

IL MESSAGGERO, 13 gennaio 2005

### **La fiaba di venditempo e la grande omissione degli adulti**

Una fiaba. Meglio, una parabola semplice semplice. Su un argomento così pesante, così mortifero per gli affetti, da esserle immancabilmente rimosso dai discorsi con i bambini. “Il tempo è denaro”. Inizia così la storia raccontata da Giulio Levi (e l’omissione dei grandi). “Da piccolo non era riuscito a capire cosa volesse dire. Una volta in pasticceria aveva provato a chiedere: -Con un’ora di tempo quante caramelle posso comprare?-. Ma quella cicciona dietro il banco gli aveva risposto con una risata”. eppure, vendono di tutto, perché non vendere il tempo? Questa è l’idea del nostro protagonista, voce narrante dal corpo di coniglio che, ormai cresciuto, si rende conto che per tutti “il tempo si traduceva immediatamente in denaro: tante ore di lavoro in più, tanti soldi in più”. E lui che fa? Cattura il tempo perso (“nelle code degli uffici postali, negli ingorghi del traffico, nelle sale d’aspetto degli ospedali”) e lo rivende. Un successo strepitoso, come potete immaginare. Con un unico inconveniente per l’intraprendente “venditempo”: non avere più tempo per sé. Tempo per leggere, per ascoltare musica o guardare un tramonto. Non sveliamo il finale di questa fiaba metropolitana, più amara della mela stregata di Biancaneve. E se una morale c’è, come esige ogni favola, non finisce di sicuro con un “e vissero felici e contenti”. Ma almeno su una cosa, noi adulti, saremo costretti a riflettere insieme a Giulio Levi: “Che il tempo non aveva dovunque lo stesso valore. In certi paesi addirittura non valeva niente. Come il tempo dei bambini.”.

*Fiorella Iannucci*