

Francesco Artibani, Andrea Plazzi

L'hai letto su "Topolino?". Abbagli culturali e altre sciocchezze

(doi: 10.1402/99441)

il Mulino (ISSN 0027-3120)

Fascicolo 6, novembre-dicembre 2020

Ente di afferenza:

Biblioteca CdLT (cdlt)

Copyright © by Società editrice il Mulino, Bologna. Tutti i diritti sono riservati.

Per altre informazioni si veda <https://www.rivisteweb.it>

Licenza d'uso

L'articolo è messo a disposizione dell'utente in licenza per uso esclusivamente privato e personale, senza scopo di lucro e senza fini direttamente o indirettamente commerciali. Salvo quanto espressamente previsto dalla licenza d'uso Rivisteweb, è fatto divieto di riprodurre, trasmettere, distribuire o altrimenti utilizzare l'articolo, per qualsiasi scopo o fine. Tutti i diritti sono riservati.

Francesco Artibani e Andrea Plazzi

«L'hai letto su "Topolino"?»

Abbagli culturali e altre sciocchezze



Ciclicamente, capita che la polemica politica (ri)scopra il fumetto. A partire dalla primavera del 2019, uno in particolare.

Il 2 marzo Maurizio Gasparri interviene in una polemica tra l'allora esponente del Pd Carlo Calenda e il direttore del Tg2 Gennaro Sangiuliano, affermando con un *tweet* che «tra i due, a svantaggio del primo, c'è una montagna di libri letti e scritti di differenza». La risposta di Calenda: «Le montagne di libri sono più basse o più alte di quelle lette da Salvini secondo lo stesso Sangiuliano? Includi "Topolino"?»

Il 18 marzo, rispondendo a critiche mosse alla flat tax da alcuni quotidiani, l'allora ministro dell'Interno Matteo Salvini dichiara in un'intervista: «I numeri che ho letto sui giornali hanno l'attendibilità di "Topolino"». Lo stesso giorno, ai microfoni di Massimo Giannini, il segretario del Pd Nicola Zingaretti risponde così alle tesi economiche di Salvini: «Questo accade in quel bel fumetto di "Topolino". Sono le teorie di Paperon De' Paperoni [...] E non a caso Paperino e Qui, Quo, Qua questa generosità di Zio Paperone non l'hanno mai avvertita».

Il 19 marzo, il filosofo Massimo Cacciari, ospite a *Carta Bianca* su Rai3, in polemica col giornalista Maurizio Belpietro dichiara: «Se la gente avesse letto qualche libro in più oltre a "Topolino", capirebbe molte cose». Replica di Belpietro: «Scusate, premesso che Cacciari è convinto che tutti gli altri escluso lui, ovviamente, leggano "Topolino"...».

Curiosamente, Matteo Salvini reitererà più volte il riferimento alla testata/al personaggio di Topolino (una distinzione – cruciale in editoria – non sempre chiara nel discorso pubblico).

A luglio, alla richiesta di un commento sull'inchiesta de «l'Espresso» sui fondi russi, risponde: «Preferisco "Topolino" a "l'Espresso", se posso scegliere delle letture fantasy». Alla fine di agosto, caduto il primo governo Conte, dichiara al Tg1: «Io non pensavo che ci sarebbero stati dei parlamentari renziani che invece di andare alle elezioni avrebbero votato anche per il governo di Pippo e Topolino».

La casistica è ricca, a copertura di tutto il 2019, fino alla piena pandemia e oltre. Se infatti nella primavera di quell'anno il dibattito politico

si era fatto più serrato e aspro con l'avvicinarsi di una serie di appuntamenti elettorali (elezioni europee e amministrative in maggio, ballottaggi delle amministrative in giugno e il preannunciato referendum costituzionale, che nell'ottobre 2019 viene fissato per il marzo 2020), ancora nell'agosto 2020, in polemica col giornale «Il Tirreno», Salvini afferma: «Se devo ridere, leggo "Topolino", non "Il Tirreno", con tutto il rispetto per "Il Tirreno"», mentre l'8 ottobre il consigliere del M5s della Regione Lazio Davide Barillari contesta con un *tweet* al virologo Roberto Burioni «dove hai studiato, su "Topolino"?».

■ Riassumendo: una lunga serie di dichiarazioni che usano il settimanale «Topolino» (e/o – per estensione – i popolari personaggi Disney le cui storie appaiono storicamente sulle sue pagine) come elemento di paragone negativo e strumento di derisione nei confronti dell'interlocutore/avversario politico. Gli episodi registrati sono numerosi, ma già dai pochi casi riportati notiamo che 1) non riguardano una sola parte politica; 2) ricorrono in ambiti e contesti comunicativi diversi; 3) coinvolgono non solo politici ma anche giornalisti, intellettuali e personalità scientifiche. Si tratta dunque di un atteggiamento trasversale.

Con alcuni picchi in occasione degli appuntamenti elettorali sopra citati, questa tendenza è ancora in corso, non senza reazioni. Gli autori del settimanale sono stati intervistati da Tv, radio e giornali e – in una specie di «riscossa» a difesa di «Topolino» – personalità di varia provenienza si sono espresse con parole inequivocabili. L'ex procuratore antimafia di Palermo, Pietro Grasso, commentando la segnalazione del suo libro *Paolo Borsellino parla ai ragazzi*, posta il seguente *tweet*: «Ma l'hai letto su "Topolino"? "Sì!" Questa citazione del mio libro su @TopolinoIT, giornale che ha educato, informato e divertito intere generazioni a partire dalla mia, mi ha reso felice e orgoglioso. W #Topolino (e Paperino, e tutti gli altri)!».

Secondo il linguista Giuseppe Antonelli, «da settant'anni gli albi di "Topolino" si rivolgono ai lettori in una lingua impeccabile per costruzione sintattica e – soprattutto – per ricchezza lessicale». Un punto particolarmente importante, su cui torneremo.

Roberto Burioni, rispondendo a Davide Barillari nello scambio di *tweet* di cui sopra, afferma: «"Topolino" è un fumetto fatto benissimo, impeccabile in tutto».

Al direttore de «Il Tirreno» Fabrizio Brancoli, rispondendo a Matteo Salvini, «scappa» invece un'ironia vagamente derisoria, come a ripagare l'avversario con la stessa moneta (abbastanza appropriatamente, come

vedremo), e a proposito delle dichiarazioni leghiste afferma «si sgretola tutto questo castello che non si sa se è di sabbia o di carte, ma comunque è ben fragile, precario perché finto come una moneta di Topolinia (ops)» (forse con riferimento alle storiche «Operazione Olimpiadi» del 1972 e «Operazione Quack» del 1973, promozioni ricordate ancora oggi, che incoraggiavano i lettori a collezionare medaglie e monete a soggetto disneyano, prodotte appositamente).

A una rapida ispezione, il tono delle citazioni usate per attaccare la controparte è sempre denigratorio, di volta in volta con due obiettivi distinti: 1) togliere credibilità a una determinata testata giornalistica; 2) mortificare l'interlocutore insinuando che la sua cultura o le sue nozioni siano al livello di quelle di «Topolino». Il presupposto implicito è che il settimanale disneyano e le sue storie rappresentino una subcultura, una forma di intrattenimento per persone poco avvezze allo studio e alla lettura, dai contenuti di qualità bassa, se non diseducativi.

■ Si tratta di convinzioni fondate? Per capirlo può essere utile allargare leggermente il discorso, notando come queste affermazioni si innestino su una evidente persistenza – per certi versi quasi incredibile – di uno storico pregiudizio culturale nei confronti del fumetto, considerato lettura infantile, nel senso di «per bambini», in accezione deteriorata. Sarebbe interessante discutere perché un'accezione del genere debba anche soltanto esistere, visto che – senza scomodare gli studi cognitivi sullo sviluppo del bambino – qualsiasi educatore, insegnante o semplicemente genitore sa quale sia la vivacità mentale, la capacità di apprendimento e di analisi dei bambini. Si tratta naturalmente di un pregiudizio molto più ampio, cristallizzatosi nel termine «infantilismo», e in questa occasione lo daremo per acquisito.

Va premesso che se da un lato ignoranza e ristrettezza mentale non hanno mai scusanti, è vero che spesso i pregiudizi nascono da distorsioni, strumentalizzazioni o generalizzazioni indebite e gratuite di casi particolari. Quindi, in questo senso, non sono mai totalmente privi di un qualche fondamento. In particolare, il fumetto si ritrova spesso a scontare un peccato originale legato alle sue origini di linguaggio privilegiato per l'intrattenimento e l'alfabetizzazione di base (aspetto quest'ultimo molto interessante, legato alla sua specifica *reading experience*, l'esperienza cognitiva della lettura a fumetti).

È illuminante osservare come questo si rifletta spesso nei nomi con cui il fumetto viene indicato nelle varie lingue. In area anglofona, si parla di *comics*, semplificazione di *comic book*, il tipico albo reso popolare dalle storie di supereroi. Alla lettera «albo umoristico» ma in realtà, ormai, genericamente «a fumetti» (di qualsiasi genere). Da dove vie-

ne dunque quel *comic*? Dalle *comic strips*, le strisce prevalentemente umoristiche che imperano tra XIX e XX secolo e che a un certo punto cominciano a essere raccolte nei *comic book* economici e a larghissima diffusione che presto verranno identificati col linguaggio in sé (nel senso di *medium*).

Nei Paesi ispanici i fumetti sono *historietas*: né più né meno che storielle. Il termine portoghese, in uso anche in Brasile, è *quadrinhos/quadrinhos*; quindi «quadretti», «quadrini». Il neologismo italiano «fumetto» è ispirato alla forma delle «nuvole di fumo» nelle quali vengono riportati i dialoghi. È di fatto un falso vezzeggiativo, la cui stessa eufonia ispira un senso di trascurabilità e scarso valore. In tutti questi Paesi, con le differenze storiche e cronologiche del caso, il fumetto degli albori viene utilizzato prevalentemente come strumento di ricreazione, oppure didattico/educativo/di alfabetizzazione (negli Stati Uniti, i cittadini di immigrazione recente apprendono il loro primo inglese leggendo le strisce sui quotidiani; in Italia molte generazioni di bambini di buona famiglia hanno imparato a leggere sulle pagine del «Corriere dei Piccoli», dalle rime eleganti e dai raffinati disegni di grandi autori come Antonio Rubino). Funzioni, queste ultime, a cui si presta particolarmente per espressività e immediatezza.

È interessante osservare che nei Paesi che hanno adottato denominazioni più strettamente descrittive e «oggettive» il profilo sociale e culturale del fumetto è diverso e in genere migliore. Nella francofonia la lettura delle *bandes dessinées*, «strisce disegnate», prosegue normalmente oltre l'età dell'alfabetizzazione, anche grazie alla normale presenza nelle case di una dotazione minima di fumetti di base considerati classici: serie in numerosi volumi come *Asterix*, *Tin Tin*, *Blake et Mortimer*. In Giappone, i «manga» («caricature»/«immagini grottesche»/«immagini in movimento») di ogni tipo e genere, e per ogni pubblico, sono ubiqui e la loro lettura è un tratto distintivo del panorama metropolitano, specialmente sui mezzi pubblici nell'ora di punta.

Con le eccezioni del caso, il fumetto è quindi normalmente indicato con nomi che lo confondono con i contenuti specifici che in passato ha veicolato in maniera prevalente: la parte per il tutto. Questo spiega il pregiudizio per cui così spesso un particolare fumetto viene semplicemente preso per quello che non è. Un po' come se invece di «cinema» dicessimo «filmetti», perché da piccoli abbiamo visto solo «filmetti» per bambini o a causa dei «filmetti» non particolarmente sofisticati girati nei primi anni di vita del cinema.

Come stanno le cose nel caso particolare di «Topolino»? È – o sarebbe stato – unicamente «per bambini»? La rivista «Topolino» nasce nel 1932 con periodicità settimanale e le caratteristiche tipografiche e di folia-

zione di un giornale. Nel 1949 passa al fumetto cosiddetto «libretto», che è già sostanzialmente quello odierno, con periodicità mensile, poi quattordicinale e infine – a partire dal 1960 – settimanale. Entro un paio d'anni, quindi, festeggerà i 90 anni di vita editoriale, un traguardo che pochissime testate storiche dell'editoria «ufficiale» possono vantare. La sua nomea consolidata è quella di un settimanale per ragazzi e per famiglie. Pur con i cambiamenti di linea editoriale e gli ovvi adattamenti ai tempi, ha sempre mantenuto un'implicita «missione didattica» che prevede di trattare qualsiasi argomento di un qualche interesse per la cultura generale e la formazione dei ragazzi, e non soltanto di puro intrattenimento. Quindi scuola, storia, geografia, scienza, tecnologia a fianco di sport, musica e curiosità varie. In quest'ottica, la lingua utilizzata nelle storie e negli apparati redazionali è sempre stata oggetto di uno scrupolo particolare, e può vantare ormai una sua tradizione: l'«italiano di Topolino» è oggi considerato un vero e proprio registro a sé stante, «una lingua» – osserva Giuseppe Antonelli – «corretta ma vivace, che sa giocare su un ampio ventaglio di toni: neologismi, tecnicismi, parole straniere, invenzioni verbali». Una lingua che attraverso l'uso scherzoso e comico di termini desueti, arcaici o semplicemente poco utilizzati ma sempre appropriati, mette in contatto il lettore con un lessico non ovvio, mai gratuitamente ricercato ma pronto all'arzigogolo più arguto ai fini della comicità. Uno spettro, come ci ricorda nuovamente Antonelli, che va dalle «rituali lamentele di zio Paperone: “me misero, me tapino, me derelitto!” [...] alle effimere esultanze della banda Bassotti: “Gioia, gaudio, tripudio!”». Con una proprietà di linguaggio dai tratti sobri quando «il nido di un uccellino può essere un giaciglio», più ricercati quando «un peso può essere soverchio, un nipote riottoso, uno zio affranto o turlupinato», ridicolmente aulici quando, a proposito di una campagna elettorale, Paperino esclama: «Li molcisce dunque con blandizie verbali, la lingua biforcuta!». O, infine, raffinatamente ironici quando «Superpippo affronta il mostro dei congiuntivi, che tuona: “Neanche un supereroe potresse sconfiggermi!”».

Una tradizionale capacità di ricercare e gestire tutti questi registri che affonda le radici nell'opera di Guido Martina, detto «il Professore», principale autore del primo «Topolino», nonché per molti anni sceneggiatore unico (in entrambe le accezioni del termine). Martina ha firmato le principali parodie letterarie, a partire dalla celeberrima e sempre citatissima *L'inferno di Topolino*, e a lui si deve il ricorso sistematico a espressioni divenute tradizionali, come la già citata «me misero, me tapino». Nel suo approccio alla lingua italiana, un punto fermo di «Topolino» è sempre stato anche quello di evitare semplificazioni, scorciatoie e ogni tipo di moda.

Un esempio recente abbastanza tipico – subito segnalato e diffuso sui social – è l'uso corretto da parte dello sceneggiatore Bruno Enna del termine «lapislazzuli», che possiede quest'unica forma per singolare e plurale: in una sua storia, Raffaello Sanzio usa «il lapislazzuli» per ottenere l'azzurro della sua pittura. Un altro esempio ricorrente è l'elevato numero di persone che dichiarano di aver scoperto e capito da bambini il significato del termine «usucapione» leggendo una storia di zio Paperone.

Ancora oggi «Topolino» ama giocare proponendo un linguaggio ricercato e persino sofisticato: così, i lettori sanno bene che quella di zio Paperone è una *plutocratica sicumera*. Gli esempi possibili sono numerosissimi, e tutti puntano in un'unica direzione: la concezione di «Topolino» e in generale del fumetto come diseducativo e privo di contenuti – sottintesa, come abbiamo visto, dalle espressioni superficiali con cui alcune personalità pubbliche si riferiscono alla rivista – è totalmente infondata e quindi frutto di preconcetto.

Un preconcetto che si esprime per formule sbrigative, slogan e battute semplicistiche del tutto scollegate dai fatti, e che ignora l'evidenza dei contenuti della pubblicazione. Una totale distorsione di una realtà impressa a stampa ogni settimana: la realtà di un impegno pluridecennale al servizio di storie documentate e sempre rispettose degli elementi culturali e delle nozioni scientifiche e letterarie da cui traggono ispirazione: dalla *Commedia* agli acceleratori di particelle, dai *Promessi Sposi* allo stato dell'arte della cosmologia. E questo senza rinunciare alle tradizionali deformazioni grafico-narrative tipiche di tante storie (le parodie delle grandi opere, le «paperizzazioni» e le «topolinizzazioni» dei personaggi reali), vero e proprio marchio di fabbrica apprezzatissimo dai lettori.

Una credibilità e un'autorevolezza che vengono riconosciute spontaneamente da una folta schiera di estimatori, da Andrea Camilleri a Carlo Rovelli, da Alessio Figalli a Giulio Giorello, felici di vedere rappresentati nelle storie sé stessi o le proprie creazioni: «fin dall'età di sette anni sono socio del Club di Topolino, e sapere che oggi c'è anche un Topalbano mi ha inorgoglito come avessi vinto il premio Nobel per la letteratura», ha dichiarato Andrea Camilleri a proposito della versione «topolinizzata» del commissario Montalbano.

Resta il fatto che espressioni come «Dove l'hai letto, su "Topolino"?» vengono proferite e percepite come un sarcasmo irridente, rivolto con disprezzo a un avversario. Come mai? E perché proprio «Topolino»?

Da un lato, è certamente il segnale di tendenze e atteggiamenti diffusi che vanno ben oltre il totale fraintendimento – un vero e proprio abbaglio – dei contenuti di una storica rivista di fumetti. In primo luogo,

il dibattito pubblico – non solo italiano, com'è risaputo – ha da tempo un problema ben noto: la totale e diffusa incapacità di condurre un confronto senza denigrare l'avversario. Non è più sufficiente prendere a bersaglio le idee, è necessario mortificare, umiliare, offendere le persone che le espongono, e in questo tipo di scontro sono necessari slogan e formule semplici, facili da ricordare e da rilanciare sui canali social. «Topolino» – la rivista e tutti i suoi celeberrimi personaggi – è un prodotto popolarissimo e quindi ideale, immediatamente riconoscibile con una sola parola: chi dice «Topolino» non deve spiegare altro.

E su questo si innesta un secondo problema, di cui si è cercato di abbozzare un'analisi storica: la latente ma palese scarsa considerazione che nella cultura italiana condivisa si nutre per il fumetto come linguaggio, e più in generale per i prodotti dell'intrattenimento rivolti al pubblico più giovane. La scarsa considerazione produce scarsa conoscenza, cioè ignoranza. Nel nostro caso, la totale ignoranza – oltre che di ciò di cui si sta parlando – dell'esistenza di un intero settore editoriale che realizza quei prodotti. Una lunga filiera di professionisti che profondono cura e impegno in fumetti di qualità grafico-letteraria ampiamente riconosciuta da chiunque ne abbia cognizione.

.....

Francesco Artibani è uno dei più noti sceneggiatori italiani, sia per il fumetto che per l'animazione. Apprezzato soprattutto in ambito Disney, è stato uno degli autori di riferimento del popolarissimo *Lupo Alberto* di Silver, per il quale ha anche sceneggiato numerosi episodi animati. Insieme a Katja Centomo ha creato la serie a fumetti *Monster Allergy*. **Andrea Plazzi** è laureato in Matematica e si è occupato dello sviluppo di motori geometrici 3D per il Cad-Cam industriale. Ha tradotto per l'Italia quasi tutti i lavori di Will Eisner, il padre del moderno romanzo a fumetti. Insieme al matematico Roberto Natalini cura dal 2013 il progetto di comunicazione scientifica *Comics&Science* e l'omonima collana di Cnr Edizioni.