E. De Luigi/Effigie

Tipi Italiani 2

Bruno Gambarotta

Trama e stile Istruzioni per l'uso

BRUNO GAMBAROTTA

DUE SONO i pilastri su cui *poggia il nostro corso rapido* per imparare a confezionare un best seller: la trama e lo stile. «Il resto è silenzio...». Dalle vostre facce vedo che la citazione non è arrivata, per questa volta ve la spiego, sono le ultime parole che pronuncia Amleto. A proposito di Shakespeare, ricordatevi che è la più ricca miniera di titoli, dopo la *Bibbia*, naturalmente. Se il vostro romanzo non ha titolo, non perdete tempo a leggere, aprite a caso un libro di Shakespeare, dopo al massimo dieci righe lo trovate. Esempi di titoli presi da Shakespeare: «Tutti i nostri ieri», «L'inverno del nostro scontento», «L'urlo e il furore» e chissà quanti altri ce ne sono che noi neanche ce lo immaginiamo. Idem per la *Bibbia*, in questo momento mi viene in mente solo «La prossima volta il fuoco». Il mio prossimo libro penso di intitolarlo «I porci e le perle», dal Vangelo che dice, più o meno: non bisogna dare le perle ai porci; nella trama per la verità non ci sono né perle né maiali, ma non conta. Un bel titolo è troppo importante per lasciarlo perdere a causa di una simile inerzia.

Ricordatevi che l'80% delle persone che sfogliano un quotidiano leggono solamente i titoli: dal momento che un articolo è molto più corto di un romanzo, fate conto di quanti possono essere quelli che leggono veramente un libro dopo averlo comprato perché sono stati attratti dal titolo. Un titolo per essere funzionale deve essere facile da ricordare, non deve confondersi con un altro per cui il libraio sprovvisto del vostro libro rifila al cliente quello della concorrenza con il titolo che gli somiglia, non deve avere parole straniere difficili, così che il potenziale acquirente si vergogna a chiederlo in libreria per paura di non saperle pronunciare. Si vendono più libri alle fiere, ai saloni e sulle bancarelle che in libreria perché là i lettori possono comprarli senza dover pronunciare il titolo. Un film di Pasquale Festa Campanile, protagonista Ugo Tognazzi, fece un tonfo clamoroso perché nessuno osava proporre alla sua ragazza di andare a vedere *Il Petomane*. Se c'è la parola «Uomo» o «Uomini», il titolo sa di sagrestia; anche se Comunione e Liberazione è un bel target bisogna essere uno di loro per sfondare. Insomma, il tempo e l'attenzione dedicati al titolo del vostro libro non saranno mai esagerati.

Adesso parliamo della trama. Anche se la quarta di copertina o il risvolto sono importanissimi. Sono quelle poche righe che decidono il potenziale e incerto lettore all'acquisto, senza contare che orientano il recensore e quei poveretti che dovranno presentarlo nelle librerie o nei cenacoli. Perciò è fatica sprecata scrivere un romanzo se prima non avete ben chiaro il soffietto che, a seconda degli editori, andrà in quarta o nel risvolto. La storia dell'editoria italiana è piena di straordinari manoscritti rifiutati perché non si riusciva a tirar fuori un soffietto decente. Bisogna dire e non dire, fare spreco di punti interrogativi, far capire il genere, l'ambientazione, l'epoca ma svelare solo quel tanto che faccia venire l'acquolina in bocca. Credetemi, non è affatto facile. Nel caso del mio «I porci e le perle», se voglio dare l'idea di un romanzo filosofico e spirituale scriverò: «Perché Gesù ha detto di non gettare le perle ai porci? Forse i rubini sì?». Se voglio dare l'idea di un romanzo realista, scriverò: «Perché Gesù ha detto di non gettare le perle ai porci? Non si è mai visto un maiale con tre o cinque file di perle al collo. Se è per questo, neanche un tacchino».

«I risvolti di un libro sono generalmente due e sul secondo trovano posto i cenni biografici dell'autore: mi rendo conto di toccare un argomento delicatissimo ma è necessario affrontarlo subito, prima ancora della trama vera e propria. Per dirlo con uno slogan: il successo non deve sorprenderci impreparati. Dobbiamo allestire una batteria di risposte curiose e divertenti alle domande che ci faranno gli intervistatori e che, per nostra fortuna, sono sempre le stesse. Alla domanda: quando ha incominciato a scrivere? Evitate di rispondere: ho incominciato tardi, avevo già sei anni quando ho finito di scrivere la mia prima tragedia in versi. È molto meglio dire: ero sull'autostrada, ho bucato una gomma e siccome non riuscivo a cambiare la ruota, la mia ragazza mi ha piantato facendo l'autostop. Così ho deciso di diventare scrittore. Non manca mai una domanda sulle modalità pratiche della vostra scrittura. Evitate risposte troppo impegnative del tipo: indosso lo scafandro e mi calo nei fondali del Mar Rosso perché solo lì trovo l'ispirazione, oppure troppo estetizzanti: scrivo solo con penne costruite a mano da un vecchio artigiano della Cornovaglia e uso un inchiostro ricavato distillando bacche che crescono sulle pendici del monte Ararat, perché in entrambi i casi al giornalista potrebbe venir voglia di fare un servizio fotografico mentre vi calate nel Mar Rosso o vi aggirate sulle pendici dell'Ararat. Meglio risposte disinvolte e pret à porter: scrivo come capita, durante le mie giornate dense di impegni prendo appunti su dei foglietti che spargo nelle varie tasche del vestito che indosso in quel momento: quando è ora di portare il vestito in tintoria è il segnale che un nuovo capitolo è pronto, svuoto le tasche, spiano i foglietti sul tavolo, provo a collegarli e li ricopio sul computer.

A PROPOSITO delle note biografiche, può essere utile per destare l'interesse della stampa esercitare un mestiere che non sia il solito insegnante o giornalista: c'è il rischio però che l'etichetta *vi resti incollata per tutta la* vita. Se avete esordito con il vostro primo romanzo quando facevate il cuoco al Grand Hotel, quando sarete nella cinquina del Campiello vi chiederanno di cucinare per i trecento lettori del premio. Però, nonostante i rischi, la stranezza paga: l'ufficio stampa della vostra casa editrice non può curare il lancio di tutti i libri pubblicati in quel mese: sceglie di puntare su un paio e gli altri si arrangino da soli: se siete un esordiente è facile che vi tocchi questa sorte. Siccome la produttività di un ufficio stampa si misura dal numero di ritagli di articoli che riesce a mettere insieme, agli addetti verrà voglia di occuparsi di voi, se avete dei cenni biografici che possano ingolosire i giornalisti che sono sempre in cerca di colore. Evitate per cortesia il carcere e le malattie che non si portano più; uno scrittore che ha l'Aids non fa più notizia e una condanna a morte degli integralisti islamici tiene le cronache per due giorni al massimo, a meno che non venga eseguita.

Sempre a proposito di trama, accennavamo prima al problema delle presentazioni; a quelle tradizionali non va più nessuno tranne i parenti e gli amici intimi dell'autore che il libro non lo comprano perché l'hanno avuto e sperano di averlo da voi in omaggio. Per attirare pubblico vero alle prsentazioni bisogna organizzare qualcosa di diverso dai soliti discorsi di due critici seduti al tavolo e dell'autore che risponde alle domande dei presenti i quali non avendo letto il libro, non sanno cosa chiedere. Bisogna che nella trama ci sia lo spunto per una festa, per una mangiata o una bevuta. Cosa vi costa ambientare un capitolo in un salumificio, o in una fabbrica di pasta, o in una cantina sociale? Ancor meglio sarebbe svolgere un'indagine di mercato prima di scrivere il capitolo, in modo da assicurarsi lo sponsor che a suo tempo offrirà il ricevimento. Gli scrittori affermati fanno un'asta e ambientano il capitolo presso la ditta che ha fatto l'offerta più alta. Se c'è da mangiare e da bere e da portare a casa un pacco di prodotti omaggio la gente accorre e sono tutti più contenti.

Un'ipotesi alternativa è quella di ambientare parte del romanzo su un treno o una nave da crociera o un pullman da gran turismo e poi farci sopra la presentazione; una volta che si sono imbarcati per la gita, gli ospiti devono star lì fino alla fine e diventa poi molto difficile per loro al momento di scendere sottrarsi all'acquisto del libro. Ricordatevi: negli anni 90 la trama vincente è la trama multimediale; perciò ideandola non pensate solo al testo scritto, ma anche all'audiocassetta, alla video cassetta, al gioco di società, alle magliette e, perché no, al pacco di prodotti tipici. Prima di buttarsi su una trama non è male guardarsi attorno, vedere quali sono le tendenze del mercato, facendo però attenzione a non rischiare di passare per degli epigoni. In questo momento vanno fortissimo i nonni ma io non m'arrischierei a dire: buttatevi sui nonni. Purtroppo l'editoria ha dei tempi tecnici lunghi e quando voi siete pronti con la vostra bella storia del nonno che racconta in prima persona tutte le sue disgrazie, niente di più facile che il mercato sia saturo.

Bisogna lavorare sull'onda lunga. Faccio un esempio: i cinque sensi. Due sono già stati occupati e hanno centrato in pieno il bersaglio ovverossia il target. Con l'olfatto abbiamo avuto *Il profumo* di Suskind, straordinario long seller e con l'udito è esploso di recente e sta già scalando le vette delle classifiche *Le voci del mondo* di Robert Schneider. Osservate le coincidenze: sono entrambe opere di esordio e hanno dei protagonisti che possiedono rispettivamente un odorato e un udito assolutamente eccezionali e che, a causa di questa dote naturale, conoscono vicissitudini di ogni genere. Restano liberi ancora tre sensi: lasciamo perdere la vista perché non sono proprio sicurissimo che non esista già nella narrativa mondiale il romanzo che racconta la storia di qualcuno che ha una vista acutissima, anche se non è diventato un best seller perché me lo ricorderei. Ma vogliamo scommettere che uno dei prossimi successi mondiali racconterà la storia e le peripezie di uno che madre natura ha dotato di un gusto fuori dell'ordinario? Toh, mi voglio rovinare, azzardo anche il titolo. Si chiamerà: *L'assaggiatore*.

Facciamo una bella cosa: nel tempo che ci resta prima della fine della lezione, cerchiamo tutti insieme di buttar giù la trama de «L'assaggiatore». Non perdiamo tempo a dargli un nome: tu Clara e tu Enrico cercate nel dizionario biblico e in quello mitologico il nome di qualcuno famoso per la raffinatezza del suo palato: per ora lo chiamiamo Petronio, anche se è più un *nome da sarto che da gourmet. Lo* facciamo nascere ricco o povero? Chi lo vuole ricco alzi la mano; bene, vince il povero, meglio così, perché avrà un'infanzia infelice. Ultimo di sette fratelli, quando nella povera capanna la mamma gli metterà davanti la scodella ripiena della solita zuppa di erbe raccolte a caso e bollite, mentre gli altri la lappano via in tre secondi lui troverà che è una sbobba disgustosa e prenderà un sacco di botte dal padre brutale e manesco. Dobbiamo ambientarlo in un'epoca in cui ci siano differenze abissali tra il cibo dei ricchi e quello dei poveri, facciamo nel '700, prima della Rivoluzione. Non preoccupatevi, bastano un paio di Bignami per non commettere toppate troppo clamorose. È buona regola, per scrivere un libro di successo, non documentarsi *troppo: il lettore chiede che i vari* ambienti vengano rappresentati così come lui, che non li conosce, se li immagina; se glieli mostrate come sono realmente, lo disturbate perché lo costringete a mutare opinione, che è sempre una cosa dolorosa che mal s'accompagna al piacere di una lettura digestiva.

Andiamo avanti: un bel giorno sorprendiamo il ragazzo Petronio che sosta in strada davanti alla finestra di una casa patrizia e inspira voluttuosamente i vapori di un suntuoso pranzo che vi si sta svolgendo: fra i commensali è in corso una disputa su una portata, mettiamo una sella di camoscio al mirtillo, e Petronio non sa trattenersi: c'è troppo cinnamomo, grida. Cosa c'è Lorenza? Vuoi sapere cos'è il cinnamomo? E lo chiedi a me? Se hai di queste curiosità malsane comprati un dizionario! Torniamo al nostro Petronio che si lascia sfuggire il grido: c'è troppo cinnamomo! È vero, conferma l'anfitrione e vuole conoscere chi ha parlato: comincia per Petronio una nuova vita, accompagnerà il ricchissimo patrizio a tutti i pranzi, siederà accanto a lui e gli suggerirà le cose da dire portata per portata per fare una splendida figura da intenditore.

E adesso? Brava Roberta, gli scateniamo addosso la gelosia degli altri famigli del principe, i quali facendo leva sulla sua eccessiva sicurezza, gli montano una trappola di tipo gastronomico che lo manda dritto in prigione. L'eroe deve sempre subire grandi sbalzi di fortuna: dalla polvere all'altar, e viceversa. Come dici Ruggero? C'è poco sesso? Ti ringrazio per questa osservazione *perché mi permette di chiarire* un punto molto importante. Sbaglierò, ma secondo me nel best seller degli anni 90 di sesso ce n'è molto poco o manca del tutto; è anche una questione di cicli e adesso siamo nel pieno dell'onda in cui non si parla di sesso; attenzione però, non è l'onda dell'astinenza! I nostri eroi il sesso lo fanno ma tra un capitolo e l'altro e perciò non ne parlano; sono troppi i segnali che vanno in questa direzione, pensate solo alle più alte cariche dello Stato. Intanto che noi siamo qui a parlare di sesso il nostro Petronio langue in galera; facciamolo uscire con la Rivoluzione, ci siamo dimenticati di dire che era uno dei pochi prigionieri della Bastiglia quando il popolo il 14 luglio l'ha rasa al suolo; questa è una cosa che tutti i lettori sanno e che perciò *farà loro piacere ritrovare nel* romanzo. Una volta libero, Petronio vaga per Parigi e chi ti incontra? Il suo Principe che viene condotto alla ghigliottina, dite voi? Sì, va bene, ma quest'incontro non porta avanti la storia. State a sentire invece: s'imbatte nel cuoco del Principe il quale, essendo rimasto senza lavoro, ha deciso di aprire il primo ristorante della storia. Petronio allora ha un'idea: assegnerà le stelle alle portate, compilerà la prima guida gastronomica: se può essere utile possiamo anche dire che di cognome Petronio faceva Michelin.

Capito l'antifona: ora non ci resta che compilare il soffietto: «Chi è il misterioso personaggio che tutti conoscono come *l'Assaggiatore*? Qual è il suo segreto? Perché i più grandi cuochi di Francia lo temono e i più bei nomi dell'aristocrazia fanno a gara per averlo alla loro tavola? Leggendo le sue appassionanti avventure, diventerete senza fatica un esperto della Grande Cuisine». Per la trama basta così, vi ho detto fin troppo. Per lo stile, dovete solo tenere presente che è come la vera eleganza, non si deve mai notare. E adesso, al lavoro.

Carta d'identità

L'astigiano Bruno Gambarotta professionalmente nasce cameraman, come ci tiene a ricordare in quanto «anziano Rai». Spirito enciclopedico, annovera però le sue imprese maggiori nel campo dello spettacolo. Limitandoci alle televisive, citiamo Lascia o raddoppia?, riedizione del 1989, nel quale gli tocca il ruolo non «interpretabile» di Mike. Un fiasco, ma non per colpa sua. Mentre un grande successo è quello ottenuto al fianco di Celentano in «Svalutation», irraggiungibile prestazione da spalla in vesti di maggiordomo. E da maggiordomo a notaio il passo sarà breve con «Porca miseria», crudelissimo antiquiz per famiglie che vendica e rovescia l'esperienza di «Lascia o raddoppia?» per lanciare il nostro nel campo del teatro satirico in ruoli congeniali al suo puntiglio vagamente necrofilo.

Avete perso Pizzaballa?

Per richiedere un album delle figurine Panini che avete perso basta raccogliere **5 di questi coupon** (devono essere originali, le fotocopie non vengono accettate), compilarli, metterli in una busta e spedire il tutto a: l'Unità, via due Macelli 23/13 Roma.
L'album richiesto vi verrà spedito all'indirizzo che indicherete sul coupon.

nome e cognome tel
indirizzo località CAP
anno dell'album richiesto