

VALENTINO CECCHETTI, *Generi della letteratura popolare. Feuilleton, fascicoli e fotoromanzi in Italia dal 1870 ad oggi*, prefazione di Franco Pezzini, Latina, Tunué, 2011, XIV, 414 p., ill., ISBN 978-88-971651-3-2 (Lapilli. Culture 24), 19,90 €.

• I saggi raccolti nel volume ricostruiscono, sulla base di una tradizione di studi critici fioriti in Italia a partire dagli anni settanta del Novecento, l'ampio panorama della letteratura cosiddetta «popolare», dando conto di questa forma specifica di produzione letteraria che si colloca, piuttosto, come altra e diversa rispetto alla cultura alta e che da questa si distingue per una molteplicità di caratteri peculiari. A definire una simile produzione sia testuale sia editoriale Cecchetti si avvale anche dell'etichetta di «paraletteratura», intendendo con ciò delineare i confini di uno spazio che trae la sua ragione d'essere nel particolare dialogo con il fruitore designato dell'opera, cioè quel pubblico di lettori appena giunto alla ribalta dell'alfabetizzazione e desideroso di trovare nelle opere narrative un passatempo.

Al di là delle distinzioni critiche, su cui molto hanno riflettuto teorici della letteratura, la nascita del fenomeno si colloca dal punto di vista cronologico nel periodo delle grandi rivoluzioni socio-politiche che, a partire dagli ultimi decenni dell'Ottocento, hanno segnato la storia non solo a livello nazionale; agli importanti cambiamenti che si verificano sul piano sociale, urbanizzazione e nascita del nuovo ceto proletario tanto per citarne alcuni tra i più significativi, fa da pendant un eguale mutamento all'interno del panorama della produzione culturale. L'opera letteraria, da sempre considerata in riferimento al suo pubblico di lettori, deve ora fare i conti con la nascente società di massa e con nuovi gusti e richieste da soddisfare; tanto più che il pubblico dei lettori cresce notevolmente in concomitanza con un processo di alfabetizzazione che coinvolge le classi popolari, e le donne, lettori per molto tempo tenuti ai margini del mercato editoriale. Ciò che i nuovi fruitori affacciatisi sulla scena cercano nell'opera letteraria e nella sua materializzazione editoriale è quella componente ludica grazie alla quale trovare un momento di evasione, fatto di divertimento, dalla routine della quotidianità. Come scrive Cecchetti, si assiste ad «una vera e propria liberazione degli standard comunicativi dai modelli pedagogici dominanti» (p. 4-5), così che l'opera paraletteraria deve assolvere alla finalità del puro intrattenimento a scapito di quell'ottica focalizzata sulla formazione che aveva prevalso fino ad allora.

È proprio questa componente sociale e culturale a contribuire alla definizione dei caratteri dei nuovi generi ad ampia diffusione, attentamente esaminati da Lodovica Braidà e Mario Infelise in un recente

volume¹, e ad orientarne la produzione, dovendo il testo rispondere ad un preciso orizzonte di attesa del lettore, ad un determinato segmento del mercato editoriale. In questo legame di reciproca dipendenza che si viene a instaurare risiede l'adozione di particolari accorgimenti dell'organizzazione sia testuale che paratestuale delle opere, finalizzati ad ottenere ripetitività e semplificazione, accorgimenti che diventano peculiari del genere e fanno sì che i testi siano facilmente riconosciuti dal lettore. Tra i caratteri che definiscono l'identità del genere e contribuiscono all'agilità della fruizione rientra lo schema fisso della narrazione, articolata intorno ad una concezione antropologica di stampo manicheo, imperniata sulla divisione della società tra vittime e innocenti da una parte e dominatori dall'altra. Il lettore, che nella vita di tutti i giorni si trova ad affrontare problemi del tutto paragonabili a quelli di cui legge, sperimenta con l'atto di lettura lo scioglimento delle tensioni sociali prodotto dall'immane trionfo delle forze del bene e dalla condanna irreparabile dell'eroe negativo. Si tratta di quello che è stato definito «effetto consolatorio» (p. 11) del romanzo popolare, con particolare riferimento al romanzo poliziesco e al genere giallo. Tutto questo è reso possibile da un elevato grado di realismo tanto nella rappresentazione dei personaggi che nell'ambientazione delle storie, realismo che favorisce l'identificazione del lettore con il protagonista dell'opera.

Non va dimenticato che la letteratura cosiddetta «popolare», in quanto fenomeno caratterizzato da una larga diffusione editoriale, deve essere analizzata nell'ottica imprenditoriale di una società industrializzata. Pur da una prospettiva di metodo fortemente improntato alla ricerca socio-pedagogica, Cecchetti riesce a mostrare bene che i prodotti culturali diventano il perno di un'editoria di massa che necessita nella stessa misura di importanti investimenti e di una forte presa sul mercato, possibile solo mediante quella produzione che sappia rispondere ai gusti del pubblico e determinare così la propria fortuna. Il libro diventa qualcosa di assimilabile a qualunque altro prodotto, anche non culturale, in un processo di cui diviene parte integrante il ricorso ai più convenienti strumenti della diffusione editoriale: fascicoli, dispense, fotoromanzi, lungi dall'essere accostati alla più tradizionale forma del libro, riescono a soddisfare le esigenze di fruizione del pubblico. Quando il romanzo incontra il giornale, considerato un genere letterario a tutti gli effetti, nasce il romanzo d'appendice. La stampa quotidiana, insieme con i periodici, diventa infatti un canale privilegiato per la diffusione delle opere narrative a partire sin dal primo Ottocento, quando il libro è ancora considerato oggetto di valore, non a tutti accessibile. I romanzi d'appendice riscuotono un notevole successo nelle vendite; le storie vengono frantumate e snocciolate a puntate sui giornali, negli inserti o in fondo alle prime

¹ *Libri per tutti. Generi editoriali di larga circolazione tra antico regime ed età contemporanea*, a cura di Lodovica Braida e Mario Infelise, Torino, UTET libreria, 2010.

pagine, corredate di tutti quegli elementi atti a creare suspense e colpi di scena, funzionali a tenere vincolato il lettore all'uscita del numero seguente. Il tutto all'interno di una strategia editoriale di vendita appositamente ideata per far sì che la serialità si imponga come stimolo per la curiosità e l'interesse del lettore.

Di certo rivestono un'importanza capitale, tra i caratteri specifici del genere, il ricorso e la disposizione dell'elemento visivo ospitato nel peritesto. E qui lo storico del libro e della lettura può trovare le osservazioni e gli spunti più originali dello scritto di Cecchetti. La veste editoriale del volume reca infatti con sé alcuni elementi che sono in evidente dialogo con il consumatore, con il compito di indirizzare il compratore di quella particolare merce che è il libro, per dirla con Henri-Jean Martin, entro un determinato orizzonte di attese nonché di accattivare la sua attenzione. Ad essere ostentati sulla copertina sono solitamente l'appartenenza ad una specifica collana tematica, o la piastrina circolare recante il prezzo del volume, sempre vantaggioso. Il miraggio del risparmio è la prima esca da esibire, con vistosa evidenza, per catturare l'acquisto che si viene facendo nel Novecento sempre più frettoloso e rapido: dalla tradizionale libreria all'edicola e, oggi, al sito internet. Elementi che, insieme con il titolo dell'opera - obbligatoriamente referenziale e sempre ancorato alla realtà della narrazione - permettono di distinguere tra i diversi generi in cui la letteratura popolare e la connessa offerta editoriale si articolano: romanzo poliziesco, giallo, romanzo rosa o d'avventura. Le fattezze editoriali dei testi di letteratura popolare scaturiscono da un'attenta progettualità dello spazio, inteso nel senso materiale del termine, che circonda il testo ed apre l'accesso al libro; la relazione con il contenuto è strettissima, forte il richiamo all'attenzione del potenziale acquirente. Ne è ben consapevole il Daniel Couégnas di *Paralettura*.

Nel volume non è stato dato purtroppo ampio spazio ad un approfondimento in merito alle particolarità strutturali dei singoli filoni del «paraletterario», privilegiando invece l'analisi delle caratteristiche editoriali delle opere e della dinamica in cui esse cooperano per animare la macchina del mercato editoriale. D'altra parte, era allora già ben noto come la copertina di un libro fosse il primo veicolo di significato e l'elemento capace di influenzare più di ogni altro la preferenza per quel determinato testo e di conseguenza la sua vendita. Quando si afferma anche nel commercio librario una accanita lotta per la conquista del pubblico di massa, inevitabilmente l'attenzione degli editori finisce per coagularsi intorno a quel peritesto così efficacemente definito da Andrea Battistini «contorno comunicativo».² La presenza dell'immagine e un sapiente accostamento dei colori contribuiscono a ultimare una copertina

² ANDREA BATTISTINI, *Tre passeggiate sui margini dei libri*, in *Conservare il Novecento. I vestiti del libro*, Roma, Associazione Italiana Biblioteche, 2005, pp. 41-53.

che vuole farsi intermediario per l'acquisto del volume, proponendo in chiara evidenza gli elementi identificativi della storia contenuta al suo interno.

Ma dell'importanza dell'immagine in riferimento alla paraletteratura e al paratesto si può trattare anche in altri termini più generali. Una nota interessante di questo *excursus* sulle vicende dell'editoria popolare risiede nell'analisi del fenomeno delle riviste e dei romanzi illustrati, produzione spesso considerata minoritaria ma con un portato significativo per l'evolversi del genere nei decenni seguenti. Alcuni nomi di spicco tra gli editori italiani, Sonzogno e Perino per tutti, intravedendo la grande possibilità di successo insita nelle opere animate dalla commistione di testo e illustrazioni, danno vita nei primi anni dopo l'Unità alla pubblicazione di serie illustrate di giornali e romanzi che aspirano a raggiungere il grande pubblico, quali i periodici «Il Romanzo illustrato», «Biblioteca romantica illustrata», e altri esempi si potrebbero aggiungere. Si era consapevoli ormai dell'importante ruolo delle immagini all'interno di un processo di acculturazione diffusa in classi che solo da tempi recenti erano avvezze alla pratica della lettura; il potenziale comunicativo associato all'illustrazione permette all'opera di essere letta, e guardata, con molta più gradevolezza e naturalmente al senso di essa di essere compreso in maniera più diretta ed efficace. Oltre ai casi ricordati da Cecchetti, a tal proposito sarebbe stato opportuno menzionare anche la «Biblioteca Salani illustrata», i cui volumi sono corredati da immagini studiate *ad hoc* per attirare la curiosità del lettore e coinvolgere la sua fantasia. Salani sostenne fermamente questo progetto, avendo intuito che parte considerevole del successo dei feuilleton francesi, e dei romanzi a puntate in Italia era da imputare alle avvincenti illustrazioni. La consuetudine alla lettura delle riviste illustrate si consolida a tal punto da determinare la nascita di un nuovo genere, il fotoromanzo, che va considerato un settore autonomo all'interno dello scenario del «paraletterario». Affacciatosi in Italia nel dopoguerra, esso si articola intorno a storie narrate esclusivamente per mezzo di fotografie in posa scattate in interni, corredate dalle nuvolette recanti il dialogo tra i personaggi. A scapito di molta parte dell'opinione comune, che lo relega a semplice surrogato della letteratura rosa accessibile per lo più agli strati sociali privi di istruzione, il fotoromanzo merita l'attenzione tributata a un nuovo codice comunicativo, fatto di icone e messaggi scritti, alla pari del genere fumettistico.

Sarebbe stato interessante approfondire l'indagine anche dal punto di vista editoriale intorno a tirature, sistemi distributivi, altre scelte paratestuali, che non possono più scindersi dall'esame dell'opera letteraria in sé, almeno dagli studi di Genette in avanti.