

Federico Fastelli
L'intervista letteraria.
Storia e teoria di un genere trascurato

Roma, Carocci, 2019, pp. 109

La gestione della propria figura pubblica è diventata la pratica più importante per uno scrittore, o per un autore di qualsiasi tipo. L'autore è cioè costretto a un attivismo sociale cui non basta più, come all'epoca del suo mandato pubblico d'intellettuale e di scrittore, esprimersi su tutto tramite la voce e la parola scritta. Nella fase corrente di "visibilità mediatica" (Nathalie Heinich), l'autore, al pari di ogni altro opinionista e *vedette*, è sottomesso a un regime mediatico in cui conta il suo essere parte attiva della comunità e da essa, come ogni altra persona, essere giudicato.

Il dispositivo più importante che ha regolato la presenza dello scrittore nella società di massa fin dall'Ottocento è stata la pratica dell'intervista, in cui le domande dell'intervistatore – rappresentante del pubblico – implicano risposte divulgate altrettanto pubblicamente: un procedimento di appropriazione della soggettività autoriale da parte dell'industria della cultura che entra in azione con il giornalismo moderno. Fagocitato dagli ingranaggi della stampa periodica, lo scrittore diventa così un ottimo esemplare dell'individualismo borghese, nella ricerca del successo personale e nella manifestazione del carisma, ma anche vittima della nascente supremazia delle masse nei suoi necessari compromessi con le leggi del mercato e i gusti collettivi. Eppure, questa nuova presenza dello scrittore sui quotidiani si impone proprio nel momento in cui la diffusione della lettura diviene uno degli obiettivi primari della legislazione per l'alfabetizzazione e della morale educativa dello stato borghese in tutta Europa. La visibilità mediatica

rappresenta pure una possibilità con cui agire nella sfera sociale, imporre le proprie parole e la propria presenza come punto di riferimento ai lettori e finanche alle istituzioni (basti pensare a Zola, il più intervistato di Francia). In una fase successiva, quando le avanguardie artistiche si rivoltano contro i valori borghesi del lavoro, del risparmio, della moderazione e del successo, l'intervista permane nella sua funzione di "accreditamento simbolico" (Pierre Bourdieu) anche per l'artista che si vuole distinguere dai suoi gregari borghesi: così lo scrittore-ribelle, durante la crisi del Novecento, recupera i miti romantici di esaltazione dell'autenticità e del piacere dell'io e attua il suo progetto a mezzo stampa, arrivando perfino ad ostentarlo in fragorose autoproclamazioni come i futuristi.

Quando da metà Novecento la lettura del giornale, fino a quel momento "preghiera mattutina dell'uomo moderno" (Hegel), viene sostituita da quell'"orologio sociale" (Peppino Ortoleva) e "tamburo tribale" (Marshall McLuhan) rappresentato dalla radio e dall'informazione ad onde medie, sarà ancora l'intervista a sorvegliare la de-sacralizzazione dello scrittore, che non leggerà più i reportage ammirati di coloro che gli hanno tributato visita tra le mura domestiche, ma dovrà lui stesso rendersi alle case del piccolo pubblico, dapprima con la voce, poi dovendo padroneggiare ogni altra tecnica telegenica: così, anche nell'intervista in cui la voce e il corpo dello scrittore attraversa le distanze sociali e penetra nel microcosmo privato, "l'effetto carismatico proprio alla scrittura non si basa più sulla lettura, ma sull'ascolto e la visione" (Philippe Lejeune). L'attuale capitalismo globalizzato non ha modificato il principio della fruizione pubblica del corpo e del pensiero di un autore, ma solo amplificato la sua portata e le risorse che egli deve mobilitare per raggiungere il proprio pubblico e ritagliarsi uno spazio nella "lotta per la visibilità" (Olivier Voirol), tra moltiplicazione delle sue immagini sociali sulla rete digitale e apparizioni nei canali istituzionali della stampa.

Lo studio di questa forma comunicativa non ha interessato molto la teoria letteraria. Le indagini più organiche provengono da contesti in cui l'intervista agli autori è ampiamente diffusa, vale a dire gli Stati Uniti – fin da metà Ottocento – e poi il Regno Unito e la Francia. Da un lato, si

preferisce un approccio socio-letterario, che individua nell'intervista uno strumento "performativo" con cui l'autore e i media negoziano una visibilità commerciale e simbolica per il prodotto "autore"; dall'altro, si intraprende un percorso storico-letterario, in cui si intende l'intervista come una forma di scrittura e di parola orale dotata di caratteristiche determinate e che può forse anche evolvere in un vero e proprio genere letterario. Questa seconda strada segue Federico Fastelli in *L'intervista letteraria. Storia e teoria di un genere trascurato*. In tre capitoli, l'argomentazione procede dalla morfologia alla genealogia dell'intervista, per finire con un'analisi di alcuni casi che permettono di delineare anche una proposta metodologica: considerare alcuni gruppi di interviste come possibili nuclei di formazione per un genere letterario.

Fastelli spiega bene perché la *Penny Press* costituisca il vero motore commerciale di quella rivoluzione "democratica" (Jacques Rancière) che si annuncia già a metà Ottocento e condurrà anche il romanzo e altri generi letterari verso l'espressione del particolare, con il privilegio dato all'uomo-medio di farsi personaggio e voce letteraria del secolo. Ma è soprattutto con la stampa periodica che i fatti della vita quotidiana diventano di dominio pubblico. Addirittura i presidenti di grandi nazioni, come gli Stati Uniti, possono essere intervistati, interrogati per voce delle masse, e costretti a sopportare l'invasione del quarto potere: «l'intervista, manifestamente, è la sua nuova arma» (41). Quando Charles Dickens compie il suo primo viaggio negli Stati Uniti (1842), i giornali ne consegnano bozzetti e ritratti fisici. Nei dieci mesi passati nel paese nel 1882, Oscar Wilde rilascia oltre novanta interviste. Tale diffusione dell'intervista consente a Henry James già nel 1890, dopo nemmeno mezzo secolo dalla sua comparsa, di definire il proprio tempo "an age of interviewing". La pratica giornalistica nasconde qualcosa di perverso, con cui d'ora in avanti tutti i letterati dovranno fare i conti: una condivisa rincorsa alla celebrità, l'invenzione di nuove forme di pubblicità per se stessi e il proprio lavoro, la fine della separazione tra pubblico e privato.

Il libro di Fastelli è il primo studio organico in italiano che abbia per argomento l'intervista letteraria e si pone idealmente in dialogo soprattutto con altre due monografie recenti, uscite nel 2018 e dedicate

agli Stati Uniti e alla Francia, rispettivamente *Literature and the Rise of the Literary Interview* (Oxford University Press) di Rebecca Roach e *L'entretien littéraire. Anatomie d'un genre* (Garnier) di Galia Yanoshevsky. Il merito maggiore di Fastelli è proprio quello di intrecciare, attraverso tutti e tre i capitoli, la storia letteraria francese e americana con quella italiana, fornendoci il primo campionario delle interviste prodotte dai nostri scrittori in un'ottica comparativa. Il ritardo con cui l'intervista si afferma in Italia – la prima apparizione data al novembre 1901 sul "Secolo d'Italia" – è uno dei motivi del disinteresse finora riservato dalla critica nostrana a un genere "trascurato". Nel frattempo, l'intervista si diffonde nel Regno Unito a cavallo tra i due secoli. In Francia, dal 1884, *Le Petit Journal*, *Le Matin* e *L'Éclair* adottano interviste sul modello americano, nella fase in cui la "democratizzazione" editoriale cambia l'assetto della cultura nel paese: Fastelli ricorda la nuova legge sulla libertà di stampa, ispirata all'art. 11 della *Dichiarazione dei diritti dell'uomo e del cittadino*, che abolisce l'autorizzazione preventiva alle pubblicazioni periodiche e altri divieti, abbassando di conseguenza anche i costi editoriali. Se negli anni Novanta dell'Ottocento la tiratura di "Le Petit Journal" raggiunge il milione di copie, il confronto dei dati ci dice che in Italia i quotidiani maggiori raggiungeranno la metà di queste tirature solo negli anni Venti. Ritardo che l'Italia dovrà recuperare anche rispetto al genere dell'intervista radiofonica, che appare da noi con la rubrica *Scrittori al microfono* soltanto nel 1944, mentre in Francia è diffusa fin dagli anni Trenta. Il grande divario sembra ridursi soltanto quando la variante televisiva dell'intervista si diffonde, a metà degli anni Cinquanta del secolo scorso, da New York al resto del mondo.

Le ragioni di un'affermazione tardiva dell'intervista nel nostro paese devono tener conto anche delle specificità del contesto letterario. Fastelli coglie l'occasione di ripercorrere come il modello dell'inchiesta di Jules Huret (1891) – in cui convergono interviste ai più importanti scrittori francesi – venga declinato da Ugo Ojetti in *Alla scoperta dei letterati* (1895). Nel suo viaggio attraverso la penisola per incontrare i più famosi colleghi (tra cui Verga, Carducci, De Amicis, D'Annunzio), Ojetti confessa l'impossibilità di riportare il virgolettato nei suoi ritratti, come avrebbero fatto gli americani o i francesi, perché la lingua orale degli

scrittori italiani non è all'altezza della loro opera e l'intervistatore compirebbe un cattivo servizio nel citare le loro parole tramite un discorso diretto.

Questo decalogo comparativo permette nell'ultimo capitolo di convocare la questione della letterarietà dell'intervista. Quando si può parlare di intervista letteraria? Non semplicemente quando si interroga uno scrittore per avere dati biografici od opinioni sugli eventi attuali: si ricadrebbe nella variante dell'"intervista personale". Nemmeno soltanto perché un'intervista ha per argomento un testo letterario o la letteratura in generale. Il modello di *The Paris Interview*, fondata nel 1953, offre invece un esempio di successo di come l'intervista all'autore si evolva in una forma propria, alla cui creazione l'intervistatore e l'intervistato collaborano assieme, condividendone in un certo senso la proprietà autoriale. Le interviste della testata vengono di norma realizzate da due persone che prendono nota delle risposte e poi le confrontano per stilarne una versione preliminare; segue una complessa operazione di editing con ritagli e spostamenti; infine interviene l'autore con la sua ultima revisione. Le interviste di questa rivista sono dunque regolate da un protocollo ben affinato, equamente distante dalla tradizione giornalistica americana dell'intervista-ritratto, che si afferma nel *New Yorker*, su *Rolling Stone* o *Playboy*, e dai modi personali e idiosincratici con cui l'intervista è stata utilizzata dal *New Journalism* negli anni Cinquanta, ad esempio da Truman Capote nel suo incontro con Marlon Brando (*The Duke in His Domain*, 1957). La conversazione della *Paris Review* «mantiene una prospettiva oggettiva, una struttura tradizionale di domande e risposte, ma che si pone a un tempo come una riflessione mediata di uno scrittore rispetto alla propria opera e come opera letteraria in sé» (91). In questo senso, l'intervista è un genere letterario vero e proprio, che non ha più soltanto la funzione paratestuale individuata da Gérard Genette o che si può leggere come una performance dell'autore sulla scena pubblica. Per alcuni gruppi di interviste, la modalità di lettura più appropriata sembra quella di cercare e di individuare – se esiste – un progetto a monte, che supera la natura accessoria del paratesto e il loro essere strumento per interpretare l'opera letteraria. Quando l'intervista costruisce una propria tradizione

– sembra suggerirci Fastelli in congedo dal suo studio – è forse possibile definirne la forma letteraria in casi circostanziati e contesti ben definiti e, allargando il campo, pensarla come un genere letterario.

Conferire all'intervista un codice riconoscibile di scrittura e di lettura, di creazione come di fruizione, significa credere che proprio il concetto di genere letterario consenta di dare una forma alle dinamiche complesse della letteratura e della società. Una tale interpretazione dell'intervista ci mostra la funzione di un protocollo di gestione dell'*ethos* autoriale che, forse, non è più attivo oggi ed è già stato superato in nome di un "narcisismo collettivo" e una "rivoluzione personalizzata" (Gilles Lipovetsky). Eppure, cosa meglio della forma intellegibile di un discorso permette di comprendere il rapporto tra autori e pubblico? Nel momento in cui gli autori sembrano gestire direttamente la loro immagine pubblica, che pare inserirsi senza mediazioni nella vita esibita dei *social media* e nel racconto autopromozionale, si tratta di considerare anche quelle pratiche più propriamente performative degli autori che, solo accennate nello studio di Fastelli, scaturiscono proprio dall'intervista letteraria e possono contribuire alla piena comprensione di un genere in continua evoluzione.

L'autore

Guido Mattia Gallerani

Guido Mattia Gallerani è ricercatore in critica letteraria e letterature comparate all'Università di Bologna. Le sue ricerche sono incentrate sulle metamorfosi dei generi letterari e sulle loro trasformazioni transmediali, prendendo in particolare considerazione il rapporto tra generi, media e pubblico. Ha pubblicato lo studio *Pseudo-saggi. (Ri)Scritture tra critica e letteratura* (Morellini, 2019) e la monografia *Roland Barthes e la tentazione del romanzo* (Morellini, 2013) e un'edizione commentata assieme ad Alberto Bertoni del *Quaderno di quattro anni* di Eugenio Montale (Mondadori, 2015).

Email: guido.gallerani@unibo.it

La recensione

Data invio: 15/09/2020

Data accettazione: 30/10/2020

Data pubblicazione: 30/11/2020

Come citare questa recensione

Gallerani, Guido Mattia, "Federico Fastelli, *L'intervista letteraria. Storia e teoria di un genere trascurato*", *Transmediality / Intermediality / Crossmediality: Problems of Definition*, Eds. H.-J. Backe, M. Fusillo, M. Lino, with the focus section *Intermedial Dante: Reception, Appropriation, Metamorphosis*, Eds. C. Fischer and M. Petricola, *Between*, X.20 (2020), www.betweenjournal.it