

Letti a Parigi ♦ Le Monde

Lo psicoanalista finito sul lettino

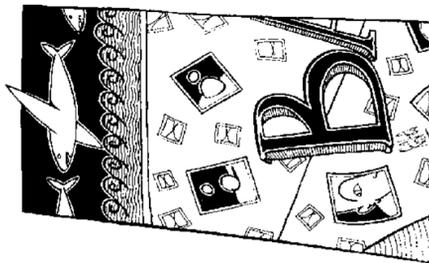
VALERIA VIGANO

Con puntuale anticipazione, «Le Monde» offre un fitto resoconto dei libri più significativi in uscita in Francia a settembre, compreso un lungo articolo sulle novità letterarie del panorama mondiale tradotte in francese, ben 177 romanzi contro 169 dell'anno precedente. Tra gli italiani, segnaliamo l'assidua (quarta) presenza di Camilleri con «La concession du téléphone» da Fayard, Biamonti pubblicato da Seuil e Rigoni Stern da Laffont. Ma ciò che colpito la nostra attenzione è la recensione del terzo romanzo del progetto «Depuis Maintenant» di Leslie Kaplan. Precedentemente sono apparsi

da POL «Miss nobody knows» (1996), e «Les Prostituées philosophes» (1997).

Ora esce «Le psychanaliste», che non tradisce il titolo e racconta con una struttura complessa, divisa in quattro parti, suddivise in capitoli che si riducono ulteriormente in brevi sequenze di due pagine, la vita che ruota intorno allo psicoanalista Simon Scop. Patrick Kéchichian lo recensisce puntando l'attenzione sull'aspetto orizzontale del romanzo che trova ambientazione esattamente nello studio del terapeuta. Per rendere l'intrico di avvenimenti esistenziali dei pazienti, Kaplan decide per una sorta di unanimità. La trama s'intesse di una rete di relazioni raccontate alla persona che più di ogni altra

rappresenta nel Novecento la figura di guida e di cura che sostituisce religione, filosofia, Stato e persino il rapporto con il sacro: lo psicoanalista. Al di là delle controversie sul valore della pratica analitica, ciò che Kaplan lascia trasparire è la fiducia totale, anzi la fede assoluta riposta in chi cura la mente contemporanea, afflitta da depressioni e tormenti e soprattutto da una inconsolabile solitudine. Addirittura in «Le psychanaliste», si parla di un parziale tentativo di ristabilire un ordine, di fornire una legge che dirima i dubbi, le incoerenze ai quali non sappiamo rispondere. Non è credulità scientifica concedersi a qualcuno che getti luce sui drammi, quanto la possibilità di padroneggiare e nello stesso tempo di lasciare aperte,



esposte le possibilità multiple dell'esistenza. Cosa che d'altra parte conferma i presupposti e i limiti dell'esperienza psicoanalitica. Non c'è un'unica risposta quanto la chance di interpretare gli avvenimenti della propria vita da un'altra prospettiva. Viene da chiedersi se la psicoanalisi abbia come effetto lo spostamento del posto occupato nel mondo da un

uomo o una donna, spostamento talvolta impercettibile, talvolta irraggiungibile.

Ma perché il recensore insiste tanto sulla rappresentazione realista di Kaplan e sull'orizzontalità del romanzo? Crediamo di interpretare l'allusione pensando che dal punto di vista di chi cura e vede un paziente dopo l'altro ci sia la necessità di un'oriz-

zontalità, di un'equiparazione. E forse il punto centrale della pratica psicoanalitica è proprio la difformità con la quale paziente e terapeuta considerano le problematiche. Il nodo intorno al quale gira a fatica, seduta dopo seduta, qualche possibile miglioramento nelle relazioni con se stessi e con gli altri viene reso da Kaplan evitando l'aspetto fantasioso della fiction, forse per renderla meno tale e restituire la piana chiarezza. E nell'intersecarsi dei casi, per Simon Scop, e nel disagio della propria vita, per il paziente, che lo specchio del romanzo riflette paradigmaticamente su un fenomeno sociale, sulle sue dinamiche e sui suoi limiti. Che poi sono il panorama che abbiamo di fronte.

Magazine

Una «Gola» senza cibo distoglie i sensi o li appaga?

Quando la passione per il cibo fonde le sue specificità con le altre che interessano il corpo, il risultato è da sempre affascinante e curioso. Il gusto trasferisce - con un processo che è squisitamente psicoanalitico e riscontrabile diffusamente - l'oggetto del suo desiderio dal cibo ad altri aspetti ludico-erotici, come il corpo femminile. «Gola» nasce proprio con questo intento, almeno così pare sfogliando con attenzione il secondo numero della nuova rivista. Il periodico diretto da Rossana Illy Bettini da un'idea di Paolo Sacchetto, direttore artistico (semestrale, in vendita nelle librerie Feltrinelli e in alcuni ristoranti a centomila lire) è di grande formato, carta splendida, foto d'autore. Non è rilegato, quindi si sfoglia come un portfolio, in verità un po' scomodamente. In copertina un primissimo piano di Anna Gallena, le labbra sporcate da qualcosa che sembra yogurt, a tirare le debite associazioni fate voi. Di cibo in sé si parla poco: non sperate di trovarvi ricette e neppure consigli su quale tipo di riso sia meglio usare per il risotto;



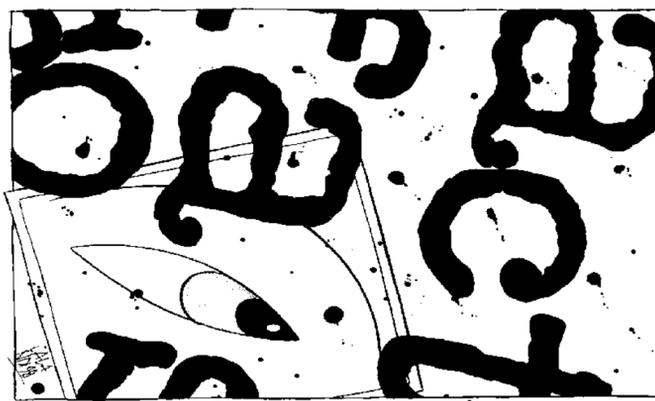
solo Fabrizio Mangoni vi concederà una piacevole dissertazione sulle origini nobili del babà. Per il resto, a parlare di cibo pensano le foto: quelle di Ferdinando Scianna, che ritrae lo sguardo vitreo delle razze e i manzi sventrati nelle macellerie, di Mimmo Jodice, che preferisce surreali zampe di gallina. Giordano Morganti sceglie, invece, modelle diafane e avvolte da veli, che occhieggiano tra i disegni di Aubrey Beardsley. Le firme sono autorevoli: Sanguineti, Iacono, Niola, Veca, Lombardi Satriani, che scrivono su argomenti che sfiorano tangenzialmente il cibo.

Mentre è prepotente il legame - lo dicevamo prima - tra cibo e erotismo (naturalmente di uomini ritratti nudi o svestiti neanche a parlarne). Una vecchia storia che tarda a morire e che comunque svia un possibile senso da dare a «Gola». Dice Sacchetto: «perché un prodotto deve sempre avere un senso?». E noi possiamo anche essere d'accordo. Ma allora se dobbiamo soddisfare i sensi e non il senso, facciamo fatica a cogliere l'appagamento di questi accostamenti e ci limitiamo allora a leggere gustosi articoli e ammirare belle immagini, ma senza provare a sommare i due fattori. Appartendiamo a quella schiera di donne e uomini che ancora si appagano mettendo in bocca fette di prosciutto e forchettate di spaghetti al dente. Ci fa sentire bene, ci rende felici, ci fa tornare bambini. E ci sazia.

Mo. Lu.

Réclame

di Maria Novella Oppo



Tim, Omnitel e Wind

Mille parole al vento nella guerra dei telefonini

Agosto di passione telefonica. Se da un lato le nostre vacanze sono state disturbate da un trillo continuo, anche la programmazione televisiva è stata percorsa in lungo e largo, di giorno e di notte dagli spot dei cellulari che si sono dati battaglia senza tregua per attirare l'attenzione dei pochi rimasti, tramortiti dal caldo e dalla noia, davanti al video. Eppure si direbbe che il mercato sia del tutto saturo e che non ci sia luogo o momento della vita che non sia stato violato da questo strumento di comunicazione subito diventato manifestazione dello spirito nazionale. E, quando si è diffusa la notizia che l'uso dei telefonini sarebbe stato proibito sulle imbarcazioni, nel giro di sole 24 ore il nostro po-

polo di navigatori è stato tranquillizzato dal ministero competente. Beati i tempi della poetica e silenziosa incomunicabilità. Ora gli italiani comunicano anche troppo e li vedi dappertutto che agitano le braccia come folli mulini a vento in preda a delirio telefonico. Si aggirano confessando ad alta voce qualsiasi cosa. Omnitel, Tim e Wind non sono marchi, sono il Verbo. E le loro avventure pubblicitarie sono il romanzo di questa estate di fine secolo scritto rispettivamente dalle agenzie Bassat Ogilvy e Mather, Fagan Reggio Del Bravo e ConquestMateria.

Il tormentone numero uno è stata Megan Gale, la creatura virtuale inventata per impersonare il desiderio e oscurare il fastidio

dei telefonini. Dopo quel primo arresto alla frontiera di un soldatesco Sud America e quella scollatura sudata, il sogno di una notte di mezza estate è stato l'incontro di gala con Alain Delon. Lei porta la maschera, ma ostenta la solita scollatura. Venezia fa da scenografia e il divo francese è quasi una patetica controfigura disé. Per dire che cosa? Niente.

Più simpatico Fiorello, che ha portato il cane Infostarda al sole dei tropici per darsi da fare con le bellezze locali. Antipaticissimo poi il testimonial Wind (Massimo Wertmuller), che già nei primi episodi della serie televisiva mostrava di che pasta era fatto trattando male una povera vecchietta. D'estate ha dato passaggi a belle autostoppiste sole, di sicu-

ro con qualche intenzione molesta. Tanto per essere originali, le ragazze che chiedevano un passaggio erano una modella bionda e una bruna, come le vallette al Festival di Sanremo. Ed è facile che le rivedremo negli sviluppi della serie. Giusto come la Camilla di Tim, nata, non si sa come, dalla simpatica mucca che bloccava i binari e che si chiama, pare, Timida perché è l'unica italiana che si vergogna di parlare col telefonino. Camilla, invece, nella vita si chiama Cristiane Filangeri ed è stata pensata come anti-Megan perché non è una diva capace di agitare i sogni di nessuno, ma una tranquilla fidanzatina, di quelle che, quando si attaccano al telefono, sono capaci di polverizzare il bilancio familiare.

Ma l'estate è stata combattuta anche sul fronte della pubblicità politica da proibire o da regolare, mentre il presidente della commissione di vigilanza Storace, in caso di divieto di spot, consigliava di fare propaganda per telefono. Tanto per aggiungere un altro obolo alle povere compagnie telefoniche, che si sono svenate per comprare gli spazi televisivi e farci conoscere quali e quanti vantaggi possiamo avere con Tim, Omnitel e Wind. Pensate che solo Wind ha investito tra giugno e agosto 45 miliardi in pubblicità. Mentre non sappiamo quale sia stato il cachet di Megan Gale per interpretare il suo difficile ruolo negli spot e per apparire come la Madonna pellegrina in ogni angolo dell'estate Vip, puntualmente segnalato dalla stampa nazionale.

I soldi, si sa, non sono tutto, ma aiutano a pagare le bollette.

Mappamondo

Atmosfere lugubri per le celebrazioni del grande «Hitch»

ALBERTO NERAZZINI

È l'ultimo anno del secolo, del Millennio, quello dell'eclisse e della fine del mondo (per fortuna, solo per Nostradamus). In questo 1999 ne abbiamo viste e sentite di ogni genere, in una continua e sterile bagarre destinata a proseguire fino ai botti di Capodanno. E in un clima di euforia collettiva, di cabale e gadget fluorescenti, anche il centenario della nascita di Alfred Hitchcock acquista un sapore particolare, per certi versi drammatico: celebrando il Maestro, si filosofeggia sul cinema, la settimana arte cresciuta accanto al secolo che volge al termine.

Tra manifestazioni, retrospettive e omaggi vari, alla televisione e nei festival, c'è il ricordo dei «Cahiers du Cinema», il mensile francese fondato nell'aprile del 1951. Nelle stagioni più effervescenti, sulle pagine dei «Cahiers» firmavano Claude Chabrol, Jean-Luc Godard, Eric Rohmer, Jacques Rivette, François Truffaut, critici ancor prima che registi. Oggi questa storica rivista dedica il numero doppio dell'estate al «maestro del brivido». Ed è un'operazione ben fatta e sincera, visto che proprio una delle prime battaglie critiche la intraprese Godard sui «Cahiers», in difesa di Hitchcock, scontrandosi apertamente con Bazin che all'autore di «La finestra sul cortile» anteponeva Huston. Un dossier di quindici pagine, «Le siècle Hitchcock», che comprende un ritratto introduttivo dell'artista, firmato anche dal direttore Serge Toubiana, alcune testimonianze del regista pubblicate negli anni Trenta dal settimanale inglese «Film Weekly» e il testo integrale della conferenza tenuta da Hitch il 30 marzo 1939 al Radio City Music Hall di New York. Fu quella la prima «elezione americana» del Maestro: rileggendo oggi le dissertazioni sul melodramma, sullo sviluppo del plot, sul suspense obiettivo e soggettivo, colpisce come già allora avesse teorizzato il cinema dei suoi capolavori futuri. I «Cahiers» propongono infine un estratto dell'intervista che Peter Bogdanovich fece a Hitchcock nel 1966. Ma le celebrazioni proseguono: a New York il Moma, ha realizzato un programma interattivo per portare il pubblico virtualmente sul set del film e una mostra con foto di famiglia. A Londra, grande retrospettiva al National Film Theatre e appuntamento per ricchi feticisti il 12 settembre da Christie's, dove andranno all'incanto le locandine originali dei capolavori di Hitch, nato il 13 agosto di cent'anni fa in un sobborgo della capitale inglese.



GARE • BILANCI • ASTE • APPALTI

LA LEGGE È UGUALE PER TUTTI.

(SU L'UNITÀ PERÒ COSTA MENO)

Se la pubblicità è un obbligo per legge, il risparmio è un diritto. Con l'Unità potete acquistare spazi per gare, bilanci, aste ed appalti (legge n°67/87 e D.L.vo n°402 del 20/10/98) ad un prezzo decisamente promozionale, certi di essere letti dalle persone che contano. Il prestigio di una grande visibilità alla portata di tutti gli Enti e Ministeri.

Per informazioni e preventivi telefonare allo 06 • 69996414 o allo 02 • 80232239

Quotidiano di politica, economia e cultura
l'Unità

Quotidiano di politica, economia e cultura

