

## WITCH – le streghe Disney Amelia Capobianco

I motivi per un lavoro di analisi su *Witch*, il più recente fumetto edito dalla Walt Disney Italia, sono molti; ad un primo impatto ciò che stupisce è fondamentalmente il carattere di novità assoluta rispetto alle precedenti produzioni disneyane. Abbiamo, infatti, personaggi nuovi e questa volta umani, che si contrappongono ad una tradizione di animali antropomorfi, cari alla nostra cultura e profondamente radicati nell'immaginario collettivo. Abbiamo nuove ambientazioni che ci portano lontano dalla percezione di "paciosa sicurezza" di Paperopoli e Topolinia e abbiamo anche una scelta grafica che è ancora più innovativa di quella di Pk, Pk2 e MM. E' nuovo anche il linguaggio, più legato allo *slang* adolescenziale e, in ultima analisi, è da considerare una grande novità il fatto che la Walt Disney, per questo fumetto, si sia abbondantemente distaccata dal *Codice Disney*, la regolamentazione interna alla Casa che impone quella serie di *don't* che rendono riconoscibili i prodotti con questo marchio.

Forse ancora più importante, è il fatto che dopo anni passati a rivedere e rielaborare fiabe imponendone una nuova versione più edulcorata, la Walt Disney si presenti sul mercato con un prodotto che ha tanto a che fare con la struttura simbolica della fiaba più tradizionale che va poi a legarsi, attraverso l'intreccio della storia, con una dimensione reale anche questa estremamente nuova per l'Azienda e figlia di quello scostamento dal Codice cui mi riferivo più sopra. Altro aspetto che merita grande attenzione e che spinge a questo lavoro di analisi è la rielaborazione, della storia e dei suoi personaggi, che hanno fatto i lettori (o meglio le lettrici visto che il fumetto è destinato ad un pubblico femminile) con particolare attenzione all'universo Internet. Le fans delle *Witch*, infatti, hanno dedicato alle loro nuove eroine di carta un numero considerevole di siti web, ricchi di immagini, di forum, di idee che si presentano ai nostri occhi come una grande fonte di materiale di estremo interesse per uno studio relativo alla trasformazione di un prodotto *per l'infanzia* (realizzato in questo caso dalla Walt Disney) in prodotto *della* infanzia e cioè rielaborato, ricostruito dal target.

Il lavoro di analisi in questione è così strutturato: si parte con uno sguardo all'impianto grafico per giungere ad un lavoro di analisi che individui i punti di scostamento dal Codice di autoregolamentazione. L'analisi della storia, invece, porta alla luce i richiami simbolici tipici della fiaba (individuati da B. Bettelheim<sup>1</sup>) e le istanze adolescenziali che caratterizzano la vita delle cinque ragazzine. Vengono inoltre individuati una serie di elementi didattici presentati nelle storie secondo la più classica tradizione del fumetto disneyano. A seguire l'analisi del format, della struttura delle rubriche e della scelta degli inserti pubblicitari. Ultimo punto del lavoro è l'analisi del target attraverso questionari ed interviste e la valutazione di siti web e forum di discussione.

I prodotti a marchio *Walt Disney* sono una garanzia per i genitori, in Azienda si usa addirittura dire che "*la Disney vende fiducia*" e lo fa mettendo sul mercato prodotti sempre fedeli ad un determinato sistema valoriale che tiene il polso della sensibilità comune nei confronti di certe tematiche. In questo modo si crea un prodotto che è tipicamente Disney, riconoscibilmente Disney.

Questo specifico disneyano è tutelato da un Codice, un'autoregolamentazione istituita dalla Casa Madre americana che, se da un lato restringe il ventaglio degli elementi utilizzabili dagli autori, dall'altro garantisce "*l'essenza*" Disney. tranne che per quelle modifiche indotte, negli anni, dal cambiamento dei costumi, o, come già accennato, dalla maggiore o minore sensibilità da parte del pubblico e della società rispetto a certi temi.

Può accadere, comunque, che in alcune storie contenute in *Topolino* "sfuggano" certi elementi considerati *don't* dal Codice, così come altre storie vengono create col dichiarato intento di

---

<sup>1</sup> B. Bettelheim, *Il mondo incantato*, Feltrinelli, Milano, 1977

divertire il lettore accompagnandolo (solo per quella storia e con il patto di tornare indietro) fuori dal continuum disneyano.

Nessuno scostamento dal Codice è mai stato, in ogni modo, tanto ampio come quello di *Witch*; in realtà questo fumetto è tutta un'altra cosa, potrebbe per molti versi *non essere Disney*. Ci sono genitori divorziati e impegnati in nuove relazioni, crisi adolescenziali, bulletti e atti di vandalismo, malattia e morte...

Come già accennato, per certi suoi aspetti *Witch* è stato costruito seguendo l'impianto tipico della fiaba –in special modo per quello che si riferisce alla città di Meridian- sia sul piano simbolico sia sul piano morfologico (vedi le opere di Bruno Bettelheim e di Vladimir Propp) che è stato intrecciato a tutta una serie di elementi appartenenti alla letteratura popolare di ampia zona geografica: dall'Irlanda alla Cina per tornare in Europa nella Britannia di Morgana.

Una delle caratteristiche di questa storia è, quindi, quella di muoversi su due binari nettamente differenti: da una parte abbiamo Heatherfield, città "reale", dove le protagoniste vivono una vita altrettanto reale, dall'altra, in netta contrapposizione, abbiamo Meridian dove le ragazze si muovono come *witch* e affrontano i cattivi che assumono le sembianze di serpi e altri animali non ben identificabili ma dall'aspetto comunque poco raccomandabile.

Molte storie Disney si possono definire "didattiche"<sup>2</sup> poichè contengono nozioni relative a luoghi, eventi storici, usanze; un esempio su tutti le storie di Paperino di Carl Barks che senza essere scolastico riesce ad arricchire il bagaglio di conoscenze del lettore attraverso immagini e dialoghi. In questo senso anche *Witch* presenta degli spunti didattici, dalla rappresentazione quasi fedele di un funerale cinese (quello di Yan Lin) a una serie di riferimenti a tradizioni popolari o letterarie diverse dalla nostra: celtica, britannica e cinese.

L'analisi del format ha messo in luce una grossa differenza tra la storia a fumetti e l'insieme di rubriche e pubblicità (spesso non si distinguono l'una dall'altra); se da un lato, infatti, la storia mantiene una sua "purezza" di messaggi e valori, le rubriche cadono nel commerciale e nel banale impoverendo il giornalino.

Tutti gli aspetti indagati sono emersi anche nelle interviste e nei questionari compilati dal pubblico, sono stati infatti confermati un altissimo livello di identificazione da parte delle lettrici soprattutto per quello che riguarda la costruzione della propria identità, il rapporto con i pari e con i genitori, le relazioni amorose e la fondamentale importanza data all'amicizia. Un elemento importante è l'età delle lettrici che arriva fino a quasi 40 anni e accoglie anche un certo numero di lettori maschi.

---

<sup>2</sup> R. Farnè, *Iconologia didattica*, Zanichelli, Bologna, 2002