

Borghello e la sindrome da best sellers

Sarà presentato mercoledì alla biblioteca Joppi il volume del professore edito da Forum

di PAOLO MEDEOSSÌ

Il successo travolgente de *Il Gattopardo*, nel 1958, segnò una svolta nella storia ancora gracile dell'editoria italiana. Fu l'intuizione-scoperta che il romanzo poteva diventare il prodotto leader, un bene di consumo capace di tenere in piedi il sistema. Se solo potessero, come dice Alfonso Berardinelli, gli editori darebbero il nome di romanzo a tutti i libri che pubblicano sapendo così di colpire un po' l'attenzione d'un pubblico difficile e incostante. Per questo motivo, le librerie traboccano della cosiddetta "nuova narrativa", proposta a ritmi infernali, tali che neppure i più motivati riescono a digerirli o affrontarli. Per esempio, nel recente festival di *Portofino* sono state presentate oltre quaranta anteprime. Numero impetuoso, strepitoso, tanto da far immaginare una svolta per le sorti della stessa letteratura se almeno una decina di quelle proposte avrà la forza qualitativa per reggere alla sfida dei prossimi anni, sul piano della critica e delle

vendite. Ma, siccome siamo in Italia, Paese misterioso sotto tanti aspetti, va anche detto che non tutto poi è così lineare e comprensibile, nemmeno nell'industria culturale che (se aveva ragione Oreste Del Buono) alla fine non tiene troppi legami né con l'industria né con la cultura. Basta proprio pensare al *Gattopardo*, romanzo che segnò la svolta nazional-popolare, ma che il suo autore, Giuseppe Tomasi di Lampedusa, non ebbe la soddisfazione di veder pubblicato. Trascorse

malinconicamente gli ultimi anni cercando con umiltà un editore, alimentando in tal modo il mito del genio incompreso, prassi molto italiana pure questa. Finché, grazie a Giorgio Bassani, si aprirono le porte della Feltrinelli, ma ormai era tardi, per cui la gloria del colto e aristocratico scrittore siciliano fu solamente postuma. Vicenda simbolica da cui bisogna sempre trarre la dovuta morale.

Sono questi i percorsi, i segreti, le incongruenze, le stra-

nezze di quel mondo cui fanno capo i destini della letteratura

e di un esercito di scrittori. Secondo un recente calcolo, in Italia sono almeno centoventi i romanzieri con qualche referenza, pronti a colpire con il prossimo annunciato "capolavoro".

Materia scottante e coinvolgente, insomma. Parlando dei romanzi, delle paturnie di chi li scrive e delle singolari strategie di chi li pubblica, può diventare pure romanzo il racconto che spiega, svela e perlustra tutto ciò. Non si tratta di un viaggio destinato a soli studiosi, studenti o specialisti, perché saperne di più (pur da semplici lettori) è sempre utile. Ed è questo il panorama esplorato da Giampaolo Borghello, per molti anni docente ordinario di letteratura italiana all'università di Udine, che con l'editrice Forum pubblica *Come nasce un best seller. Gli editori, il mercato, le strategie, il successo di Piero Chiara* (186 pagine, 16 euro), libro che sarà presentato mercoledì 12, alle 18, nella biblioteca Joppi di Udine, in un dialogo dell'autore con Ser-

gia Adamo e Anna Storti Abate.

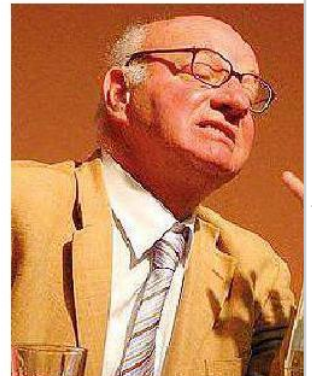
Per analizzare genesi e dinamica del best seller, Borghello segue tre percorsi, il primo dei quali affonda le radici nel 1978, al tempo di un convegno organizzato a Trieste dal grande Giuseppe Petronio su letteratura di massa e di consumo. Il secondo approdo è fornito invece dai libri, discussi e fondamentali, di Gian Carlo Ferretti come *Il mercato delle lettere*, ricco di intuizioni ancora attuali, per esempio quando dice: «L'editoria si arrocca attorno a un compromesso e punta sempre più su un pool ristretto di scrittori, più o meno blasonati, aborrendo ogni rischio. Gli esordienti e i giovani vengono così respinti». Infine, nella terza parte, Borghello narra il successo scintillante e benefico per tutti di Piero Chiara, a partire da quel gioiellino che fu *Il piatto piange*. A questo punto, il libro borghelliano diventa davvero romanzo seguendo le orme (pure friulane e cividalesi) dello scrittore luinese che vedeva Singapore. Spiegando il suo exploit, Chiara disse: «Mi sento sincero, abbastanza slircizzato, non retorico, non infarcito di cultura. Cerco solamente di tener presenti le esigenze dell'ascoltatore». Tutto qua, con splendida e arguta

semplicità.

CRIPRODUZIONE RISERVATA



COME NASCE UN BEST SELLER
GLI EDITORI, IL MERCATO, LE STRATEGIE, IL SUCCESSO DI PIERO CHIARA



La copertina del libro edito dalla Forum e l'autore Giampaolo Borghello



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato