

FILOSOFIA

Contro Marx

Liberisti alla Ricossa
Fa tenerezza la foga con cui certi liberisti attaccano i loro «idoli» polemici. Attaccano lancia in resta. E si ritrovano, dopo un bel capitombolo, sbalzati per terra. Perché gli «idoli», a volte, li sanno più lunga di loro. L'economista Sergio Ricossa, ad esempio, se la prende (sulla Stampa del 16-5) con Karl Marx, reo di aver introdotto in economia l'idea della lotta di classe. Marx non capiva che i lavoratori sono i migliori clienti dei loro produttori. E che tra lavoratori e produttori nel lungo periodo non c'è contrasto d'interesse. Il vecchio barbone riderebbe di gusto! Avendo egli per primo diagnosticato la caduta del saggio di profitto proprio per il restringersi del «capitale variabile» (i salari) e il loro potere d'acquisto. La lotta di classe poi (ma reputa luvant?) non l'ha inventata il suddetto barbone, visto che anche i classici dell'economia conoscevano il conflitto tra «profitto», «rendita» e «salario» che, ahimè, accompagnava la produzione capitalistica della ricchezza. L'autore del Capitale forse era un po' determinista. Sottovalutò, tra l'altro, le contro-dinamiche generate dalle sue stesse teorie. Ma il mercato s'è allargato anche grazie alla «lotta di classe». E Ford viene dopo la crisi del '29. Come il keynesismo. Chi dimentica tutto questo, come Ricossa, non rischia affatto di tornare al liberismo di Adam Smith. Fa di meglio. Recupera quello... di Menenio Agrippa.

Adorno/1

Non era marxista
Già non lo era. Al contrario di quel che suggerisce Frederic Jameson, docente alla Duke University, in un libro forse incoerente, ma utile: Tardo marxismo. Adorno, il post-moderno e la dialettica («Manifesto Libri», tr. di Paola Russo, pp.277, L.48.000). Vuole troppo, Jameson. Adorno è un Adorno post-moderno e critico del post-moderno, legato alla coscienza di classe e tecnico dell'Utopia. Forse l'autore è troppo ossessionato dal dibattito americano (Derrida, il deostruzionismo). E questo lo porta a smarrire un dato di fondo: Adorno era un critico negativo della «totalità» tecnica. Capitalistica e non. Difendeva il «non-identico». E denunciava «le scissioni dell'individuo schiacciato dal dominio. In estetica amava le «dissonanze». Che rilanciavano simbolicamente la resistenza e la speranza. Un utopista negativo, Adorno. Senza radicalmente in un immaginario politico «positivo». Anche di qui il suo fascino «inattuale».

Adorno/2

Capi va bene l'antisemitismo
Ma c'è anche un Adorno più «concreto». Come quello di Minima moralia: aforismi che aderiscono alle pieghe della vita quotidiana, al gusto di massa, alla tecnica come «industria culturale». E c'è l'Adorno di Contro l'antisemitismo, quattro saggi tradotti per la prima volta in italiano (sempre «Manifesto Libri», tr. di Franco Filice, a cura di Stefano Petruccianni, pp.94, L. 22.000). Ecco alcuni «spunti» racchiusi in questi scritti del secondo dopoguerra: il risentimento di massa contro gli ebrei, generato dalla repressione forzata in individui sradicati dalle loro «passioni» e «istinti». Sradicati dal «mito» attraverso la disciplina del lavoro moderno. Individui minacciati dalla solitudine e dalla disoccupazione. E ostili al «privilegio» spirituale dell'identità ebraica che «resiste». Spunti utilissimi. E attualissimi.

Jean Wahl

Non solo esistenzialista
Fu visto come un romantico, come un «kirkegaardiano» e un «bergsonian». Il Jean Wahl che negli anni '30 scopriva La coscienza intellettuale nella filosofia di Hegel, titolo di un libro pubblicato in Francia nel 1951. Oggi Laterza lo ripropone con la prefazione di Enzo Paci del 1972 (tr. di Franco Occhetto, pp.233, L.36.000). Il pregio di quest'opera (che influenzò Kojève e Hyppolite) non fu solo quello di rivalutare gli scritti giovanili hegeliani. Bensì quello di cogliere la costitutiva «scissione» della «coscienza». Ovvero del «soggetto». Che proprio per il suo «oggettivarsi» e «raddoppiarsi» nei rapporti umani, nel «desiderio», vive sempre come in bilico dentro di sé. Scissione originaria, conflitto, che inizia dall'inconscio. E che non ci abbandona mai. È un Hegel, quello di Wahl, da leggere assieme a Nietzsche. Assieme a Freud. E perché no, assieme a Lacan.

L'INTERVISTA. Israele, palestinesi, xenofobia: parla Abraham B. Yehoshua

Donzelli e Saggiatore per narratori «da progetto»

La narrativa italiana è narcisista, è «debole» dicono in molti. Ma è possibile pensare una «narrativa forte», una narrativa «di progetto»? «La narrativa, per sua stessa vocazione non può essere progettata come si fa per la saggiistica - spiega un editore dichiaratamente di progetto come Carmine Donzelli - ci mancherebbe altro che si scegliesse solo una corrente, che si seguisse un filone. Tuttavia lo non amo molto la letterarietà e credo che la qualità della scrittura debba essere connessa con una tensione comunicativa rispetto agli oggetti che vuoi descrivere o raccontare. Una narrativa dalla quale non si esca con l'idea di stralunamento ma dove si raccontino storie del nostro mondo». La sfida di Donzelli agli scrittori italiani è quella di creare una collana che tenterà di sondare proprio questa strada. Primo romanzo pubblicato «Tre per due» di Oreste Pivetta, il racconto, in prima persona, di una commessa ventiseienne in un grande supermarket alla periferia di Milano. «La nostra società ci fa vivere in prospettiva di un benessere che avverrà perché saremo riusciti a consumare tantissimo. Il supermarket invece è uno dei luoghi più strani e il libro di Pivetta mette in rilievo questa vacuità del momento del consumo che ti prende la vita e nessuno se ne accorge». Non è l'unico tentativo di fondare una narrativa di progetto. Ci ha provato anche il Saggiatore. «Per noi significa soprattutto fare narrativa al di fuori dei canoni normali della letteratura. Un progetto molto da anni '70, se si vuole e se si pensa ai testi che abbiamo pubblicato e che pubblicheremo». La narrativa, per poter essere «forte», deve restare nel campo della testimonianza, sostiene Formenton. Deve parlarsi della nostra realtà, dice Donzelli. Senza rinnegare il suo carattere. Difficilissimo? Forse. Comunque, oggi, anche per chiarirvi le idee in proposito da non perdere l'incontro «Cambio di stagione» con autori giovani come Alessandra Orsi, il tedesco Jacob Arjouni, Fabrizio Filosa, Lorenzo Fantini, Gian Luca Favetto. Il crollo del muro, l'immigrazione, i nuovi barboni, la nuova metropoli, ecco i temi dei romanzi di questi scrittori.



Lo scrittore Abraham B. Yehoshua

G. Giovannetti / Effigie

«Ebrei è bene emanciparci dalla Shoah»

DALLA NOSTRA INVIATA ANTONELLA FIORI

TORINO. Chi vuol guarire dalla xenofobia? Se vi sentite in colpa per aver commesso «anche» solo una volta «questo peccato» il Salone vi offre una possibilità senza precedenti. Potete confessarvi direttamente a un editore, in questo caso Sonda, che per lanciare la sua collana di guide turistiche dal sottotitolo «se li conosco non li eviti» - la prima serie è sui francesi, russi, inglesi, tedeschi - ha piazzato nel mezzo del suo stand un vero e proprio confessionale di legno antico. Poco lontano da questo stand, ce n'è un altro davvero singolare, il primo «a tema» del Salone: uno spazio interamente dedicato alla letteratura e alla saggiistica ebraica dove i libri di David Vogel (pubblicato da Anabasi) stanno accanto a quelli di David Grossman (Bompiani), Abraham B. Yehoshua (Einaudi) e alle Rose di Israele, i racconti appena usciti da e/o con le voci più importanti della letteratura femminile israeliana, tra i quali uno bellissimo di Savion Liebrecht. Uno stand dove il saggio uscito da Einaudi di Allen Come si diventa nazisti sta accanto alla ricerca di Michele Sarfatti Mussolini contro gli ebrei. Cronaca delle elaborazioni delle leggi razziali del 1938 pubblicata da Silvio Zamorani che è stata lo spunto per un convegno affollatissimo. Tema, l'Italia delle leggi razziali (Sarfatti si è arguito che su questo argomento e altri dello stesso tipo d'ora in poi «si riesca a lavorare con la stessa libertà all'ar-

zandolo politicamente contro gli arabi e gli stranieri. Il problema che dobbiamo mettere a fuoco è che l'Olocausto è stato causato dalla ferocia dei nazisti, e dalla collaborazione dei fascisti, ma è stato anche la conseguenza estrema della situazione degli ebrei nella diaspora.
Che cosa vuol dire? Lei pensa che oggi l'antisemitismo sia finito?
Io credo semplicemente che nel momento in cui gli ebrei hanno trovato un loro stato, un loro territorio, la situazione si è normalizzata. Hanno una casa. L'antisemitismo inizia quando ci fu la prima diaspora. Quando gli ebrei vanno fuori della loro terra. Nel XII secolo non erano ammessi in Italia. L'ideale sarebbe che tutti gli ebrei potessero vivere nel loro paese. È un problema di territorio ripeto.
Ma non tutti gli ebrei vivono in Israele. E i naziskin non sono solo i folklore. Oggi, nei governi italiani, ci sono ministri fascisti.
Io non conosco a sufficienza la situazione italiana. Credo che la democrazia possa lasciare spazio anche a momenti non democratici. Ma ricordiamoci che anche Hitler è nato in un momento simile. Bisogna vedere quali saranno le mosse di questi ministri. Ho sentito dire che alcuni di loro hanno proposto di allargare il territorio dell'Italia, di rivedere il trattato di Osimo. Questo sarebbe assurdo. Io sono un socialdemocratico. Sono contro ogni forma di nazio-

Carta d'identità

Abraham B. Yehoshua è nato a Gerusalemme nel 1936 da una famiglia residente nella città da molte generazioni. Ha sempre affiancato la sua attività di romanziere a quella di docente universitario. Ha anche scritto per il teatro. La sua prosa si esprime senza riferimento a elementi spazio-temporali. Altre volte evidenzia aspetti di carattere socio-pedagogico. Tra i suoi romanzi «Morte del vecchio» (1962), «L'inizio dell'estate» (1970), «L'amante» (1977), pubblicato da Einaudi. Il suo ultimo romanzo, «Cinque stagioni» (Einaudi), racconta i tormenti e le peregrinazioni del cinquantunenne Moicho, un israeliano della quinta generazione che dopo la morte della moglie si trova a gestire una libreria angoscante.

L'Omo-ridens in cento vignette sui gay



I «peanuts» gay inventati da Giuseppe Fadda

MARIO FORTUNATO

L'educazione sentimentale di un maschio gay in cento vignette. Un libro scanzonato e divertente, intitolato «Happy gays, piccoli omosessuali crescono», dove Giuseppe Fadda - disegnatore e illustratore a «L'Espresso» - propone con leggerezza e ironia un vademecum per ragazzi gay che non si vergognano più. Dal libro, pubblicato da Theoria, anticipiamo qui uno stralcio della presentazione di Mario Fortunato

Caro lettore, avresti tutto il diritto, una volta superato lo sconcerto di trovarti di fronte a un disegnatore tu connazionale che racconta storie omosessuali, di attenderti almeno una venatura drammatica, un qualche lato depresso, una via d'uscita colpevolizzante o ricattatoria. Le storie di Happy gays, invece, di lagne e barbe e piagnucoli, se ne infischiano. Racconta-

no i turbamenti e i comportamenti e i tic della sensibilità omosessuale con una grazia sorridente e svagata. Una grazia che, permettete lettore, mi piacerebbe definire zen.
Ma adesso, magari fuorviato dal riflettimento zen, non pensare a qualcosa di ironico ma anche un poco dolcissimo, consolatorio. Perché Giuseppe Fadda, con quel suo tratto di matita semplice e quasi volage, con i suoi «cambi di battute maliziose e inattese, sa colpire duro e in profondità. Ne vuoi un esempio? Ricordi quando tempo addietro il Pontefice, Papa Giovanni Paolo II, definì pietosamente il comportamento omosessuale come «moralmente disordinato»? Bene, Fadda ha preso in prestito l'infelice espressione e, immaginando un breve colloquio fra due ragazzotti in calzoncini corti (molto somiglianti, a dire il vero, quasi speculari: solo che il primo è tutto spigliato e pare un robot), fa dire a uno:

«Sei moralmente disordinato», e l'altro: «E tu immoralmente ordinato». La questione è così giustamente liquidata.
Come vedi, sei di fronte a un libro che, con l'aria di parlar d'altro, vuole essere discretamente politico. Ma c'è un ma (te lo avevo detto che andavi incontro a qualche guaio). Da un po' di tempo, ci avrai già fatto caso, essendo la nostra politica nazionale giù di corda e malamente frequentata, si è preso a scambiare un termine con un altro. E così, se si accenna al «politico», almeno in certi ambienti, si pensa subito al «politically correct». L'espressione, lo sai, è stata coniata dagli americani che per molte cose ci stanno simpatici ma sono pure, consentimi di dirlo, un poco bacchettoni. E infatti l'ideologia del «politically correct» ha finiquasi con l'essere assai spesso una specie di codice burocratico e un filino istemico che permette a chiunque «sta parlando di cose

sgradevoli, dure, socialmente conflittuali di esprimere quelle medesime cose in forma asettica, fondamentalmente educata. Per capirci, invece di definire «nero» chi ha la pelle scura, lo si chiama «colorato», e così la coscienza è a posto.
Come capirai, il rischio dell'ipotesi e dell'autocensura non è mica tanto remoto. Au contraire! D'altro canto, come si fa a buttare nel secchio una preoccupazione linguistica che, almeno in linea di principio, ha una sua origine appunto «corretta»? Ebbene, il libro che hai scelto nasce nel piccolo, calibrato miracolo di salvare capra e cavoli. Verrebbe voglia di dirti che Happy gays è un libro «politically correct» che nello stesso tempo prende in giro l'uso del «politically correct». E se andrai a leggere le vignette dedicate a temi «seri» come l'Aids o la psicoanalisi o l'ecologia, capirai quel che intendo dire.

7° Salone del LIBRO

D'Ormesson contro la tv «assassina»

TORINO. Diciamo subito. Ieri c'è stato un grande assente a questo Salone del libro. All'appuntamento centrale della giornata, il convegno organizzato dal Grinzane su «Letteratura e pubblicità» mancava Giovanni Giudici, poeta ma anche copy inventore, assieme a Fortini, di celebri slogan negli anni Sessanta. Chi meglio di lui (che di questa esperienza ha scritto nel libro «Andare in Cina a piedi» pubblicato da e/o) avrebbe da dirti qualcosa a proposito del delicato tema affrontato dal convegno? Il rapporto tra letteratura e pubblicità, infatti, è tutt'altro che risolto o risolvibile. Il libro deve essere pubblicizzato, lo scrittore deve andare in tv? Il dissenso tra gli scrittori che sono intervenuti è apparso profondo. Jean D'Ormesson, ospite frequentissimo alle trasmissioni del mago dei libri in tv francesi, Bernard Pivot, ha fatto una dichiarazione durissima. «La televisione fa spettacolo e assassina la letteratura, riesce a far diventare scrittori celebri i personaggi televisivi prima ancora che scrivano libri, trasforma la cultura in messaggio pubblicitario» (Costanzo, ascolta!). Così, drasticamente, secondo D'Ormesson «i ven grandi scrittori oggi dovrebbero preferire il silenzio piuttosto che utilizzare gli aiuti mortali della tv e della pubblicità». Il problema è che i libri perderanno in Italia, entro il 2000, il quattro per cento dei lettori, una tendenza opposta a quella che la lettura avrà negli altri paesi europei. A mali estremi, estremi rimedi. Un aiuto al libro nel suo «lancio pubblicitario» verrà: già dalla prossima edizione, dalle Pagine Gialle dove ci saranno 5000 pagine pubblicitarie dedicate agli inviti alla lettura. Dal prossimo luglio in ognuna delle 189 edizioni locali (22 milioni di copie distribuite in totale) ci sarà ogni cinque pagine un invito alla lettura. Che la pubblicità possa e debba aiutare il libro è anche l'opinione di Luigi Malerba, che prima di fare lo scrittore era un pubblicitario creatore di caroselli. Il più famoso quello della caramella Dufour. «Il problema è che nessun libro ha un vero successo se non interviene il lettore: ma senza pigiarsi alla pubblicità il libro deve farsi aiutare per avvicinarsi a quanta più gente possibile». Per Malerba, che ha proposto per il libro lo slogan «leggere fa scomparire le rughe», gli slogan che pongono il sogno e non danno nulla sono quelli vincenti «come ha dimostrato Berlusconi che ha vinto le elezioni facendo sognare agli italiani un milione di posti di lavoro». Ben Okri, lo scrittore nigeriano, il più papabile tra i vincitori del premio Grinzane, ha ricordato invece che, soprattutto in un paese come il suo, anche i cartelloni pubblicitari ci aiutano ad acquistare consapevolezza. Come quando Benetton fece la pubblicità dei suoi prodotti in Africa con l'immagine di una donna nera come regina d'Inghilterra. Una foto pubblicata su intere pagine di quotidiani. «La nazione - ha spiegato Okri - fu scioccata dalla preoccupazione che la regina fosse percepita come nera. Quella pubblicità continuava e nello stesso tempo abbateva alcune mura della mente».