

ANCHE L'UMORISMO FA LA LETTERATURA

Intervista all'autore

Il barese Francesco
Muzzopappa ha
pubblicato
"Affari di famiglia"
di Giuliano PAVONE

«La letteratura, con buona pace dei critici dalla penna rosa, fa un po' quello che le pare, persino far ridere all'improvviso».

A scriverlo è Francesco Muzzopappa nell'appendice di "Affari di famiglia" (**Fazi editore**), il suo secondo romanzo che a breve verrà pubblicato in Francia e che, al pari del precedente "Una posizione scomoda", ha visto i suoi diritti opzionati per il cinema. Muzzopappa, classe 1976, nato a Bari, cresciuto a Ginozza e residente a Milano dal 2001, dove lavora come copywriter, è noto anche per le sue "Fiabe brevi che finiscono malissimo", pubblicate su Internet e animate dai disegni di Sio su Banzai Tv. L'umorismo, e il suo difficile rapporto con l'editoria italiana, è il principale tema di questa conversazione.

È vero che i libri umoristici godono di scarsa considerazione in Italia? Perché?

«Sì, l'umorismo nella letteratura è poco frequentato, e considerato di serie B. C'è un

po' di pregiudizio da parte degli editori che, soprattutto nell'attuale periodo di crisi, preferiscono sperimentare il meno possibile e pubblicare libri in fotocopia. Io credo che i lettori siano più intelligenti di quanto credano molti editori. E poi i libri umoristici incontrano la resistenza di una certa critica, che tende a soffermarsi soprattutto sull'introspezione o sul pianto».

Eppure al cinema le commedie, anche prodotte in fotocopia, tirano. Perché con i libri non accade lo stesso?

«Perché non c'è una cultura della comicità su carta. Dopo i maestri Campanile, Flaiano e Marchesi gli autori di rilievo sono stati pochi. È sempre più difficile trovare delle menti "appuntite" in grado di fare letteratura umoristica. Del resto, a pensarci, la satira è sparita anche dalla televisione da circa vent'anni, sostituita dalla farsa».

Però i tuoi libri stanno avendo successo. Secondo te perché?

«Credo che venga ben giudicato il fatto che io metta insieme più registri comici, dal grottesco al nonsense. È un miscuglio interessante, o perlomeno fresco. Sono percepito come una voce nuova, al pari di Marco Marsullo e Stefano Piedimonte, che hanno esordito nel mio stesso periodo».

In "Affari di famiglia" un umorismo compassato e di parola, alla Wodehouse, si mescola a linguaggi e situazioni contemporanei...

«Nella comicità la cosa più importante è il ritmo, che si ottiene dal contrasto fra due registri diversi. In "Affari di famiglia" al linguaggio forbito della protagonista, una contessa

torinese, fanno da contraltare la volgarità dei giornali di gossip e il lessico da poliziesco americano di certi personaggi con cui si trova ad avere a che fare».

E in un contesto per certi versi stilizzato e surreale inserisci dei Vip del mondo reale, in un modo che ricorda il Federico Baccamo di "Peep show": perché?

«È un modo per ancorare la vicenda alla realtà e anche per prendere in giro le persone citate. In tutto ciò che scrivo ho l'abitudine di inserire riferimenti a personaggi che esistono davvero».

**L e
"Fiabe
breve**

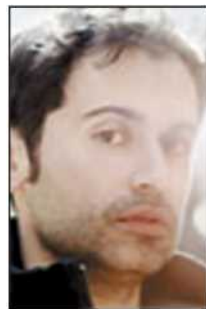
che finiscono malissimo" si basano invece su un meccanismo comico completamente diverso. Come mai?

«Perché con i tempi brevi del web posso usare a piene mani il surreale, che invece nei libri mitigo con una comicità più educata per non correre il rischio di stancare. Inoltre, trattandosi di fiabe, mi appoggio su un genere noto facendone la parodia».



C'è un nesso fra la tua attività di scrittore e il tuo lavoro di copywriter?

«La pubblicità mi ha donato da un lato la capacità di non affezionarmi troppo alle parole. Quando si lavora a testi da leggere in trenta o addirittura in sette secondi, capita di vedere lo script più volte rimaneggiato. Questo torna molto utile in fase di rilettura di un romanzo. E poi la voglia di misurarsi con un testo lungo, nasce proprio come reazione a un lavoro in cui lo sforzo creativo sfocia in risultati stringati tipo “con il 20% di prodotto in più”».



Francesco Muzzopappa



La copertina

