

PAOLO BIANCHI

NEOPROLETARI DEGLI IPERMERCATI UNITEVI

LE SETTE VITE DI CASTELVECCHI. Prima si muoveva in bilico sui precipizi del *trash*. Poi è volato di sotto e si è schiantato come un Gatto Silvestro. Ma nella scena dopo è tornato, rimesso a nuovo e ancor più baldanzoso di prima. Alberto Castelvechi, fondatore a Roma nei primi anni Ottanta dell'omonima casa editrice e recentemente risorto in abbinamento con il marchio Cooper, continua ad agitare le acque, per il resto un po' stagnanti, dell'editoria capitolina. Il decennio passato è stato per lui quello del post-punk e delle culture alternative, di una sagistica antiaccademica e stradaiola, inguaribilmente snob, dei libri sulle nuove droghe, ma anche sui naziskin. Sulla difesa della pornografia, ma anche sull'esercizio della castità.

Personalità d'avanguardia e innovatore a tutti i costi, il nostro da gennaio torna come Castelvechi e basta, cioè con il marchio originario, mentre la Cooper se ne va per i fatti propri come una casa editrice distinta anche nell'assetto societario (rimane di proprietà di Emanuele Bevilacqua). Verrà dunque ripartito il recente catalogo del quale fanno parte saggi strabilianti come *Hashish e Islam* di Fabio Zanello e inconsueti come *Dossier Corea*,

viaggio di Geri Morellini nella Corea del Nord. O quello in uscita nei prossimi giorni, *Petrolio e potere mondiale*, di Giuseppe Sacco, docente di relazioni internazionali alla Luiss di Roma. Dove andrà la Castelvechi a partire dal 2004 non lo sa di preciso nessuno, forse nemmeno il diretto interessato. È quasi sicuro che non ci sarà spazio per la narrativa. Essere originali a tutti i costi del resto non è facile, buttarsi all'avanguardia è pericoloso, si mettono a punto strategie su strategie e poi ci si ritrova a guardarsi i piedi e vedere che l'orlo del canyon era già finito da un pezzo.

NEOPROLETARI NEVROTICI. Uno degli autori «castelvechiani» per eccellenza è Tommaso Labranca, osservatore acuto del *trash*, fenomeno da lui definito, in *Andy Warhol era un coatto*, come imitazione fallita di modelli di massa (per esempio Little Tony o la Crown Cola). Di recente, Labranca si è riproposto nelle vesti di caustico sociologo del «neoproletariato», inteso come fauna impiegatizia della metropoli (il titolo completo del suo ultimo testo pubblicato è *Neoproletariato. La sconfitta del popolo e il trionfo dell'eleganza*). Abitante di perife-

rie disadorne, esibizionista spicciolo, intronato di sottocultura televisiva e facile preda di ogni propaganda commerciale, il neoproletario labbranchiano si aggira tra finti locali alla moda e spietati ipermercati suburbani, rivoltolandosi inconsapevole nel proprio disastro etico ed estetico. Per averne un'idea basta farsi un giro sul sito www.labranca.co.uk, dove si alzano un po' di veli a proposito di supine accettazioni di stili fasulli, dalle discoteche *trendy* arredate dal cognato geometra alle manie folkloristiche del turismo ciabattaro.

Il prossimo saggio (o meglio «la prossima autonarrazione» come la definisce l'autore) sta ora lentamente prendendo forma e minaccia di diventare una dissertazione di 500 pagine. Dentro ci sarà un po' di satira dei luoghi comuni e un po' di presa per i fondelli di atteggiamenti paradossali prodotti dalla civiltà dell'*iper* (ipertecnologica, iperefficiente, iperconsumista; in una parola: nevrotica). Il lavoro s'intitola, per il momento *Late night, cappuccino* e si preannuncia anche come un attacco a quella società che porta il cervello all'ammasso del piccolo schermo. E sembra tuttavia improbabile che il sodalizio Labranca-Castelvechi si rinnovi.

www.pbianchi