

FENOMENI / 1 | LIBRI LONG SELLER

# Camilleri e Terzani, perché vendono tanto

CARLO ANNESE

**I**l colore del sole non sarà un best seller, per una volta, ma Andrea Camilleri può permetterselo. Il suo nome è diventato un marchio capace di vendere migliaia di libri a scatola chiusa e occupare per mesi i primi posti delle classifiche, con più titoli. Nel 2000, sette dei primi 10 erano suoi; *Le ali della sfin-*

**AQUILONI** *Il cacciatore di aquiloni*, di Khaled Hosseini (Piemme, €17,50), pubbli-

cato nel 2004, è ancora al 2° posto assoluto, spinto dal passaparola in scuole e uffici. *L'ombra del vento*, di Carlos Ruiz Zafon (Mondadori, €12), uscito 3 anni fa, è tra i più venduti anche in tascabile. I reportage di Tiziano Terzani (Longanesi) sono un «cult» per ogni fascia di età.

**CARAVAGGIO** Grazie al «marchio», anche *Il colore del sole* (un diario immaginario sul periodo trascorso da Caravaggio a Malta e in Sicilia nel 1608) è probabile che abbia comunque un discreto riscontro, malgrado non contenga traccia del commissario Montalbano né della lingua italo-siciliana che ha reso famoso Camilleri. Come mai? Lo stesso autore lo

spiega nell'introduzione: «I miei libri non erano poi così inutili, come sosteneva buona parte della critica. Effetto placebo, certo, ma sempre effetto», scrive Camilleri nell'introduzione. Noi lo abbiamo chiesto al prof. Vittorio Spinazzola, curatore di «Tirature '07» (il **Saggiatore**, €22) e uno dei più importanti critici letterari.

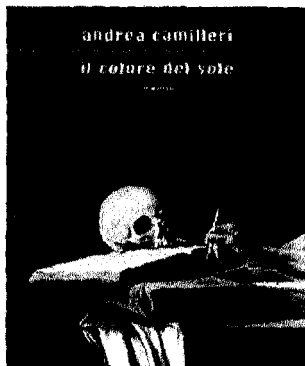
### Come spiega il successo duraturo di alcuni libri?

«Il successo di un libro è dovuto alla capacità di dare il piacere della lettura a un pubblico non di letterati puri. Ciò dipende da vari fattori: scorrevolezza dello stile, creazione di personaggi ben fisionomizzati, dinamismi della trama, originalità nar-

rativa. Nei romanzi polizieschi, il meccanismo della suspense investigativa è particolarmente efficace per eccitare la curiosità del lettore e coinvolgerlo nella vicenda».

### Che cosa fa vendere più libri: il nome o il passaparola?

«C'è un bestsellerismo dall'alto e uno dal basso. Nel primo caso, un'élite di lettori molto autorevoli persuade attraverso i giornali o la tv una larga opinione pubblica del valore di un libro, inducendola ad acquistarlo. Nell'altro, è il pubblico di base a determinare la fortuna di un libro con il passaparola. Anche se i critici professionisti lo disprezzano o lo ignorano».



**CARAVAGGIO** La copertina di «Il colore del sole», di Andrea Camilleri

