

Senecio

a cura di Emilio Piccolo e Letizia Lanza



Vico Acitillo 124 - Poetry Wave

Vico Acitillo 124 - Poetry Wave

www.vicoacitillo.it
mc7980@mlink.it

Napoli, 2007

La manipolazione e/o la riproduzione (totale o parziale)
e/o la diffusione telematica di quest'opera
sono consentite a singoli o comunque a soggetti non costituiti come imprese
di carattere editoriale, cinematografico o radio-televisivo.

Il consumismo empio del “Santo Natale”. Il culto del dio Sole

di Gianni Ghiselli

Di questa età superba,
che di vane speranze si nutrica,
vaga di ciance, e di virtù nemica;
stolta, che l'util chiede,
e inutile la vita
quindi più sempre divenir non vede;
maggior mi sento

G. Leopardi, *Il pensiero dominante*, vv. 59-65

... coverta
fien di stragi l'Europa e l'altra riva
dell'atlantico mar ... sempre che spinga
contrarie in campo le fraterne schiere
di pepe o di cannella o d'altro aroma
fatale cagione, o di melate canne,
o cagion qual si sia ch'ad auro torni

G. Leopardi, *Palinodia al Marchese Gino Capponi*, vv. 61-67

Il Natale invece di essere, nella mente di noi poveri mortali, il *dies natalis Solis invicti*, come di fatto è, perché, se alziamo gli occhi al cielo nell'ora del crepuscolo, vediamo che gli estremi bagliori della Sua luce benedetta indugiano qualche minuto in più, e apre il cuore alla gratitudine, alla gioia; e invece di essere il compleanno di Gesù, come credono i seguaci del Cristo, è l'apoteosi del consumismo, è l'obbligo, per i poveri che vorrebbero imitare i ricchi, di spendere i miseri quattrini della tredicesima, è l'umiliazione della miseria da parte della ricchezza e pure da parte della mezza povertà. “Apoteosi del consumismo” invero è un ossimoro, una contraddizione in termini, siccome apoteosi significa “divinizzazione”, mentre il consumismo è satana, è belzebù, il signore delle mosche, e la pubblicità è l'orribile profeta di tale demonio. Allora tentiamo di denunciare questo inganno che spinge la massa dei più ad agire contro il proprio interesse. Il pubblicitario più antico è il giovane Aconzio degli *Aitia* di Callimaco: egli obbligò Cidippe, sul punto di maritarsi con un altro, a sposare lui, gettandole un pomo su cui aveva scritto parole vincolanti per chi le leggeva: «lo giuro per Artemide: io sposerò Aconzio». Quindi «la scrittura di Aconzio è il seme di tutte le scritture astute, e l'unico modo per sottrarsi alla sua trappola sarebbe quello di non leggerla. Ma è possibile?»¹.

¹ M. Bettini, *Con i libri*, Einaudi, Torino 1998, p. 10.

La pubblicità in effetti recupera e utilizza tutto: non solo il metodo di Aconzio, ma anche le parole di Pindaro², alla lettera: c'è una *réclame* di magliette che traduce in francese la somma del pensiero educativo del vate tebano: γένοιτο οἷος ἑσσί (*Pitica II* v. 72), «diventa quello che sei».

Un'immagine simbolica della pubblicità può essere costituita dalla Sfinge *dell'Edipo re*. Nella tragedia di Sofocle Edipo domanda a Creonte; «quale male, caduta così la tirannide, / stando tra i piedi, vi impediva di sapere questo?» (vv. 128-129), ossia di indagare sull'assassinio di Laio e della sua scorta. Si pensi al caso Moro. E il fratello di Giocasta, il secondo nella gerarchia del potere, risponde: «La Sfinge dal canto variopinto (ἡ ποικιλοφδὸς Σφίγξ) ci spingeva a guardare / quello che era lì tra i piedi, e a lasciare perdere quanto non si vedeva» (vv. 130-131). Il canto variopinto è la parola ingannevole e adulatoria del tiranno, del demagogo, del sofista, del pubblicitario. È il brutto senza semplicità³. Sicché possiamo identificare «quanto non si vedeva» (τὰ φανῆ) con i fatti dello spirito non visibili attraverso i soli occhi del corpo, soprattutto quando essi sono rivolti in basso, e possiamo assimilare «quello che era lì tra i piedi» (τὸ πρὸς ποσί), agli oggetti terreni e materiali.

La pubblicità è un profeta del male: va usata come bersaglio o idolo polemico. Per lo meno deve essere smontata, come vanno smascherati i personaggi che ne usano il linguaggio, quasi tutti quelli della televisione, dal protagonista osceno alla comparsa talora formosa o speciosa, quasi sempre incolta, vuota di testa e priva di dignità.

Sentiamo allora un profeta del bene, don Lorenzo Milani, priore di Barbiana, uno dei più grandi educatori del secolo scorso, che infatti denuncia il male della propaganda pubblicitaria: «la pubblicità si chiama persuasione occulta quando convince i poveri che cose non necessarie sono necessarie»⁴. Si può pensare, per esempio, a indumenti dal prezzo superfetato, oppure a qualche cosa di peggio, in quanto oggetto ritenuto oramai necessario: agli oltre quaranta milioni di cellulari presenti in Italia. Chi scrive è fiero di non averne avuto mai nemmeno uno, poiché non vuole comprare cose che non sono belle né suggerite da desideri naturali e necessari; inoltre non desidera “parlare gratis” come promettono con sorrisi ambigui le ruffiane e i prosseneti dell'aggeggiamento, anzi, quando non parla con gli amici il sottoscritto, e non è tenuto a parlare con i colleghi, pretende di essere pagato per parlare, per dire parole utili a chi le ascolta, e belle.

² 518-438 a.C.

³ Nell'*Oedipus* di Seneca il protagonista, che rivendica il proprio coraggio, dice: *Nec Sphinga coecis verba nectentem modis / fugi* (vv. 91-92), «né sono scappato davanti alla Sfinge che intriccava le parole in ciechi stilemi».

⁴ *Lettera a una professoressa*, nota 56 p. 69.

Comunque non bisogna dimenticare quanto afferma il Pericle di Tucidide: «non sono le cose che acquistano gli uomini, ma gli uomini le cose»: οὐ γὰρ τάδε τοὺς ἄνδρας, ἀλλ' οἱ ἄνδρες ταῦτα κτῶνται (I, 143, 5).

È questa un'affermazione di umanesimo che potrebbe essere impiegata come dichiarazione anticonsumistica contro gli astuti consiglieri di acquisti che in realtà spingono gli uomini a venderci alle cose, o comunque a venderci, e perfino a uccidere altri uomini, per acquistare le cose.

Si può aggiungere, utilizzando l'*Epistola a Meneceo* di Epicuro che, tra i desideri (τῶν ἐπιθυμιῶν), quelli naturali (φυσικά) e necessari (ἀναγκαῖα, 127) si accontentano di poco, e il naturale è a portata di mano (τὸ μὲν φυσικὸν πᾶν εὐπόριστόν ἐστι, 130). I desideri vani (κενά) invece bramano le cose inutili e difficili da ottenere (τὸ δὲ κενὸν δυσπόριστον, 130).

Leggiamolo anche nel latino di Cicerone (*Tusculanae disputationes* V, 33, 93): *Vides, credo, ut Epicurus cupiditatum genera diviserit, non nimis fortasse subtiliter, utiliter tamen: partim esse naturales et necessarias, partim naturales et non necessarias, partim neutrum. Necessarias satiari posse paene nihilo (divitias enim naturae esse parabiles, «Conosci, credo, come Epicuro abbia distinto le specie dei desideri, forse non troppo precisamente, comunque in maniera utile: in parte sono naturali e necessari, in parte naturali e non necessari, in parte né l'una né l'altra cosa. I necessari si possono soddisfare quasi con nulla: infatti le ricchezze della natura sono facili da procurarsi».*

Nei classici sono presenti problematiche e situazioni eterne, e la cultura greco-latina che, assimilata, diviene un potenziamento della φύσις, ci aiuta a comprenderle. Cicerone nei *Paradoxa Stoicorum*⁵ aveva scritto più sinteticamente: *non esse emacem vectigal est* (VI, 51), «non essere consumisti è una rendita». Cornelio Nepote, elogiando Tito Pomponio Attico, scrive: *cum esset pecuniosus, nemo illo minus fuit emax, minus aedificator* (*De viris illustribus, Atticus*, 13), pur essendo ricco, nessuno ebbe meno di lui la smania di comprare, né quella di fabbricare. «Più ricco è in terra chi meno desidera». «Meglio contentarsi che lamentarsi»⁶. E infine: «Il sistema migliore per rendere inoffensivi i poveri è insegnare loro a imitare i ricchi»⁷.

Affrettarsi a comprare in questi giorni, seguendo l'orda che obbedisce a caporioni maliziosi, è particolarmente stupido: tra un paio di settimane infatti la roba costerà molto meno.

A questo proposito sentiamo Ovidio (*Ars amatoria* 3, 169-172) il quale, pur approvando il *cultus*, la cura della persona, che rende le donne più belle, considera una forma di *furor* indossare vesti sfacciatamente lussuose: *Quid de veste loquar? Nec nunc segmenta requiro / nec quae de Tyrio*

⁵ Del 46 a.C.

⁶ G. Verga, *I Malavoglia*, Mondadori, Milano 1969, p. 203.

⁷ Carlos Ruiz Zafòn, *L'ombra del vento*, trad. it., Mondadori, Milano 2004, p. 187.

murice, lana, rubes. / Cum tot prodierint pretio leviores colores, / quis furor est census corpore ferre suos?, «Che devo dire della veste? Io non chiedo le frange d'oro, né te, lana, che rossegi per la porpora di Tiro. Dal momento che sono venuti fuori tanti colori a prezzo più basso, che pazzia è portare sul corpo il proprio patrimonio?».

La massa di coloro che non leggono i libri, in particolare libri dei classici, è completamente intronata dal bombardamento pubblicitario esplicito, e dalle velenose saette subliminali dei “consigli per gli acquisti”: la gente espropriata della cultura si inginocchia davanti all'idolo empio del consumo che la costringe a comprare vere porcate. Molti uomini, troppi, sono diventati idolatri: «Gli idoli dei popoli sono argento e oro, opera delle mani dell'uomo. Hanno bocca e non parlano; hanno occhi e non vedono; hanno orecchi e non odono; non c'è respiro nella loro bocca. Sia come loro chi li fabbrica e chiunque in essi confida» (*Salmi* 135, 15-18). Metafora del consumo è la distruzione, è la guerra, e dove quello è messo in forse, si ricorre a questa. Tra le cose che si devono comprare, una delle più agognate, uno di quelle sulle quali viene misurata la salute dell'economia⁸ è l'automobile: un mostro che uccide migliaia e migliaia di persone, soprattutto giovani, ogni anno, il più mostruoso forse degli idoli cui si fanno sacrifici umani, e le vittime sono in gran parte ragazze leggiadre (lo ricordo non senza lacrime) e ragazzi fiorenti. È talmente idolatrata la macchina che l'assassinio con l'automobile non viene punito affatto, o viene sanzionato in maniera risibile. La medesima religione insegna che l'amore fa male, propaga la peste, fa morire, che la luce, ossia la più rallegrante e paradisiaca di tutte le cose, è da fuggire, e che il Sole non è l'immagine sensibile dell'idea del Bene che porta “significazione” evidente dell'Altissimo, non è la fiamma santa che nutre la vita, ma un fuoco malefico che, se viene accolto, anche solo epidermicamente, fa venire malattie brutte. Perdonami Signore iddio di avere menzionato questa teorie blasfeme.

Ne faccio ammenda riferendo alcune parole del culto che tutti noi figli della luce, noi pochi oramai, noi fortunati pochi, ti dedichiamo.

Omero, nell'*Iliade* III, 277, attribuisce a Elio la facoltà di vedere e ascoltare tutto: Ἡέλιός θ', ὅς παντ' ἐφορᾷ καὶ πάντ' ἐπακούεις.

Nelle *Supplici* di Eschilo il coro delle Danaidi chiede aiuto ai raggi del sole che danno salvezza (καλοῦμεν αὐγὰς ἡλίου σωτηρίους, v. 213).

Nell'*Edipo re* di Sofocle il sole è πάντων θεῶν πρόμος (660), «il primo fra tutti gli dèi», e τὴν ... πάντα βόσκουσιν φλόγα (v. 1425), «la fiamma che nutre la vita».

Nell'*Antigone* la splendidissima faccia del Dio viene invocata come λαμπάδος ἱερὸν / ὄμμα (vv. 879-880), «santo volto di luce».

⁸ «Per quanto parli di economia, il nostro tempo è un dissipatore: sperpera la cosa più preziosa, lo spirito», F. Nietzsche, *Aurora*, p. 130.

L'*Edipo a Colono* riprende da Omero l'affermazione dell'onniveggenza di Elio che vede tutto: ὁ πάντα λεύσσω Ἥλιος (v. 869)⁹.

Nel mito della caverna del VII libro della *Repubblica* di Platone il Sole è l'immagine dell'idea del bene (ἡ τοῦ ἀγαθοῦ ἰδέα, 517c) che a fatica si vede, ma, una volta vista, va considerata quale causa per tutti di tutte le cose rette e belle.

Cicerone nel *Somnium Scipionis*, seguendo un misticismo solare di origine pitagorica, chiama il sole *dux et princeps et moderator luminum reliquorum, mens mundi et temperatio*, «guida e principe e governatore degli altri astri, mente del cosmo e forza regolatrice» (*De Republica* VI, 17). Virgilio, nella prima *Georgica* (463-464), afferma la sincerità del sole nel dare segni: *Solem quis dicere falsum / audeat?*, «Il sole chi oserebbe chiamarlo falso?».

Seneca nelle *Epistulae morales ad Lucilium* (73, 6) esprime personale riconoscenza al sole e alla luna che pure sorgono per tutti: *Soli lunaeque plurimum debeo, et non uni mihi oriuntur*.

Longo Sofista¹⁰ fa l'ipotesi che il sole sia fautore e promotore della bellezza non artefatta: εἴκασεν ἄν τις ... τὸν ἥλιον φιλόκαλον ὄντα πάντας ἀποδύειν (*Le avventure pastorali di Dafni e Cloe* 1, 23) «uno avrebbe potuto congetturare ... che il sole, amante della bellezza, spingesse tutti a spogliarsi». Va ricordato contro palestre, diete dimagranti, abbronzature da lampade e altre schifezze letali del genere, poiché la migliore cosmesi è l'abbronzatura naturale raccolta dai raggi benedetti facendo ginnastica all'aria aperta.

A proposito di abbronzatura e snellezza: *Munditiae placeant, fuscentur corpora Campo; / sit bene conveniens et sine labe toga* (Ovidio, *Ars amatoria* 1, vv. 511-512), «L'eleganza piaccia, siano abbronzati i corpi al Campo Marzio; la toga stia bene e sia senza macchie». È interessante notare che nella *Repubblica* di Platone la rivolta contro l'oligarchia parte dal povero snello e abbronzato ἰσχνὸς ἀνὴρ πένης ἠλιώμενος (556d) il quale, schierato in battaglia accanto al ricco cresciuto nell'ombra con molta ciccia altrui (παρταχθεῖς ἐν μάχῃ πλουσίῳ ἐσκιατροφηκότι, πολλὰς ἔχοντι σάρκας ἀλλοτρίας), lo vede pieno di affanno e difficoltà, capisce che non vale nulla e che, quindi, il potere di quello non è naturale.

Ma torniamo a dire bene del Sole, cosa di cui non mi sazierò mai. Giuliano Augusto, l'ascetico imperatore calunniato dai Cristiani con l'infamante epiteto di "Apostata", riassume gli elogi dell'antichità in termini neoplatonici nella orazione *A Helios re* dedicata a Salustio. Questo "sermone natalizio" fu redatto alla fine del 362 d.C. per celebrare il 25 dicembre, *dies natalis Solis invicti*. Elio è visto come il Signore del mondo intelligente e viene definito dio mediatore e

⁹ L'onniveggenza del sole è riconosciuta anche da Shakespeare: *the all-seeing sun ne'er saw her match, since first the world begun*, «il sole che tutto vede non ha mai visto una sua pari da quando il mondo è cominciato», giura Romeo (*Romeo e Giulietta*, I, 2)

¹⁰ Probabilmente del II secolo d.C.

potentissimo, assai simile al Bene, preesistente a tutte le cose. Giuliano Augusto cita la *Repubblica* di Platone dove (508c) Socrate insegna che il Sole è figlio del Bene (τοῦ ἀγαθοῦ ἔκγονον) che il Bene generò simile a sè (ὄν τὰγαθὸν ἐγέννησεν ἀνάλογον ἑαυτῷ) e ciò che è il Bene nel mondo intellegibile rispetto all'intelletto e agli intellegibili, è Helios nel mondo visibile rispetto alla vista e alle cose visibili (5, 17-21).

Vediamo alcune espressioni che rinnovano in età più recente il culto e la gratitudine dovuti al Sole. "Santo Francesco"¹¹ nel *Cantico delle creature* inneggia a «messor lo frate sole ... bellu et radiante cum grande splendore: de Te, Altissimo, porta significatione». Dante, fin dal primo canto dell'*Inferno*, ne fa il simbolo della grazia divina: che guida alla salvezza: «guardai in alto e vidi le sue spalle / vestite già de' raggi del pianeta / che mena dritto altrui per ogni calle» (vv. 16-18). Quindi nel *Purgatorio*: «Tu scaldi il mondo, tu sovr'esso luci: / s'altra ragione in contrario non pronta, / essere dien sempre li tuoi raggi duci»¹².

Hölderlin¹³ in *Iperione* scrive: «l'eroica luce del sole dona gioia con i suoi raggi alla terra», quindi: «il sacro sole sorrideva tra i rami, il buon sole che non posso nominare senza gioia e gratitudine, che spesso, con un solo sguardo, mi ha guarito da un profondo dolore e ha purificato la mia anima dallo scontento e dalle preoccupazioni».

Foscolo¹⁴, nell'*Ortis*, lo chiama «ministro maggiore della natura» (20 novembre 1797) e «sublime immagine di Dio, luce, anima, vita di tutto il creato» (3 aprile 1798).

Leopardi¹⁵ nello *Zibaldone* scrive: «Quando gli Europei scoprirono il Perù e i suoi contorni, dovunque trovarono alcuna parte o segno di civilizzazione e dirozzamento, quivi trovarono il culto del sole; dovunque il culto del sole, quivi i costumi men fieri e men duri che altrove; dovunque non trovarono il culto del sole, quivi (ed erano pur provincie, valli, ed anche borgate, confinanti non di rado o vicinissime alle sopraddette) una vasta, intiera ed orrenda e spietatissima barbarie ed immanità e fierezza di costumi e di vita. E generalmente i tempi del sole erano come il segno della civiltà, e i confini del culto del sole, i confini di essa» (3833-3834).

Il sole è anche un grande educatore: «Giacché per una volta io voglio andare dagli uomini: tra loro voglio tramontare, morendo voglio donare loro il più ricco dei doni! Questo l'ho imparato dal sole, che di ricchezza sovrabbonda, quando va giù: attingendo da tesori inesauribili ricolma d'oro il mare, così che anche il più povero dei pescatori rema con remi d'oro! Questo io vidi, infatti, una volta, né mi saziai di lacrime al vederlo»¹⁶.

¹¹ Cfr. *Paulo Ucello* di Giovanni Pascoli.

¹² *Purgatorio*, XIII, 19-21.

¹³ 1770-1843.

¹⁴ 1778-1827

¹⁵ 1798-1837.

¹⁶ F. Nietzsche, *Così parlò Zarathustra*, trad. it., Adelphi, Milano 1976, p. 243.

Questa riconoscenza per il sole interpretato quale Dio, o quale immagine visibile di Dio, percorre, come si vede, vari momenti della letteratura europea.

Si tratta dunque di reagire alla religione depravata dei consumi che capovolge i valori: *Mutatus ordo est, sed nil propria iacet;/ sed acta retro cuncta* (Seneca, *Oedipus* 366-367), è mutato l'ordine naturale e nulla si trova al suo posto; ma tutto è invertito.

Come nella Tebe di Edipo il quale ha ucciso il padre suo e ha sposato la propria madre.

Il parricida incestuoso scatena tutta la sua ira contro i propri occhi testimoni degli orrori, perché non vedano la luce: *plusque, quam satis est, furit / tantum est perichum lucis. Attollit caput, / cavisque lustrans orbibus coeli plagas, / noctem experitur* (*Oedipus* 970-973), «infuria più del necessario, tanto grande è il pericolo della luce. Solleva il capo, e, percorrendo con le orbite scavate le zone del cielo, mette alla prova la notte».

Vengono in mente le parole del *Vangelo secondo Giovanni* (3, 19): ἠγάπησαν οἱ ἄνθρωποι μᾶλλον τὸ σκότος ἢ τὸ φῶς· ἦν γὰρ αὐτῶν πονηρὰ τὰ ἔργα, *et dilexerunt homines magis tenebras quam lucem; erant enim eorum opera mala*, «gli uomini preferirono la tenebra alla luce; infatti le loro opere erano malvagie».

Si tratta di non obbedire agli ordini, perentori o subdoli, della pubblicità che vuole ripristinare il buio mentale dell'orda primitiva, l'idiozia integrale del branco dei bruti; bisogna mettere in soffitta la televisione che ordina acquisti inutili o anche deleteri, con un maniacale accanimento terapeutico, *in malam partem*, dei nostri cervelli; conviene, questo sì, spegnere la televisione del “genocidio culturale” denunciato opportunamente da Pier Paolo Pasolini trenta e più anni fa.