Libri

A Snoopy e Charlie Brown «Benvenuto» in casa Mondadori

Snoopy e Charlie Brown, Lucy e Linus hanno fatto il loro ingresso anche in casa Mondadori. L'editrice di Segrate si è infatti garantita i celebrati Peanuts di Charles M. Schulz per una nuova collana a loro dedicata e rivolta al pubblico dei giovanissimi. Primi titoli in libreria «Benvenuto Snoopy» e «Benvenuto Charlie Brown», volumi in brossura a lire 12.000 l'uno e di grande formato. La Rcs Rizzoli-Libri continuerà a pubblicare le avventure del famoso bracchetto e dei suoi amici nei consueti volumi cronologici di minore formato proposti nella collana Milano Libri. La Rcs Rizzoli-Periodici mantiene l'esclusiva sulle strisce dei Peanuts che appaiono sul glorioso «Linus» e sul neonato «Snoopy».

Petrini acquista la Emme e rilancia il settore bambini

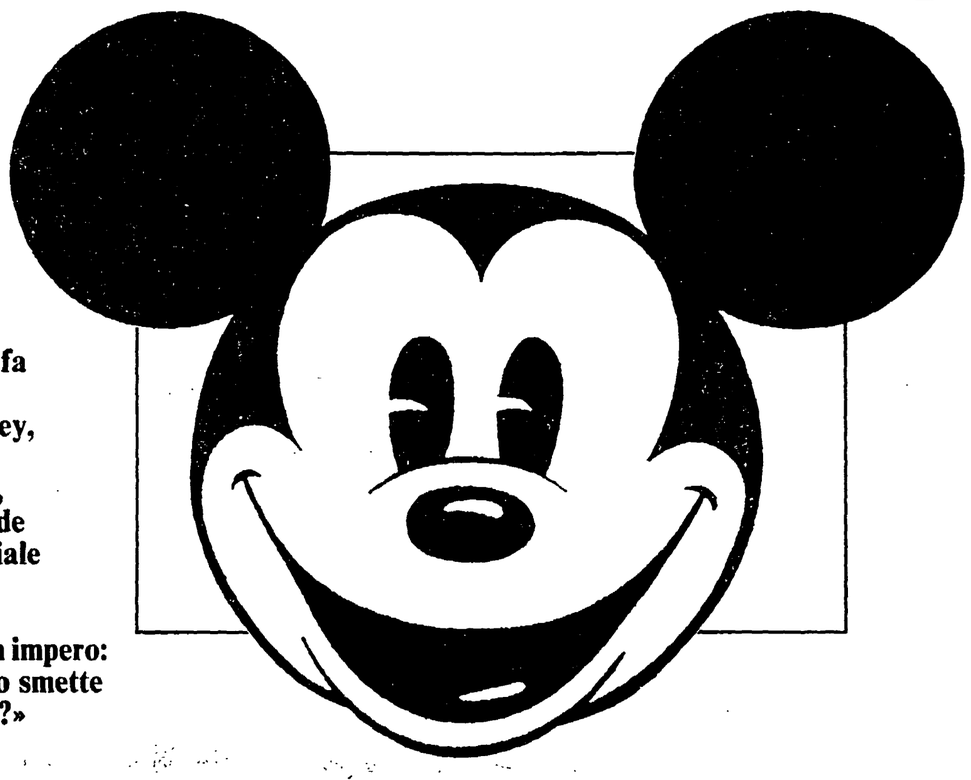
La Emme edizioni ritorna sul mercato dei libri. La Petrini, vecchia e nota casa editrice specializzata in testi e manuali scolastici, ha infatti costituito una nuova Casa editrice, la Petrini Junior, per acquistare e rilanciare la Emme. L'amministratore delegato della Petrini Junior, Umberto Ricci, ha dichiarato che il programma editoriale prevede innanzitutto un ampliamento del settore destinato agli insegnanti delle scuole materne, elementari e medie dell'obbligo con strumenti pratici sia per il settore didattico che per quello pedagogico. Per il settore bambini la consulenza è affidata a Rosellina Archinto, che vent'anni fa ha fondato la Emme.

Parliamo di...

Le meraviglie del Topo

FRANCO FOSSATI, «Walt Disney e l'impero disneyano», Editori Riuniti, pp. 158, L. 12.000

ANTONIO FAETI, «In trappola col topo», Einaudi, pp. 289, L. 25.000



Proprio vent'anni fa (il 15 dicembre) moriva Walt Disney, l'inventore di Mickey Mouse, padre di una grande impresa commerciale e industriale Una domanda per la nascita di un impero: «Quando un adulto smette di essere bambino?»

Un'idea miliardaria

di Alberto Crespi

«Disneyland non è fatta solo per i bambini. Del resto, quando un adulto smette di essere bambino?». Con queste fondamentali parole inizia l'altrettanto fondamentale *Walt Disney*, un'accuratissima biografia dedicata da Bob Thomas al padre di Topolino e Paperino. Walter Elias Disney ci ha lasciato vent'anni fa (morì per un collasso cardiocircolatorio alle 9,35, la mattina del 15 dicembre 1966), i suoi personaggi sono ormai più che adulti (Paperino e Pippo hanno da poco festeggiato i 50 anni) ma non sono mai cresciuti. Questo è il loro segreto.

Disney morì giovane. Era nato a Chicago il 5 dicembre 1901, una domenica. Il cognome Disney gli derivava da Hugues d'Isigny, uno dei Normanni che invasero l'Inghilterra secoli e secoli fa, originario di Isigny-sur-Mer. Un altro antenato di Disney arrivò in America, da Liverpool, il 3 ottobre 1834. L'inizio di un impero.

Disney fondò la sua prima compagnia di produzione di disegni animati a Kansas City, nel 1922. Aveva appena conosciuto Ub Iwerks, giovane disegnatore che sarebbe diventato il vero creatore e disegnatore di Topolino. Nel 1923, insieme a Iwerks e al fratello Roy Disney (suo socio e consigliere d'affari per tutta la vita), Walt è già a Hollywood. Nel '28 nasce Topolino, e *Steamboat Willie* segna l'inizio del cartone animato sonoro. Tra il '29 e il '40 le avventure di Topolino si alternano alle celebri *Silly Symphonies*, la più famosa delle quali è sicuramente *I tre porcellini*, del '33.

Nel 1937 la Disney lancia sul mercato il primo lungometraggio a cartoni animati, costato 2 milioni di dollari e circa 4 anni di lavorazione: si tratta, naturalmente, di *Biancaneve e i sette nani*. Il '37 è un anno chiave: *Biancaneve* è un trionfo commerciale, mentre nel settore dei cortometraggi un personaggio nato da appena tre anni «ruba la scena» a Topolino. È Paperino, creato da Jack Hannah e Jack King (e più tardi, per le storie a fumetti, creatura prediletta — insieme ai nipotini Qui, Quo e Qua e al dispotico zio Paperone — del grande disegnatore Carl Barks).

Superata una breve crisi che coincide con la guerra (*Pinocchio*, del '39, fu un fiasco, *Fantasia*, del '40, costò decisamente troppo) la Disney si risolleva nel dopoguerra con *Peter Pan*, *La carica dei 101* e altri successi. Nel 1959 viene costruita la prima Disneyland. Quando Disney muore nel '66, l'impero è talmente consolidato che il «marchio di fabbrica» può sopravvivere. Del resto Disney è sempre stato un coordinatore di idee, un *produttore* nel senso più alto del termine. Tutti i suoi film sono collettivi, il «Disney Touch» si traduce nella scelta e nell'elaborazione dei soggetti, ma non interviene materialmente nella realizzazione. Oggi la Disney tende a diversificare la produzione: film con attori (horror, commedie) si alternano ai *cartoons*, ma alla base dell'impero restano un papero e un topo (che avrà 60 anni nel 1988. E li porterà bene, ne siamo sicuri).

Con lui anche per vivere un'avventura a tutto campo nella cultura

A qualcuno piace talpa

di Omar Calabrese

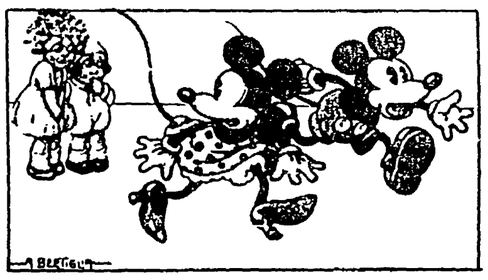
Un nuovo libro su Topolino. Se il suo autore non si chiamasse Antonio Faeti, cioè uno dei migliori e più acuti critici del mondo dell'illustrazione, della grafica, dei fumetti, dei racconti per bambini, forse bisognerebbe aggiungere: «uffa!». Io sono d'accordo ovviamente, sul fatto di occuparsi di fenomeni della cultura che i Signori dell'Accademia considerano «out», o volgari, o «bassi». Ma a patto, però, che se ne dica qualcosa di nuovo, di inedito, di originale. Se si deve invece contribuire alla perpetuazione di miti che tanto si tramandano già benissimo da soli per mezzo dello sfruttamento dei media, allora il gioco non mi piace più.

Tutto ciò per mettere in chiaro che, se non ci fosse stato il nome dell'autore come garanzia, avrei aperto il volume con sospetto. Di Faeti, invece, ci si può fidare. Sentite ad esempio questa frase, messa in fondo alla sua prefazione: «E il dubbio di ogni decifratore, di ogni lettore che commenta, qui diventa soffocante: in quel "testo", nel testo composto dalle storie di Mickey, ci sono davvero le cose a cui si allude nelle mie pagine?». Sublime forma di strizzata d'occhio: la domanda istituisce una immediata gara col lettore, che consiste soprattutto nel dibattere che cosa ci sia davvero in un testo, e come lo si possa trovare.

Prima di entrare nel merito di questo In trappola col topo, *chiariamo allora subito il problema di fondo. Alla domanda: «che cosa c'è in un testo?» occorre rispondere: «dipende dal punto di vista con cui lo si guarda». Ad esempio: se ci si chiede che cosa volesse davvero dire l'autore, l'interpretazione dovrà essere ristretta e controllata, e condotta sulla base di una filologia. Ma: se ci si chiede che cosa dice il testo indipendentemente dall'intenzione di chi l'ha fatto, allora si dovrà tenere presente l'intero insieme della cultura in cui quel testo appare, dato che inevitabilmente ognuno di noi (anche gli autori) sanno di più di quel che credono di sapere (e il metodo più felice sarà piuttosto strutturale o tipologico). E infine: se ci si chiede che cosa dice il testo a partire dalla molteplicità di cose che ci può vedere un lettore empirico qualsiasi, allora se ne potrà concludere che il testo stesso dice qualunque cosa gli si possa far dire. Derrida e il decostruzionismo possono essere d'aiuto.*

Scusate per la lunga premessa, ma essa mi pareva d'obbligo per decidere come trattare il nostro volume su Topolino. Nei sei capitoli in cui si dipana la matassa c'è infatti un tale dispiegamento di erudizione letteraria, cinematografica, fumettesca da restare sbalorditi. Rispondere dunque sulla base del primo dei tre atteggiamenti di cui sopra significherebbe dunque dire: «no, il signor Faeti ci sta imbrogliando». Come si fa a ritrovare in Mickey Albert Camus, Charles Dickens, André Maurois, Orson Welles, Edward Morgan Forster e gli altri mille che affollano le citazioni di In trappola col topo? *Ma nemmeno il secondo punto di vista potrebbe adeguatamente essere soddisfatto. Solo nell'ultimo capitolo, denso più degli altri, Faeti si introduce più direttamente nel cuore degli episodi di Topolino. E anche qui, tuttavia, non si potrebbe dire che impariamo granché sul funzionamento delle storie del Grande Topo. Muovendo da una storia,* Topolino e l'isola di Neraperla, *Faeti ci conduce infatti continuamente dentro e fuori il racconto per immagini, talora spiegando i racconti di per sé, talora con altri racconti, talora per connessione con motivi e temi della cultura contemporanea, talora infine per strade socioculturali, fra Roosevelt, Truman e Eisenhower.*

Rimarrebbe la terza via: una via che «decostruisce» la narrativa disneyana, facendo passare per i singoli punti-pretesto delle tante storie analizzate un universo di riferimenti, connessioni, altri testi, in una specie di appassionato delirio di commento al Topolino originale. Altro che In trappola col topo! *Questa è una caccia al topo, variamente inseguito per i meandri più nascosti della cultura di mezzo secolo. Eppure... anche qui un appassionato di Harald Bloom o di Paul De Man resterebbe deluso. Non c'è, nelle pagine di Faeti, nessun senso provocatorio. Non si ha affatto la sensazione che la lettura individuale per antonomasia dell'autore voglia portare ad una «antimetodica» letteraria. Tutto ciò che Faeti porta in luce, col criterio dell'«archeologo», come dice lui stesso, è un universo di reperti possibili. Una lettura, insomma, che è forse lontana da una «lettura media», ma che non giustifica alcuna «interpretazione infinita».*



E allora? Che giudizio dare di questo libro? Beh, ho l'impressione che se si parte da un concetto tradizionale dell'«interpretare» non si arriverebbe mai a definire questo libro. Perché esso non è un'analisi di Topolino. Ovvero: non lo è nei termini traducibili nella forma: «che cosa vuol dire questo testo?».

In trappola col topo è invece il resoconto minuzioso di un'avventura o di un viaggio personale. L'avventura del lettore-Faeti, che nel commentare quel che analizza porta con sé tutto un universo di piaceri, competenze, persino metodi. Il topo è una scusa, un pretesto. Che serve a mostrarci come un certo lettore X, dotato di cose che conosce e che ama conoscere, si mette a interrogare il mondo con esse, qualunque cosa sia il mondo.

Così, si riescono ad evitare i luoghi comuni, ovvero se Topolino sia di destra mentre Paperino è più di sinistra. Se Mickey sia rooseveltiano come si dice. Una sola cosa costituisce un dispetto, per Faeti prima ancora che per noi lettori: sulla quarta di copertina spicca una sciocca e fraudolenta frase: «Ligio alle leggi, amico dei potenti, attento al decoro. Ma chi è davvero l'onesto Topolino»?

L'excursus storico di Franco Fossati: ricchezza di notizie, filmografia e bibliografia esaurienti...

Ma Archimede era un altro

di Sauro Borelli

«... un soggetto fiabesco, la caratterizzazione, la gradevolezza e la perfezione del disegno e, sullo sfondo, un realismo puritano e un'ideologia manichea e consolatoria». Ecco il *Disney touch*. Cioè, quel particolare approccio artistico - artigiano - imprenditoriale che, appunto, Walt Disney (1901-1966) mise in atto fin dai suoi inizi — negli anni Venti, prima come disegnatore, poi nel ruolo di committente — per fare del cinema d'animazione la sua grande opportunità professionale e, insieme, uno degli affari più lucrosi. E giusto per spiegare, per capire tanto personaggio e tale cinema, l'alacre, competente giornalista quarantenne Franco Fossati ha scritto ora un articolato, dovizioso saggio monografico dal titolo eloquente *Walt Disney e l'impero disneyano* ove all'utile *excursus* creativo-produttivo legato all'indubbio spirito d'iniziativa del cosiddetto «mago di Burbank» si assommano particolarità, vicissitudini, benemerenze e demeriti di un'avventura artistica, esistenziale, manageriale quasi senza precedenti.

Si tratta di un lavoro sistematico prezioso per gli *aficionados* vecchi e nuovi di Walt Disney, dei suoi celebri personaggi — da Micky Mouse a Donald Duck, da Pinocchio a Cenerentola —, ed addirittura indispensabile per gli «addetti ai lavori», cultori del cinema d'animazione, critici, giornalisti, ecc. Alla gran messe di informazioni, all'impianto circostanziato, esauriente della medesima trattazione, va infatti aggiunta una scrittura nitida, precisa, accessibilissima. Nella concisa premessa a questo stesso libro, Franco Fossati sottolinea, non senza qualche ironia: «Su Walt Disney e sull' "impero" (un impero sul quale, parafrasando Carlo V, si potrebbe dire che non tramonta mai il sole) si è scritto moltissimo. Chi lo ha lodato acriticamente e chi ne ha parlato male per partito preso. Per ciò che mi riguarda ho cercato di scrivere un libro che non fosse gratuitamente critico né gratuitamente celebrativo, ma offrisse un quadro il più completo possibile su Walt Disney e l'impero disneyano». Proposito questo ampiamente realizzato, con una sola, strana omissione.

Ci riferiamo ad un episodio poco conosciuto, ma per se stesso sintomatico, che vide protagonista e vittima il geniale disegnatore-incisore, poi salutato come l'inventore dell'*écran d'épingles* (lo schermo di spilli) e della conseguente, sofisticata tecnica di animazione, Alexander Alexeieff (1901-1982). Dunque, nel celebre film di Walt Disney *Fantasia* (1940) compare, tra i molti brani musicali diretti da Leopold Stokoswki, *Una notte su Monte Calvo* di Modesto Mussorgski. Ebbene, la tecnica di animazione di tale «pezzo», benché esteriormente abbastanza gradevole, è soltanto un grossolano ricalco del più originale lavoro creativo realizzato in precedenza da Alexander Alexeieff. Lo scomparso maestro franco-russo ebbe infatti a raccontarci, in una lontana circostanza, con visibile sdegno, che Walt Disney aveva acquistato poco prima della guerra i diritti di distribuzione dell'opera omonima, da lui realizzata con l'*écran d'épingles*, per poi saccheggiarla senza ritegno e confezionare il suo corrivo spettacolo, trasformando una creazione d'arte in un prodotto seriale di puro consumo.

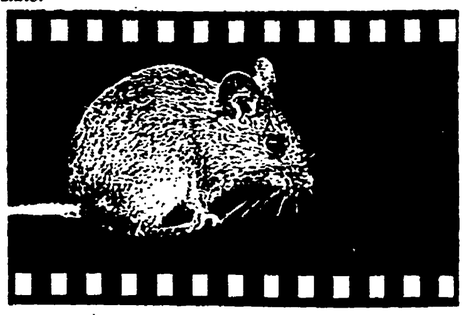
Certo, l'episodio non è edificante, anche se, forse, le caratteristiche peculiari di Walt Disney, della sua opera vanno presumibilmente cercate altrove, altrimenti da un simile, riprovevole caso. Ed è proprio quello che s'incarica di fare, ci sembra, Franco Fossati col suo sagace lavoro *Walt Disney e l'impero disneyano*, oltretutto un testo completato da una filmografia ammirevole e da una documentazione, da una bibliografia davvero esaurienti. Insomma, tutto Disney, minuto per minuto. Nel bene e nel meno bene.

Da «Nosferatu» al «Nome della rosa» le altre facce del ratto

I fratelli terribili

di Enrico Livraghi

Nella sala buia si alza un mormorio soffocato, si sente qualche gridolino trattenuto, corre un fremito sordo come un respiro affannato. Sullo schermo c'è un topo, un topaccio nero dal pelo lungo e lucido, afferrato per la coda da un essere umano mostruoso e deforme. Si proietta Il nome della rosa *— film ormai famoso (non quanto il libro) già di per sè intriso di umori confinanti con il gusto dell'horror — e quello schifoso animale in primo piano accentua il senso di oppressione e di mistero che afferra anche lo spettatore più smaliziato.*



Non sono solo le gentili signore a sussultare, è anche gran parte della maschia platea che non riesce a nascondere il proprio disgusto. Il topo di Il nome della rosa *è, per ora, l'ultimo ad apparire, nel cinema nostrani, di una lunga schiera di roditori dello schermo che non accenna a finire. Tenetevi saldi: ne sono annunciati altri a breve scadenza.*

Repellente nella realtà, il topo lo è anche sullo schermo. Anzi sullo schermo guadagna un surplus di ribrezzo, e quindi un surplus di realismo. Le sue incursioni nei film, spesso rapide come un flash, hanno per lo più una valenza disgregante, sono immagini di raccapriccio, di inquietanti pulsioni, di inconfessate paure, di fantasmi inconsci. Il topo dello schermo è quasi sempre il segno del disfacimento, della repulsion e dell'orrore.

Beninteso il cinema ha prodotto anche topi di genere, per così dire, «soft»: non solo l'antropomorfo Mickey Mouse degli universali cartoons disneyani, ma anche topini di tipo familiare, di quelli che frequentano i vecchi granai o le cucine delle case di campagna. Viene subito in mente — tanto per citare — il piccolo roditore che saltella nella mano del protagonista di Uomini e topi, *di John Ford (da Steinbeck, ovviamente), o il bianco topolino Algernon impegnato nel test di labirinto, in* I due mondi di Charly, *di Ralph Nelson: animaletti affabili, domestici, perfino intelligenti.*

Ma per lo più sono topi orrendi quelli che popolano i fotogrammi più minacciosi di molti film: topi di fogna, enormi ratti, topacci luridi. Topi portatori di peste, come quelli di Nosferatu, anzi dei due Nosferatu: quello insuperabile di Murnau, e l'affascinante remake di Herzog. Gli uni che non si vedono mai e che pure incombono sulla scena, gli altri che invadono e riempiono lo spazio filmico, spettrali e agghiaccianti. Topi feroci e famelici, come quelli — tanto per fare qualche esempio — che dilaniano a morsi la piccola scimmietta dello straiunato La Faiette, in Ciao Maschio, *di Marco Ferreri. Topi invasori, che dilagano inarrestabili e terribili lungo le vie della città, in* Willard e i topi, *di Daniel Mann.*

E poi roditori titanici, enormi, ingigantiti da un cibo misterioso, che danzano attorno alle case degli uomini, ormai divenuti minuscole prede, come in Il cibo degli Dei, *di Bet Gordon. Roditori instancabili, che corrodono le fondamenta delle città nelle alterne versioni del Pifferaio magico. E perfino roditori come quello azzannato da un gatto nel momento stesso in cui il padrone-Francisco Rabal violenta la serva-Margarita Lozano, in* Viridiana, *del grande Luis Buñuel: topino metaforico inserito in una raffinata immagine allegorica che rinchiude una intera visione del mondo. Topo d'autore, insomma, come gli uomini-topi di* Mon oncle d'amerique, *di Alain Resnais, parimenti metaforici, allegorici, simbolici, ecc., ecc.*

Dato che ratti e pantegane nel cinema sono una non esigua schiera, fermiamoci qui. Non senza però aver avvertito le persone dallo stomaco delicato, se mai gli capitasse di rivedere Che fine ha fatto Baby Jane?, *di Robert Aldrich, che è meglio tenere gli occhi chiusi quando la ghignante Bette Davis serve il pranzo, specie se il menu è composto da topi bolliti, presentati davanti agli occhi terrorizzati della sorella Joan Crawford, paralizzata e urlante come un'ossessa.*

Che poi è roba da poco rispetto al disgustoso ragazzo-topo, specie di drop-out dal muso aguzzo, dai baffi rigidi e dai lunghi denti acuminati che vive in una discarica, in Rat boy, *primo lungometraggio di Sondra Locke, di prossima uscita in Italia. E che, a sua volta, è roba da niente di fronte al più clamoroso topo della storia del cinema, il raccapricciante, laido topo bollito nel rancio della ciurma, che il cinico bucaniere Walter Matthau è costretto a deglutire compitamente, in raffinati piatti e con preziose posate, in una lunga, esilarante, grottesca (e nauseante) sequenza di* Il pirata, *di Roman Polansky, visto a Cannes e in probabile uscita natalizia.*

Puntoeacapo

Beati a colpi di sfortuna

E continua l'onda del personaggio celebre che si improvvisa scrittore. All'inizio, il fatto che Maurizio Costanzo detto Show si fosse trasformato in caratteri tipografici o che l'attore avesse compresso in libro tutte le proprie avventure da camerino, l'avevamo attribuito soltanto alla pura vanità. Naturalmente, invece, si trattava di pura ingenuità: la nostra, intendo. Che in realtà la vanità dello scrivente avrebbe potuto ben poca cosa se, da parte dell'editore, non si fosse innanzitutto intravista la possibilità di trasformare questo sentimento in business. E infatti molte case editrici, consegnata la propria politica culturale a un marketing che ha da tempo dimenticato lo stesso significato della parola cultura, si sono trasformate in una sorta di indotto dello spettacolo.

Ultimo esempio della spasmodica ricerca di «autori che tirano così quel che costi» è un *Vivere felici secondo Gesù*, a firma di Robert Schuller, edito da Rizzoli: 230 pagine poste in vendita a 16.500 lire: una felicità a buon mercato, che ci viene dispensata dal pulpito televisivo «del programma più seguito dai telespettatori americani». Un'operazione editoriale duplice, quindi, perché mentre da un lato si tenta di catturare coloro che si fidano del titolo (l'infelicità è uno stato diffuso più di quanto non si creda e quindi i prodotti che la combattono si dovrebbero vendere bene), dall'altro si ammicca al curioso di mass media, a chi vuol sapere e capire perché in Usa succedano certe cose (anche questo, come ben sanno gli uomini di marketing, è pubblico più numeroso di quanto non si pensi).

Ma di che cosa si tratta? Detto in sintesi, il predicatore americano è il verbo incarnato del super-ornismo fondato sulla pura volontà e sulla pura azione non pensata: Gesù c'entra veramente poco. Non importa ciò che sta dietro alle emozioni. L'importante è decidere, fare, agire, senza mai dar ascolto ai propri dubbi, senza mai fermarsi sulle proprie incertezze. Un'ultima annotazione che potrebbe esser tratta dalla rubrica tanghista di Paolo Hendel: ma lo sapete che questo scellerato Schuller ha istituito, sempre per la forza dell'esempio, nientemeno che il premio «Stelle delle cicatrici» di cui viene insignito chi ha saputo meglio unire sfortuna e volontà?.

Giacomo Ghidelli