

## Riflessione metacognitiva sulla codifica del capitolo VI de I Malavoglia

Per codificare questo capitolo de I Malavoglia abbiamo identificato come filo conduttore un target che potesse cogliere i vari riferimenti alla cultura social contemporanea. Abbiamo deciso di fornire una reinterpretazione della chiave di lettura, immaginando tutti i collegamenti che le parole scritte da Verga alla fine dell'800 potessero richiamare alla mente di un **giovane contemporaneo** circondato, da sempre, dal mondo digitale e capitalistico tout court. La produzione di annotazioni si è svolta in maniera soggettiva<sup>1</sup>, in quanto giovani anche noi, e contemporaneamente critica, appoggiandoci agli strumenti di analisi dei modelli di scrittura e lettura contemporanei forniti dai testi in programma. Un/a giovane d'oggi (quasi) non può definirsi tale senza i social network, le piattaforme di consumo e la cultura transmediale di massa. Su questi oggetti si è concentrata la nostra personale rilettura del capitolo VI de I Malavoglia di Giovanni Verga.

Per mantenere un senso di ordine abbiamo diviso in due sottosezioni i contenuti aggiunti al testo, ma ad una seconda analisi si può notare come in realtà essi costituiscano un continuum. Siamo partiti da una trasposizione in chiave "**ironica**" dell'identità di 'Ntoni Malavoglia su piattaforme social<sup>2</sup>, con tutti i corollari che ci sono venuti in mente, per approdare, sempre attraverso un processo di rimediazione, alla modalità di utilizzo più strettamente commerciale delle piattaforme (vedi note "airbnb" e "linkedin"). In questa categoria rientrano le note dedite alla strategia di *worldbuilding* su cui ci soffermeremo più avanti.

La seconda categoria, che definiamo "**lineare**" perché emersa da una lettura estensiva del testo, si lega alla prima per il suo riferimento alla dimensione commerciale e in particolare al capitalismo delle piattaforme, in cui noti brand come Coca-Cola sono impegnati in una mercificazione permeante che abbraccia anche la cultura. Così come vediamo pubblicità sfruttare canzoni, citazioni letterarie e immagini appartenenti all'agone della classicità, allo stesso modo questi elementi della tradizione vengono riadattati da altre e nuove forme di cultura (sketch comici, film e cartoni animati e canzoni).

Gli interventi che abbiamo messo in opera sono di **worldbuilding e traduzione intersemiotica**<sup>3</sup>. Per quanto riguarda il primo tipo di annotazioni, va inquadrato come un tentativo di *estendere il mondo* de I Malavoglia non solo per rispondere alle logiche dell'*Age of Acquisitions* e dell'*Age of Amazon*, in cui la struttura stessa dei grandi conglomerati editoriali richiede una narrazione che si svolga su più media, ma anche per sfruttare le possibilità di ampia diffusione offerte da queste stesse svolte nel campo dell'editoria. Come sostiene Giuliana Benvenuti, "sarebbe sbagliato ridurre questa intenzione di spendibilità ad aspirazioni esclusivamente economiche. [...]chi scrive per avere un impatto sull'immaginario, o per portare all'attenzione del grande pubblico una problematica, deve saper parlare una lingua vicina a chi

---

<sup>1</sup> Per un discorso sull'importanza della soggettivazione della parola testuale e della declinazione reader-oriented per la critica contemporanea cfr. A. Sicchera, (a cura di) M. Sturiale, G. Traina), *Parole e sconfinamenti*, Leonforte, Euno Edizioni, 2014, p. 381

<sup>2</sup> I profili Tinder di 'Ntoni e Barbara, al pari di quello Instagram di 'Ntoni sono stati concretamente realizzati, quest'ultimo è visitabile al seguente link:

<https://www.instagram.com/ntoni.malavoglia?igsh=MXJ2MDA2aXBucWtyZw==>

<sup>3</sup> I paradigmi sono stati tratti direttamente da (a cura di) G. Benvenuti, *La letteratura oggi: Romanzo, editoria, transmedialità*, Giulio Einaudi Editore, Torino, 2023, pp. 45-50

legge"<sup>4</sup>, il giovane contemporaneo appunto. Quest'ultimo potrà, grazie al nostro lavoro, non solo osservare l'agire dei personaggi in un ambiente che gli è più noto (le piattaforme di matchmaking e i social network), ma ipoteticamente anche interagire con essi. Risulta dunque evidente il nesso che stringe questo primo gruppo di note al secondo, nonché la scelta delle note, nel loro complesso, a quella del target.

Se da un lato le nostre note "rappresentano «constant decision points»"<sup>5</sup>, che richiedono nuove "capacità di elaborazione"<sup>6</sup> e implicano un rischio di sovrastimolazione e smarrimento, (competenze e pericoli tipici dell'"homo eligens" di cui parla Zygmunt Bauman in "Consumo, dunque sono"<sup>7</sup>), dall'altro questo tipo di rimediazione è in grado di rendere la lettura immersiva e partecipativa. Una lettura, la nostra, in un certo senso *postmoderna*, per il suo attingere alla cultura pop, per la decontestualizzazione e la frammentazione che la pervade<sup>8</sup>, per la ricerca di connessione col lettore contemporaneo<sup>9</sup>. Forse non è un caso, come molta critica ha notato finora, che "tradire" e "tradizione" condividano la stessa radice etimologica. Prendiamo la citazione di David Damrosch contenuta nel saggio di Benvenuti: "Tutte le opere sono soggette a manipolazione e persino a deformazione nella loro ricezione all'estero"<sup>10</sup> e, aggiungeremmo noi, nella loro ricezione *diacronica*. Giustificiamo così le deviazioni che potrebbero sembrare forzate rispetto all'originale, come è quella della pubblicazione della Casa del Nespolo su Airbnb: sappiamo che i Malavoglia finiranno col pagare il debito e conservare la propria casa e la Provvidenza, ma la lettura estensiva del capitolo ci ha suggerito questo collegamento, che oltre a risvegliare l'attenzione del nostro target 'disattendendo' al suo *orizzonte d'attesa*, veicola nuovi significati e offre una lente critica sul reale. La nota in questione mostra un'alternativa narratologica possibile nel mondo contemporaneo, divertendo e al contempo denunciando la situazione di centinaia di persone costrette a lasciare le proprie abitazioni in affitto per le decisioni spregiudicate dei proprietari. Citando il saggio Parole e Sconfinamenti, "non si smette di leggere un libro [...] quando esso dona al corpo del proprio lettore sensazioni ed emozioni - è il caso del ricordo d'infanzia connesso alla nota "adagio adagio"- [...]perché essa [esso] riesce a proiettare fasci di luce sulla realtà[...]contribuisce alla prassi esistenziale del lettore[...], lo proietta nella storia altrui- si veda per questo la nota «Airbnb» appena illustrata"<sup>11</sup>. Seppure in maniera contenuta e modesta, abbiamo tentato di restituire una rilettura del capitolo VI de I Malavoglia che abbracciasse tutti e tre i paradigmi che gli autori del saggio sopra citato ritengono fondanti per una ricezione forte: *receptio corporis*, *mentis* e *cordis* si fondono all'interno delle nostre note sfiorando il nostro target su tutti e tre i livelli.

---

<sup>4</sup> Ivi, pp. 49-50

<sup>5</sup>A. Nardi, *Il lettore «distratto»: Leggere e comprendere nell'epoca degli schermi digitali*, Firenze, Firenze University Press, 2022, p. 147

<sup>6</sup> Ibidem

<sup>7</sup> Z. Bauman, *Consumo, dunque sono*, Bari, Editori Laterza, 2010, p. 78

<sup>8</sup> Caratteristiche tipiche anche della comunicazione digitale, come è possibile leggere in M. Palermo, *Italiano scritto 2.0: Testi e ipertesti*, Roma, Carocci Editore, 2017, pp. 23, 41

<sup>9</sup> Si veda G. Benvenuti, *La letteratura oggi* cit., p. 28: "John Barth, nel 1980, individuava la principale differenza tra letteratura moderna e postmoderna nel recupero da parte di quest'ultima della connessione tra gli scrittori e un pubblico ampio - un legame che esisteva in epoca premoderna"

<sup>10</sup> Ivi, p.35

<sup>11</sup> A. Sichera, *Parole e Sconfinamenti* cit., p. 383