
Operazione bestseller, l'ultimo libro di Valentina Notarberardino

Autore: Edoardo Zaccagnini

Fonte: Città Nuova

Esiste un segreto per portare un libro a diventare un bestseller? Qual è il vero motore del successo di un libro? Lo scopriamo nell'intervista alla scrittrice italiana Valentina Notarberardino.

Valentina Notarberardino è scrittrice, saggista, e lavora nel settore editoriale da oltre quindici anni. È stata responsabile dell'ufficio stampa e della comunicazione di *Contrasto* e coordinatrice didattica con il Master in Editoria, giornalismo e management culturale della Sapienza. Qui tiene un corso sul paratesto e la comunicazione dei libri, mentre su Ra1, all'interno del programma "Il Caffè", cura un approfondimento sulle copertine dei libri. Ha scritto *Fuori di testo. Titoli, copertine, fascette e altre diavolerie* (Ponte alle Grazie, 2020) ed ora un interessante volume dal titolo *Operazione bestseller*, sul viaggio di un libro dall'idea al possibile successo. L'abbiamo incontrata per farci raccontare questa bella avventura, partendo dalla sua genesi, dalla scintilla creativa. **Come nasce l'idea del tuo ultimo libro?** Da addetta ai lavori, ma anche da lettrice curiosa, sono sempre stata affascinata dal particolare momento in cui si percepisce che un libro sta avendo un impatto importante sui lettori e si sta "trasformando" in un potenziale bestseller. È possibile indirizzare il successo di un libro? Da questa curiosità di fondo è partita la mia ricerca. **Il tuo libro è un servizio al lettore. Cosa gli offre *Operazione bestseller*?** Un racconto puntuale dei meccanismi legati alla vita del libro nel senso della sua reperibilità nei canali di vendita, ma anche della sua fortuna e popolarità attraverso i mezzi di informazione (carta stampata, radio, tv, social network) e del suo transito attraverso fiere e festival letterari. **Non è la prima volta che affronti la letteratura (il libro) da un punto di vista originale. Lo avevi fatto con *Fuori di testo*. Mi piace leggere questo tuo sguardo come una testimonianza d'amore verso la letteratura. Cosa pensi di questa lettura?** È esattamente così. Entrambi i miei testi sono fondamentalmente una dichiarazione d'amore per il libro. Due approcci trasversali di racconto che ruotano sempre intorno alle parole: *Fuori di testo* indaga tutta la cornice di elementi del paratesto (titoli, copertine, fascette, risvolti e dediche solo per citarne alcuni); *Operazione bestseller* esce letteralmente fuori dal libro per analizzare tutti gli elementi e le operazioni che possono contribuire alla sua diffusione. **Quanto è stato lungo il tuo viaggio dall'idea alla libreria? Quali pericoli hai cercato di evitare e quali punti di forza hai calcato?** Ho lavorato per due anni su diversi livelli: ricerche storiche per contestualizzare, osservazione del panorama editoriale contemporaneo, individuazione dei referenti per le interviste, scrittura. Il tutto con un obiettivo preciso: descrivere i meccanismi anche attraverso le parole dei protagonisti, senza giudizi, cercando di dare un quadro il più possibile completo. Panoramica che chiaramente non ha pretese di esaustività, perché ogni selezione implica necessariamente anche delle rinunce. Sempre. **Parli di qualità letteraria e successo che non sempre vanno di pari passo. Accade spesso, o la qualità è ancora importante per il buon esito di un libro?** Questo è un discorso molto complesso che meriterebbe un libro a parte. Nella mia ricerca mi sono concentrata essenzialmente su una serie di meccanismi messi in atto dagli editori che possono portare un libro a diventare un bestseller, ma non è detto che ci si riesca. Quindi mi concentro su un qualcosa che è "fuori" dall'opera stessa: non sempre qualità letteraria e successo di pubblico coincidono. **Intervisti molti addetti ai lavori. C'è stata una domanda di fondo? C'è la possibilità di sintetizzare le loro risposte in una?** Una domanda retorica (simpaticamente provocatoria) pur conoscendo già la risposta è sempre stata: "Esiste una ricetta, una formula, un segreto, che può portare un libro a diventare un bestseller?". Risposta comune: "Chiaramente no, altrimenti tutti i libri sarebbero dei bestseller". Ma esistono una serie di attività che possono andare in quella direzione, il cui risultato non sempre è prevedibile. Il vero motore del successo di un libro è il passaparola che, a volte, si innesca in maniera del tutto

inaspettata. **Tra le tante domande che ti poni una è: come ha influito la rivoluzione digitale nella produzione dei libri. Risposta?** Molto. Soprattutto nella comunicazione dei libri. Dalla nascita dei blog letterari fino all'esplosione dei social network si sono moltiplicati i canali attraverso cui informarsi sulle novità editoriali. E si sono diversificati anche gli interlocutori: a promuovere libri non sono più solo giornalisti culturali, critici letterari, conduttori radiofonici e televisivi ma anche persone comuni, amanti della lettura. Diversamente dal passato, blog e social network hanno permesso la possibilità di interazione diretta del pubblico. **Il tuo è anche un libro di numeri ma non è mai noioso. Come hai lavorato per "scaldarlo"?** Per fotografare alcuni fenomeni, anche in editoria dove abbiamo a che fare con le parole, i numeri sono fondamentali. Così, accanto alla cifra dei titoli pubblicati ogni anno, alle classifiche, al numero dei lettori, alle statistiche che indicano una relazione tra i social e le vendite, ho cercato di inserire moltissimi aneddoti e di rendere più narrativo il racconto, anche quello numerico. Copertina del libro "Operazione bestseller". **Scrivi che I promessi sposi è stato il primo bestseller italiano. Il secondo Cuore. Poi La storia, Il nome della Rosa, Fabio Volo, Zerocalcare fino a Vannacci. OB può essere letto come una storia dell'editoria italiana?** I libri che cito come esempi di giganteschi bestseller, alcuni diventati addirittura long seller come i primi quattro della tua lista, sono sempre funzionali alla descrizione dei meccanismi secondo cui può esplodere la popolarità di un'opera. Quindi non una storia vera e propria dell'editoria, ma un racconto della contemporaneità con alcuni esempi anche del passato. **Il tuo è anche un libro di luoghi, di spazi. La libreria, per esempio, ma ti guardi bene dai romanticismi. Perché?** La libreria è il luogo romantico per eccellenza dedicato all'amore per i libri, ma è anche lo spazio in cui i libri si vendono (oggi non il solo, certamente). Il libro è pur sempre un prodotto commerciale e in quanto tale ritengo che le due anime possano e debbano convivere. **Mi sembra che il tuo libro ci aiuti a leggere il nostro tempo, con la sua complessità mediatica...** In un certo senso sì, ovvero racconta anche di come l'evoluzione dei media abbia contribuito a far conoscere le novità editoriali a un pubblico sempre più ampio e, quindi anche a incrementare i lettori. **Mi piace leggere il tuo libro anche come un buon testo per aspiranti scrittori. Posso farlo?** Sì, non sei il solo. Anche se non bisogna confonderlo con un manuale di regole per il bestseller. Tuttavia il racconto dei meccanismi editoriali può essere utile a comprendere meglio questo mondo per chi, con un libro nel cassetto, decidesse di inviarlo in lettura a un editore. __

Sostieni l'informazione libera di Città Nuova! Come? [Scopri le nostre riviste](#), [i corsi di formazione agile](#) e [i nostri progetti](#). Insieme possiamo fare la differenza! Per informazioni: rete@cittanuova.it _