

La spia che venne dal palinsesto tivù

Il cofanetto «J.A.S.T.» elaborato a sei mani da Simone Sarasso, Lorenza Ghinelli e Daniele Rudoni

di DIEGO ZANDEL

I serial televisivi sono seguitissimi. È con loro che se la devono vedere gli autori di narrativa d'intrattenimento che puntano a coinvolgere, più o meno, lo stesso pubblico. Ken Follett, con i suoi romanzi degli ultimi anni, applica alla narrativa lo stesso concetto dei serial: un concatenarsi di tante storie legate tutti agli stessi personaggi che il pubblico, alla lunga, fa propri beniamini, partecipando ai loro destini.

Forse più scientificamente di quella che è stata la geniale intuizione di Ken Follett, a tradurre una narrativa d'intrattenimento in serial, sono stati tre giovani sperimentatori italiani che hanno voluto fare la scommessa di applicare alla narrativa popolare le regole della televisione. Si tratta di Simone Sarasso, autore di due romanzi - *Confine di Stato* e *Settanta*, che reinterpretano tra realtà e ipotesi più o meno fantastiche la storia d'Italia del dopoguerra (è previsto un terzo volume) -, Lorenza Ghinelli, sceneggiatrice e prossima esordiente con un romanzo edito da **Newton** Compton, e Daniele Rudoni, che proviene dal mondo del fumetto e del *graphic novel*.

Cosa hanno combinato questi tre? Hanno scritto un serial narrativo, intitolato *J.A.S.T.*, ovvero *Just Another Spy Tale*, basato su una storia di spie che vede protagonisti tutti gli stereotipi dello spionaggio d'attualità, condito di vari e necessari misteri e gustosi retroscena, che vanno dalla strage di Ustica all'Afghanistan, dalla Cina agli USA, tra agenti della CIA, del colonnello Gheddafi, italiani, talebani, infiltrati, infidi, traditori, doppiogiochisti ecc. ecc. e tutto quello che, in mancanza del Muro di Berlino la narrativa di spionaggio riesce a tirar fuori con l'unico scopo di rendere ogni singolo capitolo o parte simile a una puntata di un serial televisivo: capitolo o parte dunque completa di un episodio finito in se stessa, e pronto ad aprirsi a una nuova puntata.

Infatti, Simone Sarasso, che ha spiegato il progetto a mo' di introduzione al tutto, ha scritto in lettere maiuscole: SE PENSATE D' AVER COMPRATO UN ROMANZO, SIETE

FUORI STRADA. QUESTA È UNA SERIE TV.

Non lo è, naturalmente, come non è neppure una sceneggiatura. *J.A.S.T.* è un racconto però che cerca di combinare le parole scritte come se fossero immagini, sequenze televisive (e molto nasce dall'esperienza del fumetto). Di più. Spiega ancora Sarasso: ogni puntata o episodio di un serial televisivo (americano) ha un suo preciso format: dura tra i quaranta e i quarantré minuti, ad essi vengono aggiunti venti minuti di pubblicità, in modo da raggiungere complessivamente «un'unità di programmazione da un'ora».

Su questa base, Sarasso, Ghinelli e Rudoni hanno costruito la loro opera, la cui lettura, per ciascun episodio, prevede un tempo, più o meno (dipende dalla velocità di lettura di ciascuno) di quaranta minuti. E, aggiunge a riguardo, Sarasso: «Se siete particolarmente lenti a leggere, fate conto di non esservi alzati dal divano durante la pubblicità».

Forse, la prossima frontiera, potrebbe essere quella di inserire nei singoli episodi, a interromperli, come avviene in tv, la pubblicità vera e propria. Ci pensi la Marsilio, che ha pubblicato *J.A.S.T.*, magari prevedendo spazi sulla pagina da mettere in vendita e così, anche in quel modo, rientrare dalle spese vive. Magari, come nei palinsesti televisivi, che valuta gli orari di programmazione e la natura e protagonisti della stessa, prevedendo il costo dello spazio pubblicitario sulla base di alcune coordinate: l'autore, il genere, la tiratura, il mercato. È l'unica frontiera ancora rimasta aperta ai libri in carta stampata prima che gli e-Book travolgano tutto. E, a far la guardia al bidone, resti solo chi crede nella lettura di un libro come gesto esclusivo ed escludente.

● «*J.A.S.T.*» di Simone Sarasso, Lorenza Ghinelli e Daniele Rudoni (Marsilio ed., cofanetto di tre volumi, euro 19,50).

In un romanzo seriale
evocati tutti i personaggi
degli stereotipi dello
spionaggio d'attualità



SPIE E SPIONE Locandina per film con James Bond

www.ecostampa.it



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.