

Profili ❖ LO SCRITTORE ROMANO, FIGLIO DI PIPOLO, È STATO FORTUNATO MA ANCHE ABILE. APPLICANDO ALLA PROMOZIONE DEL SUO *TRE METRI SOPRA IL CIELO* TUTTI I PIÙ SOTTILI TRUCCHI DEL MARKETING EDITORIALE

Federico Moccia

Ecco i segreti d

el suo successo

di ROBERTA SCORRANESE

Lui non lo sa, ma la vicenda editoriale di Federico Moccia potrebbe essere, a sua volta, materiale per un libro. La storia suona più o meno così: Federico è il figlio di un sceneggiatore molto noto (Giuseppe Moccia è il vero nome di Pipolo, della premiata "ditta" Castellano & Pipolo) e fin da giovane è un appassionato lettore. A scuola l'unica materia in cui va davvero bene è l'italiano e i compiti in classe sono per lui quasi un divertimento, un'occasione per scrivere. Ben presto comincia coltivare questo "hobby" anche fuori dalle mura scolastiche e un giorno decide che il suo destino è quello di scrivere un romanzo prima di compiere trent'anni. E a volte l'ostinazione paga. Così Federico riesce nel suo intento. *Tre metri sopra il cielo* è sulla sua scrivania. Fatto e finito. A questo punto però il nostro protagonista deve, come in ogni trama di romanzo che si rispetti, affrontare il classico ostacolo che rende interessante la storia. L'anno è il 1992, la scintillante e posticcia Beverly Hills 90210 ha conquistato il palinsesto televisivo dedicato agli adolescenti già da ventiquattro mesi, la più "intimista e problematica" Dawson's Creek è ancora lontana. Federico si vede rifiutare da più parti il libro. Capita, eccome. Ma lui, romano con l'ottimismo di un napoletano controcorrente non demorde e, animato dalla ostinata convinzione che ogni scrittore ripone nel proprio lavoro, insiste. I tempi non sono maturi forse. Le tematiche di *Tre metri sopra il cielo* sono troppo poco o troppo impegnate, dipende dalla casa editrice. Non c'è altra soluzione. Il libro,

Federico lo pubblica a proprie spese per un piccolo editore che presto chiude i battenti ma che riesce comunque a vendere un incredibile numero di copie: 2500. La storia è tanto elementare che si fa fatica ad immaginarla: lei incontra lui. Lei è carina e brava, lui una testa calda. Problemi, difficoltà e alla fine... Tutto qui, niente di più. Il sogno in qualche modo sembrerebbe essersi realizzato, l'ostacolo anche se con uno stratagemma è sorpassato, ma si sa, alle volte la storia prende il sopravvento, si dimena e scalpita nonostante il volere del suo autore. *Tre metri sopra il cielo* scompare dai canali commerciali e comincia a circolare in versione fotocopiata tra i giovani capitolini, diventando un vero e proprio culto. Federico nel frattempo, non vuole rinunciare all'amore per la scrittura e sceglie una via traversa cominciando a farsi strada nel mondo del cinema e della televisione come autore e sceneggiatore. Passano dodici anni, Dawson's Creek è ormai innocua e la più "esplicita e spinta" O.C. diventa la serie preferita dagli adolescenti. Il romanzo di Federico viene riscoperto per caso, Feltrinelli annusa l'affare che chiede all'autore di rivedere e aggiornare qualcosa, un ritocchino qua e là. Il culto si estende fino a trasformarsi in fenomeno di massa. Il successo è enorme. I forum e i blog dei fan spuntano come funghi. Federico parte in "tourné" come una popstar per tutta la penisola per incontrare i suoi lettori e la favola sembra non avere fine: quasi venti edizioni, traduzioni in diverse lingue, un film, un secondo libro - seguito di *Tre metri sopra il cielo* - e ora il salto in Rizzoli con il nuovo *Scusa ma ti chiamo amore*. Milioni di copie. Questa è la storia, o perlomeno

potrebbe essere il primo capitolo di una trilogia o di una tetralogia (dipende dal mercato). Chiudiamo il libro in cui si narra dell'allora giovane Federico alla prese con il suo sogno. Come per ogni narrazione la prima osservazione riguarda la verosimiglianza della vicenda e la sua capacità di coinvolgimento. Proviamo a capire se la storia è verosimile. Forse la faccenda delle fotocopie che girano tra i banchi delle scuole romane è stata una storia un po' gonfiata, amplificata dalla leggenda postuma. O forse no. Ma questo non importa: verosimile non significa vero. Lo stesso si dica per i sogni che, nonostante il destino cinico e baro, si avverano. Siamo sempre dalle parti del verosimile; anche uno scettico come Cioran che pensa all'esistenza come a un accidente si ritrova a scrivere in Quaderni che «tutto sommato, la vita è una cosa straordinaria». La verità vera è un'altra: la capacità di coinvolgimento è pari se non superiore a quella dei libri in carta e inchiostro di Moccia. Il racconto stesso di come *Tre metri sopra il cielo* e i successivi siano diventati libri specchio di una fascia di adolescenti che trova in essi punti di riferimento, aspirazioni, gioie, dolori e sentimenti (un po' come succede nei



serial televisivi americani di cui sopra) è pura creazione narrativa, e anche qui sembra non avere nessuna importanza l'adesione alla realtà dei fatti.

Moccia ha avuto la capacità e la fortuna di trovarsi nel momento giusto al posto giusto. E ha saputo anche rivolgersi a un determinato bacino d'utenza usando i codici adatti. Il segreto è molto semplice: un linguaggio trasognato e disadorno, richiamo costante ai sentimenti e alle "piccole cose semplici della vita", diminutivi confidenziali, look degagé, storie che non hanno niente di speciale ma proprio per questo ci assomigliano tanto. È così facile! Chissà quanti scrittori liquidati con un "le faremo sapere" si morderanno le dita pensando: bastava così poco. I suoi referenti hanno risposto positivamente al di là delle più rosee aspettative, basta dare un'occhiata al numero impressionante di commenti lasciati dai lettori per esempio sul sito www.ibs.it, una delle librerie online più grandi d'Italia, prestando attenzione anche al linguaggio e ai contenuti dei commenti stessi: «qst libro si potrebbe descrivere kn 1 parola: STUPENDO. l'ho letto tutto d'1 fiato, ho pianto, ho sorriso, mi sono emozionata... poi ho visto anche il film... la prima volta ero con le mie amike, ma la seconda ero kn il mio raga, la notte dell'ultimo dell'anno abbracciati sul divano... non dimenticherò mai quei momenti... e il giorno seguente ho letto nel cancello della scuola: io e te 3 metri sopra il cielo. La storia di me e Marco assomiglia molto alla trama di questo libro...». Si piange, si ride, si litiga e si fa pace. Si racconta la vita, insomma. E non è forse quello che dovrebbe fare la letteratura? Nell'ultimo romanzo, *Scusa ma ti chiamo amore*, la storia è quella di un 37enne che perde la testa per una 17enne. Niente di che. Eppure il coinvolgimento del lettore è totale. Moccia ha trovato la chiave d'accesso al mondo dorato dei best seller, sorpassando e glissando le regole dettate da William Burroughs nel saggio *Beauty and the bestseller* per scrivere un campione d'incassi. Il grande pubblico non ne vuole proprio sapere di sperimentare nulla che non sia in grado di comprendere, non vuole essere spaventato a morte, non vuole saltare dalle sedie o rimanere sbigottito. Alcuni argomenti poi si prestano alla perfezione allo scopo e sono quelli che i lettori conoscono già in parte ma che vogliono approfondire. Il successo a colpo sicuro arriva poi, se a questi argomenti viene sommata la minaccia, la sfida posta da essa e la sua risoluzione finale. Lo scrittore romano è andato oltre perché la sua stessa vicenda editoriale è diventata in qualche modo parte integrante del suo successo. Sia che sia stata studiata a tavolino, sia che sia frutto di coincidenze e incastri.

Nei suoi libri
un linguaggio
trasognato
e disadorno,
richiamo costante
ai sentimenti
e alle cose semplici
della vita.
E poi diminutivi
confidenziali
e look disimpegnato
Insomma storie che
non hanno niente
di speciale
e proprio per questo
assomigliano tanto
all'adolescente medio
Sul sito di una libreria
online centinaia di
commenti di lettori
di Moccia raccontano
un'identificazione
totale con le avventure
dei suoi personaggi.