

Tecniche delle conversazioni

Il trauma, l'oggetto, la parola

Anno VII – Numero 2 – dicembre 2022

Direzione

Rita Erica Fioravanzo, Giorgio Maffi, Rodolfo Sabbadini

Comitato di consulenza editoriale

Andrzej Zuczkowski, Giampaolo Lai

Mariapia Bobbioni, Giorgio Landoni, Gianfranco Paci

Comitato di consulenza scientifica

Antonino Minervino, Roberto Sala, Patrizia Vetuli, Alessandra Frati
Giuliana Andò, Giorgio Cesati Cassin, Marco Piccinelli, Attilio Giuliani
Maria Zirilli, Azalen Tomaselli, Elvira Goglia, Flora Vitagliano Caracciolo
Antonio Mariconti

Indirizzo

Accademia delle Tecniche Conversazionali
via Camperio, 9 – 20123 Milano (Italia)
www.tecnicheconversazionali.it



Classificazione Decimale Dewey:

616.891405 (23.) DISTURBI PSICHICI. PSICOTERAPIA. Pubblicazioni in serie

L'Accademia delle Tecniche Conversazionali è sorta come luogo di incontro per favorire lo studio e la ricerca, in modi civili e felici, delle tecniche messe in gioco negli scambi conversazionali, siano essi terapeutici, professionali, o privati. La sua rivista, attiva fin dal 1989, ha iniziato dal 2016 un nuovo percorso, con un nuovo nome, una nuova numerazione, una nuova veste, cartacea. Con il nuovo nome, *Tecniche delle conversazioni*, abbiamo inteso dare al titolo un tono più discorsivo, più familiare, per sottolineare il nostro interesse nei riguardi di tutti gli ambiti di conversazione, anche se quello terapeutico rimane il principale. Quanto al sottotitolo, *Il trauma, l'oggetto, la parola*, sta a indicare la nostra scelta di una visione non più antropocentrica, bensì cosmologica, del mondo, nella quale riconosciamo agli oggetti che incontriamo, nella veglia o nel sogno, un'esistenza autonoma, diversa dalle nostre proiezioni, e diamo maggior peso in tal modo al concetto di trauma.



©

ISBN
979-12-218-0707-3

PRIMA EDIZIONE
ROMA 22 DICEMBRE 2022

Indice

- 7 Editoriale
La Direzione

Parte I **Chiacchiere in giro**

- 13 Cultura visiva digitale e femminismo iconico
Natascia Micheli
- 23 Sassifraga
Giampaolo Lai
- 33 L'integrazione della vaghezza
Giorgio Maffi
- 39 Una veste di campanellini (ultima parte)
Laura Darsié

Parte II **Resoconti tecnici**

- 51 Il distacco
Giampaolo Lai

- 61 La scelta
Serenella Salomoni
- 69 Discussione sul testo “La scelta”
Giampaolo Lai
- 81 No sex, no touch
Giampaolo Lai
- 89 Discussione sul testo “No sex, no touch”
Giampaolo Lai
- 105 Lo compro o non lo compro?
Pietro Vigorelli
- 111 Discussione sul testo “Lo compro o non lo compro?”
Pietro Vigorelli

Parte III
In cerca di teatro

- 125 Chi uccide Boris Godunov?
Giorgio Maffi

Parte V
Recensioni

- 135 Recensione a *The Beast in The Jungle* di Henry James
Giampaolo Lai
- 141 Recensione a *The Jolly Corner* di Henry James
Giampaolo Lai
- 153 Recensione a *The Jolly Corner* di Henry James
Giorgio Maffi
- 159 *Autori*

Editoriale

Cari lettori, care lettrici, questo numero della Rivista Tecniche delle conversazioni esce orfano della sua Direttrice, la dottoressa Pierrette Lavanchy, medico psicoanalista, Presidente dell'Accademia delle Tecniche Conversazionali, autrice di opere antesignane, sia nel campo della clinica, come *Il corpo in fame*⁽¹⁾, che poneva sotto una luce all'epoca del tutto innovativa il rapporto fra i disturbi del comportamento alimentare e le tematiche di genere e di ciò che oggi abbiamo imparato a chiamare *body shaming*, sia nell'individuare non convenzionali connessioni fra psicoanalisi e arte, letteratura, storia, come in *La Pietà fiorentina di Michelangelo tra iconografia e psicoanalisi*⁽²⁾ o in *Gide e il ritorno del figliol prodigo*⁽³⁾ e molti altri scritti.

Pierrette non cammina più su questa Terra con noi dal 2 dicembre 2022 ma tutta la Redazione della Rivista e tutta l'Accademia delle Tecniche Conversazionali procede nella via che lei ci ha tracciato e nel lascito di impegno culturale, clinico, metodologico e divulgativo che Pierrette ha per decenni incarnato.

Oggi è molto attuale parlare di *gender equity*, di *glass ceiling breakers*, di esempi di successo femminile: ecco, Pierrette è stata, sotto gli occhi

(1) Lavanchy, Pierrette, *Il corpo in fame*, Rizzoli 1994.

(2) Atti del VII Colloquio sull'Interpretazione, a cura di Giuseppe Galli, Marietti, Torino 1986.

(3) Atti del VIII Colloquio sull'Interpretazione, a cura di Giuseppe Galli, Marietti, Genova 1987.

di tutti noi che abbiamo avuto la grande gioia di conoscerla, un esempio straordinario di come abbia saputo coniugare la sua squisita femminilità, eleganza, raffinatezza di modi, con la fermezza delle sue idee, valori, convinzioni e l'acume pungente e perspicace della sua brillante intelligenza.

Oggi si discute spesso di multiculturalismo e intercultura nei dibattiti su come poter far convivere e interconnettere positivamente le differenti culture che sempre più popolano le nostre attuali società: ecco, Pierrette ha rappresentato anche la capacità di coniugare in ogni suo gesto, in ogni sua espressione, la cultura francofona della sua nascita con la cultura italiana della sua adozione professionale. Ha mitigato la presapochezza che ogni tanto affligge la nostra italianità con la sua francesissima cura del dettaglio, tensione verso il bello, ricerca della perfezione e impegno al rigore in ogni azione, ma ha anche colorato la sua nativa elvetico-francesità di ludica gioiosità italiana, di fantasia creativa, di calorosa accoglienza verso chi le si avvicinava.

Sì, siamo rimasti orfani, ma per onorare la nostra Direttrice, la nostra collega, la nostra amica, vogliamo esserlo al modo di Oliver Twist, capace di ribellarsi alla tristezza e di trovare sulla sua strada le persone che lo sosterranno e lo aiuteranno nel suo percorso.

Con tale spirito il nostro comitato direttivo proseguirà il mandato lasciatoci da Pierrette affinché ai 34 anni compiuti da questa bellissima Rivista possano aggiungersene altri e altri ancora con l'aiuto di voi lettori, nostri prodighi e benevoli 'Mr. Brownlow'.

In questo numero della Rivista troverete le consuete rubriche. Ci sarà *Chiacchiere in giro* che contiene vari contributi: dalla immagine della donna nelle reti sociali di comunicazione (Natascia Micheli) all'intreccio di fiaba, mito, filosofia e psicanalisi (Laura Darsié), dall'analisi linguistica e stilistica di un drammatico libro autobiografico (Giampaolo Lai) a una nota in tema di disidentità (Giorgio Maffi). In *Resoconti tecnici*, che rimane, per l'immediata rilevanza clinica, il corpo centrale della rivista, leggerete le trascrizioni di quattro sedute terapeutiche - condotte da Serenella Salomoni, Giampaolo Lai, Pietro Vigorelli - tre delle quali sono accompagnate dalla discussione che si è svolta, a distanza, ai Seminari del lunedì, organizzati da Raffaella Penna. Questa iniziativa dell'Accademia delle Tecniche Conversazionali è al suo terzo anno di incontri ed è un momento fondamentale di confronto fra terapeuti di vari orientamenti volti ad approfondire argomenti tecnici e

clinici secondo la prospettiva del conversazionalismo. *In cerca di teatro* contiene una riflessione di Giorgio Maffi sul *Boris Godunov* di Musorgskij diretto da Riccardo Chailly, andato in scena alla Scala in occasione dell'inaugurazione della Stagione operistica. La Rubrica *Recensioni* sarà dedicata alle riflessioni di Giampaolo Lai e Giorgio Maffi su due diverse opere di Henry James. Come nell'opera lirica così nei due racconti viene messo in risalto il fenomeno dello slittamento d'anima da tempo analizzato dal conversazionalismo in ambito clinico.

Sono anche arrivati alla Rivista alcuni contributi in memoria di Pierrette Lavanchy che verranno pubblicati prossimamente così come gli altri che via via potranno giungere.

A Pierrette infine dedichiamo questo volume e tutti i volumi che verranno e le offriamo i versi che Hölderlin scrisse a Diotima, non per celebrarne la perdita, bensì per celebrarla nella perdita.

Sempre li piange il cuore quanto dura
 l'anno del lutto giorno dopo giorno
 riconsigliato dalle prime stelle,
 e il compianto di morte non riposa.
 Ma il tempo sana. E gli Dei sono forti,
 veloci. La Natura non rivendica
 già l'antico diritto suo di gioia?
 Prima che affondi, amata, il nostro tumulo,
 ecco è avvenuto. Il mio canto mortale
 scorge il giorno che prossima ti nomini
 agli Dei, con gli Eroi: il giorno che ti eguaglia⁽⁴⁾.

La Direzione
 Milano, 16 marzo 2023

(4) Hölderlin, F., *Diotima* in *Liriche*, traduzione di Enzo Mandruzzato, Adelphi 1977.

PARTE I

CHIACCHIERE IN GIRO

Cultura visiva digitale e femminismo iconico

NATASCIA MICHELI

1. Introduzione

Il 2 febbraio 2022 Mauro Ferraresi⁽¹⁾ ha tenuto una lezione alla Scuola di Dottorato di Ricerca, Università di Milano Bicocca, come contributo n. 4 del corso interdisciplinare *Reading the world through gendered lens: a methodological reflection*.

La parola chiave per introdurre la riflessione in oggetto è “rappresentazione”, concetto poi declinato nella forma particolare di “rappresentazione iconica digitale”.

La cultura contemporanea viene definita “cultura visiva digitale” e nella cornice dei *gender studies* si evidenzia il tema del femminismo iconico e mediatico.

Il punto di partenza è nella relazione tra “rappresentazione e realtà” ovvero l’assunto di base della lezione di Mauro Ferraresi riferisce che *la rappresentazione è reale e partecipa alla costruzione della realtà stessa*. La cultura contemporanea è sostanzialmente una cultura visiva e la rappresentazione costruisce e condiziona la vita reale delle persone (Lynch, 1960). La rappresentazione iconica digitale pervade la realtà contemporanea, dalla letteratura alla filmografia, dagli spot pubblicitari alle serie

(1) Mauro Ferraresi è professore associato di Sociologia della Comunicazione presso il Dipartimento di Comunicazione, arti e media “Giampaolo Fabris” dell’Università IULM di Milano.

TV, dai siti web ai social network e così via. In tale contesto, visuale e digitale, l'analisi delle rappresentazioni di genere è fondamentale per introdurre alla comprensione di alcuni elementi relazionali nell'era dei nuovi media (Mastrantonio, 2018), ovvero la rappresentazione di genere porta a conseguenze sociali e influenza le abitudini, i costumi e i comportamenti dell'essere umano.

2. Letteratura e mancanze

Il tema centrale della riflessione è la rappresentazione iconica del femminismo che viene presentata come fenomeno per comprendere il femminismo stesso dell'età digitale. Ma la letteratura su questo argomento presenta notevoli mancanze. Un esempio significativo si ritrova in una pubblicazione del 2014 da parte dell'UNESCO dal titolo *Media and gender: A scholarly agenda for the Global Alliance on Media and Gender*. In questo importante studio viene completamente tralasciata qualsiasi riflessione dedicata alla rappresentazione visiva di genere. Tale omissione rappresenta un grave *vulnus* nell'analisi della rappresentazione delle donne nei media e nei nuovi media. Tuttavia è possibile considerare brevemente un altro autorevole documento che riporta alcune importanti riflessioni. Nella *Quarta conferenza mondiale delle Nazioni Unite sulle donne* (Pechino, 1995)⁽²⁾ si sostiene quanto segue:

La continua proiezione di immagini negative e degradanti delle donne nelle comunicazioni mediatiche – elettroniche, cartacee, visive e audio – deve essere cambiata. La stampa e i media elettronici nella maggior parte dei paesi non forniscono un quadro equilibrato delle diverse vite delle donne e dei loro contributi alla società in un mondo che

(2) La Conferenza di Pechino è stata la quarta di una serie di conferenze mondiali sulle donne organizzate dalle Nazioni Unite, e ha rappresentato la conclusione di un lungo processo preparatorio, internazionale e regionale. È il testo politico più rilevante e tuttora più consultato dalle donne di tutto il mondo. Alla Conferenza dei governi hanno partecipato 5.307 delegate e delegati ufficiali, e 3.824 rappresentanti delle ONG. Erano inoltre presenti 3.200 operatori dei media e 4.041 giornalisti provenienti da 124 paesi. Di questi, 841 erano cinesi, 1.468 provenivano da 18 paesi asiatici, 1.210 dall'Europa e dall'Australia, 268 dall'Africa, 134 dai paesi del Medio Oriente e 829 dagli Stati Uniti e dal Canada. Contemporaneamente, al Forum delle ONG di Huairou partecipavano 31.000 donne, rappresentanti di più di 2.000 organizzazioni di 200 diversi paesi.

cambia. Inoltre, prodotti mediatici violenti e degradanti o pornografici influenzano negativamente le donne e la loro partecipazione alla società. La programmazione che rafforza i ruoli tradizionali delle donne può essere altrettanto limitante. La tendenza mondiale verso il consumismo ha creato un clima in cui la pubblicità e i messaggi commerciali spesso ritraggono le donne principalmente come consumatori e si rivolgono a ragazze e donne di tutte le età in modo inappropriato.

L'aggettivo "degradante" si ripete per due volte in poche righe e riporta al significato di umiliazione e mortificazione delle donne attraverso la rappresentazione di contenuti mediatici violenti e pornografici.

3. Che cos'è il femminismo iconico

Occorre definire cosa sia il femminismo iconico e soprattutto come siano cambiati i destinatari della comunicazione nei nuovi media del mondo digitale. Non siamo più soltanto pubblico ma siamo pubblico in rete, in continua comunicazione interattiva. Oggi è possibile affermare di vivere in una società di auto-comunicazione intensiva di massa.

Seguendo la fondamentale tripartizione dei segni di Charles Sanders Peirce, l'*icona* assomiglia o imita il suo oggetto in quanto possiede alcune delle sue qualità. Perciò il concetto di *femminismo iconico* introduce da un lato l'utilizzo di immagini e di video per comunicare e sostenere le ragioni del femminismo nello spazio digitale, dall'altro lato, però, l'*icona* femminile è parte di un segno tripartito che ha bisogno di *indice* e *simbolo* per essere copiato e inteso. Da qui le possibili carenze e problemi di un movimento culturale e civile che si basa sull'iconicità. La lezione continua non soffermandosi sul femminismo iconico ma prendendo in considerazione lo spazio digitale nel quale esso si esprime attraverso alcuni scenari e metafore di pubblico in rete.

4. Quattro scenari di *networked publics*

Seguendo Van Dijk (2020), il mondo digitale può essere suddiviso in quattro scenari o quattro aree: (1) UGC, *User Generated Content* (come YouTube, Flickr, Wikipedia); (2) SNS, *Social Network Sites* (come Facebook, LinkedIn, Google+, ecc.); (3) TMS, siti di commercio

e marketing (come Amazon, Ebay, Groupon); (4) PGS, siti di gioco (come Farmville, Angrybirds, ecc.).

Nei quattro scenari digitali cambia il concetto di pubblico e la realtà stessa di pubblico che non è più passivo ma è pubblico in rete (Dannah Boyd, 2010). Il pubblico è partecipato e sostanziato, vivo, dinamico e in grado di interagire. In questo senso è appropriata la definizione di *networked publics*: si passa dalla semplice audience al pubblico in rete. Proprio per questo oggi si parla di un processo di comunicazione che va da *broadcasting* al *socialcasting*⁽³⁾ dove una comunità di persone decide autonomamente la circolazione di un contenuto.

Il pubblico in rete presenta il seguente profilo: persistenza dei dati digitali; replicabilità dei contenuti senza distinzione originale/copia; scalabilità (possibilità di raggiungere grandi platee); ricercabilità di dati e di contenuti sul web. Il pubblico in rete porta all'individualismo in rete, ovvero all'idea che nelle società avanzate le persone lavorano come individui connessi e non come membri integrati di un gruppo.

Con la *Networked Sociability*, il social networking prende forma nelle comunità virtuali che non sono veri e propri gruppi ma relazioni momentanee, effimere, localizzate e non stabili. Infine abbiamo la *Networked Society* (Van Dijk, 2020), cioè i media e le reti sociali che determinano la struttura organizzativa dell'intera società.

Per questo è possibile affermare che viviamo in una società di auto-comunicazione di massa (Castells, 2014) dove il pubblico in rete si può rappresentare attraverso tre metafore.

4.1. *Monkeys*

Andrew Keen⁽⁴⁾, ex imprenditore del web 2.0, introduce l'idea di "democrazia radicale" applicata al mondo dei media e delle istituzioni

(3) *Broadcasting*: trasmissione da uno a molti (processo tecnologico e culturale come la televisione). *Narrowcasting*: trasmissione da pochi a pochi (veicola contenuti specifici come la trasmissione via internet). *Webcasting*: trasmissione attraverso reti digitali. *Datacasting*: servizi per la trasmissione di dati.

(4) Londinese di nascita, ma da anni residente negli Stati Uniti, Andrew Keen si è avvicinato alla digital economy negli anni '90 e oggi è considerato uno dei più controversi e brillanti osservatori della società del terzo millennio. Le sue critiche nei confronti di Internet, in particolare della nuova dimensione del social web, sono state esposte in saggi diventati bestseller internazionali, come *The Cult of the Amateur* (tradotto in Italia con il titolo *Dilettanti 2.0*) e *Digital Vertigo* ("Vertigine digitale").

culturali e fondata sui principi di uguaglianza, trasparenza, partecipazione. Tuttavia i pubblici in rete vengono presentati attraverso la metafora delle *scimmie* che non hanno abbastanza consapevolezza di quello che fanno, leggono, visualizzano e postano. Gli esperti sono stati sostituiti da esperti improvvisati e si sperimenta la fine degli intermediari culturali e soprattutto la fine dell'idea di cultura intesa come approfondimento. Per esempio, il *citizen journalism*⁽⁵⁾ può essere un pericolo per il giornalismo tradizionale e per la trasmissione delle notizie. Il processo sociale che guida lo sviluppo dell'ideologia amatoriale è l'incompetenza: scimmie incompetenti come produttori culturali improvvisati.

4.2. *Lemming*

Fabio Metitieri, giornalista e saggista italiano, esperto di informatica e comunicazione in rete, propone la metafora dei *lemming*⁽⁶⁾, roditori che seguono ciecamente il lemming alfa fin dentro il crepaccio mortale, trovando così una fine senza una ragione. La metafora del lemming spiega l'assenza completa di strumenti e competenze per la valutazione delle informazioni sul web, incompetenza che crea una corsa verso l'abisso.

4.3. *Hive*

Infine, Jaron Lanier⁽⁷⁾ usa la metafora della mente alveare per definire un mondo digitale in cui gli individui tendono a perdere la loro identità, o ad avere false identità. Nell'alveare ognuno lavora, anche faticosamente, ma senza avere il senso preciso di quello che sta facendo: si è solo parte di un'intelligenza collettiva.

(5) Giornalismo partecipativo o collaborativo, termine con cui si indica una forma di giornalismo con la "partecipazione attiva" dei lettori, possibile grazie alla natura interattiva dei nuovi media e alla possibilità di collaborazione tra moltitudini offerta da Internet.

(6) I lemming sono piccoli roditori artici, il cui habitat è normalmente la tundra. Sono simili alle arvicole ed ai topi muschiati, nella famiglia che include anche ratti, topi, criceti e gerbilli.

(7) Jaron Lanier è un informatico, compositore e saggista statunitense, noto per aver reso popolare la locuzione *virtual reality* (realtà virtuale). Nato a New York da una famiglia di emigrati europei ha fondato la Virtual Programming Languages (VPL Research).