

Ma i bestseller sono letteratura? Rileggere il '900 oltre i cliché

ROBERTO CARNERO

Quando si parla di best-seller, una *vexata quaestio* riguarda il rapporto tra successo commerciale e qualità letteraria. Molti ricorderanno i tempi in cui qualche autorevole esponente del Gruppo 63 definiva autori come Giorgio Bassani e Carlo Cassola "Liale" della letteratura contemporanea, cioè esponenti di una produzione di puro consumo, priva però di valore estetico, come lo era appunto quella di Liala (pseudonimo di Amalia Cambiasi Negretti, autrice di popolarissimi romanzi rosa). Questo per il fatto che le caratteristiche stilistiche dei loro libri non rispondevano alle linee accentratamente sperimentali propugnate dalla Neoavanguardia.

Tra la fine degli anni Settanta e l'inizio degli anni Ottanta le cose iniziano a cambiare. Come ha scritto Vittorio Spinazzola, «alla stagione dello sperimentalismo neo-avanguardistico succede quella d'una sperimentazione, chiamiamola così, di leggibilità massificata». Gli scrittori ricominciarono a cercare una rinnovata sintonia con gli interessi reali di un pubblico più ampio rispetto a quello dei soli "addetti ai lavori" (a cui sembravano principalmente rivolgersi gli autori della Neoavanguardia), recuperando così il gusto della narrazione, cioè di trame che potessero risultare avvincenti. Da qui la rivalutazione di autori, come i sopracitati Bassani e Cassola, che oggi continuano a essere letti e che ci appaiono di indubbio livello espressivo (mentre di molti degli scrittori che orbitavano attorno al Gruppo 63 si è persa perfino la memoria).

Altre volte l'ostilità nei confronti dei libri di successo viene dai critici, forse vittime di una certa dose di invidia proprio per il favore ottenuto da alcuni autori presso il pubblico dei lettori. La critica non ha certo sprecato elogi per Susanna Tamaro, autrice di uno dei massimi best-seller (a livello planetario) del Novecento italiano, il romanzo *Va' dove ti porta il cuore*. Il quale, uscito per la prima volta nel 1994 (quando la scrittrice aveva 37 anni), è stato tradotto in decine di lingue, vendendo milioni di copie in tutto il mondo. Eppure un critico serio non dovrebbe farsi influenzare, nelle sue valutazioni, da considerazioni estrinseche all'opera che si accinge a esaminare. Anzi, di fronte a un libro di successo, è chiamato a interrogarsi anche sulle ragioni di quel successo. È quanto fa molto nitidamente Bruno Pischedda in un saggio dal titolo *Dieci nel Novecento. Il romanzo italiano di largo pubblico dal Liberty alla fine del secolo* (Carocci, pagine 268, euro 24,00), che è un esemplare contributo metodologico. L'autore analizza dieci best-seller particolarmente «emblematici del secolo breve» e delle sue diverse tendenze, all'incirca uno per ogni de-

cennio: libri (un titolo per ciascun autore) di Guido da Verona, Annie Vivanti, Liala, Pitigrilli, Giovanni Guareschi, Brunella Gasperini, Giorgio Scerbanenco, Oriana Fallaci, Stefano Benni, Andrea Camilleri. Pischedda si dichiara convinto che romanzi come *Colei che non si deve amare* (1910) di Guido da Verona, *Don Camillo* (1948) di Guareschi, *Un uomo* (1979) della Fallaci o *La forma dell'acqua* (1994) di Camilleri siano libri «da sottoporre più di altri a un esame puntiglioso, che insieme con le insufficienze manifeste di trama, di drammaturgia personaggistica o di stile ne illustri anche le caratteristiche singolarmente propulsive». Libri snobbati dai tradizionali guardiani del gusto e che tuttavia sono decisivi per la modernità letteraria, quando al canone di un prestigio quasi esoterico (per pochi) si affianca, o addirittura si sostituisce, un canone della leggibilità (per molti).

Il contributo offerto dai nostri best-selleristi al romanzo italiano è anche di portata strategica, poiché – scrive Pischedda – «è attraverso le quantità che il sistema letterario dei giorni nostri conserva compattezza e incidenza sociale, in qualche caso determinando un interscambio virtuoso con i circuiti mediatici concorrenti: cinema, tv, fumetto, web». Come dimostra il successo della recente serie tv tratta proprio dal *Nome della rosa* di Eco. Sul tema è organizzato lunedì prossimo a Milano, presso il Laboratorio Formentini (via Marco Formentini, 10) il dibattito "Ma i best seller guastano il palato? Lettori, editori e critici dinnanzi al romanzo di successo". Intervengono lo stesso Pischedda, Giuseppe Lupo e Paolo Giovannetti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SAGGISTICA

Guardata con sospetto se non ostilità da critica e scrittori militanti, secondo Pischedda la narrativa di successo – al di là delle carenze di stile o di struttura – offre spunti interessanti e costituisce un vero canone alternativo