

La narrazione del sé tra fandom e transmedialità in Geppi Cucciari

1. 'Geppigrafie'

I termini attrice e comica non descrivono in maniera esaustiva la figura professionale di Geppi Cucciari: nel suo profilo Twitter si presenta come *soubrette*, termine polisemico che racchiude le sue tante anime artistiche ma che non contempla anche il suo lavoro di scrittrice e sceneggiatrice. Nella sezione 'Informazioni' della sua pagina Facebook si trovano notizie biografiche più dettagliate ma non aggiornate – la biografia si interrompe all'uscita del secondo romanzo nel 2009. L'etichetta di 'personaggio pubblico', presente anche su Instagram, compendia la sua sfaccettata carriera nel mondo dello spettacolo iniziata nel 2000 con l'ingresso nel laboratorio Scaldasole di Milano, dove elabora il suo personalissimo e a tratti irruento stile umoristico; nel 2002 ha lavorato al fianco de La Pina nella conduzione del programma *Pinocchio* su Radio DJ, e dal 2015 è una delle voci del talk show *Un giorno da pecora* su Radio 1. Fin dal suo ingresso nel laboratorio artistico di *Zelig* nel 2002, Geppi Cucciari si muove con disinvoltura negli ambienti dello spettacolo, dal cabaret alla televisione, passando per le prime esperienze a teatro. La sua versatilità l'ha portata ad avventurarsi nel terreno della narrativa: la sua esperienza di donna e attrice sarda – il dato anagrafico non è secondario – si è quindi tradotta nella pubblicazione di due romanzi: *Meglio donna che male accompagnata* (Kowalski, 2006) [fig. 1], scritto a quattro mani con l'amico Lucio Wilson, e *Meglio un uomo oggi* (Mondadori, 2009) [fig. 2]. La struttura dei titoli richiama il monologo teatrale scritto con Wilson nel 2002, *Meglio sardi che mai*, rivisitazione in chiave ironica del noto proverbio; Wilson è anche co-autore del suo secondo spettacolo, *Si vive una volta. Sola* (2006).

Nel titolo del primo romanzo ciò che spicca è il termine 'donna': è qui che risiede la forza comica e l'alta capacità di presa sul pubblico di lettori, ma soprattutto di lettrici, ai quali Geppi Cucciari si rivolge. L'io narrante, che si chiama Geppi come l'autrice, racconta con leggerezza e ironia le avventure di tre amiche single a Milano, tre donne sarde ormai trentenni sull'orlo della maturità coniugale. Geppi, Lucia e Stefania, inseparabili da una vita, vengono invitate al matrimonio di una loro vecchia compagna di classe e sono disposte a tutto pur di trovare un uomo che le accompagni in Sardegna per la cerimonia. Nei tre mesi che precedono l'evento, tutt'altro che lieto, le tre si lanciano in una rocambolesca ricerca dell'anima gemella tra cene luculliane, improbabili chat con sconosciuti e appuntamenti al buio. Riusciranno le intrepide Charlie's Angels di Macomer a trovare l'uomo dei loro sogni?

La donna è al centro della narrazione con i suoi pregi e i suoi difetti, gli alti e soprattutto i bassi della sua vita sentimentale raccontati con uno stile umoristico che a tratti indulge al romantico e al sentimentale. La pagina scritta funge da spazio scenico per un potenziale atto performativo che si manifesta nella diegesi e nei dialoghi caratterizzati da un sapiente equilibrio di umorismo e autoironia: uomini, donne e la stessa Geppi sono il bersaglio di commenti e battute sul corpo («non sono io fissata con la cellulite, è la cellulite che si è

fissata su di me», Cucciari 2006, p. 146); sul carattere umano («simpatica come una gastroscopia», p. 130); sull'omosessualità («per ogni giornata di orgoglio gay, noi dovremmo fare una giornata di lutto», p. 138). Alle risate si mescola la riflessione, pungente e divertita, sulla situazione delle donne nubili in Italia. Il cibo, uno dei protagonisti del repertorio comico di Cucciari, è qui esaltato nelle sue proprietà consolatorie e nel suo potere conviviale, tanto da divenire un termine di paragone della felicità. Il riferimento ai piatti della tradizione gastronomica sarda e all'abitudine di consumare pasti pantagruelici è un tratto distintivo della narrazione: ne detta il ritmo e il respiro comico. Attraverso il cibo l'io narrante racconta la sua amicizia con Stefania e Lucia («le cene tra noi sono parentesi di burro in mezzo a settimane ai cinque cereali e tra l'altro solo due delle tre commensali hanno problemi di peso: io e Lucia»; p. 23); il suo rapporto con gli uomini, che si presta a esilaranti parallelismi con i dolci i quali, a differenza degli individui di sesso maschile, «non danno buca, a meno che non siano ciambelle» (p. 131).

Il secondo romanzo, *Meglio un uomo oggi*, è la prosecuzione del primo, di cui riprende la struttura del titolo, per certi versi complementare, e i numerosi elementi narrativi: il matrimonio dell'amica non andato in porto; i flop sentimentali di Lucia e Stefania; il suo «incontro irresistibile» con Michele, «italico maschio peninsulare di trentotto anni» (Cucciari 2009, p. 26). Il tono di questo libro si fa più serio e riflessivo, più maturo, come la protagonista ormai trentacinquenne che si interroga sulla sua vita e sul suo futuro. Il focus è sul desiderio di maternità più che sull'urgenza del matrimonio: «Cosa sarei realmente disposta a fare io per mettere su famiglia e, soprattutto, per tenermela?» (p. 16), si chiede Geppi nel primo capitolo. La protagonista cerca «soltanto un uomo», non un compagno, «troppo partigiano», né un partner, «troppo commerciale», né tantomeno un «adolescenziale boyfriend» (p. 17). Se nel primo romanzo l'obiettivo era trovare un uomo per andare accompagnata al matrimonio dell'amica Monica, nel secondo l'uomo non è (solo) il fine ma il mezzo che lo giustifica: «C'è solo una cosa peggiore di avere trentacinque anni ed essere single: avere trentacinque anni e stare con un uomo che trova l'idea di un figlio attraente quanto quella di seguire un corso serale di uncinetto» (p. 17).

L'amicizia è forse l'unico valore più importante dell'amore; Lucia e Stefania sono «amiche con tutte le lettere maiuscole» (p. 19): tra loro c'è complicità, solidarietà, rispetto e soprattutto affetto sororale, e senza di loro «Milano [...] sarebbe stata l'unica città di pianura piena di faticosissime salite» (p. 20). La Geppi televisiva fa capolino nelle battute di altri personaggi del romanzo, che mettono l'accento sui tratti che hanno reso famose le sue esibizioni comiche: «Tu sei quella grassa senza un fidanzato della tv, vero?» (p. 24), le domanda un bambino che siede accanto alla protagonista sull'aereo, altro *topos* dei romanzi di Cucciari.

Attraverso l'espedito dell'auto-fiction, l'autrice crea una Geppi letteraria che racconta sé stessa e le sue (dis)avventure quotidiane, in grado di intercettare un pubblico di lettori e lettrici oltre lo schermo e il palcoscenico. Geppi Cucciari, attrice che scrive (Rizzarelli 2017), assume una voce letteraria che trascende le sue performance teatrali e televisive e la

colloca nel terreno della transmedialità (Jenkins 2014). Inoltre, il suo ruolo di co-autrice della sceneggiatura del film *L'uomo che comprò la luna* (2019), insieme a Barbara Alberti e al regista Paolo Zucca, le ha dato l'opportunità di cimentarsi con la scrittura cinematografica. È stata la Alberti a proporre al regista di chiamare Geppi Cucciari, già nel cast del primo lungometraggio di Zucca, *L'arbitro* (2013), dove Geppi ha potuto esprimere il suo talento autoriale contribuendo alla creazione del personaggio di Miranda [fig. 3], di cui ha aggiunto e riscritto molte battute, alcune delle quali sono state improvvisate durante le prove sul set.

2. La moltiplicazione degli schermi

Nel panorama mediale contemporaneo i personaggi famosi si affidano abitualmente ai canali social per amplificare la propria visibilità mediatica. Non è una novità che le pratiche di *self-branding* e di auto-presentazione (Hearn 2008) passino attraverso i social network, certamente favoriti dal consenso di un'ampia rete di *followers* e dalle possibilità di incrementare il proprio *fandom*. Le vie del Web 4.0 sono infinite, e le opportunità di ingaggiare un numero sempre maggiore di estimatori e fan sono direttamente proporzionali alla capacità dei personaggi famosi di mantenere un dialogo vivo e dinamico con il proprio pubblico. I social network diventano un'estensione della scena e consentono un'interazione costante con platee di *audience* attive e performative (Fanchi 2014); aumentano così le occasioni per i fan di coltivare un rapporto diretto con i personaggi pubblici, attraverso l'uso di dispositivi digitali e in momenti che vanno al di là della performance scenica.

Grazie a un uso ben calibrato dei canali social, l'immagine che Geppi Cucciari riesce a veicolare non è solo quella della comica dall'aria burbera. La Geppi che si mostra sui social assume un volto più umano e più vicino alle persone che la seguono e che commentano, come se fossero amici e parenti, le sue foto al mare e il suo impegno a favore dei diritti umani. Tra lei e il suo pubblico di *followers* si viene così a creare un legame di intimità che, citando Clive Thompson, potremmo definire «digitale» (Thompson 2008); le persone utilizzano i social per sentirsi più vicini al personaggio (Marwick/boyd 2011), per stabilire un contatto che gli altri media, siano essi caldi o freddi, non permettono.

Il profilo Twitter di Geppi Cucciari (@GeppiC) si presenta con la sua foto sorridente scattata durante una diretta televisiva, e un *tweet* fissato in alto che rimanda alla lotta dei pastori sardi che nel febbraio 2019 ha raggiunto un apice di seguito e popolarità presso l'opinione pubblica e la classe politica locale, salvo sgonfiarsi subito dopo le elezioni regionali [fig. 4].

Nei *tweet* di Geppi ci sono i festival letterari di cui è ospite e membro della direzione artistica (ad esempio *Sulla terra leggeri*), le trasmissioni televisive che conduce (*Rai Pipol*, *Per un pugno di libri*), il ricordo di Nadia Toffa e Mattia Torre, entrambi scomparsi

prematuramente durante l'estate 2019, e tanti rimandi alla sua vita personale. L'affetto di Cucciari per la Sardegna è espresso, attraverso *tweet* e foto, anche negli inviti ad andare a vedere al cinema *L'uomo che comprò la luna*, film che ha presentato in più di un'occasione.

Nei *tweet* sono frequenti gli *hashtag* e le menzioni della trasmissione *Rai Pipol*, il 'late-night-people-show' che ha condotto su Rai3 tra aprile e giugno 2019 (#rai3; #raipipol; #corradotedeschi; #Alessandraghisleri; #recalquiz). Gli *hashtag* servono ad ancorare il contenuto dei *post* a un argomento o tema, e ne favoriscono la condivisione, la diffusione e il rilancio. Alcuni *hashtag* rientrano tra le azioni del marketing promozionale e appartengono alla sfera del *frontstage* professionale (#perunpugnodilibri; #ondance; #luomochecomprolaluna); altri, pur identificando l'immagine pubblica di Geppi, rimandano al suo backstage personale (#geppigram; #dinosassari; #forzadinamo; #facciaditrudda). Le menzioni di altri utenti (@RaiTre, @dinamo_sassari; @eelst; @lapinella, etc.) e la condivisione dei *tweet* nei quali è menzionata rivelano i suoi forti legami amicali e professionali, nonché la sua capacità di rilanciare i contenuti che la riguardano per amplificare la propria immagine mediatica sui social. La pratica di 'ritwittare' può essere considerata una modalità di conversazione con altri utenti (boyd/Golder/Lotan 2010), utile per mantenere l'attenzione su uno specifico *topic* e favorirne la diffusione in rete.

I contenuti condivisi su Twitter si ritrovano su Facebook e su Instagram (dove è presente con lo username *iogeppicucciari*). Quest'ultimo è il canale social che registra il maggior numero di interazioni per contenuto caricato [fig. 5]: la foto della fine delle vacanze, che la ritrae accovacciata sul bagnasciuga, lo sguardo rivolto verso il mare della Grecia [fig. 6], su Facebook ha registrato circa duemila 'like', mentre su Instagram ne ha ricevuto poco più di seimila. Nelle foto pubblicate sui social la si vede quasi sempre inquadrata a figura intera, mai in primo piano; ci sono poi le immagini promozionali e le foto delle dirette televisive che la mostrano a mezzo busto, sola o in compagnia di altri personaggi del mondo dello sport e dello spettacolo. Il mare è un elemento ricorrente nei suoi *post* fotografici, ma c'è un mare in particolare, quello di Alghero, che lei include tra le sue 'tre grandi necessità', insieme alla Dinamo Sassari e al biliardino [fig. 7].

I *post* spaziano dai contenuti personali ai video delle dirette radiofoniche, dalle clip degli spettacoli che ha presentato (*OnDance*) alle foto dei programmi televisivi che conduce. La partecipazione dei fan è evidente nelle dichiarazioni di stima e supporto ai limiti della 'geppimania': fantastica; super simpatica; bravissima; bellissima; meravigliosa; splendida, sono tra gli aggettivi più usati nei commenti, alcuni dei quali appaiono accompagnati da *emoticon* di baci e cuori. Molti *post* vengono condivisi dai fan, e non mancano i messaggi polemici, di critica o biasimo, specialmente relativi alle presunte cure dimagranti che avrebbero usato Cucciari come testimonial e che lei condanna duramente.

I primi di settembre del 2019 Geppi Cucciari si è recata in Gambia in qualità di ambasciatrice italiana dell'Unicef – #goodwillambassador, come ha sintetizzato in uno degli *hashtag* che accompagnano le foto della missione umanitaria. Le foto la ritraggono

sorridente durante una riunione con la delegazione dell'Unicef e intenta a giocare a pallone con i bambini gambiani: immagini che raccontano sia la sua passione per lo sport, sia il suo coinvolgimento nelle campagne a favore dei diritti umani. Nel *tweet* di Unicef The Gambia condiviso sul suo profilo Twitter, Geppi Cucciari è presentata come «an Italian stand-up comedian, actress, TV presenter & @unicefitalia Ambassador. She is passionate about children's rights». Le immagini che ha pubblicato sui social hanno ottenuto un ampio numero di 'like', condivisioni e commenti da parte dei fan, delle vere e proprie manifestazioni di stima per il suo impegno in Africa.

Attraverso la condivisione di *post* e contenuti multimediali sui canali social il confine tra la vita pubblica e quella privata di Geppi Cucciari è molto labile; i ruoli che interpreta e la sua persona sono percepiti come osmotici dal suo pubblico che ricerca l'interazione con la Geppi attrice comica e conduttrice. C'è chi la definisce «la copia sbiadita di Renzo Arbore» (Specchia 2019), chi la inserisce in una «categoria protetta» in quanto «donna, intelligente e portatrice sana di sarcasmo, [...] capace di ritagliarsi un posto privilegiato negli universi a rischio scomparsa, vuoi il mondo dei libri, dei radioascoltatori o del pubblico televisivo della notte» (Dondi 2019). Al di là delle etichette e delle opinioni, Geppi Cucciari è un esempio di attrice e autrice transmediale, capace di raccontare sé stessa e il suo lavoro attraverso media diversi che le permettono di rivolgersi a pubblici eterogenei e di dialogare con loro per mezzo dei social network.

Bibliografia

A. Marwick, d. boyd, 'To See and Be Seen. Celebrity Practice on Twitter', *Convergence, The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17 (2), 2011, pp. 139-158.

d. boyd, S. Golder, G. Lotan, 'Tweet, tweet, retweet: Conversational aspects of retweeting on Twitter', *HICSS-43. IEEE*, Kauai HI, 6 gennaio 2010.

G. Cucciari, *Meglio donna che male accompagnata*, Milano, Kowalski, 2006.

G. Cucciari, *Meglio un uomo oggi*, Milano, Mondadori, 2009.

B. Dondi, 'La vera colpa di Geppi Cucciari', *L'Espresso*, 3 giugno 2019.

M. Fanchi, *L'audience. Storia e teorie*, Roma-Bari, Laterza, 2014.

A. Hearn, '“Meat, mask, burden” Probing the contours of the branded “self”', *Journal of Consumer Culture*, 8(2), 2010, pp. 197-217.

H. Jenkins, *Cultura convergente*, Santarcangelo di Romagna, Maggioli, 2014.

M. Rizzarelli, 'L'attrice che scrive, la scrittrice che recita. Per una mappa della 'divagrafia'', in L. Cardone, G. Maina, S. Rimini, C. Tognolotti (a cura di), *Vaghe stelle. Attrici del/nel cinema italiano*, Arabeschi, luglio-dicembre 2017, pp. 366-371, <<http://www.arabeschi.it/13-/>> [accessed 10.10.2019].

C. Thompson, 'Brave New World of Digital Intimacy', *The New York Times*, 5 settembre 2008, [accessed 10.10.2019].

Specchia, 'Geppy e Rai Pipol, la copia sbiadita di Renzo Arbore', *Liberio*, 17 aprile 2019.

"La narrazione del sé tra fandom e transmedialità in Geppi Cucciari", in Cardone Lucia, Masecchia Anna, Rizzarelli Maria (a cura di), *Divagrafie, ovvero delle attrici che scrivono*, in "Arabeschi", n. 14, luglio-dicembre 2019; ISSN: 2282-0876 <<http://www.arabeschi.it/35-la-narrazione-del-sc-tra-fandome-transmedialit--in-geppi-cucciari/>>.