

Fanciulle nuvolose, fanciulle catodiche

Le adolescenti a fumetti e televisive nel contesto italiano

Marco Pellitteri

Saluto

Innanzitutto voglio ringraziare Riccardo Pontegobbi e la Idest per il gentile invito, che mi onora. Trovo che l'occasione di questo convegno sia molto interessante e rivesta una sua importanza per due motivi: il primo è il tema di grande attualità che però pesca da una storia in costante divenire insieme ai cambiamenti della società, quella della rappresentazione degli adolescenti e dei bambini nel sistema dei mass media e delle letterature; in particolare, per ciò che ci interessa qui più da vicino, la rappresentazione delle adolescenti e delle bambine. E il secondo è la natura interdisciplinare e, grazie al cielo, anche extradisciplinare del convegno stesso, dato che i relatori provengono dalla pedagogia, dalla psicologia, dalla sociologia, dagli studi letterari, dalla pratica terapeutica, dal giornalismo, dalla letteratura, dall'illustrazione.

Introduzione

Il mio intervento è incentrato sulle adolescenti per come sono rappresentate nel fumetto e nella televisione. Mi concentro solo sulle adolescenti e non anche sulle bambine perché le due fasce d'età fanno capo, nei mass media in questione, a modalità rappresentative, strategie di comunicazione e pubblicitarie, estetiche sostanzialmente diverse al di là di qualche apparente, superficiale ed episodica somiglianza; e il tempo a mia disposizione, nonché, probabilmente, le mie stesse capacità, non mi consentono in questa sede di condurre un'analisi comparativa.

Parlo delle sole adolescenti, naturalmente, nel rispetto dell'articolata traccia del convegno, che invitava a privilegiare la problematica in relazione all'ambito femminile.

Mi dedico inoltre al fumetto e alla televisione perché mi sembrano i due media nei quali si fanno più evidenti ed emblematiche le differenze fra due macrostrategie di rappresentazione dell'adolescenza al femminile; differenze che possono essere rintracciate sia nello *hic et nunc* degli attuali prodotti televisivi e fumetti in circolazione in Italia, sia in prospettiva storica, a partire per esempio dal dopoguerra fino ad arrivare all'oggi. Peraltro il doversi concentrare su uno o due media era inevitabile dato che estendere il campo ad altri supporti e tecnologie mi sarebbe sembrato assolutamente improbo: basti pensare al cinema, a internet, al videogioco, ai telefonini, all'animazione, alle riviste per *teenager*, o anche – e questo sarebbe il tema di un altro convegno – al modo in cui sono trattati gli adolescenti nella grande stampa.

La mia scelta del fumetto e della televisione si basa sulla contrapposizione che nella recente ricerca sui mass media e l'industria culturale viene sottolineata tra media generalisti e media cosiddetti «non-mainstream».¹ La televisione è indubbiamente – e in specie nella sua versione via etere – il mass medium generalista per eccellenza, già a partire dalle modalità stesse del suo utilizzo; di fatto mette i pubblici più diversi a contatto con spettacoli che all'origine non sono destinati ad un pubblico indifferenziato ma a platee ben delineate. È per questo motivo che un programma come *Striscia la Notizia*, che alla base è un prodotto per famiglie ma con vistosi richiami erotemici a destinazione maschile, è molto seguito anche da un pubblico di bambine e adolescenti: perché l'attrazione visuale del programma, le Veline, può diventare – con la sua prorompente e il suo essere così gradito allo sguardo del maschio – un modello di autopresentazione molto forte per le adolescenti in cerca di ammirazione e approvazione da parte dei coetanei del gruppo dei pari. Sulle Veline, volente o nolente, dovrò tornare.

Il fumetto, invece, dagli anni Ottanta a oggi ha subito una costante flessione nelle vendite e nella presenza nel vissuto di bambini e adolescenti, trasformandosi da medium *mainstream* a medium minoritario o alle volte perfino di nicchia. Il contrasto plateale fra la televisione e il fumetto non sta solo e tanto nella distinzione fra la natura di medium generalista dell'uno e la natura odierna di medium settoriale dell'altro, ma sta invece nei contenuti che essi riescono a

¹ Cfr. Francesca Pasquali – Michele Sorice (a cura di), *Gli altri media. Ricerca nazionale sui media non-mainstream*, Milano, Vita & Pensiero, 2005.

esprimere e proporre e a quali pubblici li indirizzano: il discorso può farsi generalissimo, ma qui naturalmente tengo sempre a mente soltanto il tema delle adolescenti. La televisione, pur indirizzata a un numero vastissimo di persone e con a disposizione molti soldi e canali, risulta appiattita per lo più su visioni stereotipe dell'adolescente, laddove il fumetto, minoritario per quanto riguarda le vendite globali ma molto variegato nella differenziazione delle proposte, è ricco di diversi modelli, declinazioni e visioni dell'adolescenza al femminile.

Discussione preliminare su mass media e rappresentazioni dell'adolescenza

Innanzitutto occorre distinguere fra la *rappresentazione* di un tema o di un concetto nelle sue manifestazioni mediatiche e la *ricezione* che di questo è operata dai destinatari; inoltre, c'è una zona di contatto fra questi due estremi, costituita dalle influenze che la produzione esercita sulla ricezione e che la ricezione esercita sulla produzione, il che è oggi lo scenario di ricerca credo più importante negli studi sul consumo delle immagini e dei contenuti mediali. In altri termini e presentando un esempio familiare: nel modo di far figurare i bambini in una trasmissione popolare come *Lo Zecchino d'Oro*, quanto il modello di bambino raffiguratovi influenza gli spettatori nelle loro rappresentazioni dell'infanzia e quanto le idee sull'infanzia preesistenti alla trasmissione televisiva, diffuse in società, modellano quello che poi diventa a sua volta un modello televisivo di presentazione dell'infanzia?

È chiaro che una problematica del genere travalica i pur ampi propositi di questo convegno ma ritenevo fosse cruciale proporre una delimitazione esplicita del problema: qui noi stiamo parlando soprattutto delle declinazioni con le quali determinati concetti e modelli di infanzia e di adolescenza – specialmente femminile – si presentano sul versante prettamente produttivo, senza indagare in special modo lo scenario della ricezione e rielaborazione dei modelli e delle declinazioni da parte del pubblico (sia quello elettivo delle giovanissime, sia quello differito degli adulti per loro significativi, cioè principalmente genitori e insegnanti).

Rimanendo dunque nel campo della produzione, vorrei discutere con voi sui temi di cui si sta parlando e sui presupposti concettuali da cui partono le nostre riflessioni. Infatti, spesso, nell'individuare i prodotti che veicolano le immagini delle adolescenti il presupposto è una *idea* di adolescenza. Una idea che, giocoforza, risponde a un modello che non sempre è in linea con quelli proposti dai media e, a dirla tutta, che non è in linea nemmeno rispetto a come gli adolescenti paiono spesso presentarsi nella vita quotidiana.

Sembra cioè che quelle che Aroldi e Colombo hanno chiamato «semantiche generazionali» siano in contrasto le une con le altre:² in questo caso, l'idea di adolescenza di molti adulti di oggi è in conflitto con l'adolescenza per come questa è nella realtà. Gli antropologi e anche gli psicologi hanno spesso sottolineato che l'adolescenza, come periodo di passaggio, viva di quella che già Hall nel primo Novecento chiamava «tempesta e stress», o che Erikson definiva «moratoria psicosociale»;³ per non parlare di tutta la letteratura sociologica, di prospettiva o interazionista o funzionalista, che ha individuato nel gruppo dei pari e nelle dinamiche a esso connesse uno dei fattori più caratteristici della formazione della personalità durante la fase adolescenziale. Quelle semantiche generazionali, che prima che l'adolescenza fosse rinvenuta quale concreta e distintiva fase evolutiva della persona erano date per scontate nelle società tribali e sottolineate dai riti di passaggio – si pensi agli studi di Margaret Mead o di Georges Balandier⁴ – nel XX secolo sono state sempre più terreno di scontro teorico in sede accademica e pedagogico in sede domestica. Oggi ci troviamo di fronte a una scomposizione del problema in sede mediatica: gli adulti contrastano l'adolescenza, nelle sue manifestazioni e istanze più contemporanee, non soltanto nell'ambito dei comportamenti quotidiani ma anche nei modi nei quali le adolescenze sono raffigurate e proposte nei mass media.

² Piermarco Aroldi – Fausto Colombo (a cura di), *Successi culturali e pubblici generazionali*, Milano, RTI, 2007.

³ Cfr. Granvey Stanley Hall, *Adolescence: Its Psychology and Its Relations to Physiology, Anthropology, Sociology, Sex, Crime, Religion and Education*, New York, Appleton, 1904; Erik H. Erikson, *Childhood and Society*, New York, W.W. Norton & Co., Inc., 1950 (trad. it. *Infanzia e società*, Roma, Armando, 1976) e Id., *Identity: Youth and Crisis*, London, Faber & Faber, 1968 (trad. it. *Gioventù e crisi d'identità*, Roma, Armando, 1974).

⁴ Margaret Mead, *Coming of Age in Samoa: A Psychological Study of Primitive Youth for Western Civilization*, New York, William Morrow, 1928 e Id., *Culture and Commitment: A Study of the Generation Gap*, New York, Random House, 1970. Georges Balandier, *Anthropo-logiques*, Paris, Presses Universitaires de France, 1974 (trad. it. *Società e dissenso*, Bari, Dedalo, 1977).

Mi pare evidente allora che si sia in una fase di forte momento critico da parte di una serie di ambienti pedagogici, familiari, istituzionali. Nel porre la distinzione tra i modelli mediatici di adolescenza del passato e quelli dell'oggi si pone una differenza fra idee di adolescenza; per estensione, fra idee di educazione; e quindi, in generale, fra modelli sociali. Individuare ad esempio una superiorità letteraria e formativa dei libri del passato rispetto a quelli del presente segnalerebbe un modello di adolescenza a cui riferirsi quale falsariga stridente rispetto alle declinazioni odierne dell'immagine dell'età delle mele. Ma tali rappresentazioni procedono in linea con i cambiamenti della società e occorre vedere i modelli educativi come oggetti i quali dovrebbero adattarsi quanto più possibile ai cambiamenti del consorzio sociale in generale.

Émile Durkheim a fine Ottocento, annullando secoli di studi filosofici sulla morale – che si basavano sul preteso mondo delle idee – affermò che la morale coincide di fatto con «la media dei comportamenti» in società in un dato momento.⁵ Essa si muove seguendo le modifiche di quello che Parsons e Shils chiamavano l'«ethos»,⁶ ovvero l'etica condivisa a livello collettivo e che difficilmente può essere imposta sulla base di un ordinamento normativo prestabilito.⁷ Le immagini dell'adolescenza nei media si muovono anch'esse con la società in generale; e cioè con la morale condivisa, il comune senso del pudore, le ideologie.

Il problema in agguato è che si instauri una gerarchizzazione tra le adolescenze «buone» e quelle «cattive», diciamo così. Tale gerarchizzazione si basa, è ovvio, su una idea preesistente di società e di modello educativo sia istituzionale, sia domestico e cioè, alla fin fine, su una idea di riproduzione dell'ordine sociale. Oggi questo ordine sociale sembra venir meno a tutti i livelli e in Italia se ne ha la percezione costante. In tutto questo, una delle sensazioni che mi pare si respirino negli ambienti sociologici e pedagogici è quella della crisi acuta di questo sistema di riproduzione sociale, che si sta sfilacciando, rendendo le nuove generazioni ancora più diverse da quelle che le precedono rispetto alle differenze tra le coppie di generazioni del passato, che vivevano in un'ottica di maggiore continuità. Anche il Sessantotto, ricomposti dopo i rigurgiti degli anni Settanta, ha mostrato come le gerarchie di potere e di status fossero dotate di poderosi anticorpi: oggi gli ex sessantottini sono per lo più i baroni e i padroni che da giovani essi avevano tentato o finto di combattere. Eppure la sensazione di disordine è più insistente, anche se meno esplosiva e per questo perfino più temibile.

Il problema emerge, nel discorso sull'adolescenza e sulle sue rappresentazioni – siano esse mediatiche o letterarie – in modo particolare in relazione ai due elementi dell'adolescenza più visibili agli adulti: il comportamento in pubblico – buone maniere, linguaggio, gestualità e abbigliamento – e la condotta affettiva e sessuale. Ed è qui che entra in gioco un altro tassello fondamentale, specie per le nostre riflessioni: la rappresentazione di genere. Nella istituzione – ancorché involontaria – di una sorta di dicotomia tra rappresentazioni «buone» e «cattive» dell'adolescenza al femminile, mi sembra che quest'oggi non sia emersa l'ambiguità di fondo che un'eventuale dicotomia racchiude. L'equivoco in cui sono incorse molte rappresentazioni mediatiche dell'adolescenza nel passato e in cui incorrono anche molte di quelle del presente consiste nell'essere passati in due cruciali fasi storiche del Novecento da una ideologia della giovane donna a un'altra agli antipodi. Le due fasi storiche sono delimitate da quel periodo di grande fermento sociale e culturale che sono stati gli anni Settanta. Se si esaminano i prodotti a stampa – romanzi e fumetti – e audiovisivi – TV e cinema – circolanti in Italia prima di quel decennio cruciale, il modello di ragazza adolescente promulgato dai media generalisti è assai simile a quello di una *good wife*, *wise mother* in miniatura; il compito pedagogico generale della società e delle agenzie comunicative è quello di fare in modo che le giovani riproducano modelli di comportamento e ruoli sociali fortemente «genderificati», se mi passate il termine.

Negli anni Settanta i tempi erano apparentemente maturi per un capovolgimento di questo assetto, giudicato da più parti iniquo e limitante. Si è avuta una reazione a tratti rabbiosa che, insieme a traguardi civili fondamentali a sacrosanto favore delle donne, ha prodotto eccessi a

⁵ Émile Durkheim, *Les règles de la méthode sociologique*, Paris, Alcan, 1895 (trad. it. *Le regole del metodo sociologico*, Milano, Edizioni di Comunità, 1996, p. 71 sgg.).

⁶ Talcott Parsons – Edward A. Shils, *Toward a General Theory of Social Action*, New York, Harper & Row, 1951.

⁷ Naturalmente esistono anche oggi modelli di adolescenza giudicabili come «negativi», ma sulla base della morale corrente, non di una morale riferita al passato (altrimenti oggi anche le caviglie scoperte delle donne dovrebbero essere considerate immorali e lascive, come nell'Ottocento).

livello del costume e dei rapporti fra i sessi. È stato un periodo in cui voci illuminate della letteratura giovanile hanno proposto interrogativi in modo estremamente equilibrato, come nel romanzo *Extraterrestre alla pari* di Bianca Pitzorno (1979). Nel quale, al di là dei fumetti di infima fattura dell'emergente porno all'italiana, sono stati proposti su una rivista di grande richiamo come *Amica* i temi maturi e al femminile di *Lea Martelli*, un fumetto del 1977 di Marco Tomatis e Cinzia Ghigliano avente per protagonista una procuratrice legale. In cui alla televisione erano sempre più frequenti telefilm, per lo più americani ma assorbiti volentieri da una platea italiana molto ricettiva, con protagoniste donne volitive e con i pantaloni (*Charlie's Angels*, *La donna bionica*, *Mork & Mindy*, *Tre cuori in affitto*); e trasmissioni televisive dove era messo in mostra un ombelico femminile (quello della Carrà in *Canzonissima*, nel 1970) o da cui proprio una donna veniva bandita per avere generato un figlio fuori dal matrimonio (Mina e il suo esilio televisivo nel 1963 e poi dal '74). Ma al di là degli anticorpi moralistici della TV di stato di allora, quello che alla lunga è uscito vincente da quella vicenda è il diritto delle donne di staccarsi dai più limitanti dettami sociali borghesi, fino allora invincibili.

Risulta però chiaro che quel modello di donna coi pantaloni, che prende e dà quando vuole, a lungo andare è stato attaccato da quegli anticorpi della conservazione sociale che parla solo al maschile. Il problema è che la società procede sempre per accumulo e innovazione, è molto raro che torni a ciò che è stato; quindi quegli anticorpi non sono riusciti a ridimensionare la figura della donna ai ruoli e alle mansioni del modello precedente gli anni Settanta. Quel che è avvenuto, da quanto si può osservare, è che alcuni degli elementi migliori delle conquiste al femminile degli anni Settanta si sono a poco a poco deteriorati e si sono uniti ad altri aspetti del mondo femminile, più tradizionali, i quali a loro volta hanno perso l'unitarietà originaria trasformandosi in caricature. Il risultato è stato un vero «mostro»: nei media *mainstream* uno dei modelli più spesso rappresentati è quello della ragazza o della giovane donna a suo dire emancipata, dai modi sboccati, dall'abbigliamento discinto e ammiccante, che mette in mostra il suo corpo sia come oggetto da esposizione e all'ammirazione maschile, sia come autentica merce di scambio. Questo si dà nel cinema, nel cosiddetto *reality show*, nella pubblicità, nei videogiochi, in personaggi come le vallette televisive, le fotomodelle, alcune cantanti. Si tratta di una donna e di una adolescente che dal punto di vista della differenziazione di genere è di netto separata dai maschi, ma che nelle condotte di corteggiamento e nelle aspirazioni socio-professionali si sovrappone spesso ai più retrivi comportamenti maschili. In altri termini, negli anni Ottanta e Novanta i sistemi di riproduzione e conservazione sociale sembra siano andati in tilt: da un lato v'è stato il ritorno a un'affermazione di femminilità e femmineità in aperto contrasto con il prototipo femminista, forse ritenuto troppo aggressivo e precursore in alcuni suoi aspetti più formali che sostanziali; dall'altro a determinati valori femministi, come quello dell'affermazione professionale parificata a quella maschile, si sono affiancate le loro versioni deformate, caricature, ironia della sorte, di alcuni modelli classici di cui parlo in seguito.⁸

Oggi l'emancipazione della donna – ivi compresa la adolescente – non si muove più, nei modelli televisivi in particolare, sui binari dell'autoaffermazione socialmente e moralmente dignitosa ma nello sfruttamento spinto della propria femmineità nei confronti dello sguardo e dell'azione maschili; la donna e l'adolescente portano i pantaloni, ma mostrano le mutandine e parte dei glutei; alcuni esempi particolarmente seguiti dalle ragazzine, come le Veline e le modelle, ambiscono al successo professionale, per poi riconfermare il modello borghese del matrimonio con figli; ma è un matrimonio con calciatori, con industriali furbetti, con politici virilmente autoaffermativi, in una situazione quindi irrealistica per chi sta al di qua del video.⁹

Questi sono spesso modelli di riferimento per le adolescenti, ma non sempre sono modelli di adolescente. Torno quindi a uno dei discorsi da cui avevo preso le mosse, aggiungendo un

⁸ Il paradosso in questa contrapposizione sta a mio avviso nel fatto che i modelli più mascolinizzanti e sessualmente espliciti prendono in parte le mosse dalle conquiste del femminismo, stravolte da strategie di senso dettate da maschi e a costoro indirizzate; quelli più femminilizzanti, rosa confetto, fatti di gonne più o meno svolazzanti e una pretesa morigeratezza morale, derivano da una impostazione di genere anacronistica e che non tiene conto dell'evoluzione dei costumi femminili, trasformando le bambine, in particolare, in bambolette invece che pensarle come soggetti compositi, e non future mamme e casalinghe in miniatura.

⁹ C'è una vecchia frase di Alfredo Panzini, «il pudore delle donne l'hanno inventato gli uomini», che al di là dell'umorismo denuncia una forte vena maschilista. Io aggiungerei, rispetto al nostro discorso, che «sono gli uomini che hanno inventato l'esibizionismo delle adolescenti».

elemento: oltre a distinguere tra l'ambito della produzione di modelli di adolescenza e quello della sua ricezione da parte delle destinatarie elettive, occorre distinguere tra rappresentazioni di genere che in un modo o nell'altro possono risultare un faro che attira le adolescenti anche se tali rappresentazioni non riguardano modelli di adolescenza, e rappresentazioni specifiche dell'adolescenza in film, romanzi, fumetti, trasmissioni TV. Io mi occupo di queste ultime.

Le adolescenti del fumetto in Italia

Essendo stato per decenni il fumetto, in Italia come in tutti i paesi occidentali, un prodotto quasi solo per maschi, le adolescenti sono poche. Eppure, qui la situazione è molto più varia rispetto a quella registrabile in TV.

VALENTINA MELAVERDE, *LA BRAVA FIGLIA DI FAMIGLIA*

Vale davvero la pena di parlare, di *Valentina Melaverde*, perché è una sorta di *primum ac prototypum* dell'adolescenza al femminile nel fumetto italiano.¹⁰ Creata per il *Corriere dei Piccoli* nel 1968 e poi emigrata sul *Corriere dei Ragazzi*, la parabola di *Valentina Melaverde* si conclude nel 1976. Ha scritto Sara Zanatta, in un libro sulle donne del fumetto italiano, che «anche guardata con gli occhi di oggi *Valentina* appare una ragazzina intelligente, sveglia e curiosa, amante della musica (in particolare Gazzelloni, flautista italiano), molto attenta al mondo che la circonda. È una *teenager* bellina, secca secca, i capelli corti».¹¹ La stessa Grazia Nidasio ha scritto che l'adolescenza ritratta in questo suo fumetto è quella di quando ancora «i diciottenni strepitavano per avere dai genitori le chiavi di casa, nei licei si facevano le prime occupazioni, i ragazzi coi capelli lunghi erano chiamati *capelloni*» e «le cotte fra ragazzi e ragazze erano a valanga, ma sesso poco, quasi niente».¹² Lo sceneggiatore Manlio Mattaliano ha dichiarato, in una riflessione sul proprio *blog*: «al giorno d'oggi *Valentina Melaverde* non durerebbe un numero in edicola, ma forse sarebbe anche giusto non alimentare a tutti i costi il gusto *fashion* "scosciato" di queste giovani ragazzine». Una lezione di buon fumetto, quella di *Grazia Nidasio*, che penso sia stata seguita da alcuni fumettisti italiani colti e molto sensibili, sebbene con significativi e naturali adeguamenti all'attualità. Ci torno sotto. Prima, i *manga*.

I MANGA. *NON SOLO ORFANE: IL TRIONFO DEI SENTIMENTI E DEL GRUPPO DEI PARI*

In Italia i fumetti giapponesi nei primi anni Ottanta hanno iniziato a riempire una enorme voragine di mercato e, direi, emozionale: quella relativa alle lettrici bambine e adolescenti in cerca di un corrispettivo – linguisticamente più accattivante della sola narrativa alfabetica – dei romanzi rosa delle loro mamme, e però con situazioni più avvincenti e meno codificate sull'ideologia di genere in cui l'uomo è il principe azzurro risolutore. Ciò ha avuto luogo con storie come quelle di *Candy Candy*, *Lady Oscar* (entrambe titolari di testate eponime piuttosto longeve) e varie altre eroine del Sol Levante, pubblicate su riviste scaturite dal successo degli *anime* (i disegni animati nipponici) ed editate anche da editori blasonati come RCS e Fabbri.¹³ Oggi i *manga* sono, dopo i mensili Bonelli e le pubblicazioni Disney, i fumetti più amati in generale dal pubblico italiano. In particolare, sono i più letti dagli e dalle adolescenti; a parte il merito di contribuire al piacere della lettura – anche questo, tema per un altro convegno¹⁴ – e di avviare le ragazze alla lettura dei fumetti in un ambito editoriale prima a quasi esclusivo appannaggio maschile, la rivoluzione tematica e strategica proveniente dal Giappone è che nel genere «*shōjo manga*» (lett. 'fumetto per ragazze') protagoniste sono proprio le giovanissime.

¹⁰ Intendiamoci, adolescenti nei fumetti italiani ce n'erano fin da prima: basti citare *Fiammetta*, ragazzina coraggiosa amica di Nico, il ragazzo protagonista di *Sciuscìà*, il fumetto sugli Alleati e la Resistenza di Tristano Torelli, Renzo Barbieri, Ferdinando Tacconi, Mario Cubbino, Franco Paludetti e Lina Buffolente (1949), ispirato al film di De Sica del 1946. Ma è con *Valentina Melaverde* che l'adolescenza in sé diventa un vero e proprio tema narrativo.

¹¹ In Sara Zanatta – Eleonora Guzzetta – Samanta Zaghini, *Le donne del fumetto. L'altra metà dei comics italiani: temi, autrici, personaggi al femminile*, a cura di Sara Zanatta, Latina, Tunué, 2009 (in corso di stampa).

¹² *Grazia Nidasio, Valentina Melaverde. Il mondo di Valentina*, Firenze, Salani, 1996, pp. 4 e 7. Cfr. anche *Il Club delle Mele Verdi*, Firenze, Salani, 1996 e *Valentina in primo piano*, Firenze, Salani, 1997.

¹³ *Lady Oscar* (orig. *Versailles no bara*) è un fumetto di Riyoko Ikeda del 1972; *Candy Candy* (1975) è di Kyōko Mizuki e Yumiko Igarashi. Entrambi sono stati pubblicati in Italia con largo successo – e *Lady Oscar* in varie edizioni.

¹⁴ – Si rimanda ai dati ISTAT su «Cultura, socialità e tempo libero» del 2005, dai quali emerge ad esempio che nella fascia d'età tra gli 11 e i 14 anni i maschi che dichiarano di aver letto almeno un libro negli ultimi 12 mesi sono il 54,2% a fronte di un 68,9% tra le femmine.

Temi degli *shôjo* non sono solo le vicende visibili, le azioni, ma soprattutto i sentimenti, ed è per questo che tali fumetti entrano in una fortissima sintonia con il vissuto e le emozioni delle loro lettrici; si pensi solo a titoli come *Nana* (2001), *Paradise Kiss* (2000) e *Cortili del cuore* (1995) di Ai Yazawa, o a *Mars* (1996) di Fuyumi Sôryô. Si tratta probabilmente dei quattro titoli di *manga* per ragazze più venduti in Italia e in Europa. Quella che viene sbrigativamente definita «generazione Moccia» o addirittura «mocciosa» è una realtà complessa di giovani deficitari di riferimenti dal mondo adulto. Nelle pubblicazioni a fumetti nipponiche, fin dal dopoguerra e in modo particolare nei *manga* per i ragazzi e le ragazze, veniva raffigurato un dato di fatto della vita dei giovani giapponesi, la carenza/assenza genitoriale per motivi legati alle dinamiche di sviluppo urbano ed economico del Giappone del miracolo post-bellico.

Che questa situazione si percepisca anche in Italia, oggi, con tutte le differenze del caso ma con effetti simili, è una coincidenza in cui i *manga* si sono trovati, traendone indirettamente vantaggio per la intensa identificazione delle lettrici con le protagoniste cartacee. Anche negli *shôjo* le ragazzine sono, con tutte le loro fragilità, fundamentalmente da sole, senza genitori; perché o lontani, o sconosciuti, o deceduti – come nella migliore tradizione del romanzo di formazione europeo. Perciò hanno narrativamente la possibilità di costruirsi degli spazi di socializzazione e di accumulare esperienze all'interno di una fitta rete di contatti, amicizie e rivalità in base alle quali il loro ingresso nella vita avviene per esposizione diretta. Gli *shôjo manga*, nella versione televisiva e poi in quella cartacea, sono cioè stati negli anni Ottanta e Novanta per le ragazzine italiane veri e propri romanzi di formazione in concreta e insperata continuità pedagogico-letteraria con i romanzi tradizionali, in una fase nella quale il romanzo era in netta crisi. Le ragazze degli *shôjo* più classici sono eroine tristi e androgine come Lady Oscar, od orfane cariche di energia e speranza come Candy Candy. È interessante notare che qui non siamo sempre di fronte allo «svilimento nella sofferenza (il filone letterario delle “fanciulle infelici”»)» del quale parla Emy Beseghi riferendosi a una tradizione romanzesca per giovinette¹⁵ ma, anzi, a ragazze risolte e reattive di fronte alle difficoltà.

Le protagoniste più interessanti sono però quelle dei fumetti recenti. Ai Yazawa è l'artista più rappresentativa dello *shôjo manga* degli ultimi dieci anni e in sostanza, oggi, l'autrice di fumetti più amata e venduta in Italia. Le sue adolescenti sono ragazze all'ultima moda ma non necessariamente superficiali; fanno gruppo con combriccole di amici non troppo dissimili, nei principi generali, da quei famosi «ragazzi del muretto» della televisione italiana; studiano arte e moda; hanno famiglie con i genitori divorziati e con nuovi compagni al seguito e fratellastri vari; sono generalmente magre e dinoccolate, ma non per scarsa alimentazione bensì per uno stile grafico peculiare ed esteticamente *à la page*. *Nana* è forse la storia che negli ultimi anni è più entrata nel cuore delle giovani lettrici: parla di due ragazze di nome Nana che per caso si ritrovano a vivere nello stesso appartamento ed è ambientata nel Giappone contemporaneo. Ci sono tutti gli ingredienti che possono interessare a una adolescente di oggi, perché ne colgono in pieno le priorità esistenziali: il proprio posto nel mondo, la voglia di indipendenza, quella di scoprire le dimensioni più profonde dell'eros, il bisogno vitale di esperire, ai fini della loro maturazione, quello che gli psicologi chiamano *sensation seeking*, ma senza estremismi. Non è casuale che anche queste serie recenti arrivino pure sotto forma di *anime* oltre che di *manga*.

Se i fumetti giapponesi sono così apprezzati è allora importante che gli esperti di romanzo giovanile se ne occupino, per capire da vicino i fattori vincenti e dunque i gusti e le istanze di quella che, chiamata forse sbrigativamente «generazione Y»,¹⁶ è un rutilante caleidoscopio di sentimenti, gusti, istanze esistenziali e personalità diversificate ma evidentemente accomunate da alcuni fattori cruciali per le ragazzine italiane, che sono colti con grande acume da questi fumetti, evidentemente meno «diversi» di quanto uno sguardo iniziale possa far pensare.

¹⁵ Emy Beseghi (a cura di), *Nel giardino di Gaia*, Milano Mondadori, 1994, p. 67.

¹⁶ Così definita dagli studi di marketing cosiddetto generazionale: è «un gruppo molto eterogeneo, composto soprattutto da studenti o giovani lavoratori, la cui adolescenza si dispiega a cavallo dei due secoli, in un contesto socio-culturale di forte conflittualità politica nazionale e di crisi internazionali». Sono nati tra il 1979 e il 1991 e sono definiti come «Razionali Disincantati»: «videogame, internet e il cellulare concorrono con Mtv per conquistarsi il loro tempo libero». Piermarco Aroldi – Fausto Colombo (a cura di), *Successi culturali e pubblici generazionali*, Milano, RTI, 2007, p. 37. Cfr. anche degli stessi autori *Le età della Tv. Indagine su quattro generazioni di spettatori italiani*, Milano, Vita e Pensiero, 2003.

LE ADOLESCENTI ITALIANE A FUMETTI

Effettuiamo allora una rapida carrellata su alcune recenti serie di fumetti italiani di qualità con protagoniste ragazze adolescenti: *Martina*, creata da Laura Scarpa nel 1987,¹⁷ è figlia di genitori separati; *Francesca*, di Guido Crepax, diciassettenne nata nel 1992 per la rivista *Lupo Alberto*; sua coetanea è *Sprayliz* di Luca Enoch, nata per l'*Intrepido* e con trascorsi editoriali variegati;¹⁸ poi *Piera*, realizzata nel 1994 per il giornalino *Dinamite* della Granata Press da Giovanni Mattioli e Davide Toffolo; *Lola*, diciottenne apparsa su *Comix* e ad opera di Cinzia Leone; la nota *Gea*, del 1999, ancora di Luca Enoch ed edita da Bonelli fino al 2007, in una miniserie «in tempo reale» nell'ultimo numero della quale la protagonista, dai 14 anni del primo episodio, ne ha 22 ed è in dolce attesa; le *Cocche Belle* di Elettra Gorni, per creare le quali l'autrice si è ispirata alle compagne del collegio;¹⁹ infine in *Monster Allergy* – ma la lista sarebbe ancora lunga – la giovane co-protagonista, Elena Patata, riesce quasi a materializzare il suo amico immaginario, Charlie Shuster, mentre il suo migliore amico (vero) Zick scopre di essere un «domatore di mostri» e di avere una famiglia alquanto bizzarra.²⁰

L'adolescenza è narrata anche in fumetti italiani in qualche modo Disney, cioè editi dalla Disney Italia ma frutto di una sensibilità tutta nostrana, come nel caso di *W.I.T.C.H.*²¹ Questo fumetto è ideato da Elisabetta Gnone. Esso, oltre a prendere spunto da un *concept* giapponese (*Sailor Moon* di Naoko Takeuchi, fumetto degli anni Novanta di strepitoso successo anche in Italia come *manga* e come *anime* ed esso stesso interessantissimo fumetto per ragazze), da un design fumettistico francese in salsa Disney (frutto del notevole talento grafico di Alessandro Barbucci e Barbara Canepa) e dal *fashion* statunitense nell'abbigliamento e negli oggetti delle protagoniste, è in molti episodi quasi un salotto filosofico sull'adolescenza al femminile, dove sotto la patina moraleggiante e *politically correct* disneyana si scorgono delle problematiche genuine e reali, che avvicinano il prodotto ai *manga*.

I SUPEREROI E IL FANTASTICO

Anche nei fumetti statunitensi (in particolare nei supereroi, che costituiscono la maggior parte del fumetto *made in USA* edito in Italia) v'è oggi un accento sulle istanze adolescenziali; non solo una gran parte dei supereroi sono adolescenti, ma fra questi moltissime sono ragazze. In alcune serie in particolare, come *X-Men*, il tono da *soap-opera* legge con discreto realismo emotivo varie problematiche adolescenziali: gli X-Men sono mutanti, con abilità speciali che spesso li isolano dal resto del mondo. L'essere «mutanti» (metafora fantascientifica per dire «nel pieno di fondamentali cambiamenti») e l'essere potenzialmente isolati a causa di questa sopraggiunta diversità – i poteri mutanti si manifestano per la prima volta, quasi sempre, al termine della pubertà – sono due tipici fattori dell'adolescenza. Ciò è particolarmente vero oggi, un periodo nel quale le agenzie educative sono in crisi e in cui dunque gli adolescenti tendono a crescere ed «educarsi» fra di loro per tentativi ed errori nel gruppo dei pari, dove l'approvazione degli altri, nel bene e nel male, è fondamentale.

Si sarà notato che in vari fra questi fumetti è presente una ambientazione o una farcitura fantastica o *fantasy*. Emy Beseghi, in una analisi della collana «Gaia» della Junior Mondadori, ha scritto che «la presenza intensa del fantastico in questi romanzi è anche una metaforica rappresentazione della conquista di sé», uno scenario «in cui le adolescenti amano immergersi perché pesca nel profondo e risveglia risorse nascoste».²² Ciò è vero anche nei fumetti per le adolescenti: sia in quelli italiani sia in quelli stranieri – specie giapponesi – i più letti dalle giovani sono proprio quelli con sottotesti o trame apertamente *fantasy*.

¹⁷ Per *Ragazza in*, qualche anno più tardi per *Lupo Alberto Magazine* e poi per il volume *Amori Lontani*.

¹⁸ Dopo *Intrepido* appare su *Nuvole*, *Gulliver*, *Dime Press*, *Fumo di China*, in una serie eponima per Star Comics e infine alla Comics & Dintorni.

¹⁹ La prima storia è stata pubblicata nel 1992 su *Almanacco delle mie brame di Lupo Alberto*; sono seguite altre edite sugli *Almanacchi di Lupo Alberto*, su *Lupo Alberto Magazine* e poi su *L'Isola che non c'è*.

²⁰ *Monster Allergy* è il titolo di un albo a fumetti pubblicato dalla Disney con l'etichetta Buena Vista Comics. La serie è iniziata il 13 ottobre 2003 e si è conclusa nel 2006 con il numero 29. Il fumetto, di cui RAI Due ha proposto la versione animata, è stato ideato da Katja Centomo (soggetto) e Francesco Artibani (sceneggiatura di quasi tutte le storie), con Alessandro Barbucci (disegni del primo numero e supervisione agli altri) e Barbara Canepa (colori).

²¹ Editto per la prima volta nel 2001 in formato *comic book*, è uno dei fumetti italiani più venduti degli ultimi anni.

²² Emy Beseghi, «La collana della regina Gaia», in Id. (a c. di), *op. cit.*, p. 100.

Risulta chiaro che se nuove consapevolezze sono entrate nel tessuto del fumetto italiano in merito alla trattazione delle adolescenti e ai messaggi loro destinabili senza didascalismi, ciò è avvenuto negli anni Novanta e Duemila. Credo che due siano i personaggi più rappresentativi in tal senso, le citate *Sprayliz* e *Gea*, di Luca Enoch. *Sprayliz* è una graffitara diciassettenne, antirazzista, pacifista, attivista politica e sempre pronta ad aiutare chi è in difficoltà; è in cerca di una sua identità sessuale, alle prese con il falso moralismo di molti adulti che la circondano e in aperta lotta contro alcune figure istituzionali corrotte (la polizia ed il sindaco). Ora, se pensate che il messaggio che l'autore vuol dare ai suoi lettori e alle sue lettrici, che negli anni Novanta erano quasi tutti e tutte adolescenti, sia di una banale «lotta dura senza paura», un sinistrorsismo ingenuo e anticlericale, niente di più errato: uno dei migliori amici e maestri di *Sprayliz* è don Luigi, un sacerdote molto attivo nella comunità, morale ma non moralista. *Gea* dal canto suo è una ragazzina che cresce con i lettori e che, al di là del presupposto narrativo fantastico (il suo basso rock nasconde una spada mistica con cui la giovane combatte i demoni arrivati da un'altra dimensione per conquistare la Terra), è impegnata socialmente, ha una rete di amici di grande spessore ed è fidanzata e innamorata di un ragazzo disabile.

Come scrive ancora Zanatta, queste adolescenti di recente nascita a fumetti «sono descritte mentre stanno costruendo e scoprendo, più o meno faticosamente, la loro identità: pienamente consapevoli del delicato periodo che stanno attraversando, hanno voglia di libertà, di provare nuove esperienze e di non essere più considerate delle “bambine”. Che vivano in una città di provincia o in una metropoli immaginaria, sono tutte spigliate e possono contare su una parlantina disinvolta e gergale e su una mimica, sia facciale che corporea, spiccata. Abbigliate con un *mix* di stili, alternano vestiti e accessori ripescati dal passato a *t-shirt* con stampato il “faccione” di qualche idolo musicale o cinematografico, amano i capi comodi che scendono morbidi sulle loro figure esili ma si affannano davanti allo specchio per scegliere la *mise* che le valorizza di più quando hanno un appuntamento, una festa, un evento a cui tengono. [...] Queste giovani protagoniste dimostrano inoltre una forte apertura verso l'esterno, fatta di tolleranza per il diverso e di una fiducia cieca nei rapporti umani. Il fatto, per molte di loro, di non aver potuto sperimentare la delicata convivenza con fratelli e sorelle, o addirittura, in alcuni casi, di vivere da sole [...] le ha spinte a cercare al di fuori del nucleo familiare dei rapporti privilegiati: con un parente più o meno della stessa età [...] con le amiche del cuore [...] con qualche amico “speciale” [...] ma anche con personaggi immaginari [...]». Lo stesso spirito positivo aleggia sulla sfera sentimentale e sessuale. Il sesso non è più un tabù o un gioiello da custodire: rimane un elemento importante, ma insieme ad altri. Senza morbosità, talora imbranato, talaltra giocoso ma, scrive Zanatta, «comunque mai volgare».²³

Il fatto che in vari fra questi fumetti siano ritratte delle adolescenti intraprendenti a livello affettivo e sessuale non solamente è in linea con l'adolescenza reale – sebbene gli stessi autori cerchino spesso di porgere le tematiche assumendo implicitamente il ruolo di fratelli maggiori che non giudicano, ma che cercano di indirizzare su una via di equilibrio comportamentale – ma è anche in sintonia con alcune tendenze attuali. Si pensi ancora alla definizione di «Y generation»: le ragazze di oggi sono più volitive, più decisioniste, più intraprendenti; vanno quasi in controtendenza rispetto a molti degli stereotipi televisivi e sociali che le vorrebbero o bambine indecise e ingenuie, o ninfette disponibili alla volontà maschile.

Le adolescenti in video

Vediamo adesso le adolescenti nel mondo televisivo. Nella situazione così fluida e caotica della televisione di oggi ho individuato quattro archetipi femminili fattisi modelli, nel bene e nel male, di donna televisiva, che influenzano anche i modelli di adolescenza al femminile per come visualizzati in televisione: Cassiopea, la bellezza superba; Eufrosine, la ninfa gioiosa; Penteseilea, l'amazzone; Hestia, la protettrice del focolare.

²³ S. Zanatta *et al.*, *op. cit.* Della stessa autrice cfr. anche, sul tema del romanzo per le ragazze, «Il mondo delle adolescenti di oggi. Percorsi tra narrativa e realtà», comunicazione presentata alla conferenza *Giovani Come V – I giovani dei giovani*, Università degli Studi di Salerno, 28-29 aprile 2008.

Sono, questi, modelli esaurienti delle declinazioni al femminile, ivi comprese le ragazzine e le adolescenti? Credo proprio di no, naturalmente. Ma schematizzano in modo utile il tema. Si fanno *patchwork* di istanze da cui le giovani spettatrici prendono secondo il loro gusto, senza direttive autorevoli dal mondo adulto, stante anche l'invasività della TV commerciale (il che oggi include, in fondo, anche la RAI). Ed è qui che fanno al caso i lavori di Ted Polhemus, che parlava di «supermarket del gusto», «dove non esistono più barriere ed etichette sensate, dove il confine temporale tra passato e futuro è dissolto».²⁴ Polhemus si riferiva soprattutto alla moda, però il suo discorso è allargabile al tema della presentazione di sé agli altri non solo al livello dell'abbigliamento ma anche a quello delle movenze e dei comportamenti.

Mi riferirò a una tipologia di tre famiglie di prodotti: i cartoon, i programmi a destinazione *teen*, i telefilm e i film TV. Non considererò però quattro altri tipi di prodotto televisivo che spesso e volentieri raffigurano l'adolescenza: la pubblicità, il videoclip, il *talk show* e la *TV-vérité*. I film commerciali sovente raffigurano l'adolescenza ma non è detto la *rappresentino*: ogni elemento di uno spot è basato su studi di marketing e indagini di opinione che le agenzie e le aziende effettuano su tutti i pubblici designati della *réclame*. Nel caso dei bambini e degli adolescenti, tuttavia, il potere d'acquisto reale ancora è spesso detenuto dai genitori, almeno in teoria, quindi la raffigurazione dei giovanissimi fino ai 15 anni circa deve rispettare anche i concetti visuali di adolescente da parte di un pubblico medio di adulti. Perciò la prospettiva da cui osservare gli spot con le adolescenti dovrebbe essere quella dei meccanismi di traslazione della loro rappresentazione rispetto alle aspettative adulte. Il videoclip musicale dal canto suo è un linguaggio molto complesso, affine alla pubblicità, che però si discosta dai criteri di una rappresentatività rispetto alle adolescenti: se ne fa più che altro modello da raggiungere. Sono spiacevole inoltre di non potermi dedicare in questa sede a due tipi di formato televisivo dove gli/le adolescenti appaiono in apparente contiguità ma in effettivo contrasto. Nel *talk show* di adolescenti, portato alla ribalta negli anni Novanta con *Amici*, condotto da Maria De Filippi, non si fa che mettere alla prova le fragilità emotive e la limitatezza di visuale di un gruppo molto poco rappresentativo di adolescenza, quello di ragazzi per lo più della Roma «bene», a loro volta messi in un troppo estremista e stereotipato contrasto con ragazzi di borgata.²⁵

La *TV-vérité* con adolescenti, mi passerete il termine, è quel genere di trasmissione in cui viene ripresa la loro vita a scuola, a casa, nei pomeriggi con gli amici, ove possono essere alle prese o con le mansioni quotidiane o col gruppo dei pari, per la realizzazione di un compito speciale o per l'organizzazione di una recita scolastica. A occuparsi di questi programmi sono RAI Tre e MTV, con produzioni sia acquistate dall'estero (Francia, Canada, USA) sia prodotte *in loco*. Taglio corto sulla *TV-vérité* perché non c'è pietra dello scandalo. Non so se avete mai visto i programmi di questo tipo, come *School in Action* su MTV o *Screensaver* su RAI Tre: si tratta di trasmissioni ove si vedono gli adolescenti per come sono. Certo non *appaiono* i tratti estremi di quell'età, come sesso e droga; ma se ne *parla*, specie su MTV.

Segnalo infine che i quattro archetipi da me qui proposti a fini euristici risaltano nella TV generalista e non nel primo prodotto qui preso in considerazione, i disegni animati.

DISEGNI ANIMATI. GLI ANIME GIAPPONESI, PRIMI AL TRAGUARDO

Il discorso è quasi totalmente sovrapponibile a quello del fumetto, in particolare al fumetto giapponese: dalla fine degli anni Settanta-primi anni Ottanta la massiccia proposizione nelle televisioni nazionali e locali, pubbliche e private, di una vasta produzione animata giapponese ha fatto sì che nei programmi a specifica destinazione giovanile – non solo infantile ma anche adolescenziale – la maggior parte dei protagonisti fossero precisamente adolescenti. La quasi totalità dei cartoon TV giapponesi scaturisce in origine da storie a fumetti, sempre giapponesi, che sono state edite in Italia, in modo organico, a partire dagli anni Novanta, anche se – come ho spiegato – alcuni fumetti giapponesi per le e sulle adolescenti sono stati pubblicati in Italia già dai primissimi anni Ottanta. Fra gli elementi distintivi dell'adolescente nell'animazione

²⁴ Ted Polhemus, *Street Style: From Sidewalk to Catwalk*, London, Thames and Hudson British Library, 1994 e Id., *Style Surfing: What to Wear in the 3rd Millennium*, London, Thames and Hudson British Library, 1996.

²⁵ Su *Amici* un valido contributo è Alberto Pellai (a cura di), *Teen Television. Gli adolescenti davanti e dentro la tv*, Milano, FrancoAngeli, 1999.

giapponese vi sono i generi narrativi tipici dell'*anime* e in specie, a destinazione femminile, le *majokko*, le maghette. Sono bambine che con dei poteri magici si trasformano in adolescenti e fanno il loro ingresso nel mondo dei «grandi», o quantomeno di alcune loro responsabilità: la necessità di fare delle scelte e di assumersi il carico delle proprie azioni. Si tratta di versioni contemporanee e postmoderne del *Bildungsroman* per giovinette, adattato ai tempi. Ne ho già parlato lungamente in altra sede e dunque non mi ci dilungo qui. Basti citare personaggi come Bia, Creamy, Magica Emi negli anni Ottanta e, nei Novanta, la celebre Sailor Moon.²⁶ Oggi la tendenza è raccolta e perfezionata da prodotti europei quali le versioni animate di *W.I.T.C.H.* e di *Winx Club* e nordamericane come l'avventurosa *Kim Possible* della Disney e la produzione statunitense-canadese *Sorriso d'argento*, una *sit-com* scolastica in animazione.

I disegni animati giapponesi comunque si sono ammodernati negli anni, sono cresciuti con il loro pubblico in modo molto più arguto di quelli occidentali. Oggi su MTV sono trasmesse serie nipponiche nelle quali le ragazze adolescenti sono raffigurate in modo approfondito; ciò perché gli *anime*, partendo da versioni a fumetti realizzate da autori spesso attenti a raccontare il vissuto dei lettori attraverso il proprio, colgono con precisione quasi millimetrica gli umori della fascia 13-18. In Italia vi sono state diverse serie di estrema popolarità, fra le quali *Prendi il mondo e vai*, *Questa allegra gioventù*, *È quasi magia Johnny*, *Piccoli problemi di cuore*, *Rossana* e *Temi d'amore tra i banchi di scuola*.²⁷ Oggi, come dicevo, il testimone delle serie adolescenziali è raccolto primariamente da MTV, che trasmette *anime* sulla cresta dell'onda e molto seguiti dalle adolescenti, che li alternano ai programmi musicali trovandovi motivo di forte interesse per la fedeltà emotiva ed esteriore con cui sono tratteggiati i loro corrispettivi.

Certamente ci sarebbe un discorso in più da fare per almeno due tipi di prodotto animato per le adolescenti e, almeno in parte, *sulle* adolescenti. Da un lato il fenomeno *Winx Club*, che travalica il discorso televisivo: la serie animata e il film delle Winx sono solo accessori di una ridda ben più composita di iniziative prevalentemente merceologiche che si basano su delle estetiche palesemente derivate dai *manga*, dal retaggio disneyano e da Barbie. Sebbene le fate di *Winx Club* siano adolescenti, tuttavia, esse si rivolgono alle bambine e quindi mi permetto di trascurarle. Dall'altro lato ci sono le adolescenti raffigurate in due *sit-com* satiriche, *Daria* (trasmessa su MTV) e *I Griffin* (mandata in onda da Italia 1): anche in questo caso, tuttavia, il destinatario finale non è nello specifico la ragazzina ma semmai i post-adolescenti e i giovani adulti, peraltro senza una precisa distinzione di genere. Ma *Daria* in particolare, per il livello notevole dei dialoghi e dei concetti messi in campo, è forse la serie più intelligente sul tempo delle mele mai messa a disegni animati da parte delle produzioni occidentali. Le adolescenti in *Daria*, a partire dalla protagonista eponima, esprimono una gamma di sentimenti e idee di grande acume sceneggiativo, con dialoghi sempre brillanti. C'è casomai da chiedersi quanto dell'adolescenza corrente la serie esprima e quanto non sia una idealizzazione degli autori; ma questa domanda va girata a chi gli adolescenti li frequenta giornalmente, come gli educatori di comunità, gli animatori parrocchiali e delle ludoteche, di certo anche gli insegnanti. Tutti dei soggetti che a questo punto potrebbero provare a esaminare questi cartoon.

PROGRAMMI A DESTINAZIONE TEEN: LA NINFA, LA BELLA E L'AMAZZONE

Un modello che ciclicamente torna in TV è quello della ninfa o, se vogliamo metterla in termini più crudi, della «Lolita». Dall'inizio degli anni Ottanta, per una coincidenza tra i gusti degli spettatori maschi, lo spostarsi del senso del pudore e le preferenze di alcuni oligarchi del video molto influenti, la ninfa gioiosa è stata presentata in termini edulcorati, ma persistenti. Gianni Boncompagni ne è il profeta: un suo programma *d'antan*, costituito di interviste alle ragazze del concorso «Miss Teenager», mostrava ragazze e ragazzine come Barbara De Rossi, Isabella Ferrari, una Claudia Gerini quasi bambina, raccontarsi di fronte alla telecamera con

²⁶ Marco Pellitteri, *Mazinga Nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake-generation 1978-1999* (1 ed. 1999), Roma, Coniglio, 2008³, pp. 171-75 e *passim*; Id., *Il Drago e la Saetta. Modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese*, Latina, Tunué, 2008.

²⁷ *Prendi il mondo e vai!* e *Questa allegra gioventù!* dai fumetti di Mitsuru Adachi (*Touch*, 1981 e *Hiatarì Ryôkô!*, 1980-'81); *È quasi magia Johnny!* da *Kimagure Orange Road* di Izumi Matsumoto, 1984-'87); *Piccoli problemi di cuore* (*Marmalade Boy* di Wataru Yoshizumi, 1992); *Rossana* (da *Kodomo no omocha* di Miho Obana, 1995) e *Temi d'amore tra i banchi di scuola* (da *Mizuiro jidai* di Yû Yabûchi, 1991-'94).

tagli sul corpo ed effetti *flou* che richiamavano da vicino le adolescenti desnude ritratte dal fotografo David Hamilton. La ninfa, sempre più esplicitamente lolitica e sempre più gioiosa, è stata poi rilanciata dallo stesso autore/regista in *Non è la RAI* nei primi anni Novanta, dove Ambra Angiolini è una presenza simbolicamente secondaria, contrariamente a ciò che si dice spesso in giro. La creatura primaria di quel programma è la massa in sé, l'harem degli harem, un profluvio di ragazzine sorridenti, ammiccanti, saltellanti e discinte, che si offrono al vero pubblico del programma, non le casalinghe ma i maschi di età varia (non solo gli adolescenti ma pure i giovani adulti e gli adulti, alter ego virtuali del demiurgo stesso, Boncompagni).²⁸

Oggi siamo di fronte all'apoteosi televisiva dell'adolescente svestita, sensuale, fintamente consapevole, che volentieri si presta allo sguardo del maschio – anzi, sembra che sia la sua ragione di vita – e questo modello è, lo si intuisce, la Velina. Le Veline attualmente in onda a *Striscia la Notizia* hanno entrambe 18 anni e oltre a essere esse stesse un modello stereotipo di adolescente svelta ma forse non sveglia, sono un possibile modello di autoproposizione per le ragazze al di qua del video e un probabile riferimento per i maschi come oggetto desiderabile su cui avanzare pretese; di qui il circolo vizioso delle ragazzine che cercano di assomigliare alle adolescenti del video, per incontrare il gusto dei coetanei maschi che quel modello della TV assorbono e possono arrivare a ritenere come «dovuto». L'assoggettamento alla volontà di potenza (o anche solo dello sguardo) maschile si fa fortissima. Basti pensare a come questo effetto si propaghi in modo incontrollabile su internet, su *Youtube*, dove legioni di adolescenti si esibiscono in balletti e spogliarelli, per puro esibizionismo e per compiacere sé stesse in quanto esempi perfetti di corrispondenza ai gusti maschili.²⁹

Su MTV va in onda in questi anni un altro modello/archetipo, la bella e superba: non parlo affatto delle conduttrici e delle *vee jay*, che anzi rappresentano modelli di giovane donna non priva di garbo ed eleganza, ma delle protagoniste dei giochi a eliminazione come *Dismissed* e *Next*, nei quali un ragazzo e poi una ragazza devono scegliere fra più pretendenti. Il discorso che emerge con più insistenza nelle conversazioni di corteggiamento è la sessualità, seguito dalla moda e dalla forma fisica; tutti e tre i temi risaltano come pure *performance*, prestazioni. Sia in senso atletico sia in senso merceologico: sono bravo/a nel sesso e i miei addominali o i miei seni perfetti mi rendono appetibile. La maggior parte dei partecipanti a questi giochi da terza media votati a una spietata competitività, che si basa sulle apparenze scenografiche ben più che sui contenuti di una chiacchierata, sono ventenni, ma insomma, il re è nudo: il *target* primario di questi programmi è l'adolescente e i giocatori altro non sono che *avatar* del loro pubblico. Le ragazze che giocano a *Next* non sempre sono belle come quelle di *Dismissed* (le quali erano quasi sempre e solo modelle casualmente ma non sempre iscritte all'università) e si può segnalare che spesso c'è una flebile morale, forse di facciata ma rinvenibile: la ragazza non sempre sceglie il ragazzo più *cool* e il ragazzo non sempre sceglie la ragazza più bella o più disinibita. Quindi occorre fare attenzione e non giudicare tali trasmissioni solo da rapidi sguardi e dalle generalizzazioni, ma osservarle mettendosi nei panni della giovane spettatrice. Infatti il modello di Hestia, protettrice del focolare, della donna di costumi morigerati, cova spesso al di sotto della passione visualizzata nei bei corpi e negli scenari di tali programmi.

In una trasmissione più recente e di grande successo, *Amici di Maria De Filippi* su Canale 5 (da non confondere con il quasi omonimo *talk show* degli anni Novanta) l'archetipo che mi pare predomini sugli altri è quello dell'amazzone, della ragazza guerriera. Come sapete, *Amici* è nella sua incarnazione attuale una competizione artistica sulla falsariga del vecchio telefilm americano *Fame* (*Saranno famosi*), fusa con le dinamiche del *reality show*. Non intendo qui soffermarmi sulla valenza educativa o antieducativa del modello competitivo proposto da tale programma, perché non sono un educatore, posso però far notare come la prestazione artistica qui viene spogliata della sua dimensione privata e rivolta verso l'espressione di sé a vantaggio di un meccanismo di mutua sopraffazione tra i giovani scolari. Se da un lato il meccanismo lo

²⁸ Si aggiunga un particolare che rende questa vicenda ancora più torbida, cioè il «fidanzamento» di Boncompagni, prima nel 1979 e dopo nel 1985, con le vincitrici dell'edizione di quegli anni di «Miss Teenager», Isabella Ferrari e Claudia Gerini. Ferrari nel 1979 aveva 17 anni; Gerini nel 1985 ne aveva 13. Boncompagni, rispettivamente, 47 e 53.

²⁹ Anche *Youtube* è televisione: una ultra-neotelevisione, per aggiornare con licenza la famosa definizione «neotelevisione» di Umberto Eco nell'articolo «Stravideo», *L'Espresso*, n. 4, 30 gennaio 1983, riedito come «Tv: la trasparenza perduta», in *Id.*, *Sette anni di desiderio. Cronache 1977-1983*, Milano, Bompiani, 1983.

si può vedere come un severo antipasto della scuola della vita, dall'altro la messa in pubblico dei drammi interiori, dei litigi e anche delle umane meschinità degli adolescenti partecipanti è annoverabile nella «pornografia dei sentimenti», la nota definizione del regista tedesco Wim Wenders utilizzata fra gli altri, nel discorso sulla TV, anche dalla psicologa Silvia Bonino.³⁰

TELEFILM E FILM TV: IL TRIONFO COMPOSITO DI UNA HESTIA EMANCIPATA

Una trattazione sui telefilm e film per la televisione sarebbe anch'essa sterminata. Quindi mi limiterò alle produzioni italiane e a cinque titoli che ritengo particolarmente indicativi.

Si possono suddividere in due gruppi: i prodotti che cercano di ritrarre l'adolescenza come è nel presente o come dovrebbe essere secondo una visione di facciata, pur non tacendo i vari problemi più comuni di quell'età; e quelli che disegnano un'immagine nostalgica e idealizzata dell'adolescenza e della gioventù, ritraendo il passato e in specie gli anni Sessanta.

Al primo gruppo appartengono *I ragazzi della III C*, *I ragazzi del muretto* e *I Cesaroni*. Le prime due, sostanzialmente simili nella struttura, assumono atteggiamenti diversi nel mostrare le adolescenti. In *I ragazzi della III C* (1987-'89) le ragazze sono trattate in modo superficiale, come stereotipi: la darkettona creativa, la sciantosa, la fidanzatina fedele; ma è pur vero che la serie è di impostazione comica, dunque programmaticamente da basarsi su maschere, e inoltre non è che questi stereotipi siano poi così lontani dal vero, se visti con il sorriso sulle labbra. In *I ragazzi del muretto* (1991-'96), invece, le storie e i personaggi assumono i tratti di un vero e proprio spaccato sociale nella Roma di periferia: le trame parlano di droga, povertà, malattia, rapporti interclassisti, problemi familiari, disabilità. Le adolescenti qui sono trattate con fin troppa indulgenza, quasi si trattasse di future donne davvero consapevoli del loro ruolo invece che delle ex bambine della realtà, ancora confuse e in cerca della loro identità. In *I Cesaroni*, infine, pare che il ritratto adolescenziale al femminile, nei personaggi di Eva e Alice – sorelle di 17 e 12 anni – sia più realistico. Eva e Alice, come tutta la serie *I Cesaroni*, al di là delle edulcorazioni inevitabili nelle strategie televisive sono fra le adolescenti più veraci formulate dalla televisione italiana degli ultimi vent'anni: sono *medie* ma non prive di guizzi personali, che le rendono personaggi magari non shakespeariani, però di certo non monodimensionali. Puntano ad avere buoni voti ma studiando; anelano a un amore che sia donato loro da coetanei meritevoli e onesti; non sono santarelline ma, formate da un'educazione genitoriale dialogica ed equilibrata anche se non infallibile, hanno saldi alcuni fondamentali imperativi morali.

Al secondo gruppo appartengono per esempio *La meglio gioventù* e *Raccontami*. Il primo è il celebre film TV in quattro puntate di Marco Tullio Giordana (2003) ispirato a *Rocco e i suoi fratelli* di Luchino Visconti; l'altra è la serie di Riccardo Donna e Tiziana Aristarco (2006) in cui si ripercorre la vita di una famiglia romana a partire dal 1960. Le due opere non si basano sull'adolescenza vera e propria, ma all'inizio di entrambe sono rappresentate adolescenti alle prese con problemi psicologici e familiari, come in *La meglio gioventù*, o le cui aspirazioni professionali sono in contrasto con le idee prevalenti del futuro a cui una giovane doveva per forza aspirare negli anni Sessanta, come in *Raccontami*. Insomma, Pentesilea e Hestia.

Qui, oltre che archetipi o stereotipi, sono al lavoro figure rappresentative di un diffuso sentire da parte delle adolescenti degli anni Sessanta. Soprattutto in *Raccontami*: al di là della facile glorificazione degli anni Sessanta, un atteggiamento che può piacere o non piacere, c'è da rimarcare come il personaggio Titti, la diciannovenne che rompe gli schemi borghesi e si impegna negli studi di diritto per divenire magistrato, costituisca un esempio costruttivo di impegno e autoaffermazione femminili lontano anni luce dalle scorciatoie continuamente oggi promulgate alle giovinette dal mondo dello spettacolo e dei media in generale.

³⁰ Silvia Bonino, «La pornografia dei sentimenti», *Psicologia contemporanea*, luglio-agosto 2005.