

Archivio della scrittura popolare

Quinto Antonelli e Anna Iuso*

Scritture popolari e idolo mediatico nell'Italia del miracolo. L'archivio di Gigliola Cinquetti

«Ciò nonostante, continuava a scrivergli delle lettere amorose, obbedendo all'idea che una donna debba sempre scrivere all'amante. Ma, nello scrivere, ella pensava un altro uomo, un fantasma formato coi ricordi più ardenti, con le letture più belle, con le brame più forti; e questo fantasma diventava alla fine così vero e accessibile, ch'ella ne palpitava, tutta meravigliata, senza tuttavia poterlo nettamente immaginare, perché esso si smarriva, come un dio, nell'abbondanza degli attributi».
[Gustave Flaubert, *Madame Bovary*]

«Scrivere agli idoli» è un'espressione che dice molto, ma non spiega gran che. Senza il sottotitolo, lascerebbe vagare il lettore fra mille ipotesi, tutte verosimili. Perché scegliere un titolo così polisemico?

In primo luogo, per la sua capacità di rinviare a tutto un ambito di studi all'interno del quale quest'espressione sembrerebbe precisamente situata. Calarsi nel mondo dei media e parlare di miti potrebbe significare analizzare il rapporto *star-fan* ponendosi dalla parte delle star, del «mito». Ma oggi, nel mondo della ricerca, è piuttosto il termine «culto» che si impone, con uno slittamento semantico significativo: «Il mito veniva dall'alto, dalle industrie, dai film, dagli attori, dalle star, e si riversava sul pubblico che li ammirava. Il culto viene dal basso, risale verso gli idoli e le opere che appaiono in parte costruite dai loro consumatori. Il risultato positivo, è un'immagine più attiva del pubblico. La valorizzazione, per quanto maldestra, è comunque presente. Significa anche che è in corso una forma di desacralizzazione delle opere e degli autori perché più che riferirsi a loro, qui si tratta di designare delle pratiche di cui sono il supporto. La figura letteraria dello

* Testo pubblicato, con qualche parziale modifica, come introduzione al volume *Scrivere agli idoli: la scrittura popolare negli anni sessanta e dintorni a partire dalle 150.000 lettere a Gigliola Cinquetti*. A cura di Anna Iuso e Quinto Antonelli. Trento: Museo storico in Trento 2007: 5-17.

scrittore-re, dell'opera assoluta, proveniente dal XIX secolo, che aveva conquistato gli altri settori della cultura perde in parte la sua potenza»¹.

Questo titolo è anche una scelta che, come ogni volta che si usano termini come «culto» o «mito», ha ricorso alla metafora religiosa per designare un fenomeno sociale legato ai media e al consumo culturale. Per Maigret infatti «La 'cultura giovane' post sessantottina (come quella degli anni sessanta in generale) è evidentemente composita nei suoi valori, ma presenta dei tratti dominanti che si possono collegare alla metafora del culto. Innanzitutto, è più partecipativa e più referenziale rispetto alle culture 'consacrate': la sociabilità degli adolescenti prende forma intorno a stili vestimentari ampiamente condivisi, scambi di beni culturali, (CD, videocassette, ecc.), discussioni infinite sui gusti e gli interessi comuni, insomma su interazioni coi propri coetanei e sulla riutilizzazione, nella vita quotidiana, degli oggetti che favoriscono l'espressione del gusto»².

E, di fatto, l'uso dell'analogia religiosa nel mondo della ricerca sui media e sui suoi effetti è stato da tempo ratificato da alcuni studi che, tentando di analizzare i diversi tipi di pubblico dei media, si sono mossi nella direzione di una teoria della comunicazione come fenomeno culturale. Gli studi più recenti invece mettono in guardia contro l'uso di quest'analogia, giudicata teoricamente poco rigorosa ed euristicamente poco fruttosa. Ciò che più ci interessa, in tutto questo dibattito, è che progressivamente si è arrivati ad occuparsi non solo della qualità della ricezione e del consumo culturale, ma anche delle pratiche dei fans: il nostro lavoro è appunto circoscritto ad un'unica, ma diffusissima pratica degli ammiratori delle celebrità: la scrittura a quest'irraggiungibile essere che gli stessi scriventi non esitano a definire un «idolo». E l'infinito del titolo, lo *scrivere* agli idoli, è il punto focale del nostro lavoro.

Un'anteprima?

Nel quadro degli studi italiani sulle scritture popolari è un'anteprima, la prima volta che ci si impegna su un terreno così vasto, perchè a differenza degli studi precedentemente condotti, riguarda una realtà nazionale, non un preciso territorio o un singolo evento. La prima volta, anche, che un intero gruppo di studiosi si concentra su un periodo così recente.

Ci si è chiesti ovviamente come collocare concettualmente questa scrittura che, praticata negli anni sessanta, e legata ai mass media, pone l'interrogativo delle

¹ Éric MAIGRET, «Du mythe au culte...ou de Charibde en Scylla? Le problème de l'importation des concepts religieux dans l'étude des publics des médias». In: *Les cultes médiatiques: culture fan ed oeuvres cultes*. A cura di Philippe Le Guern. Rennes: Presses Universitaires de Rennes 2002: 104.

² IBIDEM: 100.

necessità, o meno, di (ri)definire la scrittura popolare di fronte ad una scrittura che proprio per questo suo contesto di produzione, si potrebbe definire «di massa». I nostri scambi non sono arrivati ad una formulazione conclusiva, ma siamo consapevoli del fatto che questa questione è più viva in Italia, dove un'intera tradizione di studi, direttamente o indirettamente rivendicatrice di una matrice gramsciana, ha opposto il «popolare» al «moderno» (e capitalistico) mondo dell'industrializzazione.

Non così invece oltre le nostre frontiere, dove la visione imposta ed alienante dell'industria culturale veicolata dalla scuola di Francoforte ha trovato contrapposizioni intellettuali ed ideologiche (di cui la scuola di Birmingham è evidentemente la punta di diamante) le quali, pur proponendo e analizzando la ricezione e il consumo dei prodotti dell'industria culturale come pratica culturalmente attiva, non ha annullato, dal punto di vista nominale, la definizione *popular* per pratiche come il *fandom* (l'essere fan) e il *fan mail* (lo scrivere alle stars), al punto da sostituire in alcuni casi l'espressione «mass media» con «popular media».

Star versus idolo

Era Gigliola Cinquetti una star? Stando alla definizione di Edgar Morin la risposta sarebbe negativa, perché per il sociologo francese una star è transgenerazionale, un essere emblematico e capriccioso di cui il fan segue ed imita ogni gesto, un'icona cui si perdona tutto. A Gigliola Cinquetti invece non è stato perdonato niente: come si vedrà dalle lettere che riceveva, la giovanissima ugola d'oro doveva essere e restare l'immagine con cui si era imposta. Al limite poteva tagliare i capelli e accorciare la gonna di un paio di centimetri; per il resto, doveva restare «fedele a se stessa». Dal punto di vista cronologico, la durata del suo successo incontestato è stata così limitata che, con una boutade, potremmo definirla una «stella filante»... Ma guardando bene, anche e soprattutto attraverso le lettere, ciò che lei è stata per un'ampia fascia della popolazione italiana, non si può che constatare che la sua figura corrisponde bene alla definizione che, di lei come di altri, davano i media dell'epoca: «Gigliola Cinquetti, l'idolo dei giovani». E un idolo è stata: un'immagine cioè così carica di messaggi, che qualche volta può anche un po' sbagliare, cui si può concedere qualche piccolo capriccio, ma che non può e non deve essere in contraddizione con i valori di cui è portatrice. Un idolo abbandonato quando era ormai specchio di una duplice tautologia: quella di una (giovane) età non più incarnata, e di una visione del mondo che «l'Italia» stava progressivamente abbandonando.

La questione «star versus idolo» non è comunque un puro esercizio di definizione se si tiene conto di quanto già detto a proposito dell'uso dell'analogia religiosa come metodo analitico per la comprensione di certi fenomeni. Nè tantomeno si tratta di una pirouette retorica quando si considera che, oltre ai media, gli stessi ammiratori di Gigliola Cinquetti (come quelli di altri cantanti) adottano questo termine per designare la loro beniamina.

Visto «dal basso» dunque, (cioè nell'uso corrente dei media e nelle lettere), il termine «idolo» si impone. Tutto sta a capire se è una questione nominale o sostanziale. E per questo l'accesso ad un corpus di 140.000 lettere (cioè un fondo così vasto da costituire un archivio a se stante) è un'occasione a tutt'oggi unica per sondare, attraverso le parole dei protagonisti, i canali culturali e le strategie identitarie, più o meno consapevoli, che fanno del rapporto ad un personaggio del mondo dello spettacolo un'esperienza dotata di carica sociale e di senso identitario.

Numeri

Quando nel 2002 Gigliola Cinquetti volle depositare presso l'Archivio della scrittura popolare del Museo storico, le lettere che i suoi fans le avevano scritto nell'arco della sua carriera (dal 1964 fino al termine degli anni Settanta, con un piccolo rivolo che correva anche nel decennio successivo), un rapido calcolo fornì l'impressionante numero di 140.000.

Altri numeri. Su «Amica» del 21 novembre 1972 leggiamo che «in otto anni la Cinquetti ha ricevuto più di ottocentomila lettere; tra queste cinquecentomila sono lettere d'amore», con l'aggiunta che nei periodi di maggior successo (1964-1966) il flusso epistolare poteva raggiungere le 2.500 lettere al giorno³. Sono numeri ancor più impressionanti che ci permettono di scorgere i contorni di un fondo che veleggiava verso un milione di pezzi, e nel contempo connotano come residuale il nostro pur imponente archivio. Ma sono numeri del tutto convincenti?

Leggiamo i quotidiani e i rotocalchi del 1964. «Novella» scrive che «negli ultimi due mesi [febbraio-marzo] Gigliola Cinquetti ha ricevuto cinquemila lettere di ammiratori, tra cui quindici proposte di matrimonio»⁴: quindi, meno di 100 lettere al giorno. Per la «La Stampa» di Torino le lettere giornaliere (nel medesimo periodo) sarebbero state 1.500⁵; per «Espresso Sera», nel novembre del 1964,

³ *Amica*, 21 novembre 1972: «Cara Gigliola, ora che hai l'età...».

⁴ *Novella*, 16 aprile 1964: «Negli ultimi due mesi...».

⁵ *La Stampa*, 19 aprile 1964: «Gigliola Cinquetti, contesa da tutta Europa in famiglia torna ad essere la ragazza di prima».

le lettere quotidiane oscillavano tra le cinquanta e le cento⁶. Sono numeri *ballerini*, dai quali ci sembra difficile ricavare, su questo versante, qualcosa di conclusivo.

È più interessante sottolineare il rilievo straordinario che la stampa dà al flusso incessante di lettere, all'emergenza che provoca nella famiglia Cinquetti⁷, ai temi contenuti (particolare interesse suscitano naturalmente le lettere d'amore). A leggere i rotocalchi sembra che il fenomeno coinvolga Gigliola Cinquetti più di altri cantanti, che assuma nel suo caso le dimensioni del *fenomeno*. Ma può essere, allo stato della ricerca, solo un'impressione.

Luoghi

Le lettere provengono in buona parte da tutte le regioni d'Italia, ma un numero per ora non calcolabile vennero spedite dall'estero: dai paesi europei (da residenti e da italiani emigrati in Germania, in Svizzera, in Belgio, in Francia); dall'America del Nord e dall'America Latina (Brasile, Cuba, Venezuela); dall'Africa (soprattutto dall'allora colonie portoghesi); dal Giappone. Dai tanti paesi dove la Cinquetti si era recata per le sue tournée: così che sembrano numerose le lettere provenienti dalle nazioni che negli anni Sessanta e Settanta componevano l'Europa comunista (Cecoslovacchia, Jugoslavia, Polonia, Romania, Russia). A conferma del fatto che la Cinquetti, fino al 1980, era la cantante italiana più nota nel mondo e quella che aveva venduto più dischi, qualcosa come 12 milioni di pezzi.

Scrittura di massa?

Le lettere si situano in un sotto-genere che, in un convegno del 1990, definimmo «lettere ai potenti», indirizzate «verso l'alto», scritte in una situazione asimmetrica di dislivello di ruoli sociali⁸. In quell'occasione prendemmo in considerazione accanto alle lettere alle istituzioni, ai capi carismatici, ai notabili, ai benefattori

⁶ *Espresso sera*, 12-13 novembre 1964: «Cento lettere al giorno».

⁷ Il numero di *Grand Hôtel* del 9 maggio 1964 dedica la controcopertina, con la consueta tavola di Walter Molino, alla famiglia Cinquetti travolta dalla corrispondenza: «Per Gigliola Cinquetti... mobilitazione generale. Di ritorno da una tournée artistica nei principali Paesi europei, la vincitrice dell'ultimo Festival di Sanremo ha trovato la sua casa di Verona invasa da lettere di ammiratori accumulate durante la sua assenza. Non potendo evadere da sola tutta quella corrispondenza, Gigliola ha chiesto non solo l'aiuto dei genitori e della sorella ma anche quello del portinaio e dei vicini di casa, i quali si sono gentilmente prestati a collaborare con lei nello spoglio delle lettere e nella stesura delle risposte».

⁸ Cfr. Gianluigi FAIT e Camillo ZADRA (a cura di), *Deferenza, rivendicazione, supplica: le lettere ai potenti*. Atti del IV seminario nazionale dell'Archivio della scrittura popolare (Rovereto, 6-8 dicembre 1990). Paese (Treviso): Pagus 1991. Il volume raccoglie gli atti del quarto seminario nazionale della Federazione degli archivi della scrittura popolare.

anche quelle indirizzate ai personaggi resi celebri dalla radio e poi, con maggior efficacia, dalla televisione, il nuovo *media* che a partire dagli anni Sessanta si insedia nella comunicazione sociale con una influenza crescente⁹.

In quell'occasione Paolo De Simonis fece un «viaggio esplorativo» nell'archivio di Claudio Villa («sono stato *laggiù* e cerco adesso di raccontare l'esperienza vissuta a chi è rimasto a casa»)¹⁰.

Riprendendo una discussione (non sono terminologica), De Simonis si chiedeva, a fine *viaggio*, se si trattasse ancora di *scrittura popolare* (sono lettere che dagli anni Cinquanta giungono agli anni Settanta) o se fosse più pertinente usare la nozione di *gente comune*: «Si tratta di scrittura popolare? Oppure è proprio in casi come questi (la *lettera al divo* rappresenta sicuramente una tipologia) che risulta più pertinente la nozione di *gente comune*?»¹¹.

Ora, l'appartenenza all'area della scrittura popolare era (ed è) definita dalla collocazione sociale dello scrivente, non certo dalla qualità della scrittura stessa. Insomma, quando si è trattato di dar vita all'archivio della scrittura popolare abbiamo considerato *popolari* le scritture di chi, con poche incertezze e poche oscillazioni, potevamo considerare *popolo - classe subalterna* (contadini, operai, artigiani) entro una dinamica sociale piuttosto elementare, ma non rigida volendo accentuare soprattutto il ruolo di *scriventi* contrapposto a quello di *scrittori*. E i conti sono sempre tornati qualora si prendevano in considerazione le memorie contadine, le scritture di guerra o le lettere degli emigranti. Ma quando il ventaglio sociale (dei ruoli e delle professioni) si è esteso, si è complicato, si è frammentato come è successo negli anni Sessanta è entrato in crisi o almeno si è dimensionato diversamente il termine *popolare*. Fin dove si estende? Come considerare i fotografi, i meccanici, i negozianti e le commesse, i commercianti e le parrucchiere, gli albergatori, i camerieri e le sarte? E gli operai della seconda metà degli anni Sessanta? E i periti, i geometri, i ragionieri, i piccoli imprenditori?

⁹ «La televisione, che iniziò le trasmissioni nel 1954, ebbe com'è ben noto, un profondo impatto sulla vita quotidiana degli italiani. L'apparecchio televisivo venne quasi subito posto come centro di una nuova attività – comunitaria prima, privata poi, in seguito all'aumento della diffusione degli apparecchi – che sembrava coinvolgere più o meno tutti: dalle piazze dei paesi di provincia, come Scarperia del Mugello, dove un gruppo di *political scientists* americani finanziati dalla Ford Foundation vedeva i contadini scendere dalle colline, portando le proprie sedie e camminando anche per chilometri sotto la pioggia per guardare la televisione, ai bar di periferia, fino alle viste di *massa* delle famiglie che possedevano il televisore, le cui case si riempivano di amici e parenti nelle ore di trasmissione». Adam ARVIDSSON, «Consumi, media e identità nel lungo dopoguerra: spunti per una prospettiva d'analisi». In: *Genere, generazione e consumi: l'Italia degli anni Sessanta*. A cura di Paolo Capuzzo. Roma: Fondazione Istituto Gramsci, Annali XII, 2003: 35.

¹⁰ Paolo DE SIMONIS, «Una sua foto con dedica: lettere a Claudio Villa». In: *Deferenza, rivendicazione, supplica: le lettere ai potenti*. A cura di Gianluigi Fait e Camillo Zadra. Atti del IV seminario nazionale dell'Archivio della scrittura popolare (Rovereto, 6-8 dicembre 1990). Paese (Treviso): Pagus 1991: 253-265.

¹¹ *Ivi*: 253.

E le tante casalinghe? E i ragazzi e le ragazze, studenti e non studenti? Che scrittura è la loro?

L'archivio di Gigliola Cinquetti riflette bene il sommovimento sociale che avvenne in quegli anni (riflesso dalla difficoltà dei catalogatori nell'aggiustare continuamente il repertorio delle professioni), e potrebbe suggerire l'uso di una locuzione come «scritture di massa», in quanto risposta di un pubblico potenzialmente indifferenziato alle forme comunicative «di massa».

Eppure abbiamo la netta impressione che, come gli scriventi a Claudio Villa, anche i nostri appartengano ad una classe socio-culturale prevalentemente, se non unicamente, *bassa* (ci basiamo su un campione di 8.686 lettere, una percentuale piccola – 5,8% – rispetto al totale, ma che probabilmente si alza al 10% considerando la sola corrispondenza proveniente dall'Italia) e che il numero degli scriventi che appartengono ad un'area *di alfabetizzazione imperfetta* sia impressionante. Tutto ciò nel contesto di iniziative statali come la *Scuola Popolare contro l'analfabetismo* e nel 1963 l'introduzione della scuola media unica. Possiamo valutare queste lettere, le lettere dei giovani in particolare, scritte in tutta spontaneità, in termini di abilità e di competenze acquisite?

Modelli

Ci soffermiamo sulle lettere che abbiamo collocato in quest'area di semi-alfabetismo. Ad un primo livello, ma siamo consapevoli che si tratta di un livello di superficie, troviamo una continuità sconcertante con un modello epistolare popolare di lunga durata.

Giovanna e Carmelina, due ragazze di San Giovanni Rotondo (prov. di Foggia), aprono in questo modo la loro lettera: «cara Gigliola ti vengo a scrivere questi pochi rigi per farti sapere che sto molto bene e così spero anche di te e tutta la tua famiglia».

E Onofrio, giovane emigrante in Germania, se inizia anche lui con un «Egregia signorina Gigliola Cinquetti con molto piacere ti scrivo due rigi per farti sentire le mie notizie che sto bene e spero di te», termina con la formula: «Pronta e risposta e buone notizie», così come Francesco, altro emigrante, che chiude la sua lettera con «lo mi fermo con la penna ma con il cuore ti penso sempre» e l'aggiunta di un «Pronto Risposta».

Sono le formule di apertura e di chiusura delle lettere dei soldati della Grande Guerra o degli emigranti, ma più in generale fanno parte integrante di un modello epistolare diffuso non solo italiano.

Insomma nelle lettere a Gigliola Cinquetti ci sembra di poter individuare alcuni elementi di continuità con una pratica di scrittura che avevamo studiato come

caratterizzata da situazioni e destinatari del tutto diversi: ed invece quelle formule e quei temi ritornano qui insieme alle scuse reiterate per la cattiva scrittura, alla gioia dichiarata di ricevere una lettera di risposta, all'importanza attribuita alla fotografia.

Così come ritroviamo quella lotta tra flusso mentale e forma-lettera che produce, appunto, lettere che si chiudono e poi si riaprono, per frammenti autonomi: ne scrive Paolo Apolito a commento e descrizione delle lettere di Anna del Salento alla sua «cara Signorina», l'antropologa Annabella Rossi¹² (le *Lettere da una tarantata* sono in parte contemporanee alle lettere a Gigliola Cinquetti - scrittura popolare degli anni Sessanta anche quella di Anna, praticata per giunta in una situazione asimmetrica).

Il grande sogno

Ma le lettere alle *star*, ai divi, a coloro che grazie al successo mediatico hanno ottenuto una forte visibilità pubblica (cantanti, attori, presentatori televisivi) possiedono caratteristiche comuni e proprie.

Molti giovani scrivono a cantanti diversi chiedendo foto ed autografo e a tale scopo annotano su un loro quadernetto gli indirizzi, come rivela Giovanna (Prov. di Vicenza) in una lettera del 1964: «La Domenica seguente mia sorella mi disse: Vuoi venire al Giu Bos¹³ ti ofro un bel disco di una Veronese io non mi sono acorta cioè non ho guardato nel mio libretto dove ho tutti gli indirizzi chi fosse la Veronese. Allora andai mete il disco e ho visto che era di lei cioè Non ho leta». Attorno a questa richiesta si aggregano poi altre annotazioni, digressioni personali, storie di vita.

Altri, giovani e meno giovani, scrivono lettere di supplica chiedendo un aiuto in denaro. Altri ancora chiedono un incontro; alcuni offrono testi per possibili canzoni. Ma, come ha rilevato Paolo De Simonis riferendosi alle lettere inviate a Claudio Villa «la richiesta reale, più generalizzata e profonda, è comunque quella di essere *esauditi* in senso etimologico, ascoltati cioè *pienamente, sino in fondo*: da cui il frequente timore che il contatto faticosamente raggiunto si interrompa». Persino le lettere indirizzate, all'inizio degli anni Sessanta, a Pier Paolo Pasolini (si può pensare a un personaggio più diverso da Gigliola Cinquetti?) trovano più di un aspetto comune con il nostro repertorio: sono lettere, «intrise di miseria e di stento», di malati che chiedono un aiuto economico, o di giovani privi di lavoro. Ma la gran parte appartiene a scriventi che «hanno in cuore un grande sogno:

¹² Cfr. Paolo APOLITO, «E sono rimasta come lisolo a mezzo a mare». In: *Lettere da una tarantata*. A cura di Annabella Rossi. Lecce: Argo 1994.

¹³ Jukebox.

quello di diventare attori, e hanno, della cosa, una idea taumaturgica, puerilmente provinciale, facendo tutto un fascio di *La dolce vita*, di *Grand Hôtel* e di *Accattone*¹⁴».

Anche nella corrispondenza a Gigliola Cinquetti il sogno di diventare cantante è del tutto comune: «fare la cantante», «fare il cantante» grazie ai modelli proposti dalla televisione e dai rotocalchi (è vero, ha ragione Pasolini, questi scriventi sono davvero tutti lettori di *Grand Hôtel*) sembra possibile senza sforzo, lavoro, studio. Si tratta di un sogno collettivo, di un desiderio socializzato che cresce dentro il miracolo economico. La musica leggera, con i nuovi modi di consumo (dai vari festival, al 45 giri, al jukebox) che ne diffondono la presenza e disegnano un paesaggio sonoro nuovo e straordinario, sembra assumere le dimensioni di una promessa di felicità, di una vita più ricca e piena, forse di un altrove non toccato dalla miseria della quotidianità.

Sud

L'Italia che appare nelle autorappresentazioni epistolari sembra sfuggire al *miracolo* economico: quella che si delinea piuttosto vividamente è l'Italia rurale dei tanti paesi e campanili del Meridione.

Nelle lettere che giungono a Verona in casa di Gigliola Cinquetti, troviamo le tracce di una vita priva di prospettive, ancora chiusa dentro i tradizionali orizzonti, cui si sfugge cercando lavoro altrove, a Milano, a Torino o fuori d'Italia, in Svizzera, in Germania. Le giovani scriventi riferiscono di vissuti e di comportamenti tipicamente contadini: si va a servizio nelle case borghesi solo per il vitto, si colloca il figlio più dotato presso un parente di città perché possa studiare, mentre per tutti gli altri, interrotta la scuola assai prima del diploma di terza media, la prospettiva è il precoce lavoro dei campi. Ma poi, ecco, per mezzo della radio, della televisione, dei dischi c'è l'irruzione della modernità e con essa di un *sogno taumaturgico*. Ai divi, protagonisti assoluti di un mondo *altro*, che sembra avere le fattezze di un *Olimpo* televisivo (e quindi eternamente festivo), si chiede, come fa Isa del Salento «per sapere se c'è una speranza nella mia vita che può cambiare».

Queste lettere dal Sud andrebbero lette in parallelo alla nota ricerca di Lidia De Rita *sull'influenza degli spettacoli televisivi in un gruppo di contadini lucani*¹⁵ pubblicata nel 1964, dove troviamo molte conferme sul carattere dirompente

¹⁴ Pier Paolo PASOLINI, "Le lettere personali". *Vie nuove*. Roma, 10 (8 marzo 1962).

¹⁵ Lidia DE RITA, *I contadini e la televisione: studio sull'influenza degli spettacoli televisivi in un gruppo di contadini lucani*, Bologna: il Mulino 1964.

della televisione («il desiderio di evadere dalla borgata è l'elemento dominante per l'80% dei giovani»), nonché sul successo degli spettacoli musicali. Ma si resta colpiti, leggendo la ricerca della De Rita, dall'invisibilità quasi totale delle ragazze, chiuse nelle loro case, custodite da padri severi e da un controllo sociale apparentemente immodificabile. Eppure è anche da queste case (come dalle tante altre del sud) che partono, invece, migliaia di lettere indirizzate a chi incarna il sogno di un riscatto.

Nord

Entriamo ora in una casa della provincia di Milano, nella casa di Margherita che nel 1968 ha diciassette anni: «Siamo in quattro fratelli due giovanissimi ma il bisogno è tanto e allora quella di 10 anni che è una piccola e magra ragazzina l'abbiamo mandata ad imparare a lavorare di cucito in biancheria ma chissà quando prenderà qualche cosa per ora 500 £ al mese le danno in 9 mesi che lavora. Io che sono la prima ho diciassette anni e sono più di due mesi disoccupata faccio la ricamatrice vorrei lavorare in un stabilimento a Milano che ci sono 60 km da fare con la corriera ed è pieno di uomini ed allora si impara cose cattive. I debiti si fanno sempre più forti non sappiamo io e la mamma dove sbattere la testa [...]. Il papà ha un carattere un po' cattivo e non si può dirgli che ci sono dei debiti e tanti altrimenti va fuori da lui lui prende £ 50.000 al mese come si fa a pagare pure l'affitto anche se non è caro».

Un affare di donne

Il 73% del nostro campione è costituito da lettere di scriventi donne. Anche il 76% delle lettere collettive (sottoscritte da più persone) si deve attribuire a giovani donne. E in questo caso forse possiamo proiettare la percentuale sull'intero archivio.

Si conferma anche in questa pratica di scrittura (scrittura agli *idoli* certo, ma con tutte le caratteristiche della scrittura di sé, ricca di elementi biografici e quindi luogo di un «dimensionamento» personale, o meglio luogo «di fondazione dell'individuo per altri»), si conferma, dicevamo, che la «cultura epistolare» è un affare di donne.

Per la disponibilità a raccontarsi ad un estraneo (a *confidarsi* ad un'estranea) per avere un consiglio, un aiuto, una parola di conforto, queste lettere sono in qualche modo imparentate con quelle indirizzate alla «piccola posta» dei giornali femminili più popolari.

Sulla soglia degli anni Sessanta il libro di Gabriella Parca, *Le italiane si confessano*, rivela che milioni di italiane parlavano volentieri di se stesse (delle

loro paure legate al sesso, delle loro inibizioni e dei loro slanci, della loro più generale insoddisfazione) soprattutto se nessuno le interrogava: «per questa ragione - scrive la Parca - circa 5 milioni di lettere sono giunte alle rubriche della piccola posta dei settimanali femminili negli ultimi dieci anni»¹⁶.

Ma andrebbe indagato anche il rapporto che lega queste nostre lettere alla Cinquetti direttamente alla lettura dei giornali femminili, dei rotocalchi popolari, dei fotoromanzi. È su questa stampa che le scriventi trovano l'indirizzo della cantante e possono leggere le interviste e le storie private dei divi (storie che poi ritornano puntualmente nelle lettere).

Dopo di che è anche possibile sorridere sul ruolo dei fotoromanzi, anche se siamo convinti che per capire davvero le lettere indirizzate a Gigliola Cinquetti (da lettrici di fotoromanzi), bisognerebbe almeno sapere che, come ha scritto Anna Bravo «nelle campagne povere e poco alfabetizzate leggere "Grand Hotel" significa aspirare alla promozione culturale, all'autonomia, a qualche spicchio di modernità»¹⁷.

Una rivelazione

Detto questo, le lettere a Gigliola Cinquetti possiedono una loro quota di forte specificità. Iniziano a fluire dopo un evento preciso, specifico (e a modo suo separatore): l'apparizione a Sanremo nel 1964 (e quindi alla televisione nei tre giorni del Festival) con la canzone *Non ho l'età* provoca qualcosa (uno sconvolgimento? un incontro inatteso?). A modo suo è una rivelazione: Gigliola, per dirla con Barthes «passa da una esistenza chiusa, muta, a uno stato orale, aperto all'approvazione della società»¹⁸. Si rivela dunque, mette in mostra la sua giovane età, un comportamento educato, un vestito da educanda, una voce, una storia moraleggiante, uno stile musicale melodico.

Le lettere che dal giorno successivo riempiono la casa della Cinquetti costituiscono la versione popolare (o della gente comune) di quell'incontro. (Per quel che vale il nostro campione di 8.686 lettere è comunque significativo che 1/3 si riferiscano al solo 1964 e, a ben vedere, ai primi mesi dell'anno). A quell'evento (ne parlo qui schematicamente) il pubblico reagisce, sostanzialmente, in due modi diversi. Le ragazze e le giovani donne comunicano attraverso le lettere tutto il loro entusiasmo, la loro adesione, la loro identificazione (le canzoni come le storie d'amore scritte o rappresentate sono uno dei luoghi dell'immaginario). Ritrovano se stesse in un modello femminile.

¹⁶ Gabriella PARCA (a cura di), *Le italiane si confessano*. Milano: Feltrinelli 1966².

¹⁷ Anna BRAVO, *Il fotoromanzo*. Bologna: Il Mulino 2003: 110.

¹⁸ Roland BARTHES, *Miti d'oggi*. Torino: Einaudi 1974: 191.

Apprezzano (del modello) alcune qualità: la semplicità, la naturalezza, la modestia. È una questione di empatia, di gusto, di cultura: si sentono, si vedono, queste nostre giovani scriventi perlopiù meridionali, estranee ai fenomeni giovanili più moderni (il *beat*, i ragazzi *yè yè*, la musica *rock*). Si sentono forse inadeguate e considerano il personaggio di Gigliola Cinquetti, in un rimescolamento delle distinzioni tra realtà e rappresentazione, altrettanto *moderno*, ma più rassicurante. Il tutto è espresso oserei dire *istintivamente*, mettendo in gioco la passione (quasi erotica). Scrive Teresa da Comiso (anche lei nel 1964, ha come Gigliola 16 anni): «Ma so che ti chiedo troppo ma spero che mi accontenterai in un modo o nell'altro questa tua ammiratrice, che ti vuole bene credo che se fossi un uomo ti sposerei tanto mi piaci». Le medesime espressioni registrate dalla De Rita (nel piccolo centro lucano) durante una trasmissione canora: «Se fossi un uomo non ti lascierei scappare... Peccato che non lo sia! Eh, ma io sono Povera! che te ne fai?».

Gli adulti e gli anziani (senza particolari differenze tra uomini e donne) reagiscono a quell'evento in modo del tutto differente, dando vita ad un processo di *mitizzazione*. Naturalmente un *mito d'oggi* così come ci è stato spiegato da Roland Barthes. Il personaggio di Gigliola Cinquetti viene *ri-significato* ed introdotto nelle tensioni sociali ed ideologiche del periodo. Così che di volta in volta (di lettera in lettera) il personaggio assume il senso tutto ideologico di un ritorno della Tradizione e dei Valori (la purezza, la castità, la modestia); oppure incarna l'icona rassicurante dell'*anti-ninfetta*, dell'*anti-Lolita*, a fronte di una rovinosa decadenza dei costumi. E in questo «discorso mitologico» le lettere si muovono in perfetta sintonia con la stampa conservatrice.

In conclusione

Se gli anni Sessanta sono ormai entrati a pieno titolo nel panorama storiografico, rimangono ci sembra, meno indagate le trasformazioni e le permanenze culturali; l'importanza e il senso di quella prima televisione già in grado di diffondere linguaggi, modelli di comportamento e di consumo, sogni ed aspirazioni (si ricordi che tra il 1958 e il 1965 le famiglie che possiedono un apparecchio televisivo passano dal 12% al 49%); la rilevanza anche sociale del consumo musicale (la musica leggera) che diventa tanta parte della cultura di massa. Certo è anche una questione di fonti: ma queste lettere a Gigliola Cinquetti possono ora offrire uno straordinario racconto soggettivo (quasi una giovanile autobiografia collettiva) di quegli stessi anni.