
Tuttò cominciò con un topo

Autore: Aurelio Molè

Fonte: Città Nuova

L'inarrestabile ascesa di Topolino. Ora in edicola con il fumetto numero 3000. La prima pubblicazione italiana è del Natale del 1932

E sono 3000 numeri del fumetto *Topolino* pubblicati in Italia. Presentando il numero celebrativo, in edicola dal 22 maggio, il direttore **Valentina De Poli** spiega: «Non abbiamo avuto dubbi nel voler dedicare questo numero 3000 ai personaggi a fumetti Disney. Sono loro uno dei segreti del successo di Topolino, sono loro che ci consentono di ritrovare sorridendo i nostri tic e quelli di chi ci vive accanto, di riconoscere attraverso una risata i nostri caratteri e le nostre relazioni. Un meccanismo che ha permesso a Topolino, attraverso 3000 numeri, di coinvolgere lettori di ogni età». E di ogni parte della Terra perché la strategia Disney è sempre stata chiara, sia che produca cartoni per il cinema, per la televisione, o fumetti per la carta stampata: per essere universali bisogna parlare a tutti, confezionare personaggi per tutti i gusti e per i quattro continenti anche a costo di appiattare, uniformare e standardizzare le emozioni primarie. Negli stereotipi di Topolino, Paperino, Gamba di legno, Pippo si riflettono caratteri e sentimenti in modo manicheo classificabili e riconoscibili. È un mondo di colori primari, il bene e il male sono nettamente divisi, il tempo è immobile, per cui Gamba di legno sarà sempre il ladro cattivo e Topolino il poliziotto buono.

Luca Raffaelli scrive ne *Le anime disegnate*: «Questo desiderio, questa necessità disneyana di rendere tutto visibile, accessibile, chiaro, sembra essere una sorta di antidoto al tradimento. Per questo i personaggi sono stabili nei loro ruoli: il cattivo morirà da cattivo, il buono vivrà buono. Non c'è tradimento, non c'è cambiamento, non c'è rischio. Tutto è già stato predeterminato».

Sono personaggi semplici, adatti a tutte le culture, perché il sogno dell'universalismo è tipico americano, terra d'immigrati, di *melting pot*, e rivolge lo sguardo verso l'orizzonte del mondo. Non solo per affari, ma per un sogno di lunga gittata che non contempla, però, tutte le sfumature delle diversità, dei chiaroscuri. La redenzione nei fumetti Disney, secondo il grande regista russo **Sergej M. Ejzenstejn**, che nell'immaginario comune è legato a *La corazzata Potemkin*, è già avvenuta e del tutto compiuta, tanto che non esista a definire il mondo Disney «il paradiso trovato» nella metafora degli animali, nel puro intrattenimento, nella favola pura senza realtà, nel mondo incantato dei bambini che li vogliono restare e sostare.

Il fumetto *Topolino* che tocca quota 3000 numeri fu stampato per la prima volta dall'**editore Giuseppe Nerbini** nel 1932. L'attuale forma a libretto, scelto per ottimizzare il lavoro tipografico, si deve a Mondadori che così lo trasformò nel 1949 dopo averlo rivelato nel 1935 e sospeso le pubblicazioni nel periodo della guerra. Nel 1988 la Disney Italia è del tutto responsabile del prodotto, dai soggetti alla stampa. Il numero in edicola, in formato doppio rispetto al normale, presenta 14

storie dei più popolari disegnatori e sceneggiatori Disney, da Giorgio Cavazzano a Silvia Ziche, da Tito Faraci a Francesco Artibani, da Claudio Sciarrone a Corrado Mastantuono e con la variopinta copertina di Andrea Freccero. La celebrazione del numero 3000 è stata anche l'occasione per lanciare la sfida della fruibilità attraverso una piattaforma integrata tra sito, rivista, iPad e iPhone e con il restyling di Topolino.it che si presenta con una nuova veste grafica, più attento all'interazione fra gli utenti e con diverse novità, dai blog dai mondi di Topolinia e Paperopoli alla sezione dedicata ai giochi online.

«E pensare ? diceva Walt Disney nel 1928 ? che tutto cominciò con un topo», disegnato in treno e, inizialmente, chiamato Mortimer. Oggi ci sono svariati parchi a tema e acquatici in tutto il mondo, una nave da crociera, network televisivi, una casa di produzione cinematografica, una collana editoriale, una catena di negozi nei cinque continenti e un fatturato di 7 miliardi di dollari con 150 mila dipendenti.