Pagare o non pagare ovvero del realismo come semiosi critica

Davide Luglio

Edizione digitale

URL: <https://journals.openedition.org/narrativa/328>

DOI: 10.4000/narrativa.328

ISSN: 2804-1224

Editore

Presses universitaires de Paris Nanterre

Edizione cartacea

Data di pubblicazione: 1 décembre 2020

Paginazione: 93-106

ISBN: 978-2-84016-381-7

ISSN: 1166-3243

Notizia bibliografica digitale

Davide Luglio, «*Pagare o non pagare ovvero del realismo come semiosi critica*», *Narrativa* [Online], 42 | 2020, online dal 01 décembre 2021, consultato il 08 décembre 2021. URL: <http://journals.openedition.org/narrativa/328> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/narrativa.328>

Narrativa est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

Pagare o non pagare ovvero del realismo come semiosi critica

RIASSUNTO

Mettendo in relazione *Pagare o non pagare* con una precedente opera di Siti, dedicata alla nozione di realismo in letteratura, il nostro saggio intende mostrare come l'autore tenti di trasporre nell'analisi della realtà socio-economica la propria poetica *réaliste*. Questo dà origine a ciò che abbiamo definito come una *semiosi critica* che mira a creare le condizioni per mettere a nudo la realtà e fare della letteratura uno spazio di resistenza alla capacità sempre rinnovata del potere di colonizzare i linguaggi e con essi la nostra rappresentazione delle cose.

RÉSUMÉ

En mettant en relation *Pagare o non pagare* avec un précédent ouvrage de Siti, consacré à la notion de réalisme dans la littérature, notre article vise à montrer comment l'auteur tente de transposer sa propre poétique réaliste dans l'analyse de la réalité socio-économique. Cela donne lieu à ce que nous avons appelé une *semiose critique* qui vise à créer les conditions pour mettre à nu la réalité et faire de la littérature un espace de résistance à la capacité toujours renouvelée du pouvoir de coloniser les langages et avec eux notre représentation des choses.

*Pagare o non pagare*¹ di Walter Siti si interroga su quella che potremmo pasolinianamente chiamare una “mutazione antropologica”². Il passaggio da un'epoca fondata sul denaro come strumento di scambio a una nuova era, sembra proprio di poter dire, segnata invece dalla gratuità. Se si accoglie l'analisi di Siti e si pensa per quanto tempo, per quanti secoli o millenni, il denaro è stato al

1. SITI Walter, *Pagare o non pagare*, Milano, nottetempo, 2018.

2. PASOLINI Pier Paolo, *Scritti corsari*, in *Saggi sulla politica e sulla società*, Milano, Mondadori, I Meridiani, 1999, p. 315.

centro degli scambi umani, se ne consideriamo poi anche il valore simbolico, pensare una società dalla quale nel giro di pochissimi anni il denaro scompaia equivale davvero a pensare alla fine di un mondo, a un “dopostoria”, o a una “nuova preistoria”³. Non a caso, in una conclusiva e piuttosto antifrastica proiezione senile di sé, l'autore si pensa come un'irreparabile rovina incapace di intravedere una via d'uscita alla situazione a dir poco drammatica che ha delineato delegando ai giovani la capacità di immaginare e costruire scenari migliori per il futuro. A questi, forse, la capacità di trovare soluzioni. Allo scrittore, come la nottola che si leva sul far della sera, la consapevolezza e la capacità di fare i conti col presente dal punto di vista di chi, mezzo secolo prima, ha vissuto con strabiliante compiacimento “l'illusione consumistica per cui, acquistando un singolo prodotto, l'intera rappresentazione di vita simboleggiata da quel prodotto sarebbe stata a [loro] disposizione”⁴. I tanti proletari e piccolo-piccolo-borghesi della sua generazione che si stavano “faticosamente issando su un malsicuro ballatoio di classe media”⁵ a colpi di “io pago” subito o a rate. I tanti spettatori “segretamente entusiasti di un fantastico numero di illusionismo, per cui i segni tradizionali della ricchezza (le eredità, le relazioni di potere, i capitali *anche culturali* generazionalmente radicati) sprofondavano con pudore in una carsica invisibilità sicché loro, “appena usciti dall'ascensore potevano essere scambiati per coloro che ai piani alti ci abitavano da sempre. Stesso aspetto, stesse speranze (almeno dichiarate), soprattutto stessi argomenti di conversazione”⁶.

Non ci vuol molto a riconoscere in questo ritratto sociale la fisionomia del mutamento tanto esecrato da Pasolini. Come un “anti-Gennariello” emiliano e ribelle Siti esalta in apparenza proprio quello che aveva fatto inorridire l'autore di *Ragazzi di vita*⁷. Il piacere di pagare, l'*ivresse* della sua giovinezza, era,

3. Entrambe le espressioni sono riprese da Pasolini che le usa in *Poesia in forma di rosa* (1964), una raccolta che avrebbe potuto intitolarsi *La nuova preistoria*: “Una orrenda ‘Nuova Preistoria’ sarà la condizione del neocapitalismo alla fine dell'antropologia classica, ora agonizzante. L'industrializzazione sulla linea neocapitalistica disseccerà il germe della Storia [...] Sì, i miei versi di questi due anni parlano di questi problemi. L'addio dell'uomo alle campagne ... cioè alla civiltà classica ... alla religione. Si intitolano – dato l'ingorgo irrazionalistico – *Poesia in forma di rosa*, ma potrebbero logicamente intitolarsi *La Nuova Preistoria*” (PASOLINI Pier Paolo, “Voto PCI per contribuire a salvare il futuro”, in *Saggi sulla politica e sulla società*, cit., p. 1565.)

4. SITI Walter, *Pagare o non pagare*, cit., p. 14.

5. *Ibid.*, p. 15.

6. *Ibid.*, p. 18.

7. Questo meccanismo di rovesciamento degli assunti pasoliniani è riscontrabile a più livelli nell'opera di Siti ed è del resto esplicitato nel *Contagio* dove si legge:

all'opposto dell'elogio pasoliniano della diversità e dell'essere diversi, "il piacere di sentirsi uguali, [...] il diritto di pretendere cose grandi; e se questo significava, inconsciamente, tradire la classe di provenienza, mascherarsi da ciò che non si era, rinunciare una volta per tutte a ogni cambiamento radicale che potesse mettere a rischio le nuovissime conquiste, bé tanto peggio per l'inconscio"⁸.

Non è solo il capovolgimento, punto per punto, dell'anatema corsaro a proiettare su queste pagine l'ombra di Pasolini. Come lui, anche Siti sembra infatti contemplare da un nuovo dopostoria la realtà sociale che lo circonda: quella dei "nativi digitali e 'nativi finanziari' [...] i cresciuti 'sub speciae technologiae'" per i quali "sono proprio mutati i parametri mentali", quelli per i quali "pagare (ed essere pagati) è diventato più aleatorio"⁹. Certo il tono è diverso, meno interventista – c'è chi direbbe meno impegnato – e meno tragico – c'è chi direbbe meno apocalittico. Ma il dopostoria di Siti è pur sempre descritto come "un ponticello di corda che si sta sfilacciando" e se da questo la sola cosa che può fare, come dichiara, è dare un'occhiata al panorama, il punto di vista autobiografico adottato intende però "funzionare anche come autoanalisi di un ceto"¹⁰.

Vi è poi lo stile di *Pagare e non pagare*. Siti ci ha abituati fin dal suo primo romanzo ad acutissimi inserti saggistici che sono divenuti poi uno dei tratti distintivi della sua narrativa. Ma in questo libro, diviso in sei capitoli o brevi saggi, il tono ha qualcosa di più giornalistico, la prosa è più abbordabile, meno astratta, meno teorica e ricca di allusioni di quella degli inserti saggistici presenti nei romanzi. Insomma, è un po' come se l'autore volesse confrontarsi con quei capolavori di prosa giornalistica che sono gli articoli di Pasolini raccolti, ad esempio, negli *Scritti corsari*. L'oggetto, poi, per quanto in qualche modo rovesciato, è lo stesso. Come Pasolini è una nuova forma di capitalismo quella che mette sotto analisi Siti, il capitalismo che soppianta il denaro per "un'economia dell'attenzione" e "della reputazione".

"L'appassionata analisi di Pasolini, vecchia di oltre trent'anni, andrebbe rovesciata: non sono le borghese che si stanno imborghesendo, ma è la borghesia che si sta (se così si può dire) "imborghesando". Al di là dell'esperienza biografica di pochi individui sbrancati, o dell'arroganza di qualche ricco che gioca al sottoproletario [...] – al di là dei casi singoli, vige un'effettiva solidarietà strutturale: nel continuum indifferenziato di chi il mondo non sa più vederlo intero, è l'ideologia di quelli che una volta si chiamavano gli esclusi (i lumpen, i sub-culturali) a risultare egemone". (SITI Walter, *Il contagio*, Milano, Rizzoli, [2008], 2017, e-book, posizione 3860).

8. SITI Walter, *Pagare o non pagare*, cit., p. 19.

9. *Ibid.*, p. 30.

10. *Ibid.*, p. 31.

Gli ottimisti, spiega, ci assicurano che non c'è da preoccuparsi, che ogni rivoluzione industriale ha suscitato “ingenui e ingiustificati timori apocalittici, ci invitano a non comportarci come luddisti del ventunesimo secolo; nel mio piccolo osservo che la prima grande rivoluzione industriale, quella alla fine del Settecento, provocò cambiamenti epocali [...] e dunque non è irrazionale chiedersi quali cambiamenti altrettanto epocali stia provocando questa”¹¹.

Infine, per Pasolini, gli *Scritti corsari* richiedono al lettore un “necessario fervore filologico”¹² indispensabile a integrare gli articoli con altri elementi della sua opera, in particolare componimenti poetici. In *Pagare o non pagare*, l'allusione all'autobiografia come autoanalisi di un ceto non può non costituire un rimando al resto dell'opera di Siti o meglio, come cercheremo di mostrare, alla poetica che vi è sottesa. Tale poetica, spiega Siti in un altro saggio pubblicato precedentemente dallo stesso editore, *Il realismo è l'impossibile*, è una particolare forma di realismo che consiste nel sospendere o battere in breccia quegli stereotipi che inevitabilmente fanno schermo alla realtà. *Pagare o non pagare* è l'analisi di una società in cui i confini tra vero e falso sono definitivamente evaporati in un'indistinta illusione intrattenuta dalla propaganda del potere economico e tecnologico. Le forme del discorso di tale potere sono forme stereotipate, reificate, che continuamente dissimulano i meccanismi che li animano e i fini che perseguono. È possibile, allora, leggere il saggio di Siti come il tentativo di fare della letteratura lo spazio in cui la realtà, ogni realtà, viene, per così dire, messa a nudo e in cui la scrittura si *impegna* a mettere in scacco ogni forma assegnata, precostituita, stereotipata? È possibile, insomma, considerare *Pagare o non pagare* come il tentativo di dimostrare che la letteratura può ancora offrire uno spazio di resistenza alla capacità sempre rinnovata del potere di colonizzare i linguaggi e con essi la nostra rappresentazione delle cose attraverso un processo decostruttivo, una *semiosi critica* che mira appunto a creare le condizioni per mettere a nudo la realtà?

BENVENUTI NELLA GRANDE ILLUSIONE

Pagare o non pagare disegna la parabola di un sogno che si è fatto realtà per poi svanire in un'illusione. Pagare, ricorda Siti, è stato nei primi decenni del secondo dopoguerra lo strumento di un'ascesa sociale. Tramite la possibilità duramente

11. *Ibid.*, p. 129.

12. PASOLINI Pier Paolo, *Scritti corsari*, cit., p. 257.

acquisita col lavoro, negli anni Sessanta e Settanta, il proletariato e la piccola borghesia potevano finalmente pretendere a un quarto di nobiltà.

Il percorso in salita era facile e gratificante: si trovava un lavoro migliore di quello dei nostri genitori, in qualche scuola o ufficio o come specializzati in fabbrica, si contava sui sindacati per un trattamento salariale decente e coi soldi guadagnati a fine mese si comprava il giusto per fare invidia al vicino. Il lusso relativo, il capriccio, l'esotico: magari comportandoci da ridicoli, con gaffe e cafonerie di cui i veri ricchi si sarebbero vergognati, ma intanto gli orizzonti si allargavano, la competizione sembrava ogni giorno più aperta e possibile¹³.

Poi però si infrange il sogno. Alla metà degli anni Novanta, e con l'assestarsi della globalizzazione, quella che era sembrata un'inarrestabile ascesa si rivela nella sua illusorietà e ipocrisia. Illusorietà del piacere, innanzitutto, quando l'emblema dell'ascesa e del "io pago" è improvvisamente incarnato da un uomo che "al Jamaica, una sera, aveva confessato a Gigi Rizzi (il mitico amante di Brigitte Bardot) di voler metter su una televisione privata (allora si chiamavano 'libere') per poter incontrare bellissime donne e scoparsele tutte"¹⁴. Iniziava così l'era Berlusconi, il "compratore assoluto", in mano sua ogni desiderio si sviliva perché il desiderio non apparteneva più alla sfera del privato ma del pubblico: il desiderio diveniva pubblica pornografia. Ma poi anche ipocrisia perché appare rapidamente chiaro che la possibilità di pagare è sempre meno il frutto di una laboriosa conquista e sempre di più il risultato di un debito che si allarga. La classe media non è meno povera o più ricca è solo sempre più indebitata. Pagare, del resto, non è nemmeno più una scelta. La società dei consumi, nel frattempo, si è fatta sempre più pressante e fagocitante e pagare è meno il riscatto di una condizione e il mezzo per realizzare un desiderio che l'assolvimento di un obbligo gridato da ogni parte. Ma il diktat del pagare ha come corollario l'evanescenza del prezzo. A poco a poco il rapporto tra costo e valore si appanna, il piacere di pagare si trasforma nel piacere di non sapere mai veramente quanto costano le cose e perché. Si entra così definitivamente nel regno della grande illusione.

Di ogni cosa, suggeriva Brecht, chiedere innanzitutto quanto costa. Sarebbe stato questo l'antidoto contro le grandi illusioni. Ma che illusioni? Diciamo generalmente la capacità di ognuno di illudersi di possedere o non possedere una certa libertà. La realtà esercita su di noi un potere i cui confini possono essere misurati col metro del costo. Ma questo è possibile fintanto che vi è commensurabilità tra

13. SITI Walter, *Pagare o non pagare*, cit., p. 17.

14. *Ibid.*, p. 23.

i valori. C'è stato un tempo in cui il costo era commisurabile quanto le lunghezze o i pesi. Una distanza di cento chilometri è direttamente commisurabile a una qualsiasi altra distanza misurata col sistema decimale: un metro è un metro in ogni parte del pianeta, sotto ogni latitudine, lo stesso vale per il grammo o il chilo. Per il costo i riferimenti sono sempre stati più aleatori ma fino a un certo punto. Il valore d'uso, assieme alla disponibilità di un dato bene, hanno per secoli costituito la base del costo ai quali si aggiungeva la quantità e la qualità della fattura. Parametri variabili, certo, ma entro certi limiti e, comunque sia, misurabili. Il consumismo ha introdotto da subito una sproporzione tra valore d'uso e valore di scambio ma oggi lo scarto, osserva Siti, "è diventato così abissale e falotico da far perdere qualunque orientamento"¹⁵ se a Dubai un gelato può costare 2000 dollari, e una valigia di Gucci, a Milano, 44.000 euro...

In altri termini, se per Brecht il costo poteva ancora essere una prova di realtà, per il consumatore odierno esso è spesso il confine oltre il quale quella stessa realtà si perde e questo tanto verso l'alto quanto verso il basso. "Quanto dovrebbe costare un jeans, o un abito di seta ricamato, se fosse prodotto senza sfruttare i lavoratori bengalesi o indiani o cambogiani che l'hanno confezionato, e senza danneggiare in modo irreparabile l'ambiente?"¹⁶ La forte diminuzione del prezzo di tanti beni di consumo è altrettanto se non ancor più mistificante. Il *true cost* di una merce dovrebbe tener conto non solo di una serie di parametri socio-economici generalmente ignorati dal consumatore ("i riflessi sulle pensioni e sulle tasse del ceto medio, di un paese che non cresce e dei negozi che chiudono, di una disoccupazione sempre più temuta [...] di spese per la sicurezza sempre più necessarie perché gli sfruttati del mondo povero si volgono a noi con sentimenti non sempre benevoli" ecc.)¹⁷ ma anche dei costi ambientali che l'oligarchia dominante naturalmente conosce ma volutamente nasconde. Nel ginepraio dei prezzi, enfaticizzati in un senso o nell'altro, il cittadino-massa è nell'impossibilità di raccapezzarsi. Certo, in un regime biopolitico e bioeconomico è praticamente impossibile sciogliere il nodo che ci lega ai dispositivi di potere, dato che questi sono diventati parte di noi stessi, hanno colonizzato i nostri stessi desideri ovvero ciò a cui ci è più difficile rinunciare. Quindi, "meglio lasciare i prezzi (e il costo di ciò che vogliamo veramente) nel loro isterico ondeggiare [...] Ma non illudiamoci: se non conosci il prezzo vero di nulla, alla

15. *Ibid.*, p. 42.

16. *Ibid.*, p. 45.

17. *Ibid.*, pp. 48-49.

fine non conosci nemmeno il tuo prezzo”¹⁸. E poiché il costo, quello commisurabile, come abbiamo visto, è indice di realtà, l'impossibilità di determinarlo non significa forse che uno dei ponti principali che ci collegano ad essa è definitivamente rotto?

PROPAGANDA

La grande illusione possiede un linguaggio proprio: quello della propaganda. La forma del discorso propagandistico è quella pubblicitaria che scorre anch'essa impercettibile e naturale invadendo ormai il nostro inconscio “là dove il vero e il falso si confondono, dove i paralogismi sono più forti della logica, dove ‘senza polpette non c'è famiglia’ può trasformarsi insensibilmente in ‘bastano le polpette per fare una famiglia’”. Il grido compra! compra! prevale su qualsiasi altra forma di discorso. “Il demone pubblicitario” sembra ormai vivere di vita propria “fino a presentarsi con l'ovvietà di un fenomeno naturale”¹⁹. Il risultato è naturalmente l'abbassamento, fino alla sparizione, di ogni soglia critica. Per quelli nati a ridosso degli anni Cinquanta, ricorda Siti:

La Ragione era l'Illuminismo corretto da Hegel, corretto da Marx e da Freud; era il tentativo di disegnare un universo fisico e morale che non avesse bisogno di Dio – ma la Ragione, sotto i nostri occhi, è diventata tecnologia violentemente accelerata cioè una scienza che ha rinchiuso le sue spiegazioni in oggetti sempre più incomprensibili e magici, il tablet o l'iPhone come emanazione divina. Il desiderio è la macchina che rovescia su questo mondo l'infinito dell'Altro; aver basato (col consumismo) l'economia sul desiderio ha rinsanguinato una religione che stava morendo d'anemia; una folla di Figli cerca un Padre che è insieme spirituale e tecnologico, che in quanto spirituale disprezza il denaro ma in quanto tecnologico ha bisogno della finanza come dell'aria che respira. Di fronte agli attentati sanguinosi di una religione fondamentalista e perversa, i politici occidentali non chiamano le folle in un monastero a ragionare sulla cultura della povertà, ma le invitano a “mantenere il nostro stile di vita”, a frequentare i bistrot e le discoteche – il sindaco Giuliani, al tempo del crollo delle Torri Gemelle, disse agli americani: “Se volete aiutare la vostra nazione, uscite e spendete”²⁰.

Il problema è che l'economia del desiderio non è alla portata di tutti e soprattutto “i giovani devono fare i conti con un infinito che gli è rimasto in gola”²¹.

18. *Ibid.*, p. 50.

19. *Ibid.*, p. 54.

20. *Ibid.*, p. 62.

21. *Ibid.*

Il desiderio è per natura incolmabile, che fare se si desidera il massimo e non si ha a disposizione che il minimo? Le risposte sono tante ma convergono sempre in uno stesso punto. Che al fremito di assoluto si cerchi di rispondere volgendosi alle risposte semplificate che offrono le religioni o si tenda, invece, naturalmente nelle società ricche, a posticipare il più possibile l'assunzione della responsabilità economica di sé rimanendo "più a lungo nel tepore del nido"²²; o che ci si volga ai surrogati di vita che offrono i media e i social network, inventandosi esistenze fittizie o sognando di partecipare e magari partecipando a reality show televisivi, il risultato è lo stesso: ci si muove comunque nello spazio vischioso dell'illusione volontariamente intrattenuta da una forma di potere che è riuscita a rovesciare l'ordine delle cose trasformando la seconda natura del regime propagandistico in natura prima. Lo illustra bene l'esempio della Coca-Cola, riportato da Siti, che in certi paesini del Messico, dove ha delocalizzato i suoi stabilimenti, "installa nelle scuole delle fontanelle gratuite, regala[ndo] l'acqua potabile dopo averne ottenuti dal governo milioni di metri cubi a prezzo di furto". Il carattere totalitario del discorso propagandistico era stato a suo tempo denunciato da Pasolini come un nuovo fascismo molto più terribile dell'antico appunto perché invisibile. Siti richiama *en passant* le considerazioni pasoliniane evocando la presenza, sugli altari di certe chiese dell'America Latina, di lattine di Coca-Cola che favorendo i rutti avrebbero il potere di espellere gli spiriti cattivi e osservando che al cospetto, "la coca coltivata nei campi rivendica una sua barbara innocenza"²³. La definitiva vittoria della propaganda si misura con la sua capacità di colonizzare il sacro.

LA SCHIAVITÙ DEL FREE

Più che l'autoanalisi di un ceto *Pagare o non pagare* appare dunque come un eloquente disvelamento delle nuove forme di potere. Il rapporto con le incursioni pasoliniane nei gangli della mutazione antropologica indotta dalla nuova era dei consumi non si ferma alla denuncia del carattere pervasivo dei biopoteri che agiscono inosservati, o quasi, tramite il libero arbitrio di esseri umani insensibilmente trasformati in attori compulsivi della loro stessa deliquescenza politica, morale ed economica. Il rapporto si manifesta invece anche e soprattutto nella capacità tutta letteraria non tanto di ricomporre le tessere di un puzzle economico e sociale che sta sotto gli occhi di tutti quanto di piegare l'asse su

22. *Ibid.*, p. 59.

23. *Ibid.*, p. 65.

cui è disteso per rivelarne l'ambivalenza. "Io so", scriveva Pasolini in un celebre passo degli *Scritti corsari*,

perché sono un intellettuale, uno scrittore, che cerca di seguire tutto ciò che succede, di conoscere tutto ciò che se ne scrive, di immaginare tutto ciò che non si sa o che si tace; che coordina fatti anche lontani, che mette insieme i pezzi disorganizzati e frammentari di un intero coerente quadro politico, che ristabilisce la logica là dove sembrano regnare l'arbitrarietà, la follia e il mistero²⁴.

Siti in fondo pratica, pur non rivendicandola esplicitamente, questa stessa forma di sapere letterario con la differenza che non armeggia direttamente con l'arbitrarietà, la follia o il mistero ma con un'evidenza ammantata di invisibilità. Da una parte è sempre necessario coordinare fatti lontani e frammentari ma questa volta non per dare coerenza a ciò che giace scomposto quanto per rivelare che quel quadro ne contiene un altro al suo interno un po' come nell'illusione di Jastraw, dove l'anatra osservata da un'altra angolatura può rivelarsi un coniglio e viceversa. Per questo, la forma del discorso sitiano non rimanda affatto a qualcosa di misterioso o, direbbero alcuni, di complottistico. Al contrario, ciò di cui si parla sta sotto gli occhi di tutti, l'invito è solo ad alzare un poco lo sguardo o a fare un passo a lato.

Tutto il saggio è giocato su questo spostamento di prospettiva che trasforma l'immagine di ciò che viene descritto come se si trattasse di un'incisione olografica. Fin dall'iniziale paradosso del "piacere di pagare" inteso come "il piacere di sentirsi uguali, [...] il diritto di pretendere cose grandi", di conquistare "quel che due secoli prima solo i nobili possedevano, e vent'anni prima soltanto i padroni"²⁵. Lo stesso spostamento agisce anche nell'analisi del prezzo da pagare, attraverso l'idea che nella nostra società che pure attribuisce un costo a ogni cosa, che è giunta addirittura a vanificare il detto proverbiale che "la vita non ha prezzo" – dato che le compagnie di assicurazione attribuiscono un valore alle vite in funzione di quanto avrebbe potuto guadagnare chi l'ha perduta nel tempo che gli sarebbe restato da vivere – "si è perso proprio il senso originario del denaro"²⁶. Anche qui la contraddizione è solo apparente: in un sistema in cui desiderio e consumo si scambiano le parti è indispensabile trasformare i prezzi in qualcosa di evanescente, di incommensurabile e tutto sommato di irreali. Illusione, fantasmaticità, irrealtà, appunto, sono i termini

24. PASOLINI Pier Paolo, *Scritti corsari*, cit., p. 363.

25. SITI Walter, *Pagare o non pagare*, cit., p. 19.

26. *Ibid.*, p. 42.

ricorrenti per caratterizzare un sistema economico e sociale il cui obiettivo è sempre quello di dissimulare la propria natura di dispositivo di potere e di controllo dietro l'apparenza della libertà senza limiti e del senso di onnipotenza individuali formidabilmente aumentato negli ultimi decenni dalle tecnologie digitali e dal loro straordinario potere di rendere il virtuale attuale.

Il fatto che, prese a una a una, le considerazioni di Siti non svelino niente che ogni lettore avvertito non sappia già non toglie nulla all'eloquenza del quadro d'insieme e in particolare alla forza del dispositivo illusorio che porta alla luce. Insomma, quella capacità dello scrittore rivendicata da Pasolini sembra proprio rivivere attraverso la penna di Siti e guidare la costruzione del suo effetto prospettico. In questa breve ma densissima immersione nelle trasformazioni socio-economiche che ha conosciuto la società occidentale nell'arco della vita adulta dello scrittore, dagli anni settanta al secondo decennio degli anni Duemila, condotta sul filo di ciò che costituisce l'alfa e l'omega della scala di valori del nostro sistema sociale, ovvero il denaro, il lettore si addentra in un universo che, per quanto familiare, rivela a tal punto la propria natura ingannevole e illusoria da risultare comunque sbalorditivo. E forse è davvero proprio in questo suo potere demistificante che l'esame condotto dallo scrittore assume il valore di un'autoanalisi se non propriamente di un ceto quanto meno, o forse quanto più, delle chimere attraverso le quali, come lui e assieme a lui, un'intera collettività ha contribuito a plasmare un'epoca. Tra tutte le chimere quella più fallace è stata senza dubbio quella tecnologica. Esisteva, bisogna riconoscerlo, una sorta di inerzia storica. Da sempre, in Occidente, scienza e tecnica si sono tenute per mano e per secoli hanno contribuito ad aumentare la ricchezza collettiva e, tutto sommato, ad alleviare in molti casi le condizioni di lavoro e a migliorare quelle della vita. L'avvento delle tecnologie digitali poteva costituire semplicemente un ulteriore passo in avanti se non avesse assai presto rivelato un'ambivalenza in cui si condensa tutto il potenziale decettivo di un'epoca:

La tecnologia si presentava, alle anime semplici come me, nei panni di una colf solerte ma dispettosa: la semplicità dell'interfaccia dei vari strumenti coi quali man mano mi confrontavo (nell'ordine il computer, la fotocamera digitale, il tablet, l'iPhone) nascondeva una disumana complessità in cui non sarei mai riuscito a penetrare – mi semplificava la vita, ma non sapevo a che prezzo. L'accettavo e la usavo come tutti, come si accetta il sole in spiaggia, ma un tarlo mi rodeva: se non so come sono *fatti* questi aggeggi, se al medesimo clic rispondono con comportamenti differenti, se non ho idea del perché di colpo smettono di funzionare, come posso sapere chi comanda? In effetti, ora ne sono più sicuro, la tecnologia assomiglia alla scopa usata dall'apprendista stregone

nella ballata di Goethe: una volta che il curioso incauto l'ha messa in moto nessuno la può fermare – prendendo forza dagli istinti meno ragionevoli dell'uomo, lo costringe a patti e compromessi (a sacrifici della propria dignità lavorativa) a cui l'uomo non voleva sottostare, lo dequalifica (a servo delle macchine) e lo estromette, ma contrariamente all'happy end della ballata goethiana stavolta non c'è nessun mago esperto che possa intervenire per rimettere le cose a posto²⁷.

Le tecnologie digitali sono all'origine della cosiddetta “gratis economy”. Lo sono non solo in quanto strumento che consente oggi di procurarsi gratuitamente una serie di contenuti o di esperienze che fino a qualche tempo fa erano a pagamento (dalla musica al sesso, dai libri alle telecomunicazioni, dal cinema ai giornali ecc.), lo sono genealogicamente, e in parte ideologicamente, se si tien conto del fatto che i fondatori delle principali imprese della Silicon Valley erano negli anni sessanta e settanta “impregnati di ottimistica cultura d'opposizione un po' hippy; sognavano la gratuità dei servizi come gesto di ribellione al sistema e rivendicazione di libertà”²⁸. Il termine *free*, in inglese, racchiude del resto perfettamente tale ambivalenza, salvo a rivelarsi rapidamente nella sua natura contraddittoria, perfettamente illustrata dall'uso dell'informazione oggi perlopiù gratuita ma non per questo libera, anzi:

“Libero” e “gratis” solo apparentemente convergono: se l'informazione “ha molto valore”, perché la dritta giusta al momento giusto può portare enormi guadagni (interpellare in proposito un qualunque broker o mediatore finanziario), allora il Potere cercherà di darti cose gratis per ottenere in cambio informazioni produttrici di valore – la gratuità, mascherata da libertà, diventa veicolo di effettiva dipendenza. La “schiavitù del free” sembra un ossimoro ma non lo è²⁹.

La schiavitù del *free* potrebbe essere l'epitome della nostra epoca. Non si tratta soltanto di una formula comodamente paradossale. Oltre alle innumerevoli strategie di marketing che fanno del gratuito un articolo civetta o che regalano da una parte per meglio rincarare dall'altra, la gratuità è oggi la maschera dietro la quale si cela il principale strumento di profitto delle grandi multinazionali. Il consumatore, vale a dire ogni individuo o quasi, oggi, lavora gratuitamente e inconsapevolmente per le grandi *majors* del digitale. E ormai praticamente inutile sottolineare che ogni volta che postiamo qualcosa su Facebook, ogni ricerca che

27. *Ibid.*, pp. 80-81.

28. *Ibid.*, p. 97.

29. *Ibid.*, p. 98

facciamo su Google, ogni volta che accettiamo o rifiutiamo un *cookie* ci trasformiamo in

uomini-sandwich digitali, senza nemmeno i pochi dollari che a Los Angeles danno alle ragazze-pollo o agli uomini-patatina. Cediamo gratis la nostra anima di consumatori, come regaliamo la nostra creatività fornendo contenuti filmati a YouTube o diventando recensori per Amazon [...] la proprietà privata sta finendo ma non perché i beni stiano diventando comuni; solo perché le cose appartengono a Enti senza volto (che ti importa che Google paghi le tasse, se Google sei tu?)³⁰.

Certo, si può sempre ottimisticamente considerare che la rivoluzione digitale sia una rivoluzione industriale come un'altra e pensare che è normale che questa come quelle che l'hanno preceduta susciti "ingenui e ingiustificati timori apocalittici". Ma è davvero possibile ignorare che la democrazia, nata con la prima grande rivoluzione industriale di fine Settecento, è oggi esangue presa com'è nella morsa che stringono le oligarchie ormai al potere in Occidente, da una parte, e le masse sempre più vogliose di dittature dall'altra? È davvero possibile non chiedersi come la tecnologia, ormai sempre più insinuata, interfacciata alla vita di ognuno di noi, plasmì le nostre pulsioni e costruisca la nostra illusione di libertà? Sono queste le due domande che guidano il "cattivo sogno" su cui si chiude *Pagare o non pagare*. E "cattivo" il sogno lo è doppiamente, per la realtà che descrive, quella di un'umanità divisa in due razze – "in alto i sopra-uomini disincarnati, favoriti da una distribuzione dei beni del tipo 'chi vince piglia tutto' [...] in basso i sotto-uomini, carne da lavoro e da mediatica indignazione"³¹–, e perché appunto di sogno non si tratta ma semplicemente del rovescio di un'illusione, quella in cui restano avvolti i resti "di una sempre più evanescente classe media, coccolati e spersi, incapaci di non cedere alle tentazioni di un'abbondanza fittizia"³².

LA LETTERATURA COME STRAPPO

Pagare o non pagare è naturalmente un titolo polisemico. Indica certo il passaggio che abbiamo descritto da un'economia basata sulla consapevolezza del costo e sulla volontà della conquista economica come strumento di ascesa sociale a un'economia del *gratis* fatta di incommensurabilità dei prezzi, di evanescenza del valore economico e di illusione di uguaglianza. Ma l'alternativa vuol anche essere,

30. *Ibid.*, pp. 106-113.

31. *Ibid.*, p. 131.

32. *Ibid.*, pp. 132-133.

più sotterraneamente, un monito: vogliamo o non vogliamo pagare il prezzo di questa grande illusione? Nell'insieme dell'opera di Siti, *Pagare o non pagare* è il secondo saggio pubblicato per i tipi di nottetempo. Il primo, uscito nel 2014, era una riflessione sulla letteratura e su uno dei grandi temi che hanno appassionato il Siti critico letterario, ovvero il realismo. Per la verità, questo, intitolato *Il realismo è l'impossibile*, veniva presentato dall'autore non tanto come “un saggio sul realismo ma [come] una bieca ammissione di poetica”³³. Non è azzardato dunque chiedersi che rapporto abbia *Pagare o non pagare* con la poetica – una particolare forma di realismo – rivendicata come propria dallo scrittore.

Il realismo è l'impossibile si apre su un aneddoto che racconta Chesterton nella sua biografia di Dickens. Questi, quando era giovane e indigente,

passava molte ore in un povero caffè di St Martin's Lane e gli capitava di posare l'occhio, sovrappensiero, su una scritta della porta a vetri. La scritta, “coffee room”, era studiata per l'esterno ma lui la leggeva rovesciata da dentro; così, dichiarò in seguito, ogni volta che in ben altri e più ricchi caffè gli capitava di leggere “moor eeffoc”, tutta la sua giovinezza gli tornava di colpo alla memoria, fresca come se il tempo non fosse passato. Proust cinquant'anni prima. Ma Chesterton sostiene che quelle selvatiche parole, incomprensibili come una formula magica, sono “il motto di ogni realismo efficace”³⁴.

Il realismo, aggiungeva allora Siti, è “l'anti-abitudine: è il leggero strappo, il particolare inaspettato, che apre uno squarcio nella nostra stereotipia mentale [...] e sembra che ci lasci intravedere la cosa stessa, la realtà infinita, informe e imprevedibile”³⁵. Ora se, come dimostra abbondantemente *Pagare o non pagare*, i codici linguistici che strutturano il nostro quotidiano sono tutti quanti volti a costruire valori e realtà che dissimulano la loro natura decettiva, squarciare la stereotipia mentale equivale a superare il piano illusorio della realtà convenzionale. Così se l'economia, elemento strutturante della vita di ognuno, è il regno di un'illusione condivisa e inconsapevole, la letteratura potrebbe essere uno dei suoi antidoti rivelando come la nostra vita sia perennemente presa in un gioco di sostituzioni in cui alla realtà viene fatta subentrare l'immagine di una realtà costruita sulle nostre pulsioni fino a fare della nostra esistenza una mezza cosa, di cui abbiamo perduto il controllo, perché comandata dai padroni dell'immagine, del marketing e della propaganda economica. In un

33. SITI Walter, *Il realismo è l'impossibile*, Milano, nottetempo, 2013, p. 39.

34. *Ibid.*, p. 7.

35. *Ibid.*

mondo in cui tutto è narrazione, insomma, la letteratura e lo scrittore attraverso di essa, è confrontato con un'unica alternativa: partecipare a questa stessa narrazione oppure cercare di opporvisi, criticamente, giocando sulla capacità contro-narrativa propria appunto della letteratura. Da una parte assecondare le “stereotipie mentali”, dall'altra disalienare la vita dall'immagine della vita, per sollevare cartesianamente un dubbio iperbolico nei confronti di quelli che Siti chiama “gli stereotipi della realtà”. È questa la funzione, che io definirei resistenziale o bioestetica, che Siti affida alla letteratura³⁶. E in questa funzione si annida anche la lucida concezione di realismo che gli è propria, vale a dire “sospendere e battere in breccia gli stereotipi”, ovvero quelle forme linguistiche colonizzate dai poteri e attraverso le quali si fa strada una propaganda della realtà che fa schermo alla realtà. Sulla scorta di Siti, il compito della letteratura, e forse di ogni arte, potremmo dire, è di creare uno spazio di sottrazione alle forme di soggettivazione che più o meno inconsapevolmente subiamo e di renderci consapevoli dei modi e dei luoghi in cui si perde la realtà attraverso una semiosi critica che decostruisca quelle forme di mediazione, quei filtri culturali, quelle istanze che, in qualche modo, tolgono la parola alla realtà per esprimersi al posto suo. Ciò significa naturalmente anche saper vedere le cose, i luoghi della realtà a cui è stata tolta la parola o che fino ad ora non sapevano di aver diritto alla parola. È in questa percezione inedita che si può dare l'esperienza di una realtà sottratta alle infinite forme di potere che la colonizzano, quand'anche fosse soltanto l'evocazione di qualcosa che sta al di là di esse. È in questa particolare ricerca estetica – quella di una forma che liberi la realtà dalle forme che l'assediano, quella di un processo di formalizzazione che affranca la percezione rendendola consapevole di ciò che la predetermina – che l'opera diventa per l'esistenza un modello di resistenza.

Davide LUGLIO
Sorbonne Université
ELCI (Équipe Littérature et Culture Italiennes)

36. Sul concetto di bioestetica, in particolare applicato a *Pagare o non pagare* di Walter Siti, ci sia consentito rimandare a LUGLIO Davide, “Walter Siti: per un'estetica della (r)esistenza”, in *Contemporanea*, 16, 2018, pp. 33-41.