

Introduzione

Esiste la scatola nera del best seller? Conosciamo il segreto del suo destino?

Procediamo con ordine: innanzitutto non era mai accaduto che i romanzi avessero tanto successo e generassero volumi di vendite così possenti. Sembra che il fabbisogno mondiale di storie sia cresciuto in maniera esponenziale negli ultimi vent'anni, e c'è da chiedersi perché. Se lo sono domandato nel 2013 due psicologi della New School for Research di New York, scoprendo che la lettura di romanzi aumenta i livelli di empatia tra noi e gli altri, migliora la percezione sociale e rende assai più affilata la nostra intelligenza emotiva, cioè la capacità di capire quello che gli altri sentono sentendolo a nostra volta (Kidd e Castano 2013, 377-380; Zunshine 2014, 90 ss.). I risultati sono apparsi addirittura su "Science", evidenziando da un lato come i lettori includano nelle loro rappresentazioni mentali le emozioni attribuite ai personaggi letterari, e dall'altro come essi sperimentino una sorta di "trasporto" personale, un riflesso quasi fisico delle emozioni di ciò che leggono. In breve, leggiamo sempre di più i romanzi perché, mentre ci regalano qualche ora piacevole, ci rendono decisamente più intelligenti. Non basta. Leah Price, dell'università di Harvard, ha compiuto lunghi e approfondi-

ti studi sulla depressione che colpisce oggi nel mondo circa 350 milioni di individui, trovando il rimedio migliore e a minor costo: la lettura immersiva di finzioni romanzesche (Price 2009). Posto che ciò sia vero, resta da chiedersi: perché solo pochissimi romanzi diventano dei prodotti di massa, diffusi in tutto il mondo, e quali sono le loro caratteristiche vincenti?

Per rispondere alla domanda, in questo libro prendo in considerazione solo romanzi che abbiano venduto nel mondo almeno 10 milioni di copie, arrivando fino ai 50 milioni di copie del *Codice da Vinci* di Dan Brown: romanzi che raccontano storie punto-e-basta, che hanno cessato di essere strumenti di ascesa sociale o status symbol autopromuovendosi a *commodity*. Libri, come vedremo, ad Alta Leggibilità (*High Readability*). Non potremo inserire in questa lista di best seller opere concepite e scritte nel nostro Paese (Spinazzola 2012, 18 ss.). Se non fosse chiuso nel ghetto della letteratura per la prima infanzia, il solo prodotto italiano inseribile nella lista dei best seller globali sarebbe Geronimo Stilton, ultimo discendente dei topi disneyani, che si dedica all'istruzione superiore studiando Topologia, Letteratura Rattica e Filosofia Archeotopica Comparata, oltre a essere direttore dell'“Eco del Roditore”, il giornale più famoso dell'Isola dei Topi, e un sorprendente *connaisseur* di formaggi internazionali e di slow food. Dal 2000 le storie del topo topologo hanno venduto nel mondo almeno 100 milioni di copie, soprattutto negli *English speaking countries*, e il suo brand è gestito da una multinazionale italiana che pensa davvero all'editoria globale fatta di cartaceo e di animazione, *editing* e *licensing*: la Atlantyca Entertainment (Cerutti 2010, 133). Se dunque i 5 milioni di copie di *Gomorra* (2006) e i 4 milioni di *Io uccido* di Giorgio Faletti (2002) impallidiscono di fronte a Geronimo Stilton, figuriamoci davanti ai 500 milioni di copie complessivamente

venduti da *Harry Potter*, alle traduzioni in 66 lingue, agli 8,3 milioni di copie vendute dal settimo volume della serie nelle prime ventiquattr'ore nei soli Stati Uniti, tra code apocalittiche davanti al *flagship store* di Barnes&Noble a New York e manifestazioni di giubilo negli open space delle grandi catene di distribuzione e dei megastore.

Il primo dato straordinario da cui è bene partire è il boom mondiale del romanzo. Mentre è in calo progressivo la lettura della saggistica (sia essa su supporto cartaceo o digitale), la fiction è in crescita incessante e progressiva. Se si prende in considerazione il blocco europeo e nordamericano e si sta ai dati forniti dalla Nielsen, l'azienda che oggi meglio si occupa di Global Consumer and Media Insights, nel 2013 si è registrata una circolazione di circa un miliardo di copie di libri, in ampia misura di fiction, mentre la non fiction (saggistica, libri sul giardinaggio, ricettari gastronomici, ecc.) è diminuita del 13% relativamente agli USA e del 12% relativamente all'Italia.