

Paradossi Joseph O'Neill scrive un apologo sul mondo e la finanza. Comico, come sostiene John Banville. O soltanto umoristico

L'homo oeconomicus a Dubai è poco homo e molto cane

di FRANCO CORDELLI

Nel parlare di un libro il rischio è di finire sulle fascette pubblicitarie se l'oggetto ci è piaciuto; e di finire nel tritacarne del web, ossia degli insulti, se non ci è piaciuto. Se dovessi del tutto appropriarmi della logica stringente ma anche contagiosa di Joseph O'Neill direi che il rischio, per questa seconda evenienza, sarebbe di finire a Dubai, il «paese delle dicerie», ovvero (chiarisce l'autore) il mondo. Dubai come il mondo, un equivalente del mondo che verrà, un'utopia di mondo. O, volendo essere amari, una pura, invincibile distopia.

L'aggettivo invincibile è pertinente. Ci riporta al romanzo precedente di O'Neill, *La città invincibile* del 2009; e tornare indietro è non solo pertinente ma necessario rischiando di finire negli effetti collaterali della prima categoria — quando si ritengono gli elogi più che dovuti. O'Neill è solo un grande scrittore o è lo scrittore più originale che vi sia? Torno alla questione del tornare indietro, ovvero al legame che unisce *La città invincibile* e *L'uomo di Dubai*. Gli elementi costanti sono i seguenti (l'elenco è una caratteristica di O'Neill): 1. narrazione in prima persona; 2. partenza faticosa, per qualunque lettore, a causa dell'immersione in mondi riservati a pochi eletti: là il cricket, qui la pesca subacquea; 3. la prima persona in oggetto è un avvocato che tratta materie economiche, sebbene in modo involontario o semi-involontario. Potremmo dire, per semplificare, che è un vero e proprio *homo oeconomicus*; 4. costui ha dei problemi con l'altro sesso, che di per sé non sarebbe caratteristico. Lo è di più il fatto che una donna ce l'ha ma è ormai più o meno lontana da lui; 5. gli è invece assai vicino, benché scomparso, probabilmente defunto, un uomo che aveva conosciuto da poco ma sul quale si ritrova a speculare come fosse stato il migliore amico suo; 6. nel romanzo del 2009, centro del pensiero dell'io narrante era la città in cui vive, vale a dire New York. Essa è invincibile per ciò che egli vede (per il fervore di vita che vi vede, per quella straordinaria reattività) dopo l'11 settembre 2001 e l'abbattimento delle Torri gemelle.



Al centro dei pensieri del nuovo romanzo — vero romanzo contemporaneo, romanzo della finanza — è ovviamente Dubai: la sua filosofia a dir poco eccentrica, se non misteriosa. La sua impenetrabilità. La sua qualità di paradiso per *happy few*. Il suo stile di vita. Le sue leggi feroci, che non è chiaro quanto compensino la dolcezza che può offrire (come gli *happy few* sembrano reputare). Il nostro parla in modo strano, singolare. È la ragione per cui proponevo O'Neill come «scrittore il più originale che vi sia». (Forse, o almeno in buona parte, tale caratteristica di singolarità nasce dal fatto che il nostro *homo oeconomicus* del XXI secolo, è un uomo senza radici. Il protagonista de *La città invincibile* è un olandese che vive a New York. Quello de *L'uomo di Dubai* aveva studiato a Dublino, in un college dove conobbe Eddie Batros — l'amico ritrovato che gli offre l'opportunità di lasciare New York per gli Emirati Arabi — e si era occupato di diritto societario in Svizzera e nel Connecticut. Lo stesso O'Neill è uno di quegli irlandesi, o uomini di ascendenze irlandesi, che se ne vanno come pazzi in giro per il mondo.

Il protagonista de *L'uomo di Dubai* non ha nome, non lo deve avere, non ce l'ha nessuno o è come se nessuno lo avesse. Non senza un briciolo della sua consueta, sottile, impercettibile ironia, afferma d'essere un *X-factor*. In più il nome non ce l'ha perché da quando andò via da New York e si trasferì a Dubai è diventato un cane, o un fac-simile di cane. Il romanzo di O'Neill è intitolato *The Dog* e a pagina 196 dell'edizione italiana tradotta da Tommaso Pincio (con qualche vocabolo troppo a ridosso del

nostro attuale gergo quotidiano: *intrippava, l'ho beccato, non importa una sega a nessuno, intoppo del cazzo, figata ecc.*), a pagina 196 l'autore, o l'io narrante, il nostro *X-factor*, racconta di come la sua ex aveva buttato nella spazzatura «le mie foto di famiglia, i vestiti, i libri (inclusi i libri della mia infanzia, incluso *Go, Dog. Go!*)».

Che cosa vogliono dirci l'autore e il suo personaggio: che almeno il secondo era predisposto a diventare un cane? Che tutti a ciò siamo predisposti? Di fatto potremmo considerare *L'uomo di Dubai* una specie di favola nera, o un racconto gotico, o un romanzo di fantascienza (di quelli in cui *Brave New World* di Aldous Huxley è

diventato realtà) o, estrema o prima ratio, una metafora ai limiti della metafora: «Imparai che il mondo sottomarino può essere un rimpiazzo perfetto del mondo di origine. Non posso fare a meno di osservare che una simile sostituzione comporta l'effetto di limitare quello che potrebbe definirsi il senso biografico di qualunque vita; l'importanza a cui ogni respiro sembra condannato. Non sentirsi più, quasi senza metafora, un pesce fuor d'acqua».



Ma quest'ultima è proprio una metafora, che di fatto descrive l'ormai nostro *X-factor*. A New York, e in Svizzera, e a Dublino forse un pesce fuor d'acqua, destinato a una vita solitaria da vittima del porno lo era già; a Dubai lo è di sicuro — come lo è anche chi non si accorge di esserlo. Per contrastare la sua percezione di sé, proprio questa, egli accetta l'incarico che gli offre il magnate e vecchio compagno di scuola Eddie Batros, di seguire da vicino le sorti del fratello scapestrato Sandro (e poi del figlio di costui, il grasso quindicenne Alain) e, per dirla tutta, dell'intero, immenso, sterminato, incontrollabile patrimonio dei Batros: regno d'una finanza ovunque sparpagliata nel mondo.

Insomma, *X-factor* diventa una versione, quasi due secoli dopo, de *L'uomo di fiducia* di Melville. Il problema è: come se la cava questo uomo di fiducia che si comporta, o si deve comportare, come un cane? I suoi compiti amministrativi sono tanto complessi quanto di veloce realizzazione. Nel tempo libero, che è un'infinità, vasto quanto il deserto, o alto/vertiginoso come i grattacieli della città in cui vive, egli ha due pensieri dominanti: la sua Jenn (Jennifer) che se ne è andata perché non riusciva ad avere da lui un bambino; e quello del sub Ted Wilson (e delle sue due mogli) che è scomparso, forse in acqua, forse con un'altra donna. Nei pensieri che riguardano quest'ultimo, la differenza con quelli del protagonista de *La città invincibile* è che l'uo-

mo, un nero di cui egli narrava le imprese, assomigliava ancora a un personaggio di Malamud; quello su cui medita *X-factor* è un nessuno, di cui non si può dire niente: in tutto e per tutto uguale, per la verità, al nulla che si sprigiona con tutti i suoi piaceri dalla vita di Dubai.

John Banville ha scritto che *The Dog* è un libro comico. In effetti lo è. Ma sarebbe più giusto definirlo umoristico, ai limiti del-

l'ultra-sensibile. Il nostro cane parla con un'appropriatezza iper-circostanziata, quasi burocratica, da suddito dell'impero asburgico — che però diventa ironica (suo malgrado) e distanziante (da sé). Le sue «fantasie motivazionali» sono di un alienato: «Con ciò non voglio dire che i sentimenti morali siano soggetti a repentine riorganizzazioni territoriali». Sono quelle che ci offre quotidianamente Wikipedia e

di cui i suoi elenchi (in specie di vocaboli) appaiono un esempio fatidico. Quanto meno pari alla città in cui vive: «Patria dei segnali che portano al nulla»: un deserto che resta, come il vuoto lasciato dalle Torri, un'«opportunità narrativa» per chi sia in cerca di un romanzo — oggi la liquescente figura del magnate, invincibile egli, o invisibile, o lontano, o remoto che sia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



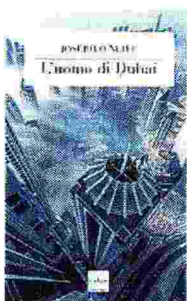
i

Aljoud Lootah (Dubai, 1983), *Yarouf Installation* (2015, mixed media): collocata sulla spiaggia di Dubai City, l'installazione è ispirata a un tradizionale modello di rete per la pesca

Stile

Storia

Copertina



JOSEPH O'NEILL
L'uomo di Dubai
Traduzione
di Tommaso Pincio
CODICE EDIZIONI
Pagine 288, € 18,90

