

stività dello schema proposto. Il rilievo che va acquisendo l'internazionalizzazione del mercato non deve, d'altra parte, far sottovalutare l'importanza sempre vitale del settore esportatore: le dinamiche decrescenti del reddito prodotto in Uruguay evidenziano inconfutabilmente che in questo paese un vero decollo industriale non si è ancora verificato.

L'aggregare gli interessi di salariati, tecnici, imprenditori, burocrati, legati alla produzione capitalistica e il sottovalutare la pressione delle masse contadine — a cui peraltro gli autori riconoscono un ruolo primario nella rivoluzione messicana — senza sottolineare i cosiddetti « fattori interni » dello sviluppo e le modalità di richiesta e formazione del consenso della classe al potere — subordinata ai ceti dominanti esteri — non ci sembra, infine, significativo per una corretta interpretazione della transizione in America Latina.

B. M.

*Milano, Università Cattolica.*

CAWELTI J. G., *Apostles of the Self-made Man, Changing Concepts of Success in America*, University of Chicago Press, Chicago 1965. Un volume di pp. 279.

L'« uomo che si è fatto da sé » ha rappresentato il simbolo e il vanto degli Stati Uniti d'America fin dall'inizio della loro storia. Il libro di Cawelti è una limpida trattazione delle fonti dell'ideologia del *self-made man*, dagli scritti di Franklin e Jefferson ai manuali del successo, ai racconti popolari, alle favole infantili e ai romanzi, per concludere con la contemporanea filosofia di J. Dewey. Inoltre, Cawelti tenta di spiegare il perché di questa ideologia, le ragioni che per tanti anni l'hanno resa una bandiera na-

zionale e le ragioni del suo decadere di oggi.

Il *self-made man*, e lo dice l'espressione stessa, non è la stessa cosa del *parvenu* europeo, guardato sempre con un certo sospetto: il *self-made man* appartiene a un popolo che ha iniziato la sua storia tagliando i ponti con il passato e che, emigrato per migliorare la propria posizione, si è trovato davanti un continente vergine che sembrava offrire possibilità inesauribili; un popolo, soprattutto, che ha lasciato dietro di sé, nel suo entusiasmo, quel pericoloso senso critico che è la caratteristica del vecchio continente. Forse è anche per questo che il *self-made man* è riuscito per tanti anni (e a ciò deve soprattutto la sua popolarità) a sintetizzare e a coordinare tre tipi di credenze-aspirazioni molto radicate nella tradizione americana ma in potenziale conflitto tra loro: l'etica conservatrice della classe media di origine protestante, con i suoi valori di frugalità, pietà, fedeltà alla vocazione terrena; il desiderio di riuscita personale, che sottolinea qualità quali l'iniziativa, l'aggressività, la forza; il successo visto come miglioramento dell'individuo e della società (pp. 3-5).

Franklin e Jefferson vedono nei *self-made man* la nuova élite che, invece dei blasoni ereditari, farà valere le sue doti naturali e la sua virtù esemplare per il progresso sociale dello stato repubblicano.

Con i cambiamenti del XIX secolo, l'ingrandirsi della città e dell'industria, il diffondersi della speculazione, il *self-made man* è sempre più popolare. Fioriscono i « manuali del successo », ma la loro nuova funzione è quella di tranquillizzare la coscienza di chi si vuole arricchire senza ammettere il proprio attaccamento al denaro e i vizi che inevitabilmente questo comporta: sono, insomma, da una parte la copertura dell'arrivismo e della violenza, dall'altra un modo per vincere



l'insicurezza. « Gli Americani accettavano la sfida dell'abbondanza materiale, si lanciavano alla conquista dell'espansione economica creando una società dinamica in continuo mutamento, ma volevano venir assicurati di non essersi allontanati dalla sintesi tradizionale che conciliava vocazione religiosa e secolare » (p. 74).

Il periodo di prosperità che va dalla fine dell' '800 alla grande crisi scaccia in parte le ansie accumulate negli anni precedenti, ma fa anche emergere la consapevolezza che la presunta coincidenza di successo individuale e progresso sociale non è altro che un sogno, cioè lo sviluppo economico non riuscirà mai a dare a tutti le stesse possibilità di benessere (cfr. i romanzi di M. Twain, W. D. Howells e H. James). « L'instabile equilibrio tra i valori secolari e quelli religiosi », possibile in « una società statica in cui le occupazioni prevalenti, come quelle del piccolo proprietario terriero, dell'artigiano o del negoziante, comportavano un rapporto diretto tra lo sforzo individuale e il prodotto risultante » (pp. 168-169), non esiste più in una società come quella contemporanea, dove per determinati strati sociali o determinate minoranze la mobilità concessa è di proporzioni assolutamente ridotte, dove si arriva a mettere in dubbio il valore di un successo economico che porta a condurre un'esistenza sempre più nevrotica e sempre meno felice.

Si capisce dunque come i romanzieri contemporanei (Faulkner, Warren, Fitzgerald) arrivano a definire il mito del *self-made man* « un fallimento collettivo dell'immaginazione morale: si è data troppa importanza al bisogno di un successo economico individuale e troppo poca alla ricchezza, diversità e complessità delle capacità e delle motivazioni umane » (p. 235).

La filosofia di J. Dewey, infine (e Ca-

welti sembra farla propria) è una condanna ancora più rigorosa, non solo dell'ideologia del *self-made man*, ma anche delle teorie liberiste che vi stanno alla base: « le condizioni di libertà non possono esserci senza l'esistenza di una comunità determinata a crearle e a preservarle » (p. 242); l'attività economica dell'individuo, dunque, deve essere senz'altro subordinata alle esigenze della comunità.

Cawelti, pur passando in rassegna una vastissima letteratura (e facendo perciò riferimento a un numero inverosimile di opere minori, di racconti popolari e di personaggi appartenenti alla tradizione americana ma non altrettanto noti da noi), riesce a fare un'opera agile e ordinata, e perciò utile, riconducendo il suo materiale a una descrizione storico-economica di più ampio respiro. Quello che invece gli si può rimproverare è la mancanza di un preciso impegno teorico e metodologico, quell'impegno che fu invece di altri, giustamente più noti, studiosi dell'ideologia del successo e della mentalità imprenditoriale, da Schumpeter, a Bendix, a McClelland. *Apostles of the Self-Made Man* è un libro molto modesto, da questo punto di vista.

L'intento che Cawelti dichiara nella premessa è quello di fare una raccolta il più possibile esauriente delle fonti (onde garantirsi che l'autore esaminato non sia una voce isolata), per dimostrare che il concetto del *self-made man* si è evoluto parallelamente all'evolversi della società. Ma egli non arriva a proporre un criterio preciso di analisi dei testi che vada al di là di un'attenta lettura dei medesimi, né si sforza di dare una chiave unitaria di interpretazione o quanto meno di costruire un modello storico del mutamento dell'ideologia del successo.

L. B.

Milano, Università Cattolica.