

"Qual è il nostro pubblico?"

Alberto Rizzi

Si potrebbe cominciare facendo notare che le risposte al tema sollevato si trovano già dentro alla formulazione dello stesso; ma per giungere - dal mio punto di vista - ad adeguate conclusioni bisogna avere il coraggio di partire dall'assunto che la nostra società (intendendo il presente modello di società occidentale, non soltanto l'Italia) è ormai scissa in due settori - uno nettamente maggioritario, l'altro minoritario - prodotti dalla maturazione di quel processo codificato dall'Illuminismo, ma iniziato almeno un paio di secoli prima, con i primi esempi di protocapitalismo medioevale e rinascimentale.

Credo occorra molto coraggio ad ammettere questo: perché farlo equivale ad accettare il fallimento del modello democratico-rappresentativo, nonché l'impossibilità di porre in pratica la maggior parte degli assunti di partenza dell'Illuminismo stesso, quando pure essi potessero essere stati giusti, se non altro nelle intenzioni. E, con ciò, ammettere anche il fallimento di quanti fra gli intellettuali hanno supportato anima e corpo (e, voglio sperare, in perfetta buona fede) tale sistema.

Nel tema si fa riferimento alla fetta di editoria in mano al nostro capo del Governo; si potrebbe obiettare che non v'è nulla di strano: da sempre l'economia è uno dei cardini del Potere, e da sempre chi è al potere detiene una fetta consistente delle disponibilità produttive legate alla cultura. Sarebbe invece molto utile notare come sia cambiato il concetto che della cultura ha l'attuale classe dirigente: concetto che è passato da un uso "elevato" della cultura stessa (uso inteso non solo a formare consenso, ma anche a creare un *entourage*, nei vari livelli sociali, di persone che sostenessero l'opera del governo in carica *anche* sulla base di decisioni dettate da sensibilità e, appunto, cultura) ad uno nella quale la cultura è vista solo come un *optional* fastidioso, utile solo quando apporta un vantaggio materiale immediato (caso tipico quello della pubblicità), in quanto la società è strutturata sul consenso passivo della maggioranza della popolazione. E notare appunto come tutto ciò sia basato su una questione quantitativa e non qualitativa, su un sistema di governo (quello democratico-rappresentativo, appunto) che ci porterebbe fuori strada se ne trattassi qui.

Ne conseguirebbe l'ammissione di un nostro errore di

fondo, della nostra responsabilità di artisti (e più in generale di quanti si sono confrontati con i veri problemi della nostra società, a cominciare da quello ambientale) nell'aver creduto di poter rendere quantitativo il qualitativo: di credere che la maggioranza numerica avrebbe potuto essere sufficientemente dotata di quelle qualità individuali (e perciò minoritarie per definizione) atte a prendere coscienza e a pilotare il destino della società nella quale vivono in maniera positiva.

Con questa piccola, personale apocalisse, dovremmo ammettere che tentare di invertire il corso degli eventi che questa società si è procurata, rispettando noi le *sue* regole del gioco, equivarrebbe a tentare di fermare un autotreno in discesa puntando i piedi. Dovremmo ammettere che la stragrande maggioranza di noi ha speso inutilmente le sue migliori energie, da almeno più di cinquant'anni, per costruire questa contraddizione in termini di una "maggioranza qualitativa" di persone: che aprissero gli occhi sulla loro situazione (e su quella, più in generale, della loro società quando non addirittura del pianeta) e scegliessero poi rappresentanti che, andando contro l'interesse privato, sostenessero il bene comune.

Ma la "maggioranza quantitativa", oppressa dai bisogni materiali, è troppo impegnata a soddisfarli, o a sognare i modi suggeriti dal potere per soddisfarli, per prendere coscienza.

Ed anche noi dovremmo svegliarci da questo sogno. Dovremmo ammettere che non abbiamo mercato: o, meglio, che quello attuale non può essere il nostro mercato. Che non abbiamo pubblico, o meglio che chi vive di consenso passivo non può essere il nostro pubblico, abbisognando noi - qualunque arte pratichiamo - di una partecipazione spesso nient'affatto minima dei nostri fruitori. Dovremmo ammettere di non aver bisogno degli applausi che si ricevono nei baracconi dei premi; delle recensioni che si comprano sulla maggior parte delle riviste; dell'illusione che, pubblicando un libro in forma ufficiale, si ottenga la soddisfazione di vendite cospicue o, almeno, che passo passo si inizi un "cursus honorum" che ci porti ad una qualche *major* la quale ci garantisca, appunto, quelle vendite; della soddisfazione di venir chiamati ed ascoltati (?) da qualche palco di qualche congresso lottizzato da imbonitori e/o politici. E svegliarci da questo sogno, riconoscendo quanto sopra, non sarà piacevole.

Se si avrà il coraggio di farlo, si potrà cominciare a ragionare sul nostro vero ruolo, almeno nel momento attuale, e sulle strategie operative. Dipende da noi, intendendo con "noi" tutte quelle persone operanti nel campo della sensibilizzazione pubblica a qualsiasi livello: non solo gli scrittori, visto che stiamo parlando di letteratura; ma anche chi si occupa di editoria, di divulgazione e chi può avere possibilità distributive, purché abbia un sufficiente livello di sensibilità verso il proprio lavoro e verso i fruitori.

Qual è (e dov'è) il nostro pubblico? Si tratta di quelle persone già "risvegliate" per saper gestire la propria sensibilità o di quelle sufficientemente in crisi per potere - se a contatto con le occasioni giuste - acquisire questa capacità. È una minoranza di marginalità che si trovano nei centri sociali, nelle comunità ecologiste, nell'arcipelago Internet. È un pubblico che non dà premi, non ha gran bisogno di recensioni (semmai di informazioni e campioni: perché ha già sviluppato o sta sviluppando sufficienti capacità critiche, e dunque è più interessato a leggere qualcosa, che leggere *di* qualcosa); un pubblico che non ha grandi capacità economiche, proprio perché tendenzialmente estraneo alla logica "compra-consu-

ma-crepa", e che quindi difficilmente comprerà un libro di una settantina di pagine a quindici euro.

È un pubblico che va raggiunto scegliendo percorsi alternativi; che non si abbona (anche per le difficoltà economiche appena dette) a molte riviste e che difficilmente leggerà, non me ne vogliate per questo, anche "Il Gabellino"; che è tendenzialmente multimediale. Che, proprio perché "alternativo", è estremamente magmatico e difficilmente cristallizzabile in situazioni complesse (il che non è né un bene né un male: è semplicemente così) e che per questo spesso non sa o non riesce a produrre materiali di qualità in maniera continuativa, ma che può essere aiutato a farlo.

Questo è il pubblico per il quale scrivo, che cerco e qualche volta trovo. Rifiutando le proposte editoriali espresse nella forma corrente (anche in quei rari casi di editori che, pur lavorando a pagamento, possono essere definiti "seri" per quel minimo di risultati che riescono ad ottenere, specie dal punto di vista qualitativo), sulla base di quel calcolo "costo-risultati" che sta alla base proprio del mercato che ci hanno imposto. Senza cercare la collaborazione a tutti i costi con gli assessorati e altri enti più o meno culturali: i quali, essendo fondamentali al mantenimento dello stato sociale fondato sul consenso passivo, è scontato che non siano interessati a far pubblicità alle proposte veicolate da una cultura non asservita, quale mi sforzo di proporre.

Forse questa mia ricetta - anche al di là di provocazioni ed estremizzazioni come quelle scritte per "Punto di Vista" - potrà essere considerata eccessiva o, più semplicemente, troppo radicale. Vi si possono costruire attorno varianti (preferisco non usare il termine "compromessi": troppo "politically correct", cioè ipocrita), ma consiglio di rassegnarci, che la sostanza è questa. Possiamo vederci come catalizzatori che permettono a gruppi di persone di aggregarsi attorno a progetti culturali, magari puntuali ma di qualità, del resto distribuibili senza troppa difficoltà, se non altro grazie ad Internet; che permettono loro di ritrovare le fila di un discorso che veda la cultura - in generale, non solo quella poetica - centrale all'interno della piccola società che tentano di costruirsi, a scala urbana, di quartiere, di isolato. Segni, molto piccoli, ma pratici e concreti, che portino al recupero di una socialità libera dall'equivoco ipocrita di questa democrazia fasulla, segni come il ri-abitare con piccole comunità il territorio nel suo pieno rispetto, il gruppo finalizzato all'acquisto cooperativo di prodotti non infestati da Ogm o altro; ed altri piccoli segni che caparbiamente si vedono affiorare da questa società che ha da tempo passato - senza che la sua maggioranza se ne accorga - il "punto di non-ritorno", ma dei quali non ha senso far qui l'elenco. A quel punto i colossi del mercato "culturale" (?) non saranno più un nostro problema.