

# DOPPIOZERO

---

## Manga e anime

[Marco Pellitteri](#)

5 Ottobre 2018

Caro, vecchio Goldrake fai ancora un figurone.

Ieri la critica di sinistra non capiva i cartoon giapponesi e oggi gli *anime* si prendono la loro rivincita, anche senza la televisione.

*Japan Expo*, la kermesse delle culture pop giapponesi che si tiene ogni luglio al Parc des Expositions di Parigi, attrae centinaia di migliaia di francesi, la maggior parte dei quali fra i 15 e i 25 anni che si riversano negli immensi padiglioni, che potrebbero contenere un'armata di Gundam a grandezza reale. E hanno un'intenzione di spesa media di 200 euro fra manga, dvd, gadget, accessori e prelibatezze culinarie nipponiche, riferisce Thomas Sirdey, uno dei tre fondatori della fiera.

Nello stendere queste righe comincio con una notazione un po' dura ed  $\tilde{\sim}$  per questo che dovevo partire dal contesto transalpino: lâ?Italia e il Giappone stanno perdendo una grande occasione per ravvivare una volta di pi<sup>1</sup> quello che negli anni Ottanta e poi nei Novanta si era configurato come il grandissimo exploit dei cartoon e fumetti giapponesi nel nostro paese, molto pi<sup>1</sup> penetrante e massiccio che in qualsiasi altro paese europeo, come ho documentato e analizzato nello studio sociologico *Il Drago e la Saetta* (Tunu<sup>©</sup> 2008, 650 pp.) e ancor prima in *Mazinga Nostalgia* (1999, 2018). I sistemi dei media e delle industrie creative italiani sembrano ormai incapaci di muovere capitali importanti in merito ai prodotti giapponesi: per esempio, le serie animate del Sol Levante sono scomparse dalle reti in chiaro; e le aziende di Tokyo sono scettiche sull'investire risorse da noi, anche perch<sup>©</sup> hanno alzato i prezzi, pertanto le societ<sup>Ã</sup> di casa nostra non fanno i salti di gioia all'idea di acquistare serie che anni fa costavano un terzo o un quarto di quelle americane e che oggi invece hanno prezzi simili. Non  $\tilde{\sim}$  un caso che la filiale europea della T<sup>Ã</sup>ei Animation (lo studio di *Goldrake*, *Candy Candy* e *Dragon Ball*) sia stata aperta a Parigi, malgrado dal 1978 al 2005 sia arrivato in Italia il triplo delle serie giapponesi (animate a fumetti) viste in Francia; tredici anni fa, peraltro, il sorpasso dei Cugini.

La popolarit<sup>Ã</sup> *mainstream* dei cartoon giapponesi per la tv, cos<sup>Ã</sup> trasversali e interclassisti (sulla Rai e nelle stazioni private raggiungevano tutti i bambini: quelli con le scarpe bucate e quelli che i buchi nelle scarpe li avevano di serie e di marca), per anni  $\tilde{\sim}$  andata perduta in un mare di indifferenza e si  $\tilde{\sim}$  trasformata in una costellazione di nicchie di nostalgici ormai quarantenni, riuniti in una subcultura che si nutre di concerti revival e di collezioni di dvd e gadget su *Jeeg Robot & co.* ma non pu<sup>Ã</sup> pi<sup>1</sup> nemmeno rivendicare come una medaglietta sul petto lo stigma che fino a quindici anni fa sanzionava gli *anime* e i *manga* come prodotti iconoclasti, brutti, sporchi e cattivi  $\hat{?}$  detto per inciso, erano invece tutto lâ?opposto, com<sup>Ã</sup>  $\tilde{\sim}$  stato dimostrato nei miei studi e nell'illuminante libretto di Luca Raffaelli *Le anime diseguate* (1994, anch<sup>Ã</sup> esso in uscita nel 2019 in una nuova edizione).



La normalizzazione e parziale accettazione di questa subcultura in Italia ha tuttavia i suoi vantaggi: in primis, la transustanziazione degli *anime* dal supporto televisivo a quello su piattaforme internet come Netflix e altri servizi simili per abbonamento. Un processo che per<sup>2</sup> ancora stenta. Oggi il leader europeo della distribuzione di *anime* su internet, Wakanim, <sup>3</sup> presente nei principali mercati del continente ma non in Italia, dove <sup>4</sup> mi dice il suo fondatore e proprietario, Olivier Cervant<sup>5</sup>'s <sup>6</sup> la fa da padrone la piattaforma tutta italiana Vvvid ma con risultati inferiori in confronto ai numeri francesi o tedeschi. Insomma, si sta consumando il passaggio dalla trasmissione per tutti mediante la tv a quella per chi usa il pc e pratica il *binge-watching* (bulimia dell'<sup>7</sup>audiovisione: tre, cinque, dieci episodi in sequenza visti in una notte); questo vale in generale e sta funzionando *anche* per l'<sup>8</sup>animazione nipponica. Questa transizione potrebbe produrre una riscossa dei cartoon giapponesi vecchi e nuovi grazie alle nuove abitudini di consumo. Per<sup>9</sup> câ<sup>10</sup> un' possibile incognita: i quarantenni di oggi vanno in brodo di giuggiole se vedono immagini o odono note musicali riferite gli eroi giapponesi della loro infanzia, allorch<sup>11</sup> per la prima volta entrarono in contatto con gli anime proprio grazie alla televisione; invece oggi il primo accesso agli anime subentra nell'<sup>12</sup>adolescenza o nella prima giovinezza: basti guardare al pubblico di Rai 4, che dal 2009 al 2015, grazie alla lungimiranza dell'<sup>13</sup>allora suo direttore Carlo Freccero, ha trasmesso molti *anime* di qualit<sup>14</sup> alla sera e per un pubblico tutt'<sup>15</sup>altro che infantile. L'<sup>16</sup>incontro con questa forma di intrattenimento in et<sup>17</sup> pi<sup>18</sup> avanzata produrr<sup>19</sup> un pubblico fedele e coinvolto fra quindici anni? A giudicare dalle folle di astanti delle tante fiere italiane del settore come *Lucca Comics & Games* dovremmo dire di s<sup>20</sup>; staremo a vedere.

Nel frattempo possiamo registrare la consacrazione a *nazionale-popolare* (nel senso originario introdotto da Antonio Gramsci) di alcuni eroi giapponesi s<sup>21</sup>, ma naturalizzati italiani, a partire dal mitico Goldrake: vituperato dalla stampa di sinistra fin dal 1978 sia in Italia che in Francia (dov'<sup>22</sup> noto come *Goldorak*), fu sostanzialmente incompreso perch<sup>23</sup> mai realmente esaminato con dovizia. Michele Serra, in un vecchio articolo su L'<sup>24</sup>Unit<sup>25</sup> del 1981 (<sup>26</sup>Caro, vecchio Topolino fai ancora un figurone<sup>27</sup>), lo condann<sup>28</sup> a vantaggio di Mickey Mouse, in un capovolgimento invero spassoso: per mettere all'<sup>29</sup>indice le presunte brutture dell'<sup>30</sup>intrattenimento industriale alla giapponese, Serra portava come esempio virtuoso uno dei simboli dell'<sup>31</sup>imperialismo culturale un po'<sup>32</sup> bigotto all'<sup>33</sup>americana.

Oggi possiamo passare quel tipo di critica blasfema e alquanto prevenuta in cavalleria. Il paladino della resistenza interetnica e interstellare, il pacifista re-filosofo Actarus con il suo maestoso, arcano ufo-robot di cui si celebrano quest'anno i quarant'anni di successo immarcescibile nei cuori di una generazione, per la quale nel 1999 conia appunto la definizione "Goldrake-generation". È ancora vivo e, anche se non lotta con noi, in compenso è divenuto un classico nel senso calviniano: va riscoperto, perché certi suoi contenuti educativi di grande profondità non hanno ancora finito di dirci quel che hanno da dirci.

---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto. Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

---

