

Apertura

Marco Paolini - *Americhe*

non **sarò** mai **altro** che italiano. C'ho messo UN po' a capirlo.

Thomas Simpson - *Perché non vado più a teatro*

negli Stati Uniti ho conosciuto Marco nel 1980 quando entrambi abbiamo

Narrazioni

Franco Arminio - *L'universo alle undici del*

mattino a me piacciono LE **donne** che non fanno tante **storie** prima

Daniele Benati - *Vengono a trovarmi dall'Italia*

ma io non so neanche chi erano **qui s'intrufolano dappertutto,**

Marco Ercolani - *Anime strane*

esistono quattro soli, ma il nostro **pianeta** è illuminato **dal** quinto

Toni Fachini - *Intervista con Don Crespo*

a Madrid. Che ci sto a **fare?** Solo che se penso alle **alternative** mi

Martino Marazzi - *Di notte*

impalcature esterne, le caserme, **le chiese, le boutiques** delle amiche

Bruno Nacci - *Salomon*

La cliente è di **nuovo** seduta **sulla** poltrona, **si** è sfilata **le** calze

Saggi

Alessandro Agostinelli - *Parole scritte sull'acqua.*

Autocensura e marketing oggi sono spesso gli **autori** a autolimitarsi, a

Giorgio Rimondi - *Il canone obliquo. Critica e*

interdisciplinarietà il mescolamento **dei** codici, in nome **di** una *flessibilità*

Domenico Scarpa - *La pietà e la storia.*

Althénopis di Fabrizia Ramondino il mescolamento **dei** codici, **in** nome **di**

Roberto Vetrugno - *53 Note degenerate*

la virtù del **genere**, e della **sua** *supposta* **degenerazione.**

NUOVA PROSA

Quadrimestrale di narrativa edito da Greco&Greco editori, Via Verona, 10 - Milano -
20135 - Tel. 02.58.31.28.11 - fax 02.58.31.07.86 - e-mail: grecoegreco@tin.it
[http: www.grecoegrecoeditori.it](http://www.grecoegrecoeditori.it)

Direttore responsabile: Luigi Grazioli

Redazione: Cesare De Marchi, Vittorio De Matteis, Luca A. Marchesini, Daniele Marfori,
Bruno Nacci, Vittorio Orsenigo, Antonio Satta, Maria Sebregondi.

Amici di Nuova Prosa: Roberto Barbolini, Lucio Klobas, Vincenzo Gueglio, Ermanno
Paccagnini, Giuseppe Pontiggia, Erika Schalge, Silvia Tomasi, Giorgio Rimondi.

Inviare i manoscritti agli indirizzi sopraccitati.

Progetto grafico della copertina: Dario Bellini.

Stampato dalla Easy Copying di Via Sebenico, 6 - Milano - 20124, per conto della Greco&Greco editori.

Abbonamento annuo: (tre numeri): euro 23,24 da versarsi sul c/c postale n. 11841202 intestato a Greco&Greco editori, via Verona, 10 - 20135 - Milano. I numeri arretrati possono richiedersi a prezzo di copertina più spese postali (Euro 3,77) direttamente alla casa editrice.

Registrazione del Tribunale di Milano n. 527 del 10 maggio 1987.

Alessandro Agostinelli

Parole scritte sull'acqua

*Autocensura e marketing: le performatività
della letteratura dentro l'impresa culturale*

*Let each new hero come
Seeking the golden apples and Atlas.
He must wrestle with me before he pass
Into the realm of fame.*

Seamus Heaney

Holden alla rovescia

Poco dopo la sua uscita, a seguito del successo di pubblico giovanile stimolato dall'operazione di marketing costruitagli intorno, il romanzo d'esordio di Enrico Brizzi, *Jack Frusciante è uscito dal gruppo*, fu requisito.¹ Nessuna censura ufficiale: in una scuola italiana il racconto lungo di Brizzi fu "requisito" allo stu-

¹ Non sappiamo se fu una vera censura o una trovata pubblicitaria. Certamente in questo caso la finzione ha costruito la realtà, perché in un passo del libro si legge: "gli insegnanti...non possono venire a parlarci di maturità... quando, per mantenere l'ordine, passano tra i banchi a requisire i libri non strettamente necessari alla loro materia." È un passo del romanzo di Enrico Brizzi che è stato ripreso anche da un manuale dedicato alla "letteratura giovanile" che usa il termine per un corpo più vasto di letteratura, non aiutando, quindi, a definire precisamente i confini e la misura dell'argomento. Cfr. O. Innocenti, *La letteratura giovanile*, Laterza, Roma 2000.

dente che lo aveva con sé e ne fu impedita la lettura all'interno dell'edificio scolastico.

Che razza di autorità potrà mai essere quella che impedisce di leggere?

La contemporaneità ci offre la mercificazione del sesso dappertutto (siamo in una società che fa del sesso, manifesto o diffuso subliminalmente, uno degli oggetti quotidiani di consumo) e in una scuola si mette al bando un romanzo perché una pagina è dedicata al racconto di un modestissimo rapporto sessuale.

Allontanare i ragazzi dalla lettura è il segno dell'incapacità di comprendere il cambio di percezione della realtà, in atto oggi.² Le nuove generazioni, nel loro rapporto sempre più stretto con l'immagine, a scapito della parola, hanno inglobato un cambiamento di senso della percezione del mondo che, oltre agli studiosi del linguaggio e della comunicazione massmediologica, dovrebbe far riflettere maggiormente anche gli educatori e gli storici della letteratura.

Oggi l'immagine è sempre più soltanto ciò che appare, cioè quel che si vede, quel che essa mostra; e anche i tentativi di approfondimento dei prodotti più visitati della Rete (cioè i siti culturali ritenuti più importanti su Internet che forniscono e vendono cultura online) non sono nient'altro che il prodotto di un regime performativo duro da scalfire.³ Soltanto alcune offerte free (o accademiche, laddove l'università abbia un buon gruppo di lavoro

² "...la mediatizzazione digitale della società, il passaggio dalla galassia Gutenberg all'era delle autostrade digitali [impone] un radicale ripensamento di alcune nozioni fondamentali della nostra tradizione culturale e filosofica..." P. Ferri, *L'era digitale e le sue epistemologie*, in *Pluriverso* n° 1/2001, RCS Milano.

³ Spesso l'uso della cultura online è rivolta ad attività strumentali o performative: "Ciò che manca allo spoglio elettronico dei testi sono i testi stessi, dei quali non risulta nota che la porzione che incornicia la parola cercata". L. Carli, *Internet - memoria e oblio*, Bollati Boringhieri 1997.

interdisciplinare⁴) dei siti e delle riviste telematiche più piccole risultano essere canali attenti alla qualità e ai percorsi formativi dei giovani⁵ - pure resta il problema dell'estrema velocità dell'informazione in Rete: un *must*, secondo i desideri dei navigatori più incalliti. I significati, occultati dai segni che connotano le immagini (televisiva, pubblicitaria, fotografica che sia), e la superficialità della maggior parte della cultura online, data dalla richiesta di una velocità di navigazione che contrasta la possibilità di acquisizione profonda, tendono a ridurre la polisemia stessa dell'immagine o del messaggio digitale a spazio privo di profondità, a luogo di non apprendimento.

Allora la letteratura contemporanea, che per sua natura dovrebbe rompere lo spazio bidimensionale,⁶ non può e non deve essere relegata a fattore marginale di crescita culturale, ma proposta come vizio intrigante, come processo in fieri di formazione delle coscienze.

Se da un lato vi sono errori marchiani come quello esposto all'inizio, dall'altro lato sembra esservi, sempre più spesso, una mancanza di fascinazione della letteratura stessa sul pubblico, soprattutto su quello giovanile, proprio quando l'industria editoriale tenta di costruire eventi letterari, marcatamente giovanili, cavalcando ricorsivamente l'onda dell'autore esordiente di circa 20 anni.

La mancanza di fascinazione, quindi, non dipende dall'assenza di operazioni promozionali nel panorama editoriale italiano (che ormai abusa ampiamente del marketing letterario, come te-

⁴ Un esempio è il Consorzio internazionale dei giornali accademici telematici, che ha sede in Canada, presso Athabasca University e promuove in Rete la diffusione dei saperi e l'interdisciplinarietà.

⁵ Cfr. R. Maragliano, *Tre ipertesti, su multimedialità e formazione*, Laterza 2000.

⁶ Sul senso della posizione dell'osservatore e sulle conseguenti modalità di apprendimento rimando a A. M. Iacono, *L'evento e l'osservatore*, Lubrina 1987 e alla lezione-video di A. M. Iacono, *La finestra: lo sguardo attraverso e davanti*, su Review - Il Paesaggio, www.alleo.it

stimonia appunto lo sviluppo dei "casi letterari giovanili" dai primi anni '80 del Novecento ad oggi), ma da un suo omologo autoriale. Vale a dire che oggi sono spesso gli autori a autolimitarsi, a scrivere storie pensando più all'editore e alle sue esigenze di collana che al lettore, o meglio ancora, alla storia che stanno cercando di raccontare. In questo senso **l'autocensura degli autori va di pari passo con lo sviluppo del marketing letterario**. In sostanza, invece di uscire, chi scrive tenta di entrare nel gruppo, nel gruppo dei pubblicabili. Vogliono fare tutti Holden, fingendo trasgressione narrativa, mentre il paradosso è che non vivono più la rabbia, ma l'ansia della prestazione: l'uniformità impera.⁷

La Innocenti sostiene a torto che "...la letteratura giovanile si è andata sempre più codificando come una zona franca [...] come uno spazio d'avanguardia...",⁸ e sembra non saper misurare la posizione di debolezza dello scrittore esordiente di fronte all'editor che cerca di valutare il prodotto romanzo giovanile come un materiale da manipolare e modellare secondo le esigenze correnti.⁹ Quindi accade spesso il contrario: la letteratura giovanile è sempre più lo spazio del mercato. Non sempre scrittore e editore vogliono cose diverse; non sempre fanno quello che vogliono; non sempre quello che vogliono sta fuori dal mestiere più che dall'intuizione e dall'arte della scrittura. Spesso editore e scrittore esordiente (o cosiddetto giovane) tendono all'adeguamento verso una medietà letteraria o verso la necessità di calcare la mano su alcuni aspetti che

⁷ "La logica globale dell'editoria internazionale non si distacca [...] dalle abitudini che invalgono per altri beni: concentrazione, innovazione di processo e di prodotto, serializzazione e omogeneizzazione dei prodotti per limitare i costi e incontrare un gusto medio". P. Floriani, *Classici italiani e destino europeo*, in *Rassegna Lucchese*, n.2-2000, Pacini Fazi Editore 2000.

⁸ O. Innocenti, *La letteratura giovanile*, Laterza, Roma 2000.

⁹ "Il problema consiste nel saper scegliere i libri che faranno un massimo di soldi e non più quelli che corrispondono alla missione tradizionale dell'editore". A. Schiffrin, *Editoria senza editori*, Bollati Boringhieri, Torino 2000.

possono essere individuati come peculiari di un genere in voga.¹⁰

Contro questa unica prospettiva credo serva una ricomposizione di valori letterari e narrativi disinteressati, una pausa dalla "circolazione e leggibilità", come la definiva Stefano Giovanardi. Questi due elementi, in sostanza, riflettono l'adesione degli autori a particolari canoni editoriali che contengono la scrittura e il linguaggio dentro argini stretti, dettati dal topos corrente che gli editori assegnano al lettore: **il canone performativo della fruibilità**.

Allora, il vecchio episodio della censura scolastica al libro di Brizzi denota due aspetti (tra i tanti) di cui è fatta la letteratura, a prescindere da ciò che ne pensino i conservatori¹¹ – che certo non disprezzo – ma che, credendo soltanto nel magistero alto dell'arte del romanzo, tendono a ignorare lo stato attuale dell'editoria. La letteratura è fatta di *contrast*, a volte aspri, come nel caso di una simil-censura, ed è fatta di **operazioni squisitamente pubblicitarie**, come nella creazione del caso-Brizzi. I due aspetti non sono distanti tra loro; anzi sono due facce della stessa medaglia.

Il segno che li connota entrambi risponde ad una parola passata un po' di moda (pure le parole vivono e muoiono in una sorta

¹⁰ In questo senso anche le acute osservazioni di André Schiffrin non tengono conto del rapporto spesso patologico tra editore ed esordiente. Schiffrin sostiene che "la censura del mercato funziona a fondo nel processo di decisione, basato sulla esistenza o no di un pubblico preconstituito per ciascun libro. Di conseguenza, quel che si ricerca è l'autore noto, il tema di successo; e i nuovi talenti o i punti di vista originali e critici difficilmente trovano il loro posto nelle grandi case editrici". A. Schiffrin, *Op. cit.*, Torino 2000. Io ritengo che proprio il settore degli esordienti, oggi, è votato al mercato, cioè proprio sull'internazionalismo veicolare della narrativa giovanile si agisce per costruire strategie di consenso alla leggibilità.

¹¹ "Leggiamo Shakespeare, Dante, Chaucer, Cervantes, Dickens, Proust e tutti i loro pari perché fanno qualcosa di più che arricchire la vita. [...] Scegliamo la lettura profonda per vari motivi, in gran parte noti: non siamo in grado di conoscere un numero sufficiente di persone in maniera abbastanza intima; abbiamo l'esigenza di conoscere meglio noi stessi; abbiamo bisogno di conoscere non solo noi stessi e gli altri, ma anche il modo in cui funzionano le cose". H. Bloom, *How to Read and Why* (tr. it. di Roberta Zuppet, *Come si legge un libro – e perché*, Rizzoli 2000).

di mercato dei concetti di cui il mondo intellettuale è, in qualche modo, responsabile): omologazione.

Ciò significa che lo stato corrente delle cose della cultura occidentale non annulla chi gli muove contro, ma lo ingloba. È triste ammettere che nella maggior parte della produzione letteraria che sottosta al regime editoriale attuale non valga più l'ipotesi di una "letteratura come rivoluzione permanente del linguaggio".¹² Non si tratta qui di sostenere un'inattuale liberazione del testo letterario dalle briglie dell'industria culturale, ma uscire appunto da questa prospettiva schematica che nella sua contrapposizione (autocensura/marketing) distoglie dal vero problema della letteratura contemporanea, cioè che il marketing letterario-culturale non esclude soltanto chi non si omologa al regime corrente delle mode letterarie, ma stabilisce il campo e le regole in maniera monopolistica per tutti gli scrittori che stanno al gioco.

Quindi tutti i fattori extraletterari che abbiamo osservato, determinano, in maniera inequivocabile, l'attuale prodotto romanzo. **Stupidità didattica, autocensura autoriale, marketing editoriale**, sono i tre fulcri attorno cui ruota il degrado di tanta narrativa contemporanea, votata spesso alla serializzazione, all'inutilità delle storie, ad una specie di "inerzia autoriale".¹³

Ciò ha come conseguenza diretta il continuo allontanamento dei lettori dagli scrittori, delle persone dalla lettura, perché non si può certo sostenere che la "colpa" stia nel passaggio da Gutenberg a Internet, cioè che il lento declino degli editori tradizionali e il probabile (ma non certo definitivo) passaggio dal libro cartaceo al libro elettronico comporti la rimozione della lettura.¹⁴

¹² È l'idea sostenuta da Barthes, relativamente al fatto che la lingua obbliga a dire, mentre la letteratura la salva da questo totalitarismo della performance del linguaggio. R. Barthes, *Leçon* (tr. it. di Renzo Guideri, *Lezione*, Einaudi 1981).

¹³ Cfr. A. Agostinelli, *Grandi Fratelli. Narrazioni e individui oltre il libero arbitrio*, [in uscita].

¹⁴ C'è una nuova discussione in atto da poco più di due anni. In sintesi è una discussione relativa all'analisi del rapporto tra cartaceo e digitale di cui ha

Scrittore e lettore

Alcuni sostengono che il lettore non abbia diritti ed abbia invece l'obbligo di non scrivere mai, ma questo mi pare il punto di vista di un editor che desideri tenere la propria scrivania sgombra di fogli;¹⁵ il problema dell'intasamento delle case editrici, dovuta al fatto che molti scrivono e chiedono soddisfazione, è normale. Semplicemente gli editori (che hanno il dovere di leggere!) non dovrebbero pubblicare tutto.¹⁶

Non esiste scrittore senza lettore: tutto è nella stessa persona. Cioè si scrive soltanto dopo aver letto, e più si è letto più si può pensare e tentare di scrivere. Non sono i lettori ad avere obblighi (perché se sono lettori hanno già assolto al loro obbligo, che è appunto leggere), ma gli autori che invece di autocensurare il loro linguaggio, omologandolo per diventare leggibili, dovrebbero autocensurare la propria bramosia di "fama modesta".¹⁷

Qualcuno ha scritto che il lettore è conservatore. Penso invece che disporsi ad aprire un libro sia oggi un grande atto di fantasia e desiderio dell'altrui immaginario. Il dovere del lettore, se ne esiste uno – di dovere, ma anche di lettore –, è un dovere esclusivo verso se stesso.¹⁸

Come fa allora il lettore ad avvicinarsi al libro?

Le nostre biblioteche sono più nella condizione di siti pronti a

parlato ultimamente in maniera abbastanza esaustiva anche Jason Epstein. Cfr. J. Epstein, *Il futuro di un mestiere*, Edizioni Sylvestre Bonnard 2001.

¹⁵ A questo proposito è utile vedere le acute osservazioni sul rapporto, a volte paradossale, tra editori e scrittori. Cfr. F. Mauri, *I 21 modi di non pubblicare un libro*, Il Mulino 1990.

¹⁶ Questa mia affermazione è stata sviluppata bene e sinteticamente dall'editore Giuseppe Laterza, quando ha parlato di non pubblicare libri che "tradiscano il lettore". Cfr. G. Laterza, *Primo, aprire nuove librerie nelle città e nei centri minori*, in *Domenica-Il Sole 24 Ore* n° 130/2001.

¹⁷ Cfr. A. Agostinelli, *Grandi Fratelli. Narrazioni e individui oltre il libero arbitrio*, [in uscita su Rivista italiana di comunicazione pubblica].

¹⁸ A questo proposito vi sono alcune argomentazioni piuttosto singolari in AA. VV. (a cura di M. Serri), *Manifex dei diritti del lettore*, Liguori Editore 1993.

passare sotto la tutela delle Soprintendenze ai beni storico-artistici e architettonici che effettivi luoghi accoglienti per la lettura e la consultazione. Le librerie, tranne rarissimi casi, per non rischiare di diventare magazzini cartacei, dispongono solo dei libri "strettamente necessari" e delle novità degli ultimi tre mesi, riducendosi spesso a grande magazzino di novità più che a luoghi vivibili dove cercare la lettura. Le riviste letterarie, che dovrebbero essere i rami più liberi e rigogliosi del lavoro culturale, sono spesso rami secchi - immobili nel corso del tempo: recensioni e interviste, interviste e commenti: una continua dichiarazione di mancanza di fantasia. La scuola è uno sfacelo di insensibilità che, nella stagione più adatta ai grandi amori, insegna agli adolescenti ad odiare la lettura.

Certo, con un'analisi di questo tipo, la situazione non appare felice. E non credo neppure possa consolarci il fatto che la situazione nazionale sia poco differente dalle condizioni cliniche preoccupanti degli altri paesi.

A proposito del possibile lettore Josif Brodski, qualche anno fa, propose, come rimedio alla bassissima percentuale di lettori, di pubblicare non per un pubblico selezionato e scelto, cioè per la minoranza che noi siamo. Al contrario, il suo rimedio all'esiguo numero di lettori era di pubblicare di più. È l'opposto di quel che prima tentavo di dire? Un po' sì. In realtà Brodski, da bravo "conservatore", diceva di pubblicare più copie di autori del passato. Ma qui sorgeva subito il problema: quali autori? Egli rimediava e diceva: "...chi e che cosa stampare, verrà deciso da un comitato di due o tre esperti".

Un autore americano, in una recente intervista, ha affermato che i suoi lettori non sono più di dieci. Sono le amiche e gli amici cui fa leggere il manoscritto prima della pubblicazione. Quello che avviene dopo non lo interessa, non lo tocca e non vuole saperne nulla. Istintivamente ho accolto positivamente questa posizione (infatti *I Promessi sposi*, nato per la tenacia del suo autore, non aveva forse quei famosi 25 lettori cui Manzoni si riferiva?)

cui mi pare di poter aderire meglio che alla precedente.

Tuttavia, al di là di questi due paradossi che esaltano l'elitarietà della letteratura e ne allontanano la commercializzazione, e quindi risultano due posizioni estranee alle meccaniche della contemporaneità letteraria, pur mantenendo una loro misura etica, io credo che il problema del lettore sia davvero lo stesso problema dello scrittore, e cioè che queste due figure rispondano, da luoghi diversi e quando è possibile, allo stesso impegno: la produzione di immaginario.

Le favole in offerta speciale

Il problema dell'immaginario è un problema di condivisione e diffusione, per cui attualmente risulta efficace produrre immaginario attraverso canali più diretti della letteratura, come ad esempio i media classici (televisione e cinema) e i nuovi media (siti web - pensiamo al condizionamento psicologico-percettivo dei siti pornografici che nonostante gli sforzi per produrre cultura in Rete, restano ancora le pagine più visitate di Internet; mailing-list - basta guardare alle promozioni delle agenzie di viaggi che parlano personalmente all'utente e gli costruiscono addosso una tipologia di viaggiatore, secondo le indicazioni della scheda elettronica che egli ha compilato precedentemente).

La televisione costruisce la materialità dell'immaginario quotidiano, mentre il cinema (e per i giovani pure la musica) incide ancora sulle coscienze delle persone, grazie ad una ritrovata stagione di successo diffuso.

Chi ha da sempre invaso l'immaginario, anche dei ragazzi fa retromarcia. Pure le nostre favole si stanno posizionando in un luogo della memoria invece di agire ancora come suggestione. Esse compiono lo stesso lento tragitto dei miti della gremità che si sono appoggiati ormai soltanto alla diffusione scolastica e non sono più patrimonio comune delle chiacchiere familiari o dell'ora-

lità amicale o della comunità di appartenenza. Oggi le favole sono le offerte speciali di un viaggio turistico last minute in un luogo di vacanza anonimo e seriale, un'offerta evocativa e narrata splendidamente e in modo sintetico da coloro che raccontano le ispirazioni sui viaggi, come scrittori mai incerti che istigano ad avventure concrete che i cosiddetti utenti, alla fine, reputano personali, e che invece sono soltanto la riproduzione concreta dello stesso immaginario mercificato dall'impresa culturale, a cui ormai pare abbandonarsi anche l'industria editoriale.

Che cosa ci raccontano allora la narrativa e la letteratura in genere?

Se tralasciamo l'abitudine (dura a morire) del "romanzo storico" (dove si diventa scrittori per procura), chi racconta il presente – come abbiamo visto – rischia ad ogni piè sospinto lo stereotipo e deve fare in conti con uno stato di minorità della letteratura rispetto agli altri mezzi di comunicazione culturale. Ma non è con i lustrini, tantomeno con lo scrivere ciò che qualcun altro vuole, che si conquista attenzione e si costruisce immaginario. Se la letteratura, così come ogni mezzo e veicolo di conoscenza, ha un suo specifico, non è inseguendo altri meccanismi di produzione che si conquista spazio per una parte di creazione di immaginario (una specie che magari contrasti con quello più facile e inevitabile dei mezzi di comunicazione più potenti). Allora perché anche la narrativa ormai si accosta al racconto esperienziale e di formazione con l'artificialità del canone imposto?

Purtroppo, nascondendo la letteratura dietro alla performatività, si producono soltanto eventi letterari e si erode la meraviglia della letteratura stessa e inoltre si rende uno scarso servizio all'industria dei libri perché in questa direzione si avrà una diffusione sempre più larga di minori vendite, di più bassa frequenza d'acquisto nelle librerie, a scapito dell'intero settore editoriale. Il "compri tre paghi due" o le favole in offerta speciale, sono pratiche che alla lunga non si addicono al mercato del libro, certamen-

te e soprattutto per il complesso rapporto che il lettore ha con la lettura stessa. L'attrazione commerciale al libro (anche nella forma dell'autocensura) rischia di produrre **parole scritte sull'acqua**; mentre ciò che resta dell'immaginario prodotto dalla letteratura sembrano essere cose tradizionali e poco volubili quali il reale e non il realismo (Franz Kafka), la scrittura del personaggio e non il personaggio scritto (Raymond Carver), la vita nell'intreccio e non la narrazione della vita (Richard Ford), l'ironia della ribellione e non l'ottusità programmatica (Luciano Bianciardi). Infatti la produzione di immaginario profondo è cosa altamente più complessa della real-tv o della moda estiva del romanzo regionale, e regge soltanto quando l'autore (edito o inedito, ma senza bramosie di fama modesta) è parte della società più che parte del "mondo culturale" e dove il contesto che gira intorno, per il fatto di riconoscere la verità della vita e l'impaccio dell'esperienza dentro al racconto, promuove tale prodotto di immaginario come atmosfera sociale permanente e vitale.