

Guido Mattia Gallerani  
Università di Bologna

### Intervista a Jérôme Meizoz

GUIDO MATTIA GALLERANI: Nel 2007, il tuo volume *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur* usciva in Svizzera, da Slatkine. Lo stesso anno la rivista *Allegoria* ne pubblicava un sunto tradotto da Anna Baldini (2007b), attirando l'attenzione dei ricercatori italiani. In effetti, tra le nuove proposte teoriche provenienti dal mondo francofono, il concetto di "postura letteraria" ha goduto di una certa risonanza in Italia, e non solo. La sua fortuna risiede, probabilmente, nella possibilità di studiare l'*ethos* di uno scrittore tanto sul piano dell'enunciazione quanto su quello della comunicazione sociale. Per esempio, nell'articolo di *Allegoria*, tu proponevi un'analisi che rintracciava le connessioni tra la scrittura di Louis-Ferdinand Céline e il comportamento da lui tenuto con la stampa, a partire dalla pubblicazione di *Viaggio al termine della notte*. Testo e contesto si ritrovavano così implicati nella formazione della postura antiborghese che caratterizzò Céline agli inizi della sua carriera. In sostanza, la postura agisce come una triangolazione tra lo spazio sociale (rappresentato dalla persona civile dell'autore), il campo letterario del suo tempo (l'autore in una determinata situazione) e l'attività creativa della scrittura (il piano dell'enunciazione). La sfida diventa quella di collegare ciò che accade nella vita dello scrittore (rilevata da uno studio dei testi privati, della corrispondenza, ecc.), le sue apparizioni pubbliche (come gli interventi rilasciati ai giornali, le interviste, ecc.) e l'insieme della sua opera.

In questo numero di *Status Quaestionis*, siamo chiamati a interrogarci sulla persistenza, e sulla validità, della teoria letteraria come strumento di spiegazione e interpretazione non solo delle opere letterarie, ma anche della cultura in genere. La nozione di postura ha il merito di tenere insieme la sociologia letteraria e l'analisi stilistica (e non mi pare che ci siano molti altri tentativi volti

a collegare critica sociale e critica letteraria). L'ago della bilancia sembra essere, nel caso della postura, proprio la nozione di autore.

A partire dagli anni Ottanta, la teoria letteraria si è impegnata a riscoprire le funzioni operative dell'autore, basate sulla sua centralità nella produzione e nella diffusione dei testi. La presenza dell'autore nella società viene così studiata ripercorrendo la sua traiettoria letteraria, la sua carriera, sulla scorta del suo coinvolgimento mediatico, come si rileva tramite le interviste, il discorso orale alla radio, le sue immagini che circolano in televisione o sulla rete. Personalmente, ritengo che la postura possa contribuire, da un punto di vista genealogico, a tracciare una storia completa della funzione "autore" in epoca moderna.

JÉRÔME MEIZOZ: È vero che il lavoro sulla postura autoriale consiste principalmente in singoli studi di caso, alcuni dei quali hanno permesso di individuare i principi di "autopresentazione" che stanno alla base dell'enunciazione letteraria dentro un campo di pratiche particolari: ad esempio la postura di "vittima virtuosa" di Jean-Jacques Rousseau o la postura di "paria" di Louis-Ferdinand Céline dopo il 1945. Ma in questa miriade di casi di studio, non esiste una storia sistematica del campo letterario in termini posturali. Resta quindi da fare una storia delle posture nella memoria culturale a lungo termine, in modo che questa nozione diventi uno strumento per la storia letteraria, associando ad esempio un repertorio posturale vario a un movimento letterario. David Vrydaghs (2009) lo ha fatto in relazione ai comportamenti nel Surrealismo e Denis St Amand (2013) in relazione allo Zutismo. Dovremmo anche incrociare il repertorio posturale con i generi letterari che si ibridano o si riattualizzano in momenti diversi (autobiografia/*autofiction*; rap e *slam*; rinascita del romanzo in versi, ecc.). Il genere può infatti rimanere tecnicamente stabile, ma le posture enunciative cambiano radicalmente, come nel caso del rap e dello *slam*, in quanto forme di poesia orale versificata.

Altro cantiere da allestire è quello dell'industria editoriale e patrimoniale che si può sviluppare a partire da una postura divenuta "marchio", in senso commerciale: è il caso di L.-F. Céline in Francia, i cui inediti ritrovati nel 2021 beneficiano della celebrità di un autore scandaloso, morto nel 1961, ma entrato ormai a far parte del canone della letteratura francese, con tutte le implicazioni editoriali che ciò comporta: libri in grande formato e poi in brossura, edizioni di lusso dei suoi manoscritti, un nuovo volume della Bibliothèque de la Pléiade in preparazione; tutto questo prima del 2031, anno in cui l'opera

diventerà di dominio pubblico... Il legame tra postura e marchio commerciale è evidente negli scrittori più commerciali di oggi, come Amélie Nothomb, Frédéric Beigbeder e Michel Houellebecq. Questo legame si precisa grazie a un'abbondante scorta paratestuale, che rende visibile il volto dell'autore e la sua vita ordinaria, le sue opinioni e i suoi gusti, specialmente nell'industria cinematografica.

GUIDO MATTIA GALLERANI: In un tuo articolo recente, sostieni la necessità di allargare la nostra ricerca verso una teoria antropologica della letteratura, che preveda di studiare “una costellazione di attività relative a situazioni, attori, forme e supporti” (Meizoz 2019, 187). Lo studio della letteratura deve confrontarsi con una “poetica dei media” (Thérenty 2009) che, in larga parte, resta ancora inesplorata? La sociologia della letteratura dovrebbe beneficiare di legami metodologici con i *Media Studies*? Infine, non potremmo prevedere uno studio più ampio dei supporti materiali in cui compare la letteratura, compresi i contesti istituzionali e le attrazioni turistiche come i festival letterari, le case degli scrittori e i parchi letterari?

JÉRÔME MEIZOZ: Con una qualche ambizione, possiamo sperare in un'antropologia della letteratura che si ponga la questione delle istituzioni e delle pratiche letterarie da un'ampia prospettiva materialista, la quale è già condivisa da diverse ricercatrici e ricercatori, come Marie-Ève Thérenty (2007), Judith Lyon-Caen (2019), Anthony Glinoe (2017), Denis St Amand (2013) e Gisèle Sapiro (1999). Partendo dagli studi sulle posture, sono arrivato alla mediatizzazione della letteratura, e quindi ai formati e ai media che la fanno apparire in pubblico. E poi, naturalmente, da almeno vent'anni ci sono il web, i social network e così via. Il legame con i *Media Studies* mi sembra quindi molto rilevante, così come lo è stato quello con i *Celebrity Studies*, attraverso il lavoro di Antoine Lilti (2014), Nathalie Heinich (1999) e Barbara Carnevali (2012).

L'intelligibilità di una postura autoriale presuppone la ricostruzione del sistema editoriale e dei vari supporti fisici implicati, dai libri agli interventi in riviste, dalle rassegne stampa ai manifesti, ecc. Ma richiede anche uno studio dei formati mediatici che trasmettono la letteratura a un pubblico più vasto (radio, televisione, web, ecc.). Oggi, con il crescente fenomeno della “letteratura oltre il libro”, vale a dire quella letteratura che viene performata in uno spazio pubblico costituito dai festival letterari, dobbiamo includere in questa

ricerca i vari enti (assessorato alla cultura di un comune, ufficio turistico, guide turistiche, ecc.) che collaborano alla presenza pubblica della letteratura come parte di un patrimonio generale (case degli scrittori, passeggiate a tema, tour della città “sulle orme di...”, quiz culturali, ecc.).

GUIDO MATTIA GALLERANI: La postura ci spinge a interrogare il rapporto tra letteratura e realtà sulla base di una soggettività problematica, quella dello scrittore, il quale, in epoca moderna, si trova in una frizione costante, in uno stato di continua tensione con il campo sociale. Come hai riconosciuto in un'intervista del 2011 (rilasciata in occasione della pubblicazione del secondo volume *Postures littéraires II. La fabrique des singularités*), la nozione di postura deriva da una posizione anti-essenzialista sull'identità (Meizoz 2011b) che, erede degli studi del sociologo Erving Goffman, prevede un'identità socialmente strutturata in ruoli che vengono di volta in volta interpretati dalle persone. Se accettiamo, dunque, che la vita sociale sia regolata da un'interazione interpersonale che si basa su ruoli performativi, dobbiamo però determinare quali siano, nel campo letterario, i modelli corrispondenti; altrimenti, non avremo nulla per distinguere le *performance* di uno scrittore (per esempio, il suo comportamento in un'intervista o in una gara di *poetry slam*) da quelle che usiamo ogni giorno per strada... Potresti dunque chiarire, nel quadro del tuo lavoro, quali siano le differenze tra la nozione di postura e quella di *performance*?

JÉRÔME MEIZOZ: Ne *La Littérature «en personne»* (2016), cerco di chiarire questa questione dei riti di “presentazione del sé”, per usare il termine di Goffman: se accettiamo la vecchia metafora teatrale della vita sociale, ogni individuo è un “attore” nella grande commedia del mondo, nel senso che si adatta ai vincoli scenici impliciti nelle interazioni. Ma questi vincoli non sono formulati; vengono appresi dal corpo nel corso della socializzazione (educazione, distanze fisiche, gesti e mimica facciale, ecc.). Un individuo è quindi un “attore” solo agli occhi del sociologo interazionista e ai fini del suo vocabolario descrittivo.

Per la nozione di postura è diverso. La postura è ovviamente radicata in un apprendimento sociale che si compie a un livello “primario”, ma essa stessa si esercita a un secondo livello, in un particolare campo di pratica, quello letterario, le cui regole istituzionali sono più esplicite e formalizzate. Una postura è una risposta adattativa (consapevole o meno) dell'autore al suo campo e, nello specifico, all'ambiente mediatico che organizza la sua apparizione pubblica. Non

esiste quindi un autore senza postura, ma esistono posture discrete o non marcate. La postura è precostituita dalla storia del campo letterario e dai formati di apparizione pubblica (per esempio, la durata di un'intervista televisiva in prima serata). Da una definizione passiva della postura, intesa come adattamento a una situazione pubblica, possiamo passare a definirla come la costruzione attiva di un'immagine autoriale: l'ho mostrato nel caso di Céline e, più recentemente, di Michel Houellebecq. Céline e Houellebecq hanno esposto mediaticamente posture assai riconoscibili da parte del pubblico. Tuttavia, non si tratta di *performance* nel senso che esse hanno nel campo dell'arte contemporanea. La *performance* presuppone un alto grado di formalizzazione, uno spazio scenico prestabilito e il pieno coinvolgimento fisico dell'autore in un'attività letteraria esercitata in pubblico (lettura, declamazione, canto, ecc.). Performare significa giocare con una modalità di apparizione ritualizzata (spazio, durata, scenografia, abbigliamento, microfono, ecc.). Potremmo dire che la postura è una costante antropologica dell'agire in pubblico dello scrittore, mentre la *performance* è una specializzazione artistica, resa possibile da questa stessa possibilità antropologica.

La grande domanda è sapere quali posture autoriali il campo letterario (con i suoi luoghi di apparizione) autorizzi, provochi o preformi, e quali invece gli sfuggano, in quanto creazioni sovversive...

GUIDO MATTIA GALLERANI: Un'altra questione importante mi sembra il modo con cui la postura può illuminare il rapporto tra l'autore e il genere letterario. Se pensiamo ai generi popolari, che rispettano un sistema ben preciso di vincoli formali (ad esempio, in questo momento in Italia, il romanzo storico e il romanzo noir), lo studio dell'autorialità non sembra più così rilevante: il campo letterario e lo spazio dei generi sembrano funzionare senza dover evocare o tenere in considerazione lo statuto dell'autore di queste opere, la cui funzione civile non sembra interagire con quella dell'enunciatore testuale.

Un altro problema sorge con l'*autofiction*, a differenza dell'autobiografia, per cui la nozione di postura si dimostra alquanto funzionale nel coordinare elementi fattuali e la loro resa testuale. Nell'*autofiction*, invece, non c'è nessun "patto autobiografico" che conduca i lettori a credere nell'unità tra la persona, lo scrittore e il suo personaggio. In un gioco illusorio, non sappiamo più cosa sia vita e cosa sia finzione. L'*autofiction* sembra dunque essere un genere che impedisce, per il suo autore, l'analisi della postura, perché non è più possibile relazionare tra loro forme testuali dell'enunciazione e apparizioni contestuali sulla scena pubblica.

JÉRÔME MEIZOZ: Alcuni generi letterari sono certamente poco “autoriali” nella loro struttura, nel senso che l’interdiscorsività che li governa lascia poco spazio alla variazione autoriale, o semplicemente non la richiede. Questo è senza dubbio il caso del romanzo storico e del romanzo giallo nella loro forma classica, ma anche di forme teatrali altamente ritualizzate come la tragedia. Dominique Maingueneau (2004) direbbe che dobbiamo osservare il grado di autorialità mobilitato in un testo. È qui che emerge una postura, nel senso di un tentativo di singolarizzazione all’interno di un discorso precostituito. Finora, gli studi sulla postura si sono concentrati principalmente su testi fattuali e autobiografici, che forniscono le migliori informazioni di questo tipo. La postura è quindi una rilettura dei dati biografici che sono stati precedentemente elaborati dall’enunciazione letteraria, ad esempio nella corrispondenza di L.-F. Céline o di J.-J. Rousseau.

Detto questo, credo che si possa fare una lettura posturale dell’*autofiction* che descriva lo scarto tra i dati biografici della persona civile e quelli che, nella finzione, contribuiscono a formalizzare una postura autoriale più autonoma. È il caso de *L’Amant* (1984) e de *L’Amant de la Chine du Nord* (1991) di Marguerite Duras, i quali si servono di dati biografici simili ma li sottopongono a due trattamenti narrativi distinti. Allo stesso modo, il narratore “Céline” di *D’un château l’autre* (1957) condivide molti tratti con Louis Destouches, ma sottrae e aggiunge altri elementi al servizio dell’immagine pubblica che Céline cerca di proiettare nel campo letterario del secondo Dopoguerra: quella di uno scrittore-stilista povero ed errante, che rifiuta tutte le ideologie, e per giunta è vittima di un complotto ingiusto, ordito per annientare la sua opera. Nel dialogo romanzesco *Rousseau juge de Jean-Jacques* (1770), la dissociazione tra il “Jean-Jacques” intimo e il “Rousseau” persona civile si spiega, a mio avviso, con un lavoro posturale molto elaborato, volto a convincere i lettori della sua innocenza. La postura è l’elemento di un’arringa *pro domo sua*. Se non riconosciamo questo lavoro posturale e il campo intellettuale che lo giustifica, allora ci rimane solo l’ipotesi (troppo semplicistica per me) della completa follia di Jean-Jacques Rousseau...

GUIDO MATTIA GALLERANI: Nell’introduzione al volume collettivo *Branding Books Across the Ages. Strategies and Key Concepts in Literary Branding* (van den Braber et al., 2021), i curatori citano la nozione di postura come strumento possibile per studiare il fenomeno del *branding* letterario, nei casi in

cui si registra un ruolo attivo dell'autore, il quale volontariamente si mette al servizio del commercio.

Con *branding* di un autore intendiamo il fenomeno che lo trasforma in un produttore di beni diversi, che non si limitano più ai suoi soli libri. Sappiamo che l'autore può essere il produttore di un vero e proprio *merchandising* nella promozione della propria opera oltre che del proprio personaggio pubblico. La firma di un autore è già di per sé una merce, come quanto al termine di presentazioni pubbliche si formano lunghe code per strappargli una dedica per le nostre copie. Nella cultura di massa, la firma dell'autore non gli assegna soltanto il potere di creare un valore intrinseco, ma si trasforma essa stessa in un'etichetta, che decreta la proprietà intellettuale dei testi (secondo la legge per il diritto d'autore) e, al contempo, funziona come un marchio commerciale a sé stante. In questo senso, la firma combina l'imperativo estetico dell'originalità dell'opera d'arte con quello commerciale della sua imitazione in molti prodotti derivati.

Inoltre, gli autori, con la loro immagine, possono mettersi al servizio di campagne di marketing non solo "endogene", cioè finalizzate alla vendita dei loro libri, ma anche "esogene", cioè proiettate a commercializzare prodotti non letterari. Per la pubblicità di una marca di birra, che circolò su alcune riviste degli anni all'inizio degli anni Cinquanta, Hemingway e Steinbeck, hanno autorizzato la riproduzione della propria fotografia e di propri testi autografi: due lettere dattiloscritte firmate e indirizzate all'azienda, in merito alla qualità del prodotto pubblicizzato. In particolare, Hemingway appare seduto in poltrona, con in mano qualcosa che sembra essere una rivista o un taccuino. Come ogni buon *copywriter*, enfatizza nel suo testo le qualità della birra, ma al contempo intraprende una strategia di marketing parallela, che trasformava la birra stessa in un dettaglio narrativo che non sfigurerebbe in uno dei suoi romanzi. All'epoca, è infatti impegnato nella scrittura de *Il vecchio e il mare* (1952), e forse per questo commenta di gustarsi un bicchiere di questa birra dopo aver lottato a lungo con un pesce durante una battuta in alto mare.

In sostanza, la scrittura e l'immagine dell'autore finiscono per aggiungere un valore supplementare ai prodotti di una marca commerciale altra da sé. In questo caso, la posa fotografica di Hemingway, insieme alla sua scrittura, funziona come un *brand* tanto per l'autore stesso quanto per l'azienda che gli commissiona il lavoro. Credi si possano individuare comportamenti simili presso i nostri scrittori di oggi? Oppure pensi che la situazione dello scrittore contemporaneo

non abbia più alcun potere di “brandizzare” qualcosa di diverso da sé, dal momento che la letteratura come merce è diventata meno redditizia?

JÉRÔME MEIZOZ: Dalla metà dell'Ottocento, molti scrittori hanno collaborato in vario modo con marchi commerciali (inchiostri, profumi, televisori, bevande, ecc.): Hugo, Sand, Mistral, Zola e, più tardi, Colette, Claudel, Cendrars, Giono, Cocteau, Ponge. Più recentemente, Philippe Sollers e, naturalmente, Frédéric Beigbeder. Myriam Boucharenc ne racconta la storia in *L'Écrivain et la publicité. Histoire d'une tentation* (2022). Louis Vuitton e Gallimard hanno pubblicato *La Malle* (2013), una raccolta di undici racconti sul tema del viaggio, scritti da Marie Darrieussecq, Virginie Despentes, David Foenkinos, Philippe Jaenada, Yann Moix, Véronique Ovaldé e altri. In *Faire l'auteur en régime néo-libéral* (Meizoz 2020), analizzo da vicino la collaborazione di Joël Dicker con Citroën e poi con la compagnia aerea Swiss nel 2015. In queste pubblicità, è lo scrittore (la sua capacità di creare in aereo, o anche al volante della sua auto, utilizzando un sofisticato dittafono) che è chiamato a rendere desiderabili questi due marchi, prestando loro, a mo' di cauzione, il prestigio del libro, il successo commerciale, la giovinezza e una libera senza barriere. È un fenomeno tipico del “capitalismo artista” (Lipovetsky 1983) e dell'economia creativa (Brouillette 2014): per aumentare il valore simbolico dei prodotti destinati al mercato del lusso (dove il valore aggiunto deriva dall'enorme divario tra il costo dei materiali e il prezzo finale del prodotto di marca), si aggiunge una dimensione estetica, rendendo il loro consumo un gesto qualificante o distintivo. Da questo punto di vista, in Francia, dove la letteratura gode di un elevato prestigio culturale, i volti e i nomi degli scrittori rimangono significativi, anche se principalmente nel settore del lusso.

GUIDO MATTIA GALLERANI: Credi abbia ancora senso parlare di teoria della letteratura? Lo sforzo di teorizzazione sulla letteratura si è storicamente indebolito nello stesso momento in cui la letteratura ha perso ogni centralità nel campo delle scienze umane. L'urgenza della società e dei media sembra far sì che il discorso letterario venga considerato solo in relazione a questioni di stringente attualità, che non prendono più in considerazione la specificità del letterario. Gli studi letterari vengono così inglobati nel campo dei media, negli studi culturali, oppure sono messi al servizio di un'ermeneutica del soggetto sempre più contemporaneo... Pensi che anche la nozione di postura letteraria

seguirà questa direzione? E che una teoria della letteratura debba concentrarsi sempre meno sul testo per privilegiare un approccio più legato all'antropologia del contemporaneo?

JÉRÔME MEIZOZ: Qualunque siano le esigenze della letteratura contemporanea, la teoria letteraria cercherà di darne conto. Non sta scomparendo in quanto tale, ma sta riformulando la definizione implicita di "letteratura" secondo una visione meno sacralizzante e autoreferenziale. Dobbiamo temere un indebolimento dell'indagine sulle poetiche? Non credo, ma penso piuttosto che le questioni di poetica entrano ora in contatto con altri punti di vista disciplinari, i quali conferiscono loro una nuova ampiezza e una nuova configurazione. La letteratura si sta confrontando con i suoi lati esterni, con i suoi "altri". L'attualità vi contribuisce in gran parte. Nel contesto presente, emergono nuove posture: penso, in particolare, al rilancio della tradizione dell'impegno letterario (ad esempio in Sophie Divry, Marie Cosnay, Nathalie Quintane, e altri). In Francia, poi, è presente un forte movimento di letteratura documentaria o "fattografica", che elabora forme per rappresentare movimenti sociali, ad esempio dà voce ai gruppi storicamente inascoltati, e si pone dunque dalla parte del documento (fotografie, archivi, ecc.). Questa tendenza solleva ovviamente questioni estetiche, ma anche etiche (chi fa da testimone per qualcun altro? quanto vale un documento?) ed epistemologiche sulle condizioni di veridicità del discorso letterario quando cerca di confrontarsi con il mondo "reale". È vero che gli studi letterari occupano oggi un posto più modesto di quello che un tempo avevano all'interno delle scienze umane e sociali, dalle quali hanno cercato a lungo di distinguersi. È vero che non si parla più solo di "testo" (come realtà autoreferenziale) o di "letterarietà" (considerata ormai una questione secondaria). A mio avviso, si tratta di un proficuo confronto interdisciplinare. Non ho timori a tal proposito: la complessità formale, etica, sensoriale e concettuale delle opere letterarie continua a far riflettere antropologi, storici, psicologi, filosofi, ecc.

(traduzione dal francese di Guido Mattia Gallerani)

## Bibliografia

Van den Braber, Helleke, and Dera, Jeroen, Joosten, Jos, Steenmeijer, Maarten (eds.). 2021. *Branding Books Across the Ages. Strategies and Key Concepts in Literary Branding*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Carnevali, Barbara. 2012. *Le apparenze sociali. Una filosofia del prestigio*. Bologna: Il Mulino.

Boucharenc, Myriam. 2022. *L'Écrivain et la publicité. Histoire d'une tentation*. Ceyzérieu: Champ Vallon.

Brouillette, Sarah. 2014. *Literature and the Creative Economy*. Stanford: Stanford University Press.

Glinoeur Anthony. 2017. *La littérature frénétique*, Paris: Presses universitaires de France.

Heinich, Nathalie. 1999. *L'épreuve de la grandeur. Prix littéraires et reconnaissance*. Paris: La Découverte.

Lilti, Antoine. 2014. *Figures publiques. L'invention de la célébrité. 1750-1850*. Paris: Fayard.

Lipovetsky, Gilles. 1983. *L'Ère du vide. Essais sur l'individualisme contemporain*. Paris: Gallimard.

Lyon-Caen Judith. 2019. *La griffe du temps : ce que l'histoire peut dire de la littérature*. Paris: Gallimard.

Maingueneau, Dominique. 2004. *Le discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation*. Paris: Armand Colin.

Meizoz, Jérôme. 2004. *L'Œil sociologue et la littérature*. Genève: Slatkine.

Meizoz, Jérôme. 2007a. *Postures littéraires. Mises en scène modernes de l'auteur*. Genève: Slatkine.

Meizoz, Jérôme. 2007b. "Postura e campo letterario." Trad. di Anna Baldini. *Allegoria* 56: 128-137. <https://www.allegoriaonline.it/PDF/130.pdf> (consultato il 29/11/2023).

Meizoz, Jérôme. 2011a. *Postures littéraires II. La fabrique des singularités*. Genève: Slatkine.

Meizoz, Jérôme. 2011b. "La fabrique d'une notion. Entretien avec Jérôme Meizoz au sujet du concept de posture." Intervista di David Martens. *Interférences littéraires/Littéraire intertextuelles* 6: 199-212. <http://interferenceslitteraires.be/index.php/illi/article/view/606> (consultato il 29/11/2023).

Meizoz, Jérôme. 2019. "Extensions du domaine de l'œuvre." *Interférences littéraires/Littéraire intertextuelles* 23: 186-193. <http://www.interferenceslitteraires.be/index.php/illi/article/view/1039> (consultato il 29/11/2023).

Meizoz, Jérôme. 2020. *Faire l'auteur en régime néo-libéral. Rudiments de marketing littéraire*. Genève: Slatkine.

Sapiro, Gisèle. 1999. *La Guerre des écrivains, 1940-1953*. Paris: Fayard.

St Amand, Denis. 2013. *La Littérature à l'ombre. Sociologie du Zutisme*. Paris: Classiques Garnier.

Vrydaghs David. 2009. "Des cafés aux dancings. La conduite de vie surréaliste en matière éthylique et ses réfractions esthétiques." *CONTEXTES* 6. <https://doi.org/10.4000/contextes.4412>.

Thérenty, Marie-Ève. 2007. *La littérature au quotidien. Poétiques journalistiques au XIX<sup>ème</sup> siècle*. Paris: Seuil.

Thérenty, Marie-Ève. 2009. "Pour une poétique historique du support." *Romantisme* 143: 109-15. <https://doi.org/10.3917/rom.143.0109>.

Jérôme Meizoz insegna letteratura francese all'Università di Lausanne. Premiato dall'Accademia svizzera di scienze umane (2005), ha pubblicato *Ramuz. Un passager clandestin des Lettres françaises* (Zoé, 1997); *L'Âge du roman parlant 1919-1939*, prefazione di Pierre Bourdieu (Librairie Droz, 2001); *Le Gueux philosophe. Jean-Jacques Rousseau* (Antipodes, 2003); *Postures littéraires: mises en scène modernes de l'auteur* (Slatkine, 2007); *La Fabrique des singularités* (Slatkine, 2011); *Faire l'auteur en régime néo-libéral (Rudiments de marketing littéraire)* (Slatkine, 2020); *Écrire les mondes vernaculaires. Littérature, ethnologie et création sociale* (Tangence, 2021); *Coulisses du nom propre (Louis-Ferdinand Céline)* (BSN Press, 2021). Tra le sue opere letterarie *Séismes* (Zoé, 2013); *Faire le garçon*

(Zoé, 2017), Premio svizzero della letteratura 2018; *Absolument modernes!* (Zoé, 2019); *Malencontre* (Zoé, 2022) e, con Alberto Nessi, *Storie di paese/Histoires de village* (Empreintes, 2022).

Guido Mattia Gallerani insegna Sociologia della letteratura presso l'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna. Il suo ultimo libro è dedicato a un genere sospeso tra giornalismo e letteratura: *L'intervista immaginata. Da genere mediatico a invenzione letteraria* (Firenze University Press, 2022). Ha pubblicato un volume sulle evoluzioni creative della saggistica: *Pseudo-saggi. (Ri)Scritture tra critica e letteratura* (Morellini, 2019). L'indagine sul genere del saggio e i suoi rapporti col romanzo viene declinata in una precedente monografia: *Roland Barthes e la tentazione del romanzo* (Morellini, 2013).