

ANTONIA MARCHIANÒ

La traduzione visiva della copertina del libro tra rispetto e tradimento del messaggio letterario

In

I cantieri dell'italianistica. Ricerca, didattica e organizzazione agli inizi del XXI secolo.
Atti del XVII congresso dell'ADI – Associazione degli Italianisti (Roma Sapienza,
18-21 settembre 2013), a cura di B. Alfonzetti, G. Baldassarri e F. Tomasi,
Roma, Adi editore, 2014
Isbn: 9788890790546

Come citare:

Url = http://www.italianisti.it/Atti-di-Congresso?pg=cms&ext=p&cms_codsec=14&cms_codcms=581
[data consultazione: gg/mm/aaaa]

ANTONIA MARCHIANÒ

La traduzione visiva della copertina del libro tra rispetto e tradimento del messaggio letterario

Il Novecento è il secolo dei messaggi visivi: l'immagine domina in diversi campi e, già dai primi anni Sessanta, la sua diffusione va oltre i tradizionali contesti; l'editoria, ad esempio, applica le tecniche delle figure in movimento del cinema e della televisione. La proposta di comunicazione affronterà il caso emblematico delle copertine dei testi, pubblicati in Italia e poi tradotti in altri paesi, dimostrando come il prodotto libro, ormai chiuso editorialmente, sia di nuovo sottoposto a una rielaborazione nel passaggio da una lingua a un'altra. Saranno, pertanto, esemplificati gli interventi più vistosi sull'impostazione grafica della copertina, decifrabili come vera e propria "traduzione visiva", tale da modificare o, in certi casi, addirittura sostituire l'immagine originaria dell'edizione italiana. L'aspetto più innovativo del contributo evidenzierà che questo tipo di interventi veicola, attraverso diversi messaggi visivi, informazioni e valori propri dell'identità culturale del nuovo editore.

All'inizio dei "mitici" anni Sessanta, in anticipo sui tempi, l'*Almanacco letterario*¹, pubblicato da un prestigioso editore come Bompiani, seleziona tra tanti temi possibili, di cui era ricco il dibattito culturale in Italia, il rapporto tra scritture verbali e segni visivi, pone al centro delle analisi critiche proprio il nuovo tipo di civiltà che si andava affermando, quella appunto dell'immagine, ne condensa in maniera esemplare tutte le sfaccettature: dalla riflessione filosofica alle nuove ricerche psicanalitiche, dalle teorie linguistiche al disegno industriale, dalla comunicazione politica al messaggio pubblicitario, dalla paraletteratura al cinema e alla storia del costume nella sua dimensione globale².

L'immagine domina in diversi settori; la sua utilizzazione era stata precedentemente circoscritta alla pittura (graffiti, incisioni, affreschi), poi, gradualmente, ai libri, quotidiani e riviste. Il Novecento, infine, è stato il secolo della scoperta del cinema e della televisione, e quindi di un nuovo tipo di immagine; né va sottovalutato l'uso che dell'immagine fa la letteratura, poiché ne allarga gli orizzonti d'indagine, abbracciando campi ancora poco battuti: la sua utilizzazione è così capillare da essere in grado di condizionare l'insieme delle funzioni e delle azioni umane.

Ogni immagine, anche quando non sembra vera, è legata al mondo, a un tema che non viene mai abbandonato e deve avere una propria struttura, come un disegno, una frase, che non sono mia isolati, ma implicano una serie di strutture. Le strutture dell'immagine, non potendosi staccare completamente dal mondo reale, prendendo ispirazione sempre da esso, mirano a trasformare la realtà, o almeno la sua percezione, in un modo piuttosto che in un altro³. È l'immaginazione che ci permette di apportare delle variazioni, di manipolare un'immagine reale, connotandola di nuovi significati; nascono così le variazioni immaginative, che a loro volta svelano verso quale direzione tendono le immagini: la loro "intenzionalità". L'immagine è dunque strutturata, significativa e intenzionale, ma può anche diventare universale, quando questa trasmette un messaggio riconosciuto come tale.

Se in passato le immagini integravano il testo per semplificarne il significato, ora si assiste al fenomeno contrario: è il testo scritto o meglio la didascalia a chiarire il loro messaggio. Ecco perché se ne ha una presenza sempre più capillare, sia nei periodici che nei libri; la comunicazione, pertanto, non è più relegata solo al testo scritto: è attraverso le illustrazioni che si parla al pubblico.

¹ Questo contributo sulla traduzione visiva delle copertine dei libri italiani stampati all'estero è collegato a un altro mio lavoro sulle *Scritture verbali e messaggi visivi nella "Civiltà dell'immagine": l'Almanacco letterario Bompiani 1963*, in *MACRAMÈ. Studi sulla letteratura e le arti*, a cura di R. Giulio, D. Salvatore, A. Sapienza, Napoli, Liguori, 717-34. Per continuità di studio ho scelto di trarre tutti gli esempi da Moravia, le cui opere sono state pubblicate proprio da Bompiani.

² Cfr. I. PIZZONI, *Valentino Bompiani. Un editore italiano tra fascismo e dopoguerra*, Milano, LED, 2007, 33, 42.

³ Cfr. E. PACI, *Sul significato dell'immagine*, in *Almanacco letterario Bompiani. Civiltà dell'immagine*, a cura di S. Morando, Milano, Bompiani, 1963, 165.

L'insieme delle informazioni è condotta da due strutture diverse, di cui una linguistica; queste due strutture sono concomitanti, poiché si presentano reciprocamente diverse e non possono mescolarsi: infatti, nel testo il messaggio è costituito dalle parole; nelle immagini da linee, piani e colori. Si tratta di due strutture distinte, che occupano lo spazio della pagina: vicine, ma non omogenee. Anche se potrebbe non trovarsi un'immagine senza didascalia, l'analisi deve interessare prima l'una e poi l'altra; solo così si potrà comprendere il modo in cui si completano reciprocamente.

I disegni, la pittura, il cinema, a prima vista, potrebbero essere un messaggio senza codice, ma in realtà sviluppano in modo immediato ed evidente, oltre la scena (oggetto o paesaggio), un messaggio supplementare, ossia lo stile della riproduzione. Si registra, quindi, la presenza di un secondo senso dell'immagine, di cui il significante è il trattamento operato dal suo creatore, mentre il significato rinvia al tipo di cultura che riceve il messaggio. Non è possibile però che l'immagine riproduca il testo verbale, perché nel passaggio tra le due strutture è inevitabile che si elaborino significati e accessori e a volte addirittura si inventa un significato del tutto nuovo. Le immagini non solo hanno spesso il sopravvento sul testo, ma rappresentano un mezzo di comunicazione e informazione più rapido, diretto e sintetico.

Da un punto di vista psicanalitico, l'immagine, rispetto alla scrittura, è un mezzo d'espressione più primitivo, poiché attinge alle zone meno razionali e più oscure della personalità⁴. Per questo è necessario tener conto dei fattori inconsci. Sul piano cosciente, invece, le immagini puntano non tanto sulla cultura o sul ragionamento, quanto sulla semplice rapidità delle impressioni e delle emozioni. Se l'ideatore, nel realizzare le immagini, gioca su influenze inconscie e su allusioni simboliche, in ogni suo nuovo lavoro dovrà considerare una serie di elementi per ottenere determinati risultati: le dimensioni dell'annuncio, la distribuzione delle parole scritte, delle immagini, dei colori. Altrettanta attenzione dovrà porre nei simboli scelti o a cui fa riferimento; la sua abilità consisterà nel dosare e suggerire, lasciare intravedere invece che nel dire. Lo stesso messaggio deve essere ben calibrato per non urtare valori di una certa comunità o di una classe sociale.

Tra la copertina e il testo può anche non stabilirsi nessun richiamo: osservando alcune copertine, non si può ipotizzare un sicuro collegamento con la trama di un romanzo, tanto più che con l'influenza del cinema si dà alle figure la capacità di esprimere un messaggio autonomo. Si può riscontrare solo un rapporto mediatico con l'argomento dell'opera: la copertina non ne fornisce, infatti, un commento o un'illustrazione, ma presenta una veste adatta per attrarre il pubblico e stimolare la sua curiosità. Questo tipo di copertina non è rivolta ai frequentatori assidui di librerie, ma a coloro che passano davanti all'edicola e devono effettuare la scelta di un libro nell'arco di poco tempo tra decine di prodotti dello stesso genere.

Uno spunto non marginale si deve all'influenza del cinema: se prima largo spazio era riservato alla parola e le figure rappresentate erano prive di riferimenti mediatici, ora la copertina cattura lo sguardo dell'acquirente con la forte espressività delle raffigurazioni, come appare con evidenza, se si confrontano gli stessi titoli pubblicati in anni diversi⁵. Il cinema ha insegnato anche l'importanza del primo piano, per cui – proprio tenendo presenti i libri tradotti di Moravia – nella traduzione spagnola della *Ciocciara* campeggia la figura di Sofia Loren, l'attrice che ha reso famosa nel mondo la protagonista Cesira, attraverso il film realizzato da Vittorio De Sica⁶.

La versione in lingua spagnola della *Ciocciara*, per quanto riguarda la copertina, si inserisce, infatti, nella serie trainante della produzione cinematografica. Vi campeggia la figura dell'attrice

⁴ E. SERVADIO, *Le immagini pubblicitarie e l'inconscio*, in *Almanacco letterario...*, 77.

⁵ Cfr. C. BATTISTI, *La traduzione filmica. Il romanzo e la sua trasposizione cinematografica*, Verona, Ombre Corte, 2008.

⁶ A. POZZI, *La ciocciara dalla letteratura al cinema attraverso la storia: per una didattica transdisciplinare*, in *Alberto Moravia e La ciocciara. Letteratura. Storia. Cinema II*, Atti del Secondo Convegno Internazionale, Fondi, 13 aprile 2012, a cura di A. Fàvaro, Avellino, Edizioni Sinestesie, 2014, 179-93.

protagonista e, pertanto, il peritesto rappresenta in modo prevalente l'elemento essenziale dell'iconografia cinematografica⁷; di conseguenza, quella che si potrebbe definire la "comunicazione breve"⁸, dovuta al codice interpretativo del grafico o del consulente della casa editrice, riporta la figura della Loren, ma immersa, con rilievo dato allo sfondo, in un ecosistema esclusivamente campestre: questo scenario è stato con tutta evidenza scelto in relazione alla traduzione del titolo, la *Campesina*⁹.

Titolo e immagine sono, inoltre, un'ibridazione di generi diversi, che si ricollegano non solo e non tanto al film, ma soprattutto al romanzo, in cui la voce narrante di Cesira afferma di essere, prima ancora che una bottegaia, una "contadina" e di ritrovare la sua forza e il suo coraggio proprio a contatto con la campagna natia. L'espressione perplessa, pensosa e preoccupata dell'attrice, con una decisa messa in sordina della sua prorompente personalità femminile, ancora una volta, mette in correlazione la cosiddetta comunicazione breve dell'immagine con la vicenda romanzesca: Cesira, infatti, come per una beffa del destino, sarà tradita proprio dalla sua campagna, dal proprio paese, in cui avviene lo stupro di Rosetta, la "figlia d'oro".

Un'altra copertina della *Ciociara*, sempre nell'edizione spagnola, *La campesina*, pubblicata dalla casa editrice Losada, esclude l'immagine cinematografica della Loren e fa campeggiare in primo piano una figura femminile fortemente stilizzata. Sullo sfondo, compaiono altre forme stilizzate, alcune case e qualche guglia di campanile; la scala cromatica usata dal grafico, a parte uno strato azzurro a sinistra di chi guarda, si basa esclusivamente sul contrasto del rosso e del nero. È chiaro il richiamo allusivo alla dialettica interna del romanzo tra guerra *vs* cultura¹⁰, tra violenta distruzione e sperata ricostruzione; inoltre, la prevalenza del rosso nella raffigurazione femminile sottolinea non solo la sensualità di Cesira, ma anche la forte tempra del suo carattere. La copertina presenta nella parte superiore e inferiore delle zone rettangolari grigie, dove sono inseriti, in ordine, nome, titolo, genere del libro e casa editrice. Le due zone grigie esaltano al centro la composizione grafica, che, non avendo una dimensione tridimensionale, si ispira chiaramente alla pittura postimpressionista e a prospettiva: ad esempio, alle opere di Matisse. Questo richiamo tende a esaltare la modernità del racconto, non solo nel suo versante diegetico, ma anche in rapporto al contesto storico. Le due edizioni spagnole si muovono dunque tra due eventi dell'arte novecentesca, il cinema e la pittura, con la riproduzione di immagini filmiche e pittoriche, che sono utilizzate con lo scopo esclusivo di esaltare la Modernità, per cui risulta determinante l'appartenenza del romanzo a un determinato clima storico, proprio perché l'una e l'altra copertina non hanno un riscontro chiaro e preciso con le vicende narrate, mentre un'eventuale allusione risulterebbe molto sottile e comunque ambigua.

In un'altra edizione spagnola (Rba), *La campesina* è accostata a un precedente romanzo di Moravia, *El conformista*. L'editore probabilmente ha pubblicato insieme le due opere per collegare e dare continuità agli avvenimenti storici narrati, che cominciano dal ventennio fascista e culminano nel momento in cui sta per concludersi la seconda guerra mondiale. I due periodi sono certamente tra i meno felici e più bui della storia d'Italia, poiché dalla dittatura fascista si passa alle devastazioni provocate dal conflitto bellico: nella copertina, infatti, si staglia un'immagine in primo piano, posizionata in controluce, e circondata da elementi vegetali, anch'essi riprodotti in controluce; di conseguenza, tranne la parte centrale dove è raffigurato un cielo grigio, plumbeo e vagamente nuvoloso, le piante e la figura sono completamente in nero. Non è possibile nemmeno discernere con precisione se la *silhouette* sia ritratta in maniera frontale o di spalle, ma quello che colpisce è la

⁷ G. GENETTE, *Il peritesto editoriale*, in *Soglie. I dintorni del testo*, Torino, Einaudi, 1989, 17.

⁸ G. BAULE, *La traduzione visiva. Forme dell'accesso peritestuale*, in *Copy in Italy. Autori italiani nel mondo dal 1945 ad oggi*, a cura di Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano, Affigie, 2009, 77-99: 79.

⁹ Cfr. C. BATTISTI, *La traduzione filmica. Il romanzo e la sua trasposizione cinematografica*, cit.; M. Pavesi, *Il cellaio e lo scaffale. Itinerario tra cinema e letteratura in Italia 1947-2009*, in *Copy in Italy*, cit.,

¹⁰ A tal proposito cfr. A. GRANESE, *Guerra vs Cultura-Guerra vs Natura in La ciociara di Moravia*, in *Alberto Moravia e La ciociara. Letteratura. Storia. Cinema II*, cit., 125-47.

posizione della braccia, di cui una è distesa con il palmo aperto della mano verso l'alto e l'altra è rivolta con il pugno chiuso verso il basso. Risulta difficile comprendere il significato di questa gestualità, dove la posizione diversificata delle braccia sicuramente richiama dimensioni tra loro contrapposte. Tuttavia, da un punto di vista prettamente compositivo, la rappresentazione verticale dell'immagine (neppure identificabile se maschile o femminile) e la positura diagonale delle braccia creano non solo un suggestivo contrasto, ma soprattutto tendono a bilanciare e ad armonizzare geometricamente la struttura grafica. Anche in questo caso, si ha l'immediata impressione di una non completa corrispondenza dell'icona con il contenuto dei due romanzi; è probabile che la scelta del nero prevalente, potenziato dalla figura in controluce, sia un richiamo al momento negativo di due tragiche vicende italiane: la dittatura fascista e la tragedia della seconda guerra mondiale. Si potrebbe anche azzardare una proposta interpretativa, partendo dalla diversa raffigurazione delle mani: una aperta verso il cielo, l'altra serrata in pugno in direzione della terra; questo ulteriore dato differenziante contribuisce a rimarcare il proposito dell'editore spagnolo di polarizzare dialetticamente momenti e vicende tra loro fortemente contrastanti.

Diverse le impostazioni delle copertine in lingua inglese: l'edizione Steerforth Italia, innanzitutto, traduce il titolo originario, *La ciociara*, in *Two women*, tenendo, quindi, presente che le protagoniste del romanzo sono infatti due donne di età diversa. L'immagine riprodotta dà l'impressione di un comune ritratto fotografico, e comunque tende a rappresentare delle figure femminili in generale, che certamente non corrispondono ai personaggi di Cesira e Rosetta. Questa tendenza della titolazione inglese si ritrova anche nelle edizioni della Penguin Books, in cui il titolo originario del romanzo è tradotto in *The woman of Rome*, mettendo in evidenza non le due protagoniste, ma la sola Cesira, identificata genericamente come donna di Roma. La copertina, oltre all'indicazione della casa editrice, non presenta alcuna immagine, perché, proprio al centro e su uno sfondo rosso, è collocato un riquadro in grigio con titolo del romanzo e nome dell'autore. L'assenza dell'icona tende a enfatizzare soprattutto il titolo, che non solo compare in posizione centrale, ma esibisce caratteri tipografici chiaramente vistosi, tanto da mettere maggiormente in evidenza la particolare identità della protagonista: Cesira, infatti, pur essendo una donna nata in Ciociaria, in effetti vive a Roma, prima e dopo la guerra e, quindi, è da supporre che l'editore e il grafico abbiano tenuto in considerazione questo dato importante, anche in relazione al fatto che la fama e il fascino della città avrebbero esercitato una maggiore attrazione per il lettore straniero. Sempre la Penguin ha pubblicato un'altra edizione del romanzo con il titolo *Two women*, in cui ritorna la funzione fondamentale svolta dalle due protagoniste. La copertina, per circa tre quarti della sua estensione, presenta un acceso colore rosso con ritocchi in nero e, in margine, due figure femminili, evocando quindi il momento cruento della guerra, che si abbatte soprattutto sulle donne. Le immagini sono stilizzate con evidente ascendenza pittorica, perché nella loro tormentata scrittura grafica possono essere interpretate in maniera espressionistica: non vi è dubbio che l'impostazione della copertina, pur nella sua relativa autonomia, mostra notevoli allusioni alle vicende del romanzo.

La sequenza dell'iconicità cinematografica è invece predominante nella copertina di traduzione del romanzo *Il disprezzo*, soprattutto nella versione francese, *Le mépris*, reso celebre dal film girato in Italia da Jean-Luc Godard¹¹. Ne è protagonista Brigitte Bardot, che infatti vi appare in primo piano, mentre sullo sfondo è l'altro personaggio principale, Michel Piccoli. In un'altra copertina, non solo è collocato un primissimo piano dell'attrice, ma sul lato sinistro (per chi guarda) appare stilizzata la pellicola, quasi a sottolineare che dal flusso iconico del film è stato selezionato un fotogramma significativo, dove non a caso l'attrice ha uno sguardo intenso e in un certo senso enigmatico, che nel codice interpretativo della traduzione grafica allude al momento risolutivo del film rappresentato dalla confessione del disprezzo, che nel romanzo è di Emilia verso Riccardo e nel film di Camille

¹¹ Cfr. A. GRANESE, *Sarà sempre Odissea: Il disprezzo-Le mépris da Moravia a Godard*, in ID., *Menzogne simili al vero. Epifanie del Moderno: il mito, il sacro, il tragico*, Salerno, Edisud, 2010, 179-217.

verso il marito scrittore, Paul. Anche in questo caso, il fascino dell'attrice, l'originalità creativa di Godard, tra i maggiori registi della *Nouvelle Vague*, rappresentano un forte e irresistibile richiamo per i lettori francesi¹². Sia la prima che la seconda immagine, almeno in questi esemplari esaminati, relegano sullo sfondo l'autore e il romanzo, attraverso l'allusione forte al prodotto cinematografico.

Questo codice interpretativo è confermato da una terza copertina, dove riappare Brigitte Bardot, ma a bordo della fiammante spider rossa del produttore del film: l'attrice ha il volto diretto verso chi guarda e la mano appoggiata sullo sportello destro. In questo caso, si ha non solo l'immagine della persona, ma anche di un oggetto, l'automobile, che può spesso avere un forte richiamo simbolico, fino a diventare addirittura coprotagonista. La messa in scena dell'oggetto dunque finisce per avere un valore diegeticamente trainante; pertanto, la scelta dell'auto si rivela fondamentale, perché è proprio nella spider che la protagonista trova la morte: mentre nel romanzo a Emilia una frenata brusca provoca la letale frattura delle vertebre cervicali, nel film Camille muore perché l'auto si schianta violentemente contro un autocarro. La rappresentazione del volto bellissimo dell'attrice con lo strumento della sua morte è quindi una traduzione essenziale dei poli dialettici del romanzo. Non a caso l'Introduzione alla traduzione francese si deve a Michel Gardaire, uno degli studiosi più attenti al versante psicanalitico dell'interpretazione letteraria.

Una quarta copertina è invasa da una Bardot completamente rielaborata con intensi richiami erotici nei colori vistosi dell'incarnato, nelle onde travolgenti dei biondi capelli, nella messa a nudo quasi per intero del seno e soprattutto nel taglio degli occhi e della bocca semiaperta, che riappaiono moltiplicati nella cornice della copertina. Per almeno dieci volte occhi, naso e bocca vengono reiterati e di conseguenza si ha un'evidente collocazione marginale non solo dell'autore e dello stesso regista, l'uno e l'altro famosi, ma finanche della stessa Bardot, essendo l'immagine parzialmente allusiva e configurandosi di fatto come autonomo sexy simbol, con un prevalente ed esclusivo richiamo erotico per il lettore. È questo un esempio di variabile iconica, con un grado alto di iconicità, che rappresenta una caratteristica assolutamente nuova nella catena delle copertine di traduzione francese.

A riscontro, ancora altre tre immagini di copertine di traduzione, sempre del *Disprezzo* francese. La prima, pur facendo riferimento al film, in effetti ne rappresenta l'ambientazione visiva: infatti, parte della vicenda si svolge a Capri, di cui in copertina vengono messi evidenza il mare e i faraglioni. L'evocazione visiva del luogo lontano, e forse mai visto direttamente da molti lettori francesi, risulta fondamentale, in quanto accentua la traduzione letteraria come "trasporto" vero e proprio, che si rivolge al repertorio iconografico del paesaggio italiano. Vale la pena di ricordare che "paesaggio italiano" e "viaggio in Italia", in questo caso Capri e il Meridione, costituiscono *topoi* letterari e visivi, divenuti spesso spazi dell'immaginario o, a volte, stereotipi di largo e comune uso. In questa copertina la traduzione visiva rappresenta nella parte superiore il richiamo al momento di lavorazione del film e, dunque, un preciso riferimento al ruolo fondamentale per la diffusione in Francia del romanzo moraviano svolto proprio da Godard. La riproduzione fotografica dei faraglioni di Capri, attraverso un suggestivo punto di vista, tende a incorniciare la copertina tra i due massi rocciosi, con al centro le onde marine, che lentamente si slargano verso l'orizzonte. Il richiamo naturalmente è non solo rivolto alla tradizione pittorica del vedutismo italiano, con i suoi scorci paesaggistici, ma anche al luogo di accoglienza dell'autore del romanzo e del regista del film, che come è noto si svolge, anche per quanto riguarda gli interni, nella villa di Curzio Malaparte. La suggestione iconico-paesaggistica di questo peritesto francese riproduce dunque una sovrapposizione anche di origine linguistica, quella italiana, dovuta al nome dell'autore e all'immagine del luogo, e la francese, basata sia su titolo e testo tradotti, sia su film e regista.

¹² Sulla *Nouvelle Vague* vd., L. PIERI, *La Nouvelle Vague. Chabrol, Godard, Resnais, Rivette, Rohmer, Truffaut*, Roma, Minimum Fax, 2004; M. MARIE, *La Nouvelle Vague*, Torino, Lindau, 2006; A. MOSCARIELLO, *Nouvelle Vague*, Roma, Audino, 2008.

Diversamente, ancora un'altra copertina di *Le mépris* rappresenta in primo piano un'immagine, che non è e non ha alcuna allusione alla Bardot, e sullo sfondo due figure maschili, una per intero, che potrebbe richiamare il protagonista scrittore, e un'altra con il solo volto, forse riferita al personaggio del produttore. La copertina presenta non solo un grado alto di iconicità, ma anche un'elaborazione assolutamente autonoma, una variante forte, con protagonismo iconico del peritesto¹³. La simbolizzazione grafica allude, attraverso un accentuato grado di deformazione della figura umana, all'ambiguità, complessità, tragicità della vicenda. Va sottolineato che ci troviamo di fronte non tanto a una traduzione visiva della storia narrata, quanto a una creazione surrealista e grottesca, con colori fortemente enfatizzati e contrastanti, sulla base di un punto di vista autonomo e di una interpretazione in chiave psicanalitica da parte del grafico.

Nella quarta di copertina appare l'immagine dell'autore, che in questo caso è solo confinata nella parte terminale del libro; appare, invece, accanto al nome e sopra il titolo in una delle copertine più recenti della casa editrice Flammarion, che ha prevalentemente stampato le traduzioni francesi di Moravia. La tendenza a collocare in copertina il volto si avverte in modo particolare dopo la sua morte. In questo caso, la Flammarion ha voluto dare la prevalenza all'autore, quasi a lasciargli la parola, con un'adeguata Introduzione al testo, che fa riferimento non solo al contenuto narrativo, ma anche al suo vissuto, alla memoria di altri testi, facendo, in qualche modo, del volto, per così dire "narrante", di Moravia la sua "voce" narrante¹⁴. L'immagine in primissimo piano avvicina l'autore al lettore, prefigura, in un certo senso, un dialogo diretto, stabilisce una familiarità, per cui in tal caso l'elemento di "trasporto", che connota la traduzione, costruisce una vicinanza e, fin dov'è possibile, una contiguità culturale. Il nome, il volto di Moravia, così accostati, senza altre raffigurazioni, sono quasi la sua firma e, di conseguenza, questa specifica variabile tecnica del peritesto acquista un ruolo particolare, in quanto diviene un moltiplicatore retorico della figura dell'autore. La stessa immagine dello scrittore, ritratto con lo sguardo pensoso e il volto appoggiato a una mano, ricompare, sempre accanto al suo nome, nella copertina della traduzione francese della *Noia*, pubblicata dalla Flammarion.

Oltre che sull'uso del volto, questa casa editrice ha prodotto altre due forme interessanti di copertina. Una è basata sulla modulazione tipografica autore-titolo con duplicità cromatica del rosso e del nero: il nero leggibile dal basso verso l'alto, il nome dell'autore; il rosso dall'alto in basso, il titolo *Le mépris*. Il binomio autore-titolo, la bicromia *rouge et noir* rappresentano una forza iconica autonoma, attraverso l'incisività dovuta alle dimensioni e alle caratteristiche formali delle lettere, che si comportano come veri e propri logotipi editoriali, si sostituiscono all'immagine, anzi diventano esse stesse immagini, fondandosi sull'iconicità della scrittura¹⁵. Si giunge in questo caso al titolo "forte" e al nome "forte" dell'autore, attraverso la tecnica del *Lettering*, per cui il passaggio da una lingua all'altra attua una "sonorità visiva" del nome e del titolo. Nell'altra copertina, la Flammarion va oltre, inserisce e assorbe direttamente *Le mépris* nella collana "La rose des vents", che con la sua denominazione compare accanto al nome dell'autore e al titolo del libro: questo nuovo *Format* rappresenta un momento in cui qualsiasi tipo di copertina si trasforma nell'invariante di collana; lo scrittore e il suo romanzo vengono assimilati a un'immagine editoriale di prestigio, la collana ospitante diventa per così dire protagonista, assume un valore particolare, in quanto la casa editrice conferisce all'opera il suo inconfondibile stile. Va ricordato che l'assimilazione allo stile di una collana prestigiosa, di una altrettanto prestigiosa casa editrice come la Flammarion – ma lo stesso discorso vale anche per le collane più importanti di altre grandi case editrici, come la

¹³ Cfr. G. BAULE, *La traduzione visiva. Forme dell'accesso peritestoale*, in *Copy in Italy. Autori italiani nel mondo dal 1945 ad oggi*, cit., 77-94.

¹⁴ Ivi, 89.

¹⁵ Cfr. ivi, 85.

Gallimard in Francia e la Suhrkamp in Germania – ha un valore simbolico eccezionale, perché un eguale prestigio è riconosciuto all'autore e alla sua opera.

Sempre nella Penguin, la linea editoriale, almeno per quanto concerne i romanzi moraviani, tende a trasformare nella traduzione il titolo originale: come *La ciociara* con riferimento alle due protagoniste diventa *Two women*, così due altri celebri romanzi moraviani non solo sono contestualmente pubblicati, ma, sulla base di questa operazione, vengono modificati anche i titoli. Pertanto, i due romanzi brevi, *Agostino* e *La disubbidienza* diventano *Two adolescents* con un sottotitolo, *The Stories of Agostino and Luca*. Questa edizione presenta un grado zero di iconicità, perché privilegia in maniera determinante con il titolo i due giovani protagonisti moraviani. Va osservato che il solo adolescente è Luca, mentre Agostino si trova in uno stadio del processo evolutivo ancora infantile. Il titolo, *I due adolescenti*, tende, quindi, a richiamare i lettori soprattutto sul periodo più delicato dello sviluppo, l'adolescenza; infatti, lo stesso nome dell'autore, collocato subito dopo il titolo, è non solo in corsivo, ma anche trascritto in caratteri tipografici molto ridotti. Se si considera questo particolare e si riflette sulla mancanza dell'immagine, risulta chiaro che la linea editoriale della Penguin, allo stesso modo dell'operazione condotta per *La ciociara*, ha inteso mettere in rilievo assoluto gli adolescenti, come se l'identità di Moravia, in quanto autore, si possa sintetizzare solo nella sua capacità di rappresentare ritratti di figure umane, prevalentemente adolescenziali.

La produzione francese dei romanzi moraviani riporta quasi sempre in traduzione letterale i titoli italiani, come il caso dell'*Attenzione*, che compare in corsivo, subito dopo il solo cognome in stampatello dell'autore, al centro della copertina, separati da una linea azzurra. Interessante è la grafica, che rappresenta sullo sfondo una tenda bianca, raffinatamente ricamata alla base, mentre in primo piano si trova una figura femminile, quasi assorbita dalla candida tela, poiché il suo corpo sembra avvolto proprio da un lembo laterale della tenda. L'altro elemento significativo è dato dalla direzione del volto e dello sguardo della donna, rivolti verso il basso, ma il colpo d'occhio complessivo coglie immediatamente e in caratteri vistosi nome dell'autore e titolo del romanzo, in forma estremamente rarefatta e diafana la figura femminile e la tenda sullo sfondo. Non è facile decifrare l'intenzione del grafico o la linea proposta dall'editore per quanto riguarda il rapporto tra la loro interpretazione del significato del romanzo e la costruzione dell'immagine. Si potrebbe solo ipotizzare che la tenda, elegantemente ricamata, possa riferirsi all'attività della protagonista e la figura femminile al richiamo erotico del testo, perché, essendo in posizione centrale, proprio una donna condensa simbolicamente la madre e la figlia della storia narrata, agenti in un ruolo perfettamente simbiotico. Tuttavia, questa ipotesi interpretativa non esclude l'intenzione del grafico o del traduttore di far convergere l'interesse del lettore sul nome dell'autore e sul senso sfumato e ambiguo del titolo.

Volendo fare una rapida ricognizione dell'interesse dell'editoria francese per i romanzi di Moravia, prevalentemente stampati dalla Flammarion, ma anche dalla Gallimard, si constata un ampio quadro traduttorio, che va dal primo romanzo, *Gli indifferenti*, agli ultimi pubblicati dall'autore. Nell'edizione francese degli *Indifferenti* si trovano delle soluzioni grafiche diverse nella realizzazione della copertina: immagini, che richiamano vagamente la pittura di Alberto Savinio; semplici ritratti femminili, che, ancora una volta, come per *L'attenzione*, sintetizzano la duplicità agente della madre e della figlia. Così pure, *La disubbidienza* si presenta con una singolare immagine di un fanciullo, che ha nelle mani una racchetta e una pallina da tennis e che nella traduzione stilistica sembra richiamare elementi pittorici, con particolare allusione ai quadri di De Chirico e di Carrà. Questo insolito aspetto dell'impostazione grafica segue l'idea fondamentale secondo cui, oltre a esprimere visivamente il contenuto di un libro, oltre al richiamo degli elementi diegetici interni, si deve tenere presente anche il punto di vista formale e stilistico della produzione pittorica contemporanea alla scrittura del romanzo.

Per quanto concerne *L'amore coniugale*, la copertina coinvolge aspetti differenti: da una parte, con la tecnica del *Lettering*, si accentua il dominio totale delle lettere del titolo, che invadono

completamente la pagina, dall'altra, all'interno del titolo tradotto in francese, compare al centro con colori e caratteri diversi il titolo in italiano. Un'edizione Gallimard, ad esempio, segue un'impostazione diversa, perché pone al centro e in primo piano una donna seduta in poltrona e sullo sfondo, attraverso una finestra, un paesaggio urbano. Un'altra edizione inserisce sempre una figura femminile, ma con una forma stilistica che sembra richiamarsi alla pittura di Casorati. *L'amore coniugale*, dunque, presenta nelle soluzioni grafiche un'alternanza prevalenza delle lettere o delle figure femminili: sia l'una che l'altra impostazione tendono comunque a indicare in maniera visiva contenuto e significato del romanzo. Su una posizione esclusivamente interpretativa e con evidenti risvolti espressionistici si situa la copertina di un altro romanzo di Moravia, *Io e lui* (*Moi et lui*), che rappresenta il volto di una figura umana con i tratti completamente deformati: tra le labbra stringe il becco di un grande uccello, per cui l'insieme della rappresentazione grafica, dai risvolti indubbiamente inquietanti, allude allo scabroso contenuto del romanzo. Il grafico, quindi, ha scelto un'immagine dagli ambigui elementi erotici, rendendola con forme e colori di grande violenza espressiva.

Per quanto concerne la traduzione di altre opere moraviane, come *Le ambizioni sbagliate*, *La provinciale*, *La romana*, reso con *La belle romaine*, *L'uomo che guarda* (*L'homme qui regarde*), la Flammarion ha scelto una linea di sobria eleganza, perché presenta questi quattro romanzi solamente con il nome dell'autore e il titolo, abolendo ogni forma di immagine. È probabile che l'assenza delle immagini sia motivata dalla consapevolezza che i lettori di Moravia, abituati a leggere i suoi romanzi tradotti proprio nell'edizione Flammarion, non hanno bisogno di essere catturati visivamente da una copertina seducente. Il lettore francese di Moravia, fedele non solo all'autore, ma anche all'editore, si orienta nella fruizione del libro dal richiamo esclusivo del titolo e soprattutto dello scrittore. Questo non esclude che, quando la Flammarion ha fatto tradurre e pubblicare i moraviani *Racconti romani* (*Nouvelles romaines*), trattandosi di una pluralità di testi, con richiamo preciso alla città, ha in questo caso riadottato l'immagine, tenendo in considerazione alcune caratteristiche dell'urbe: non gli aspetti monumentali, ma i luoghi maggiormente frequentati dalla piccola e media borghesia, che è la classe sociale da cui provengono diversi personaggi dei racconti; ha scelto, quindi, di raffigurare la facciata di una vecchia casa romana con i fili della luce esterni, con macchie e abrasioni varie e infine con panni e indumenti intimi stesi fuori ad asciugare. Risulta chiaro che l'impostazione grafica ha voluto segnalare con sintesi iconica uno degli elementi prevalenti dei racconti, dato proprio dai quartieri periferici romani, luogo e teatro delle vicende narrate.

Questo *excursus*, che inquadra e focalizza un'ampia parte della produzione di Moravia tradotta in Francia, presa naturalmente come caso esemplare, tenuto conto che i suoi romanzi sono stati tradotti in molte lingue, illumina in modo particolare la linea di una grande casa editrice, la Flammarion, che ha scelto soluzioni grafiche differenti per il lancio delle opere di un autore di cui ha in parte l'esclusiva. Dal contesto generale emerge l'importanza decisiva, ai fini della pubblicazione e soprattutto della diffusione di un testo narrativo, che ha la rappresentazione iconica della copertina, nel senso che il peritesto, pur nella sua molteplicità e variabilità, a volte, collegato al contenuto di un'opera, altre, frutto di una sua interpretazione totalmente libera, rappresenta in ultima istanza un elemento difficilmente scollegabile dal prodotto letterario, considerato nella sua interezza.