

di Paolo Fai

Se siete contrari al concentrazionismo editoriale, se avete mostrato più che qualche perplessità sul recente connubio, non paritario, stipulato tra Mondadori (“I lupus...”) e Rizzoli (“agnus...”), correte a comprare e a leggere un instant book che è un gioiellino, un piccolo capolavoro di narrativa (sono 115 pagine che si leggono, con tormento, in poche ore) su un futuro della letteratura nemmeno tanto lontano nel tempo. Lo ha appena pubblicato Antonio Manzini per la Sellerio nella collana Il Divano, «Sull’orlo del precipizio», euro 8,00.

Uno scrittore bravo e famoso, Giorgio Volpe, i cui romanzi hanno venduto centinaia di migliaia di copie, si trova catapultato nel giro di pochi giorni in una faccenda apocalittica, alla Orwell (che viene peraltro menzionato), in cui una casa editrice, la Sigma, nasce sulle ceneri delle tre maggiori case editrici, la Gozzi, la Bardi e la Malossi, diventando «un gigante che avrebbe spazzato via la concorrenza, con un controllo del mercato quasi totale». Volpe, che aveva pubblicato i suoi romanzi precedenti con la Gozzi, era contrario

La storia di uno scrittore di grande successo che vede trasformare il suo mondo nel giro di pochi giorni.



«Sull’orlo del precipizio»

Chi leggerà questo bello e amaro apologo, non potrà non accogliere con fastidio e disgusto che il libro diventi un codice prodotto



Antonio Manzini ha scritto una satira spietata ed esilarante. Una distopia alla Fahrenheit 451, dove è il mondo dei libri a bruciare se stesso e non un potere esterno

a quell’abbraccio mortale. Non c’è solo questo che atterrisce e sgomenta lo scrittore, che ha finalmente portato a termine, dopo oltre due anni, il suo romanzo-capolavoro, «Sull’orlo

del precipizio», e che ha già parlato al telefono con Fiorella Chiatti, sua editor da 25 anni. L’appuntamento con la Chiatti, entusiasta del romanzo, salta. Al suo posto si presentano due figure, Aldo e

Sergej (la Sigma è multinazionale), inviati dalla nuova dirigenza della Sigma. I due emissari, con modi spicci, impongono una sorta di neolingua, orwelliana, è il caso di dire, per cui il romanzo

non si chiamerà più così ma codice prodotto. Basta coi romanzi lunghi: «Guerra e pace» di Tolstoj sarà tagliato di parecchio (troppo lungo, perciò non attira i lettori), i «Promessi sposi» (“che pallesche”, dice Aldo) saranno tradotti in una lingua con «pochi fronzoli, informazioni utili come se il testo fosse su Internet e cliccando. Come rilasciasse dettagli».

Giorgio Volpe cerca di sfuggire a questa multinazionale del libro commerciale, e decide di consegnare il suo manoscritto a una piccola casa editrice. Ma invano. Anche le piccole case editrici sono state impaurite e

ridotte al silenzio. Per incontrare un amico, piccolo editore romano, ancora resistente, deve ricorrere a sotterfugi, perché gli sbirri della Sigma sono sguinzagliati ovunque, come spie del KGB o della Stasi (a Roma, vicino a una trattoria dalle parti di Trastevere, dove Volpe e il suo amico si incontrano furtivamente, sono due nani travestiti da bambini con le maschere di Halloween).

Come va a finire il romanzo? La fine non si svela mai. Ogni lettore ci arriverà da solo, e ne trarrà le conclusioni. Chi leggerà questo bello e amaro apologo, non potrà non accogliere con fastidio e disgusto che il libro diventi un codice prodotto, perdendo la sua alchemica natura di creatività, di passione, di libertà, di “guida” per il pubblico dei lettori e non di tirannia imposta da editori-mercanti per i quali un libro si commercializza come un computer o un tablet, un panettone o un’automobile, insomma come un oggetto di consumo che serve solo ad assecondare i gusti del “target”.

Sia lode ai buoni libri e alle buone case editrici, che credono ancora nel libro come valore etico e civile, educativo per la comunità!