

Una trappola chiamata jugonostalgia

DUBRAVKA UGREŠIĆ

Un invito dell'Oberlin College in Ohio a tenere una lezione sul tema "Il ricordo del comunismo: poetica e politica della nostalgia", aveva risollevato la mia ammaccata autostima di veterana, che quasi subito però si era sgonfiata. Dopo vent'anni a scavare fra le rovine, che cosa avrei potuto dire ancora sulla jugonostalgia?! Davanti a me si innalzava un'irriducibile mole di scritti e di testi non ancora scritti, poi libri, film, memorie, simboli e souvenir, insomma, un enorme ripostiglio, un archivio caotico in cui avevo accumulato roba di ogni genere; da fondamentali testi teorici (il libro di Svetlana Boym, "The Future of Nostalgia"), a film di successo ("Good Bye Lenin" del regista Wolfgang Becker), a progetti nostalgici di seconda

o di terza categoria, fino a oggetti smarriti che non sembravano avere alcuna attinenza con il resto. Ma chi sarà l'arbitro supremo capace di dire quali sono gli oggetti attinenti e quali quelli non attinenti? (...)

C'è stato un tempo in cui internet non aveva ancora raggiunto un utilizzo di massa. Oggi ogni postjugoslavo ha modo di soddisfare il proprio appetito jugonostalgico: si trovano siti con vecchi film jugoslavi, le serie televisive più popolari, cantanti pop, vecchie pubblicità di prodotti jugoslavi, le sedie su cui ci sedevamo, le cucine in cui cucinavamo, le mode che seguivamo. Oggi vengono inaugurate mostre jugonostalgiche, si possono acquistare calzini-souvenir con l'effigie di Tito, libri di cucina con le ricette dei suoi piatti preferiti. Oggi nei teatri si tengono rappresentazioni dal contenuto jugonostalgico, si girano documentari nei quali gli intervistati manifestano apertamente la propria pulsione jugonostalgica. Senonché la jugonostalgia ha perso la sua carica sovversiva, non è più un movi-

mento di resistenza personale, è un prodotto di consumo: nel frattempo è diventata un supermercato mentale, un elenco di simboli morti, un semplice promemoria privo di immaginazione emozionale.

Oggi, cioè, il capitalismo predatorio postjugoslavo può permettersi di tollerare la presenza sul mercato ideologico di souvenir jugonostalgici. La jugonostalgia non fa altro che rafforzare la propria posizione. E come?! Al posto di essere la chiave per una migliore comprensione del socialismo jugoslavo, per una resa dei conti reale e a lungo termine tra il vecchio e il nuovo, al posto di essere il generatore di una memoria produttiva, se non addirittura di un futuro migliore - la jugonostalgia oggi si è trasformata nel suo opposto, in un'efficace strategia di conciliazione e oblio.

Acquistando i calzini-souvenir di Tito, il postjugoslavo simbolicamente abbatte un divieto ventennale e cancella lo stigma del suo passato socialista. Qui la nostalgia muta radicalmente di significato e non sta più a indica-

re la protesta contro l'oblio, la polemica contro il sistema vigente o il desiderio di una vita passata (se mai ha avuto questo significato), ma un'accettazione senza riserve della situazione attuale.

Eppure, le profonde frustrazioni suscitate dal solo nominare la parola jugonostalgija (Jugoslavia, jugoslavo, socialismo, comunismo e così via), non sono ancora sopite, il che dimostra semplicemente che i cittadini della ex Jugoslavia - diventati croati, serbi, sloveni e via dicendo - non si sono emancipati dal passato jugoslavo. E di conseguenza, per esempio, i personaggi pubblici, che si tratti di politici, letterati, artisti, filosofi, accanto alla parola jugonostalgia aggiungono sempre una nota in calce per segnalare che il loro menzionare la Jugoslavia non significa che la rimpiangono, né per carità, che rimpiangono il comunismo. La mostra «Socialismo e modernità» a Zagabria, inaugurata alla fine del 2011, non fa che confermare e alimentare la frustrazione che in Croazia è stata latente per

vent'anni.

Un visitatore può vedere esposta la prima automobile di produzione jugoslava, il primo apparecchio radiofonico, spezzoni di trasmissioni televisive, mobili, manifesti e progetti architettonici, ma il contesto storico è del tutto insignificante. La Jugoslavia, il comunismo o il socialismo vengono a malapena citati, quindi sembra quasi che la modernità degli anni '50 e '60 fosse esclusivamente croata e che avesse i colori della dissidenza, anche se risulta poco chiaro contro cosa il dissenso avrebbe dovuto rivolgersi. I curatori della mostra erano spaventati dal fatto che a quel tempo la Croazia fosse una repubblica jugoslava, come anche dal fatto che fosse stato il socialismo jugoslavo il motore della modernità. Il socialismo e la modernità a quel tempo procedevano di pari passo in un'armoniosa coppia ideologica.

Anche il capitalismo americano sfrutta la nostalgia, sebbene in modo più abile e attraente. L'esempio della campagna pubblicitaria della Levi's (*Go Forth; Go Work*) mostra come il capitalismo realizzi un *re-branding* per difendere se stesso. Sfruttando l'estetica degli spazi postcapitalistici in rovina (capannoni di fabbriche abbandonate a Pittsburgh e Detroit) e servendosi di dilettanti invece che di modelli professionisti, le immagini della pubblicità della Levi's evocano la nostalgia per i valori di una volta, come l'individualismo, la forza, l'onestà, il lavoro, l'autostima, il coraggio, o, in altre parole, la nostalgia per i tempi dei pionieri americani. Ad accompagnare le immagini, frasi come per esempio *Things got broken here* assolvono da ogni responsabilità i veri colpevoli della crisi economica, equiparando così la crisi a una semplice calamità naturale, che colpisce tutti senza distinzione. La breve frase *We need to fix it* invita le persone, i lavoratori della classe operaia (!), a rimboccarsi le maniche, a prendere le cose nelle proprie mani e cambiare la propria vita (*Your life is your life!*). E, ovviamente, a risolvere la propria vita nessuno ci va con il culo di fuori. Per questo è necessario un minimo investimento iniziale, un paio di Levi's.

©nottetempo, 2016.

Traduzione di Olja Perišić-Arsic e Silvia Minetti

Mostre, serie tv, souvenir: la rievocazione dei tempi di Tito è ora prodotto di consumo

Questa moda si è trasformata nel suo opposto è una strategia di conciliazione e oblio

Un revival di simboli del regime comunista contagia i paesi balcanici

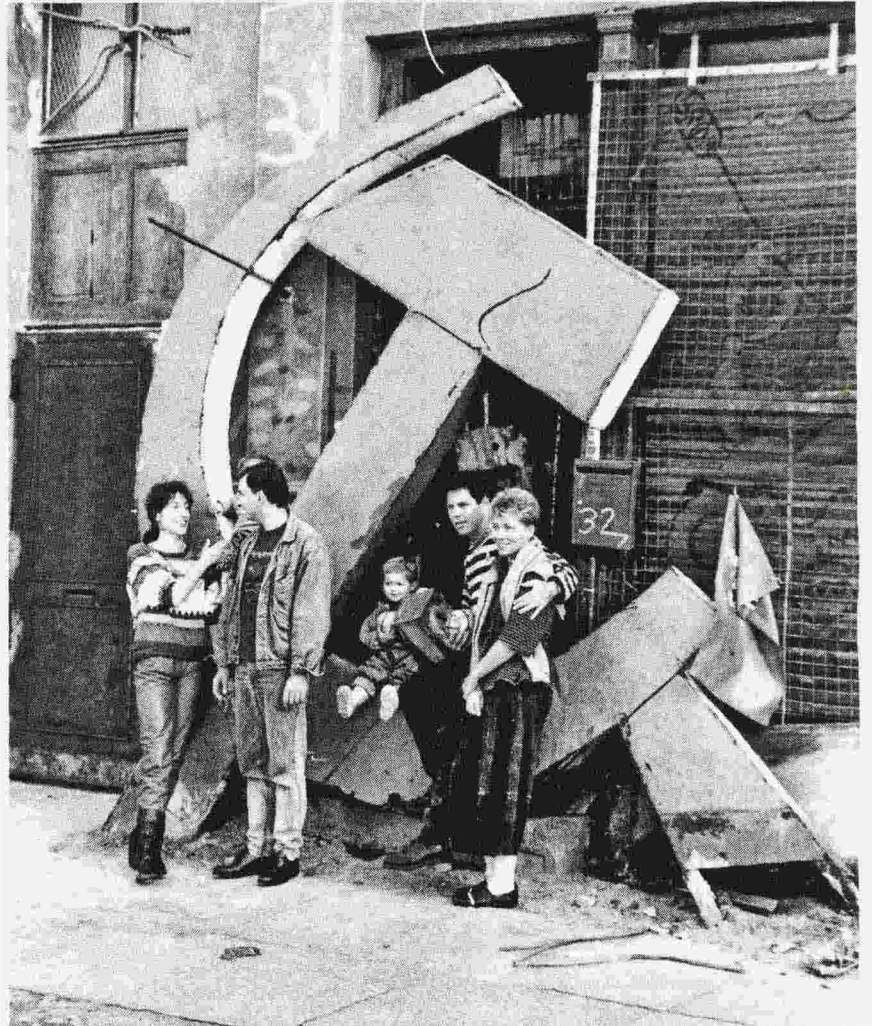


FOTO: ©LAUDANNA SABATINO



GLI APPUNTAMENTI
Anticipiamo un brano dal nuovo libro della scrittrice croata Dubravka Ugrešić, *Europa in seppia* (nottetempo, pagg. 352, euro 18,50). L'autrice è oggi a Torino, al Circolo dei Lettori. Domani alla Scuola **Holden**

