

a cura di Luca Gallarini, Elisa Gambaro e Mauro Novelli
(Università degli Studi di Milano)

A quarant'anni e più di distanza dagli studi pionieristici di Giuseppe Petronio (*Letteratura di massa. Letteratura di consumo*, 1979), Gian Carlo Ferretti (*Il bestseller all'italiana*, 1983) e della scuola di Vittorio Spinazzola (*Il successo letterario*, 1985), è tempo di tornare a fare il punto sulle opere narrative capaci di mobilitare i consensi del pubblico nazionale. Anche in Italia il primo quarto del XXI secolo ha visto compiersi il declino di un'idea unica e assoluta di letteratura, rispondente in pieno al gusto della critica militante o accademica, che salvo rare eccezioni ha reagito alla situazione accentuando l'indifferenza – quando non il disprezzo – nei confronti dei testi in grado di soddisfare l'immaginario estetico dei lettori più giovani o culturalmente poco addestrati. Ma se il critico non intende rinunciare alla sua funzione sociale, oggi più di ieri dovrà guardare al sistema letterario nella sua interezza, cogliendo l'emergere di fenomeni di estremo interesse. Ciò, beninteso, se si ritiene che i bestseller non si possano liquidare a prescindere come mere operazioni commerciali prive di originalità, e che la relativizzazione dei valori estetici, concepiti in modo diverso dalle diverse fasce di pubblico, in una società moderna e democratica rappresenti uno stato fisiologico, non patologico.

Per dirla con Gian Arturo Ferrari, che ha interpretato la categoria di 'letteratura di successo' in accezione prettamente economica, "nulla più dei dati di vendita globalmente presi, non solo e non tanto le classifiche dei bestseller, ci parla dei movimenti profondi, tellurici, del gusto. Messi tutti insieme, se mai fosse possibile, ci darebbero una accuratissima mappa, una specie di Tac, della cultura di un paese e della sua evoluzione". La narrativa contemporanea di successo merita di essere studiata non per rivoluzionare il canone scolastico o dei ceti colti, ma per comprendere le modalità della valorizzazione sociale, gli sviluppi dell'immaginario collettivo, e per capire quali strumenti espressivi siano in grado di intercettare i gusti di un pubblico sempre più sensibile a sollecitazioni extra-letterarie, come i videogiochi, la serialità cine-televisiva e il fumetto, un genere che oggi conosce forme di nobilitazione inimmaginabili in passato, vedi la diffusione del graphic novel e la distribuzione in libreria. Il libro di successo sollecita inoltre altri fenomeni su cui sarà opportuno riflettere, a cominciare dalla fan fiction (si veda: Stefano Calabrese, *Anatomia del bestseller*, 2015).

Il campo d'indagine del riscontro commerciale è di norma la letteratura d'intrattenimento, ma non mancano esempi più istituzionali, in fase avanzata di canonizzazione: basti al riguardo ricordare i casi di Andrea Camilleri ed Elena Ferrante,

che esemplarmente dimostrano – a quasi un secolo dalle riflessioni di Gramsci – quanto popolare sia finalmente divenuta la letteratura nazionale. Non solo: sempre più permeabili sono anche i confini del mercato e del pubblico. Geronimo Stilton è ormai un brand planetario, al pari dei citati Camilleri, Ferrante e di vari altri scrittori che hanno saputo far breccia anche all'estero, come confermano i dati dell'Associazione Italiana Editori sui *foreign rights* degli scrittori italiani, in crescita incessante da un ventennio. Ciò ovviamente non significa che le altre letterature abbiano smesso di rappresentare un punto di riferimento, come lascia comprendere la pratica perdurante di nascondersi dietro uno pseudonimo anglicizzante (Erin Doom, Felicia Kingsley, Kira Shell). Gli autori stranieri continuano a svettare nelle classifiche e a godere di largo seguito: tanto i rappresentanti delle letterature occidentali, tradizionalmente egemoni, quanto scrittori provenienti da altre latitudini, non di rado in virtù di riuscite iniziative di *soft power* multimediale. Fondamentale sarà dunque studiare la ricezione dei bestseller esteri in Italia, verificando affinità e differenze rispetto all'orizzonte d'attesa del paese d'origine.

Partendo da queste premesse, il presente numero di *Altre Modernità* intende sollecitare contributi inerenti, anche se non limitati, alle seguenti tematiche, circoscrivendo il campo d'analisi alla produzione letteraria dal 2000 a oggi:

- tipologia e declinazioni italiane dei generi letterari di maggior successo (giallo, romance, fantasy, horror, fantascienza, romanzi storici, biografie e autobiografie...);
- opere singole giunte ai vertici delle classifiche o produzione complessiva di un autore italiano di successo;
- esempi di successo di letteratura italiana per l'infanzia, per ragazzi e *young adult*;
- libri e autori italiani che hanno avuto largo impatto all'estero, diffondendo immagini, modelli e figure dell'italianità;
- libri e autori stranieri che hanno avuto largo impatto in Italia, diffondendo immagini, modelli e figure dei rispettivi paesi d'origine;
- presenza e funzioni nel dibattito pubblico di scrittrici e scrittori di successo;
- il fumetto, nelle sue varie declinazioni e specificità nazionali;
- la fan fiction italiana;
- classifiche letterarie ufficiali e costruite dagli utenti (Amazon, Ibs, Goodreads ecc.);
- il *book influencing* italiano, con particolare attenzione a YouTube, TikTok e Instagram;
- le modalità di comunicazione commerciale, con attenzione a YouTube, TikTok, Twitter e Instagram;
- specificità nazionali nella produzione e fruizione letteraria su Wattpad e altre piattaforme telematiche;
- il rapporto tra bestseller e film, serie televisive e serie animate;

- il rapporto tra bestseller e modalità di fruizione (libro cartaceo, e-reader, audiolibri e podcast);
- il rapporto tra bestseller e luoghi di vendita (libreria online, fisica, edicola, ecc.);
- il rapporto tra bestseller e pubblicazione (piccola, media e grande editoria; self-publishing ecc.);
- il ruolo dei premi letterari italiani nell'ambito della valorizzazione;
- dinamiche di genere nell'ambito della fruizione letteraria italiana;
- dinamiche di genere nell'ambito della produzione letteraria italiana di successo;
- la riflessione critica italiana e straniera sui bestseller, in prospettiva metodologica.

La lista di argomenti suggerita non è da intendersi come esaustiva: altre proposte di studio del tema offerte da quanti intendano collaborare al volume verranno seriamente vagliate dal Comitato Scientifico, al fine di ampliare con percorsi il più articolati e inediti possibili l'esplorazione intrapresa in questo numero della Rivista.

A tal fine, la Redazione propone il seguente calendario di scadenze, cui passo previo ed essenziale è l'invio di una proposta di contributo all'indirizzo amonline@unimi.it entro il **15 ottobre 2024** con indicazione sintetica dell'argomento che si intende trattare (massimo 200 parole), e di un conciso curriculum vitae del proponente.

La consegna del contributo è fissata al **14 febbraio 2025**.

“Altre Modernità” accetta contributi in italiano, spagnolo, francese e inglese.

Il numero sarà pubblicato **entro la fine del mese di novembre 2025**.