

Disney e le Witch

Witch, ultimo successo in casa Disney.

Lettura pedagogica dei modelli e dei valori della testata e indagine sul pubblico.

Amelia Capobianco

Pres. Associazione culturale MediaEducation.bo aME.bo

Il lavoro di ricerca che si va presentando è stato sviluppato nell'arco di quasi tre anni analizzando il fumetto disneyano *Witch* e indagando sul suo pubblico al fine di comprendere le nuove scelte editoriali di una casa editrice particolarmente forte sul mercato italiano per l'infanzia e un pubblico relativamente nuovo alla lettura del fumetto, le preadolescenti e le adolescenti.

Il pubblico femminile adolescenziale ha troppo spesso goduto di scarso interesse da parte dei produttori di fumetti italiani, con l'eccezione di qualche testata con fini *educativi* per lo più pubblicate su *La piccola italiana* prima e il *Corriere dei Piccoli* e il *Vittorioso* poi. Solo negli ultimi anni, con il proliferare delle produzioni nipponiche, si è iniziato a valutare le potenzialità di una fetta di mercato molto ampia.

Praticamente l'unica risposta italiana valida all'invasione giapponese è uno degli ultimi fumetti creati dalla Walt Disney Italia, *Witch*, fumetto di fate, accusate di avvicinare al demonio, oggetto di un successo con pochi precedenti nel nostro Paese. 150 mila copie mensili, venduto alla Disney americana per la realizzazione del cartone animato.

Il lavoro che si propone è un'indagine che, partendo dal punto di vista della pedagogia dei media, cerca di fare chiarezza su questo nuovo fenomeno analizzandolo da due punti di vista:

il primo tiene conto degli aspetti intrinseci al fumetto, la sua valenza pedagogica, la sua qualità narrativa, il suo enorme scostamento dal *codice di autoregolamentazione* Disney che ha caratterizzato le pubblicazioni della Casa in questi decenni;

il secondo analizza l'appropriazione e la rielaborazione del suo pubblico che, diversamente da quanto previsto dalla Disney stessa, si amplia fino a raggiungere i trentenni e i quarantenni. Un pubblico competente sul piano mediatico che traspone le proprie conoscenze ed esperienze sul web ponendosi in un rapporto privo di filtri con i produttori, mostrando a chi osserva una cultura parallela a quella *tradizionale* fatta di vecchi, nuovi e nuovissimi media.