

I segni rovesciati
ovvero
«L'advertisement Poem»

Sfogliando queste insolite «carte» di Apoloni & Cerami, così poco proponibili per il gioco e così visceralmente refrattarie a far la «corte» a qualcuno o a qualcosa (neppure alla Poesia che è l'oggetto costante di queste trentacinque meditate «dichiarazioni d'amore»), si ha la netta impressione di muoversi in una ramificata dimensione urbana radicalmente rovesciata anche se in apparenza, e soltanto in apparenza, (ri-)proposta nei modi tipici, e anche un poco ossessivi, del messaggio pubblicitario. Queste «carte» infatti confermano, nella loro omogenea e vischiosa coerenza tematica, ideologica, una possibilità concreta di intervento «alterativo» e, insieme, una diversificante scelta di «campo» nella selva degli slogans e dei messaggi che fanno delle città di oggi un asfittico quanto inabitabile «luogo mercantile». Il linguaggio dei mass-media, che ha pure una sua innegabile forza «creativa» anche se terrori-

sticamente determinata, copre lo spazio della consapevolezza neutralizzando le risorse autonome della discriminazione critica, livella e dislivella una gamma eterogenea di qualità sensoriali, esibisce infine, sullo sfondo di una trasformazione del prodotto finito in merce di consumo, una sua artificialità tutta protesa verso la sollecitazione, pericolosa, di bisogni fittizi e, per l'appunto, « artificiali ». Alle prese con questo tipo di linguaggio condizionante a tal punto da riuscire ad entrare ormai in quel codice « neutro » e variamente frastagliato che è il linguaggio corrente, non si può non mettere in atto una operazione di « smontaggio », cioè una decodificazione tutta inscritta nell'orizzonte di una logica antimercantile e ideologicamente connotata. Questo è il senso, ritengo, del lavoro di Apolloni: il quale, in vista proprio di quella che è stata chiamata « poesia pubblicitaria » (o « advertisement poem »), e con l'ottica obliqua dell'eversore fantasioso, sconvolge i poli di un riflesso condizionato sul filo ironico di una controstrumentalizzazione calcolata e, come è giusto, sempre più consapevole del fatto che non esistono linguaggi canonici della poesia nè codici comportamentali del fare letteratura ma

semmai possibilità estetiche (e dunque ideologiche) di « rovesciamento » in cui persino lo slogan politico più roboante e carico di grottesca tragicità (« credere obbedire combattere ») trova il suo naturale cambiamento di segno. La poetica dei « segni rovesciati », depurati cioè dalle scorie e dalle stratificazioni di una sovrastrutturalità ottusa e dilagante, percorre infatti queste « carte » apparentemente innocue di Apolloni & Cerami e ne costituisce, per così dire, la attivissima « metafora ». Certo è che, nella costante ricerca dello scontro che l'operazione dello « advertisement poem » esibisce, lo scatto ironico e il « clima », per certi aspetti riproposto, della « fabula » ideologicamente calibrata sono ad arte insinuati, con intenti « alterativi », in una trama di correnti locuzioni, di proverbialità rivisitate (e capovolte) e di attuali problematiche. La impressione che se ne ricava, alla fine, è quella di una sorprendente « neoschola » (quasi rabelaisiana o alla Carroll) dove brandelli mnemonici si stravolgono nel gusto dissacratorio della contaminazione linguistica e del calembour (« anDANTE aLIGHIERI tra un duplice filar ») o nella proposta di « impossibili » temi in classe (« problema: descrivete una

POESIA »). Comunque, l'ottica obliqua che regge la « dichiarazione » (che tra l'altro può benissimo assumersi, nel contesto mosso di questi anni, come vera e propria enunciazione di poetica) è un'ottica stridente, « negativa » e, come si diceva, capovolta: a partire dalla quale è possibile « dichiarare », in tempi come questi, così atroci e così assurdi, che « la poesia si vive anche quando si tace » e che insomma, nel generale non senso in cui viviamo, può avere ancora un senso scriverne qualcuna. Tutto ciò è fin troppo vero, almeno per certi poeti e per certa poesia che seriamente è (o può effettivamente diventare) « un sassolino nella scarpa degli altri », cioè dei bempensanti e dei manipolatori occulti o riconoscibili di questo orribile universo in cui abitiamo.

Nicola Di Maio