, secondo un computo dell'anno 243 dopo Cristo il 28 di marzo, il 25 dicembre è diventata una data faticosa solo nel 336, alla fine del regno di Costantino.

A orientare la decisione sono numerosi motivi, tra cui il sovrapporsi delle date di altri riti, allora assai diffusi nell'impero romano, come la nascita di Mitra e il solstizio d'inverno. Lo storico delle religioni Mircea Eliade ha scritto che il 25 dicembre è una data sincretica, dal momento che è il «giorno di nascita di tutte le divinità orientali». Arnold Van Gennep, lo studioso di folclore che si è occupato dei riti di passaggio, ha analizzato con molta attenzione il «ciclo dei dodici giorni», che va dal Natale all'Epifania e comprende il Capodanno, festa opposta e simmetrica a quella del Natale. Se la celebrazione del 25 di dicembre è per antonomasia dedicata all'infanzia e alla famiglia ristretta,

festa di rafforzamento dei tabù, il Capodanno è invece attribuito agli adulti, agli eccessi e alle intemperanze.

Come è accaduto che il Natale sia diventata la festa degli abeti decorati, dei doni, di Babbo Natale? La storia è complessa. Si deve tornare al Seicento, in Olanda, per trovare un quadro che rappresenti la festa di San Nicola, Santa Claus, archetipo di Babbo Natale. San Nicola è un santo che ha molte facce, discendente dagli spiriti e spiritelli che accompagnano il corteo di Hellequin, il cacciatore selvaggio che rapisce i bambini e guida il corteo dei morti nelle notti invernali. Ogni personaggio positivo della nostra mitologia ha quasi sempre un'origine negativa; è lo sviluppo di un motivo pauroso in chiave rassicurante. San Nicola è probabilmente trasmigrato in America, sulle navi degli olandesi e dei popoli nordici che hanno trovato là un'altra e più accogliente patria tra il Seicento e il Settecento.

Tuttavia la sua ricomparsa nei panni colorati di rosso del vecchio con barba, cappuccio e gerla dei doni, non è tanto recente.

Il passaggio da nume tutelare di New York (ogni simbolo ha sempre un'origine locale, anche quando poi diviene un riferimento globale) a eroe americano è opera dello scrittore Washington Irving che nel 1809 pubblica *La storia di New York narrata da Dietrich Knickerboker*, la quale rende familiare il personaggio di Santa Claus. Nel 1823 è invece un altro testo, una poesia, *A Visit from St. Nicholas*, di Clement Clarke Moore, a diventare immediatamente popolare, tanto da essere imparata a memoria dagli americani. Il poemetto dà il via alle rappresentazioni grafiche di Santa Claus che invadono pian piano le case. Appaiono gli stivali, la giubba fodera di pelliccia, poi i calzettoni bianchi, il copricapo da cacciatore e la pipa bianca.

Le immagini hanno un potere invasivo superiore a ogni cosa e l'iconografia di Babbo Natale si diffonde a macchia d'olio. Prima della poesia di Moore non si era consueto festeggiare San Nicola il 24 di dicembre, dopo diventa un'abitudine e nel 1865 gran parte degli Stati americani impongono per legge la festa. I pezzi della leggenda che ancora oggi raccontiamo ai bambini si aggiungono a poco a poco: la fabbrica dei giocattoli, la dimora invernale, il sacco di tela marrone, la discesa nella cappa del camino.

Sono gli illustratori che arricchiscono la figura di Babbo Natale di riferimenti, topografie e abitudini, così che, alla fine degli anni Venti del Novecento, Santa Claus diventa per tutti l'incarnazione della generosità nazionale e uno strumento di promozione commerciale senza precedenti. Nel 1930 la Coca-Cola, che

vuole allargare il suo mercato rivolgendosi ai giovani e giovanissimi, chiede a Haddob Sublom di usare Santa Claus per la pubblicità. E' in questo modo che il rosso e il bianco della Coca-Cola diventano i colori canonici di Babbo Natale.

Più complessa e contraddittoria la storia di Babbo Natale in Europa. In Inghilterra è ignorato fino alla fine dell'Ottocento. In Francia arriva ufficialmente solo con la fine della Seconda guerra mondiale e il Piano Marshall, per quanto personaggi che gli assomigliano avevano già fatto la loro comparsa nei primi decenni del Novecento, ma sempre in luoghi e regioni limitate. In Italia la storia di Babbo Natale è altrettanto recente e ha faticato molto a imporsi, fino a che non è diventato il simbolo privilegiato dell'industria dolciaria. Allo stesso modo l'albero di Natale decorato appare nelle piazze delle capitali europee solo nei primi decenni del XX secolo. A ostacolare l'avvento di Babbo Natale è la Chiesa cattolica che negli anni Cinquanta si oppone all'ingresso di mitologie popolari diverse dal cristianesimo, così come oggi si oppone, ma con minor convinzione, alla festa pagana e

americana di Halloween. Il grande antropologo Lévi-Strauss ha dedicato a questo tema il fulminante saggio *Babbo Natale suppliziato*, che ricostruisce l'origine pagana del personaggio di Santa Claus, il suo legame con i riti agresti, il suo significato rispetto al rapporto tra i vivi e i morti.

La storia del Natale e dei suoi simboli è però legata a un altro evento dell'età moderna: l'affermarsi della vita privata e la crescita del ruolo economico e sociale della famiglia borghese. Il Natale festa dei bambini è la festa dei doni e dunque anche della carità. A sancire questo passaggio di mentalità è ancora uno scrittore, *Charles Dickens*, che nel 1843 pubblica il celeberrimo *Canto di Natale*, molte volte illustrato dal cinema e dai cartoni animati. Doni e carità si legano in modo indissolubile e vanno a sommarsi nel dopoguerra alla nascita della società dei consumi, all'affermarsi del modello americano, così che l'autrice può

scrivere che Babbo Natale è per noi più o meno consapevolmente il vero «dio delle merci».

In verità la sua fortuna è stata alterna nel corso degli ultimi trent'anni, almeno in Italia. E se gli anni Sessanta e Settanta sono stati segnati da una perdita di ritualità collettive, gli anni Ottanta e Novanta hanno segnato invece un sintomatico ritorno al rito e alla memoria sociale. Come ci insegnano gli antropologi e gli storici, quando è necessario le società provvedono a inventare le proprie tradizioni, le quali, per essere veramente tali, non sono mai assegnate una volta per tutte, ma mutano secondo lo spirito dei tempi.

Il suo mito è nato in Olanda nel Seicento: si chiamava San Nicola e accompagnava il corteo di Hellequin, il cacciatore che rapiva i bambini e scortava i defunti

Nel 1809 lo scrittore Washington Irving lo trasforma in eroe americano. Gli illustratori gli danno una fisionomia che lo fa entrare nella società dei consumi

