



Tre saggi di Focillon Così l'arte giapponese conquistò la Francia in piena età coloniale

Nascere nel 1881 in Francia e occuparsi d'arte implica una fatalità: trovarsi ad abbattere i muri ideologici per cui l'estetica europea è superiore all'asiatica. È così che Henri Focillon ha interpretato la sua epoca nel modo più puro, aprendosi alle suggestioni orientali. Siamo a un passo dalla destrutturazione della forma e il giovane studioso, figlio di un incisore e della Francia profonda delle cattedrali, si ritrova a dare un nuovo corso alla storia dell'arte. In piena epoca coloniale com-

prende che i popoli dell'Oriente, pur sottoposti, stavano esercitando una forte influenza sulla nostra civiltà. Due tra i più grandi studiosi d'arte del '900, André Chastel e Juris Baltrusaitis, devono molto a questo filologo con la passione per il buddismo e la vocazione per il Medioevo. In pieno furore positivista, Focillon spiegò che alcuni tra i frutti migliori della pittura e dell'architettura sono figli della teologia. Ora esce per la prima volta in Italia un suo

saggio sull'arte giapponese (*Il genio giapponese*, Medusa, pp. 144, euro 18,50), in cui spiega il senso di un «lungo omaggio agli dèi dell'Asia» che dalle sculture preistoriche arriva fino ai dipinti vibranti di Hokusai. E in quel senso del bello, fatto di prospettive aeree, concessioni al vuoto e purezza delle linee, ritrova un senso profondo. Dal panteismo delle origini al *panta rei* buddista, passando per l'etica marziale dell'aristocrazia. CLAUDIA GUALDANA

MARKETING FELTRINELLI

Le frasette di Baricco in stile Baci Peccato manchi il cioccolatino...

Per lanciare la nuova pièce «Smith & Wesson» dello scrittore torinese l'editore usa mini-frammenti da spedire e condividere. Come se il libro fosse un dolcetto

GIUSEPPE POLLICELLI

LaEffe, il canale televisivo della Feltrinelli visibile sia tramite satellite sia sul digitale terrestre (canale 50), non se la passa per niente bene. I dati più recenti riferiscono che la rete, caratterizzata da un palinsesto spiccatamente culturale, seguita a totalizzare in prima serata un avvilente 0,20 per cento di ascolto medio, un risultato molto lontano dalle aspettative minime dell'editore milanese, storico punto di riferimento del progressismo italiano. Si potrebbe commentare in tanti modi una simile performance, ma attualmente la cosa più giusta è definirla una figura da cioccolatai.

Per un preciso motivo: la Feltrinelli, pur nelle tradizionali vesti di editrice di libri, sembra intenzionata a mettersi in diretta concorrenza con il prodotto di punta della Perugina. Sì, proprio con i Baci, i celeberrimi cioccolatini alla nocciola rivestiti di una carta argentata sotto la quale è custodito un foglietto semitrasparente con impresso un qualche motto, per lo più di argomento amoroso. La formidabile trovata dei messaggi - e veniamo così al punto - è infatti, con ogni evidenza, alla base della campagna di lancio dell'ultimo parto letterario di **Alessandro Baricco**, lo scrittore *charmant*, nonché valente musicologo, che è da alcuni anni una delle punte di diamante del ricco catalogo feltrinelliano. L'innovativa strategia dell'ufficio marketing della Feltrinelli - che in fondo mixa sapientemente gola e letteratura, come oggi va molto di moda - la si può apprezzare visitando il sito baricco.feltrinelli.it, dove è presente un florilegio di succinte frasi tratte da *Smith & Wesson*, breve testo teatrale ambientato nel 1902 in cui Baricco racconta la storia di una giovane giornalista che si fa aiutare da due tipi (gli immaginari Smith e Wesson del titolo, nulla a che spartire con i fondatori dell'omonima azienda di armi) nella realizzazione di una folle impresa: buttarsi dalle cascate del Niagara dentro una botte di birra.

Proprio come se la breve *pièce* baricchiana fosse una gustosa scatola di cioccolatini, chi lo desidera può sceglierne alcuni frammenti (preselezionati dalla stessa Feltrinelli) che svolgono giustappunto la funzione dei foglietti dei Baci Perugina. Quei foglietti che uno, dopo aver letto l'aforisma, può regalare al proprio partner, se ce l'ha, o a chi altri preferisce. Dunque, con la medesima soddisfazione con cui - degustando la perfetta combinazione di cacao e nocciola rappresentata da un Bacio - si scorrono le righe di una massima di La Rochefoucauld o di Pascal, i molti estimatori di Baricco possono bearsi di alcune perle provenienti dal più recente libro del loro beniamino, che magari non



Lo scrittore Alessandro Baricco (1958), noto anche come presentatore televisivo [Ansa]

hanno ancora neppure sfogliato.

Non solo: come raccomanda la pubblicità a tutta pagina di *Smith & Wesson* apparsa nei giorni scorsi sui giornali, tramite il sito possono anche spedirle e dividerle, queste perle. Ne riportiamo a nostra volta alcune, per il piacere di chi ci legge: «Questo strano bisogno di correggere le piccole imperfezioni, quando ormai è tardi per fermare l'enormità di un destino sbagliato»; «Il tempo diventa strano, in quei momenti, e c'è una sorta di eternità in ogni dettaglio»; «Tanti saltano nello stesso modo via dalla loro vita, oltre se stessi, rischiando tutto per sentirsi davvero vivi»; «Sono qui perché se mi arrendo questa volta mi arrenderò tutta la vita»; «La miseria è un'invenzione degli uomini e la grandezza il normale andazzo del mondo. E poi quella che, per verità e profondità, è forse la migliore di tutte: «Se non c'è una foto, nessuno ci crederà».

Una cosa a cui è difficile credere è di sicuro la grave schizofrenia che pare aver colpito la Feltrinelli. Eppure essa è indiscutibilmente reale. Da una parte la scelta di allestire un canale televisivo con contenuti talmente ostici ed elitari - dai monologhi di Marco Paolini agli approfondimenti di Gad Lerner passando per i film di Louis Malle - da realizzare ascolti degni di un'emittente locale. Dall'altra la decisione di promuovere il nuovo libro di un proprio autore di primo piano trattando quella che è pur sempre un'opera letteraria alla stregua di una confezione di dolciumi. Forse sarà il caso di cercare un punto di equilibrio, e di farlo piuttosto in fretta. Anche perché gli adagi di Baricco, rispetto a quelli ospitati dai Baci, hanno un limite bello grosso: sono privi del cioccolatino, e a lungo andare la faccenda rischia di risultare fastidiosa anche per i fan più accaniti del ricioluto Alessandro.

Satira feroce

La fame di fama della serie di mostri prodotti dalla tv

PAOLO BIANCHI

Nicola Presci, il protagonista dell'ultimo romanzo di **Federico Baccone Duchesne**, *Peep show* (Marsilio, pp. 366, euro 18,50), è il classico miracolato dalla tv. È stato, infatti, il vincitore di un'edizione del *Grande Fratello*, trovandosi all'improvviso a godere degli immeritati benefici della celebrità. Peccato che non sappia fare nulla e che si sia cullato a lungo sugli allori, confidando nelle capacità del suo scaltro agente, Silvano, uno squallido che nuota perfettamente nelle acque torbide dello show business.

Sono passati quattro anni dal suo momento sulla ribalta, e Nicola è ormai scivolato nel cono d'ombra. In alternativa alle telepromozioni di box doccia per anziani, o alle inaugurazioni di centri commerciali periferici, che rifiuta ritenendole indegne delle sue capacità, è costretto a fare l'autista di limousine a Milano. Dunque scarrozza le vere celebrità, accontentandosi di vivere nel riflesso della loro luce. Grazie a questo espediente narrativo, Baccone si addentra nel terreno della satira, offrendo ai lettori uno sguardo sarcastico su personaggi noti, come i cantanti Laura Pausini e Tiziano Ferro, lo scrittore Alessandro Baricco e persino una sbalorditiva Rosy Bindi, impegnata a riciclarsi come una paladina del sesso.

I registri del romanzo sono perciò due: uno decisamente comico, graffiante, intenzionato a prendersi gioco della società dello spettacolo, con tutte le sue imbarazzanti nevrosi. L'arrivismo, il narcisismo, il cinismo e l'ipocrisia si affacciano in ogni pagina, in ciascuno dei dialoghi curati con sorprendente precisione ed efficacia (non a caso l'autore è anche uno sceneggiatore di livello). Il secondo registro è invece quello drammatico, e riguarda la discesa inesorabile di Nicola verso un abisso di disperazione, e insieme a lui quella di Camilla, sua collega di reality. Parafrasando un aforisma di Oliver Stone sul denaro, si potrebbe dire qui che «aver avuto la fama e averla persa è peggio che non averla mai avuta».

Come in un diabolico gioco di specchi, sembra che tutti, perfino i personaggi minori, tendano smodatamente verso una qualche notorietà, quasi fosse un ideale ultimo dell'esistenza. Nicola arancia per riconquistare le posizioni perdute, e al diavolo la dignità. Ma non è solo quella, che perde. Gradatamente, si lascia alle spalle anche il senso della realtà. Indifferente ai richiami del suo manager, che lo esorta a «guardare in faccia la realtà», lui esclama: «A me tutta questa realtà m'ammazza. Togliamela la realtà, Silvano, togliamela. Lasciamene un pochino se credi che non se ne possa fare a meno, ma in linea di massima non voglio realtà, non ne voglio». Suo malgrado, Nicola sarà costretto a farci i conti, e non gli piacerà per niente.

Eppure, in fondo, nella torbida cacofonia dei media, dove realtà, verità e dignità non si sa più dove stiano, c'è pur sempre posto per gli opportunisti. Silvano *disce*: «Ma, credimi, non è un problema, se non sai fare niente, se non hai uno straccio di talento non è un problema, a noi sta bene così. Qualche garbuglio si troverà. Il talento è soltanto uno dei tanti modi per arrivare al successo, nemmeno il più efficace». Ecco perché un libro così ci offre uno squarcio allo stesso tempo divertito e feroce sulla follia dei nostri tempi.

