

Il boom degli *anime* in Italia

1978-1984: l'eccezionale successo dell'animazione giapponese¹

di Marco Pellitteri

Introduzione

L'Italia è il paese occidentale che vanta la maggior distribuzione di *anime*, cioè film e serie televisive d'animazione giapponesi; e dov'è stato edito il maggior numero di fumetti nipponici, o *manga*². Per capire l'enormità del primato italiano rispetto agli altri paesi, specie gli Stati Uniti – all'estero considerato, a torto e sorprendentemente, il paese occidentale in cui gli *anime* e i *manga* hanno maggior successo! – si pensi anche soltanto che dal 1963 al 2012 le serie animate giapponesi apparse negli Stati Uniti ammontano a circa 275³; la maggior parte di queste sono andate in onda sulla tv via cavo e in canali locali visibili solo in alcuni stati, oppure sono state vendute come vhs/dvd per un mercato di nicchia. In Italia invece, dal 1976 al solo 2006 sono state trasmesse in televisione circa 690 serie animate giapponesi. In questo conteggio è stata qui tralasciata una considerevole quantità di edizioni in vhs/dvd di vecchie e nuove serie, film, ova⁴, così come i film e le serie live-action di fantascienza usciti in abbondanza in Italia e Francia⁵. Se nel conteggio fossero stati considerati anche tutti gli *anime* usciti in Italia dal 2007 al 2014 nonché tutti i film ani-

mati usciti in sala dal 1959 al 1976, il numero di cui sopra sarebbe, ovviamente, ancora più elevato.

Di conseguenza, i numeri da capogiro che sono stati elencati costituiscono già da soli un ottimo motivo per studiare gli *anime* nel contesto italiano. Nella maggior parte degli studi internazionali, il successo della cultura pop giapponese è stato misurato, come dicevo, attraverso il livello di popolarità che ha raggiunto negli Stati Uniti. A volte, però, esistono dinamiche internazionali più diversificate, come in questo caso. Perciò questo articolo è un invito a un ampliamento della prospettiva.

1. *Manga e anime*

In generale il significato di queste parole è ormai ampiamente conosciuto, ma qui è necessaria una definizione più tecnica. Prima sono stati menzionati i *manga* perché lo sbarco dell'animazione giapponese nei paesi occidentali è stato regolarmente seguito dall'adattamento e dalla pubblicazione dei relativi fumetti, che in molti casi contengono storie originali, le quali successivamente o simultaneamente vengono trasposte in film d'animazione o serie tv: i cosiddetti *anime*.

Manga, nel contesto giapponese, indica i fumetti di qualsiasi tipo e formato, siano essi giapponesi o no; ma per il resto del mondo il termine indica esclusivamente fumetti creati da autori giapponesi. Di conseguenza, in queste pagine per *manga* mi riferisco solo ai fumetti giapponesi.

Anime è il vocabolo utilizzato per indicare i disegni animati giapponesi, in particolare quelli per la televisione. Anche se è stata introdotta in Giappone a metà degli anni Settanta, questa definizione ha assunto per molti studiosi una validità retroattiva: designerebbe infatti i disegni animati prodotti in Giappone dal 1963, l'anno in cui la prima serie animata televisiva fu trasmessa. Oggi, un gran numero di studiosi e appassionati definiscono *anime* la maggior parte delle serie animate giapponesi ma anche dei film nipponici d'animazione per il cinema, nonché le produzioni d'animazione realizzate anche con tecniche più avanzate, come la *cgi* o il *cel-shading*⁶. Il dibattito sulle varie definizioni da attribuire all'animazione giapponese è rigoglioso in quell'area in cui gli studi sul Giappone, sui media e sul cinema si intersecano⁷. Mettendo un po' da parte in questo contesto le problematichità definitorie e quindi teoriche, nel nostro caso le opere a cui si farà qui riferimento sono intese come *anime* nel senso più ampio del termine: film e serie d'animazione realizzati con la tecnica del disegno animato e prodotti in Giappone, da creatori e produttori giapponesi, principalmente rivolti al pubblico giapponese e, eventualmente, in un secondo momento distribuiti anche all'estero. Le serie sono in gene-

re realizzate in «animazione limitata» (otto disegni al secondo), nella norma degli standard televisivi in vigore anche in Occidente. Il loro impatto sui giovani italiani ed europei negli anni Settanta e Ottanta non fu dovuto ai solo occasionali virtuosismi tecnici, bensì ai contenuti e ai valori espressi, oltre che a delle significative scelte di regia⁸. I registi e gli animatori giapponesi applicavano e applicano alle loro opere ogni strumento linguistico possibile, fra cui espedienti che in Occidente sono utilizzati solo per le produzioni dal vero. Il fatto che una simile varietà di tecniche e strategie sia stata applicata alla produzione degli *anime* è molto importante per una valutazione complessiva.

2. "Anime boom" in Giappone

Anime boom: è questo il termine con cui gli studiosi si riferiscono all'exploit dell'animazione giapponese dalla fine degli anni Sessanta ai primi anni Ottanta. Tra i fattori: la popolarità e la gran diffusione delle serie animate sui robot (dal 1972) e le serie di sf come "Corazzata spaziale Yamato" (*Uchū senkan Yamato*, di Leiji Matsumoto e Noburo Ishiguro, 1974-75)⁹, "Gundam" (*Kidō senshi Gundam*, diretta da Yoshiyuki Tomino, 1979-80) e altri titoli famosi, come la seconda serie del noto "Lupin III"¹⁰; il successo fra i giovani di alcuni film innovativi, soprattutto il primo film dedicato alla saga di *Uchū senkan Yamato* (Toshio Masuda, 1977) e i primi tre film basati sulla serie "Gundam" (ancora di Yoshiyuki Tomino, 1981a, 1981b, 1982), che furono giustamente interpretati come l'inizio di una nuova era per l'animazio-

ne giapponese; e la moltiplicazione delle serie mandate in onda, che raggiunse un picco senza precedenti, sia numericamente che qualitativamente¹¹. Fu in quegli anni che la parola *anime* iniziò ad essere utilizzata anche sulle riviste giapponesi e fra un nuovo tipo di fan: i cosiddetti *otaku*.

3. Le due fasi cruciali del successo degli *anime* in Italia e nell'Europa occidentale

Esiste un'ampia bibliografia in inglese sul successo che gli *anime* e i *manga* hanno ottenuto nei paesi anglofoni ricchi: Stati Uniti, Regno Unito, Canada e Australia. Non è stata dedicata la stessa attenzione all'impatto che queste due forme di intrattenimento hanno avuto in Europa e nell'America Latina. È per contribuire a ridurre questo divario che ho scelto di far convergere parte delle mie ricerche in questa direzione. Per quello che riguarda l'Italia e la Francia ho raccolto i miei studi sul tema in un libro¹² e in vari saggi brevi in inglese, francese, giapponese. Ora, ci sono molte differenze nei modi in cui gli *anime* sono approdati negli Stati Uniti, nei paesi europei e in Italia. Negli Stati Uniti c'è stato un inizio lento fino al 1990 e poi il ritmo è aumentato negli ultimi anni. In Italia è avvenuta una vera e propria invasione dal 1978 fino alla metà degli anni Ottanta; poi c'è stato un momento di stallo, e in seguito una nuova accelerazione verso la metà degli anni Novanta, in concomitanza con le vendite di riviste e collane di *manga*. Un rinnovato interesse per gli *anime* si è registrato a partire dalla metà degli anni Duemila, ma non c'è più al momento un'offerta granché

variegata di vecchi e nuovi prodotti in onda su canali tematici o diffusi per l'home-video.

Alla fine degli anni Settanta e negli anni Ottanta, specialmente in Italia, Spagna e Francia, l'arrivo massiccio di *anime* fu accompagnato da un'ampia serie di prodotti: libri illustrati, *manga* originali e adattati, giocattoli, gadget e licenze commerciali¹³. Questo boom fu il primo passo di quella che si sarebbe configurata come un'enorme diffusione della cultura pop giapponese in Europa, durata nella sua prima fase dal 1975 al 1995. Il sociologo Kiyomitsu Yui ha teorizzato uno schema sulle fasi di penetrazione degli *anime* e *manga* diviso in quattro fasi di progressiva accettazione che rispetta le stesse conformità in diversi paesi. Da un primo passo in cui media, insegnanti, pedagogisti e intellettuali mostrano un netto rifiuto e disgusto per l'estetica e i contenuti di queste forme espressive, assistiamo a un processo in quattro stadi di una progressiva legittimazione della cultura dei *manga* e degli *anime* nel sistema socioculturale locale, solitamente in un arco temporale di ventitrent'anni¹⁴.

L'influenza degli *anime* in tv, e poi giocattoli, libri illustrati e poco dopo i *manga*, tutto ciò ha creato un nuovo gusto estetico per ulteriori generazioni di bambini che, crescendo negli anni Novanta e Duemila, sono diventati acquirenti di *manga* nella seconda macrofase di questo processo, che si è snodata dal 1996 fino alla fine degli anni Duemila. In questa seconda fase non si sono occupati di *manga* e *anime* solo editori e reti televisive locali: le aziende giapponesi hanno iniziato a

promuovere attivamente l'esportazione dei loro *franchise*, tramite una strategia "push and pull".

Nel periodo tra la metà degli anni Settanta e la fine degli anni Ottanta due generazioni di bambini, non solo in Italia, assimilavano nuovi stili grafici, modificando i propri disegni rendendoli sempre più simili agli *anime* che guardavano in televisione, nella riproduzione sia di oggetti che di personaggi¹⁵. Nel periodo successivo, tra i primi anni Novanta e il Duemila, alcuni di questi bambini sarebbero diventati creatori di fumetti, amatoriali o professionisti, con degli stili fortemente influenzati dalle estetiche dei *manga*. Ho mostrato i risultati dei miei studi condotti su questo genere di influenze in diversi scritti e ho introdotto il concetto di *transacculturazione*, «per evidenziare le dinamiche di inclusione di temi, concetti e valori relativi all'immaginario giapponese nei fan di fumetti e animazione giapponesi italiani ed europei»¹⁶.

4. Giapponismi subculturali e modalità manghesche

Siamo tutti al corrente della tendenza culturale detta *Japonisme* (in italiano, Giapponismo) in voga in Francia, Inghilterra, Germania, Italia e in altri paesi europei, in particolare tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo: una molteplicità di suggestioni provenienti dall'arte e dalla cultura giapponesi. In questo caso vorrei però porre l'attenzione su altri due possibili tipi di Giapponismo apparsi nei decenni successivi. Possiamo inquadrare i due macroperiodi della popolarità delle culture pop giapponesi sui giovani italiani

individuati rapidamente in precedenza (dal 1975 al 1995 e dal 1996 fino al termine degli anni Duemila) come due nuovi tipi di Giapponismo subculturale, facendo le opportune distinzioni e tenendo in considerazione ciò che è già stato chiamato Neo-Giapponismo¹⁷.

L'antropologa Sharon Kinsella ha parlato di una «Giapponizzazione della gioventù europea»¹⁸, una definizione che, per quanto un po' esagerata, ci incoraggia a focalizzare la nostra attenzione su quei fan il cui stile di vita può essere categorizzato come *mangaesque*, traducibile in italiano come "mangheggiante" o, più letteralmente, "manghesco". Con il termine *mangaesque* Jacqueline Berndt¹⁹ ha indicato un insieme di stili, atteggiamenti e modalità di produzione e consumo legati ai *manga* (intesi come testi letterari e opere grafiche); cioè delle strategie di proposizione sul mercato di stili di consumo e di prodotti che fanno riferimento al mondo dei *manga* e degli *anime* o che in qualche modo dalle loro modalità di distribuzione e consumo prendono ispirazione. Oggi in effetti molti atteggiamenti e comportamenti di consumo dei fan potrebbero essere definiti come mangheschi, mangofili, mangheggianti, *mangaesque*. Questo concetto converge con le nozioni da me introdotte di Giapponismo subculturale e *transacculturazione*: un'ampia gamma di prodotti letterari e di intrattenimento giapponesi è divenuta il centro attorno al quale un numero sempre crescente di giovani fan si riunisce e si impegna in attività culturali di socializzazione fra pari. Se volessimo dare un nome a questo processo,

potremmo usare il termine *manghizzazione*, con riferimento alla produzione e al consumo di prodotti culturali indipendentemente dal loro effettivo legame con le storie dei *manga* e degli *anime*. Questo è senz'altro uno degli effetti principali e a lungo termine dell'*anime boom*. Ed è una delle conclusioni che ho tratto in seguito alle mie ricerche, sia quelle recenti che quelle più datate²⁰.

5. Formati di produzione e modelli di consumo dell'*anime boom*

È tramite le serie lunghe (26 o più episodi) che gli *anime* hanno guadagnato popolarità in Italia tra gli anni Settanta e gli Ottanta. Il concetto stesso di *anime boom* è strettamente e imprescindibilmente legato alle serie di lungo corso trasmesse dalle televisioni generaliste.

Un altro elemento fondamentale in questo scenario è la cadenza delle messe in onda delle serie in Italia, diversa dalle programmazioni in Giappone o negli Stati Uniti. In Giappone le serie sono sempre state mandate in onda con cadenza settimanale: dal 1963, lo schema classico è quello di episodi di durata di 22, 24, 25 o 30 minuti, per 26 episodi; quindi ogni serie di 26 puntate può essere presente nel palinsesto per almeno sei mesi. Le serie più lunghe possono essere composte da 52 o più episodi e quindi possono andare avanti per uno o due anni interi. Quando le prime serie di *anime* giunsero in Italia, invece, le puntate andarono in onda a ritmo per lo più quotidiano. Nei canali italiani vi fu un sovraccarico di *anime*: nel periodo che stiamo prendendo in

esame nella maggior parte delle televisioni private – nazionali e regionali – si arrivava fino a sei-otto ore di *anime* trasmessi al giorno²¹: con un simile punto di partenza, il boom italiano non poteva che diventare una dominante per almeno vent'anni. Questo genere di programmazione contava sul fatto che se il piccolo telespettatore non fosse stato in grado di vedere la puntata in onda quel giorno specifico, non avrebbe potuto recuperarla, non essendo previste repliche. L'aspetto cruciale di questa strategia fu in pratica il "qui e ora": l'intensità con la quale i giovani spettatori potevano entrare "in contatto" con i loro eroi li fidelizzò alle serie trasmesse e rese quell'epoca la più importante e cruciale nel contesto italiano per quello che riguarda il successo duraturo degli *anime* e dei *manga*.

V'è un buon numero di fonti in lingua italiana sul tema: non solo studi rigorosi, ma anche libri divulgativi contenenti conversazioni informali con gli spettatori che erano bambini o adolescenti tra la fine degli anni Settanta e la fine dei Novanta, in cui si parla dell'impatto emotivo e culturale che la visione degli *anime* ha impresso in quei due decenni, in particolare fra il 1978 e il 1984. Gli studi o le interviste in questione si basano sull'intima relazione tra lo spettatore e le serie che venivano messe in onda, le emozioni provate durante la visione, le riflessioni compiute sull'influenza degli *anime* vissuti come una "presenza" quotidiana durante l'infanzia, un elemento caratterizzante che ha coinvolto lo stile di vita e le conversazioni fra i giovani coetanei; infine le osservazioni e

gli eventuali cambi di prospettiva una volta raggiunta l'età adulta²².

L'Italia è anche il primo paese occidentale che può vantare la presentazione di un film d'animazione giapponese in un contesto ufficiale. Ciò avvenne nel 1959 alla Mostra di Venezia con *La leggenda del serpente bianco* (*Hakujaden*, di Taiji Yabushita, 1958) che vinse il diploma speciale nella categoria del cinema per ragazzi da 13 a 18 anni. E inoltre è stato anche il primo paese occidentale in cui è stato pubblicato un *manga* o almeno una selezione di strisce tratte da un *manga*²³. Tuttavia, nella prima fase di distribuzione dei *manga* in Occidente, il ruolo dell'Europa e dell'Italia fu solo periferico. La diffusione seguì le tipiche dinamiche dei flussi dei mercati internazionali. Tra gli anni Sessanta e Settanta gli *anime* cominciarono a espandersi nell'Asia Orientale, raggiungendo il picco nei Novanta. Negli stessi anni, le prime serie giapponesi arrivarono in Europa: i primi *anime* andati in onda furono trasmessi in Francia (1974), Spagna (1975) e Italia (1976).

6. Il primo gruppo di film d'animazione giapponesi giunti in Italia

A partire dagli anni Sessanta e soprattutto nel corso degli anni Settanta, ben prima dell'arrivo degli *anime* sui canali televisivi italiani, furono proiettati al cinema o messi in onda in televisione una ventina di film d'animazione. Furono adattati in modo molto disinvolto: tagli di scene, modifiche generiche, cambi addirittura nei titoli e nei nomi dei protagonisti, perfino dei registi affinché avessero un suono più



anglofono. La prima impressione tra i critici e il pubblico italiani fu quella di trovarsi davanti a delle produzioni di livello artistico modesto anche se di un settore industriale fiorento. Ecco i titoli presentati o distribuiti in Italia: *La leggenda del serpente bianco* (1958); *Le 13 fatiche di Ercolino* (*Saiyūki*, di Daisaku Shirakawa e T. Yabushita, 1960); *Robin e i due moschettieri e ½* (*Anju to Zushiomaru*, di T. Yabushita, 1961); *Le meravigliose avventure di Simbad* (*Arabian Night - Sinbad no boken*, di Masao Kuroda e T. Yabushita, 1962); *Leo, il re della giungla* (*Jungle Taitei Leo*, di Eiichi Yamamoto e Osamu Tezuka, 1966 -

vincitore nel 1967 del Leone di San Marco come miglior film per l'infanzia nella XIX edizione della Mostra di Venezia), *009 Joe Tempesta (Cyborg 009)*, di Yūgo Serikawa, 1966); *Le meravigliose favole di Andersen (Andersen monogatari)*, di Kimio Yabuki, 1968); *La grande avventura del piccolo principe Valiant (Taiyōnoōji Horus no daibōken)*, di Isao Takahata, 1969); *Il gatto con gli stivali (Nagagutsu o haita neko)*, di K. Yabuki, 1969); *Remì - Senza famiglia (Chibikko Remi to Meiken Capi)*, di Y. Serikawa, 1970); *20.000 leghe sotto i mari (Kaitei sanman mile)*, di K. Yabuki, 1970); *Ali Babà e i 40 ladroni (Aribaba to yonjuppiki no tōzoku)*, di Akira Daikuhara e Hiroshi Shidara, 1971); *Gli allegri pirati dell'Isola del Tesoro (Dōbutsu Takaraji-ma)*, di Hiroshi Ikeda, 1971); *Belladonna (Kanashimi no Belladonna)*, di E. Yamamoto, 1973); *Orsetto Panda e gli amici della foresta (Panda no daibōken)* di Y. Serikawa, 1973); *La Sirenetta, la più bella favola di Andersen (Andersen dowa ningyō hime)*, di Tomoharu Katsumata, 1975); *Il gatto con gli stivali in giro per il mondo (Nagagutsu o haita neko: Hachijū nichikan sekai isshu)*, di Hiroshi Shidara, 1976).

Dopo il 1976 e fino alla fine del decennio, altri film vennero proiettati nelle sale italiane: *La storia di Alice... fanciulla infelice (Shōnen Jack to mahō tsukai)*, di T. Yabushita, 1967); *Molletta il terribile (Jack to mame no ki)*, di Gisaburō Sugii, 1974); *Heidi diventa principessa (Sekai Meisaku Dōwa: Hakuchōno ōji)*, di Yuji Endō e Nobutaka Nishizawa, 1977). Oltre a questi venti film, altri diciotto ne furono distribuiti

tra il 1979 e i primi anni Ottanta: furono montati da società di distribuzione italiane selezionando episodi e sequenze di alcune delle più popolari serie andate in onda tra il 1978 i primi anni Ottanta. Certi vennero proiettati nelle sale, altri trasmessi in televisione, e altri ancora venduti solo come home-video²⁴.

7. L'anime boom in Italia: 1978-1984

Anime e *manga* hanno sempre viaggiato parallelamente e sono stati l'uno complementare all'altro all'interno dello stesso immaginario. In molti paesi, Italia inclusa, le serie televisive sono arrivate poco prima del *manga*, e ne hanno creato automaticamente la domanda; dopo l'arrivo dei *manga* e del loro grande successo, le nuove generazioni di lettori avevano già familiarità con il ricco scenario di stili e linguaggi, lo stesso degli *anime*, quindi la domanda verso questi è stata alimentata anche dai giovani lettori.

Dalla metà degli anni Settanta, le società italiane di distribuzione (come Doro Tv Merchandising e ITB), la direzione RAI e alcune stazioni private (ovvero le reti televisive Fininvest-/Mediaset e molte emittenti minori) cominciarono ad acquistare numerose serie vecchie e nuove dai principali network televisivi e studi giapponesi. Allora il valore dello yen era piuttosto basso e questo, sommato a una manodopera molto a buon mercato, rese i prezzi delle serie nipponiche molto competitivi. Inoltre, le condizioni favorevoli di una produzione a basso costo spinsero alcune reti, aziende ed editori tedeschi, francesi, italiani e dei Paesi Bassi a coprodurre serie e film insieme

agli studi giapponesi, che a loro volta si resero conto che in Europa c'era un mercato molto ricettivo. Queste serie dovevano essere basate su storie europee e avere un retrogusto il più possibile europeo, ma realizzate con le competenze e l'innovazione tecnico-espressiva giapponesi.

I primi risultati di questo amalgama internazionale furono le serie "Barbapapà" (*Barbapapa*, diretta da Atsushi Takagi e altri, 1974), "Heidi" (*Alps no shōjo Heidi*, di Isao Takahata, 1974) e "Vicky il vichingo" (*Chiisana Viking Vikke*, di Hiroshi Saitō, 1974), in onda in Belgio, Francia, Germania, Paesi Bassi, Italia, Spagna e Svizzera. Ideate con un occhio al pubblico internazionale, ebbero successo anche in Giappone. "Barbapapà" andò in onda in Italia nel 1976 e fu la prima serie di lunga durata a essere trasmessa nel nostro paese. In un secondo momento, gli animatori europei furono coinvolti nel processo di creazione di altre serie, per esempio "Ulisse 31" (*Uchū densetsu Ulysses 31*, di Kyōsuke Mikuriya, 1981, produzione franco-giapponese) e "Il fiuto di Sherlock Holmes" (*Meitantei Holmes*, di Kyōsuke Mikuriya e Hayao Miyazaki, 1984, produzione italo-giapponese).

Nel 1976, grazie alla Sentenza n. 202, che sanciva la liberalizzazione delle frequenze radio e televisive, la televisione italiana diventò terra di conquista per gli tutti quegli investitori che desideravano fondare la propria piccola stazione privata, che in molti casi ebbe vita breve e intensa. Budget risicati, scarsa fantasia, limitate competenze professionali portarono le scelte editoriali verso una direzione: l'acqui-



sto di licenze di programmi stranieri a bassissimo costo. Per riempire i palinsesti vennero scelte da un lato le telenovelle latinoamericane e dall'altro le serie di *anime* giapponesi.

Conclusioni

La storia dell'animazione nipponica in Italia è molto più complessa e lunga di quanto si sia potuto raccontare in questo articolo. Tuttavia, c'è da dire che la popolarità degli *anime* in questo paese, negli ultimi anni, vive letteralmente di rendita dagli anni Settanta e Ottanta.

In apertura avevo indicato nel fattore quantitativo un motivo già ampiamente sufficiente a studiare con grande attenzione la vicenda: a partire da questo dato oggettivo si può passare a indagare non solo i flussi commerciali con cui gli *anime* hanno prosperato nel nostro paese, ma anche il risultato culturale complessivo generato nella società italiana durante e dopo il boom. Così, da un lato sarebbe interessante capire perché – e perché così presto – tanti film e serie animate abbiano varcato i confini italiani, e

come mai negli Stati Uniti e in altri paesi occidentali ricchi il processo sia stato tanto diverso.

La differenza fondamentale nella popolarità raggiunta dagli *anime* in Italia rispetto ad altri paesi in cui essi non sono arrivati in così grande quantità, non risiede solo e tanto nel numero di serie e film come “massa critica” quanto nelle modalità di programmazione e nell’accompagnamento multimediale che si è creato “spontaneamente” in quello che Bono e Castelli già nel 1983 avevano denominato «big business all’italiana». In altre parole, nel fatto che in Italia si è verificato un “contagio” multimediale indiscriminato fra tutti i giovani dai tardi anni Settanta in poi mediante l’esposizione televisiva, editoriale e commerciale. Ciò ha permesso loro di avere un’idea del Giappone e del suo contesto culturale, mentre negli altri paesi gli *anime* hanno potuto far presa solo fra ristrette comunità di fan.

Pensiamo alla contaminazione dei linguaggi, delle immagini, degli stili narra-

tivi, relativi agli *anime* che hanno a loro modo attecchito in ogni forma di comunicazione nel nostro paese: nei fumetti, nei riferimenti nei programmi televisivi, nella lingua quotidiana, negli articoli di giornale, con omaggi nelle riviste, citazioni nelle pubblicità, o perfino, di recente, con l’ingresso, episodico ma reale, nel dibattito politico: si pensi alla menzione di Goldrake da parte del Presidente del Consiglio di fronte ai microfoni della stampa nel 2014, o ai sindacalisti che lo apostrofano proprio cantando la canzone *UFO Robot...* Oppure possiamo pensare alla concezione del Giappone che hanno gli appassionati (che si tratti di idee corrispondenti al vero o un po’ romanzate) e alle nozioni sui giapponesi come individui, come popolo, a prescindere da come vengono descritti generalmente dai media.

Sono questi gli attuali argomenti delle mie ricerche: se e quanto la cultura degli *anime* e dei *manga*, e le informazioni relative alla cultura giapponese in essi in vario modo veicolate, abbiano influenzato le società europee e se l’esposizione agli *anime*, ai *manga* e ad altri settori della cultura contemporanea giapponese abbia avuto un impatto misurabile in termini di ciò che è stato chiamato, a ragione o a torto, «soft power»²⁵.



Note

1. Il presente testo è una versione tradotta, notevolmente abbreviata, aggiornata e modificata di un articolo apparso in inglese e in francese (M. Pellitteri, *The Italian Anime Boom: The Outstanding Success of Japanese Animation in Italy, 1978-1984*, «Journal of Italian Cinema and Media Studies», 2: 3, 2014, pp. 363-381; Id., *Le boom des anime en Italie. Le succès exceptionnel de l'animation japonaise en Italie et les parallèles avec la France, 1978-1984*, in: Marie Pruvost Delaspre [a cura di], *L'animation japonaise en France. réception, diffusion, réappropriation*, L'Harmattan, Paris 2015 [in corso di stampa]). Questo saggio, nelle sue diverse versioni, non avrebbe potuto essere scritto senza il fondamentale sostegno della Japan Foundation e della JSPS (Società giapponese per la promozione della scienza), nell'ambito delle mie ricerche finanziate nel 2013-14 dal primo ente e attualmente dal secondo (2014-16).
2. Cfr. Paolo Marazzi, Roberto Pappalettera, Mauro Trevisan, *Lista dei Cartoni Giapponesi trasmessi in Italia*, ultima versione, 3 ottobre 2006 (prima versione 1994), Scritturalternativa.it/la-lista-cartoni-dal-1998-al-2011-ancora-sul-web (consultato il 31 gennaio 2014); Marcella Zaccagnino, Sebastiano Contrari, *Manga: il Giappone alla conquista del mondo*, «Limes. Rivista italiana di geopolitica», 31 ottobre 2007, Limes.espresso.repubblica.it/2007/10/31/manga-il-giappone-alla-conquista-del-mondo/?p=313 (consultato il 31 gennaio 2014); inoltre bisogna aggiungere i palinsesti di programmazione dei canali televisivi nelle riviste settimanali: l'archivio web del «Radiocorriere Tv» (1925-1995) (Radiocorriere.teche.rai.it), con riferimento agli anni dal 1976 in poi, e il sito amatoriale Robozzy.com.
3. Le cifre sono: 9 nel 1960, 5 nel 1970, 14 nel 1980, 25 nel 1990, 166 nel 2000, 56 tra il 2010 e il 2012.
4. *Original video anime*: si tratta di anime prodotti in Giappone direttamente per il mercato home-video, senza essere prima trasmessi in televisione o proiettati al cinema. In Italia l'acronimo viene spesso reso, erroneamente, come *OAV*.
5. La fonte più accurata riguardo alle produzioni giapponesi trasmesse in Francia è Planete-jeunesse.com.
6. Cfr. M. Pellitteri, *Conoscere l'animazione. Forme, linguaggi e pedagogie del cinema animato per ragazzi*, Valore Scuola, Roma 2004.
7. Cfr. Thomas LaMarre, *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*, University of Minnesota Press, Minneapolis 2009.
8. Cfr. M. Pellitteri, *Mazinga Nostalgia. Storia, valori e linguaggi della Goldrake-generation*, Castelvecchi, Roma 1999 (II ed. riv.: King|Saggi, Roma 2002; III ed. riv.: Coniglio, Roma 2008; IV ed. riv. e ampl.: Nicola Pesce Editore, Salerno 2015 [in uscita a ottobre]); Mario A. Rumor, *Tōei Animation. I primi passi del cinema animato giapponese*, Cartoon Club, Rimini 2012.
9. Vengono riportati tra parentesi i titoli originali dei film e delle serie televisive (o solo quelli originali quando non esistono edizioni italiane) con un adeguamento ortografico: ad esempio *Gundam* (pronuncia inglese) al posto di *Gandamu* (traslitterazione in caratteri latini della pronuncia giapponese di parole straniere), *Lupin* (pronuncia francese) invece di *Rupan* ecc.
10. *Lupin III*, come anime televisivo, è composto da cinque serie, ma qui si fa riferimento solo alle prime due (dirette da Masaaki Ōsumi, 1971-72, e da Kyōsuke Mikuriya, 1977-80).
11. Cfr. Guido Tavassi, *Storia del cinema d'animazione giapponese. Autori, arte, industria, successo dal 1917 a oggi*, Tunué, Latina 2012.
12. M. Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle: Models, Strategies, and Identities of Japanese Imagination – A European Perspective*, Tunué, Latina 2010 (ed. or.: *Il Drago e la Saetta. Modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese*, Tunué, Latina 2008).
13. In tema di merchandising, gli accademici hanno potuto condurre le loro ricerche su dati presi da siti web amatoriali e blog di fan e collezionisti. Per l'Italia si veda il sito Giocattolivecchi.com e il già citato Robozzy, il blog Docmanhattan.blogspot.it e il sito web dell'Associazione per la difesa di anime e manga (Adamitalia.culturaotaku.it).
14. Cfr. Kiyomitsu Yui, *Japanese Animation and Globalization of Sociology*, «Sociologisk Forskning», 47: 4, 2010, pp. 44-50.
15. Cfr. Piero Bertolini, Milena Manini (a cura di), *I figli della tv. Una ricerca su bambini e televisione*, La Nuova Italia, Firenze 1988.

16. M. Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle*, cit., pp. 44-45; cfr. anche: Id., *Mass Trans-Culture from East to West, and Back*, «The Japanese Journal of Animation Studies», 5: 1A (6), primavera 2004, Tokyo Zokei University, pp. 19-26 e Id., *Prefazione*, in: Jean-Marie Bouissou, *Il Manga. Storia e universi del fumetto giapponese*, Tunué, Latina 2011, pp. xi-xxiv.
17. Béatrice Rafoni, *Le Néo-Japonisme en France. De l'influence de la culture médiatique japonaise*, «Compar(a)ison», 2: 2002 (2005), pp. 113-123.
18. Sharon Kinsella, *Babe Power! Un esempio di cultura giovanile e di "giapponizzazione" dei giovani in Europa*, in: Carlo Branzaglia (a cura di), *Night Wave. Atti dei convegni*, Costa & Nolan, Genova 1998, pp. 95-103.
19. Jaqueline Berndt, *Globalisierende Manga, mangaesque Kultur: Oberflächen, Zeichen, Beziehungsgeflechte*, comunicazione presentata alla conferenza *Cool Japan*, Universität Leipzig, 31 ottobre 2007.
20. Cfr. M. Pellitteri, *Mazinga Nostalgia*, cit.; Id., *The Italian Anime Boom*, cit.; J.-M. Bouissou, M. Pellitteri, Bernd Dolle-Weinkauff, avec Ariane Beldi, *Manga in Europe: A Short Study of the Market and Fandom*, in: Toni Johnson-Woods (a cura di), *Manga: An Anthology of Cultural and Global Perspectives*, Continuum, New York-London 2010, pp. 253-266.
21. Cfr. Gianni Bono, Alfredo Castelli (a cura di), «IF – Immagini & Fumetti», numero speciale *Orfani e robot*, n. 5/8, n.s., dicembre 1983.
22. Arianna Mognato, *Atlas Ufo Robot. 1978-1998*, «Man • Ga!», n. 6, aprile 1998, pp. 16-21; Francesco Filippi, Maria Grazia Di Tullio, *Vite Animate. I manga e gli anime come esperienza di vita*, King|Saggi, Roma 2002; la serie di volumi «I ♥ Anime»; M. Pellitteri, *The Dragon and the Dazzle*, cit., pp. 344-353; 497-513; 539-546.
23. Cfr. François Caradec (a cura di), *I primi eroi*, Garzanti, Milano 1962 (1965²).
24. Le prime guide critiche pubblicate in Italia riguardo all'animazione giapponese si trovano in G. Bono, A. Castelli, *Op. cit.*, e Andrea Baricordi, Massimiliano De Giovanni, Andrea Pietroni, Barbara Rossi, Sabrina Tunesi, *Anime. Guida al cinema d'animazione giapponese*, Granata Press, Bologna 1991. Il primo libro di approfondimento in italiano è Luca Raffaelli, *Le anime disegnate. Il pensiero nei cartoons da Disney ai Giapponesi e oltre*, Castelvechi, Roma 1994 (nuova edizione Minimum Fax, Roma 2005). Per un resoconto sulle polemiche nate intorno all'animazione giapponese in Italia dal 1978 ai tardi anni Novanta, cfr. M. Pellitteri, *Mazinga Nostalgia*, cit.
25. *Soft power*: termine introdotto da Joseph E. Nye (*Soft Power*, «Foreign Policy», 20: 80, settembre-ottobre 1990, pp. 153-171) che si riferisce all'influenza esercitata dal sistema culturale di una nazione sui paesi stranieri. Spiega l'impatto della cultura degli Stati Uniti in materia di politica estera sulle nazioni sotto la sua influenza. La sua applicazione alla popolarità della cultura giapponese all'estero e alla "diplomazia culturale" recentemente condotta dal governo giapponese è più problematica. Il "potere soffice" giapponese è indagato negli studi sul Giappone, nella ricerca comparativa sui media e nel campo delle relazioni internazionali (cfr. David Leheny, *A Narrow Place to Cross Swords: "Soft Power" and the Politics of Japanese Popular Culture in East Asia*, in: Peter J. Katzenstein, Takashi Shiraishi (a cura di), *Beyond Japan: The Dynamics of East Asian Regionalism*, Cornell University Press, Ithaca (N.Y.) 2006, pp. 211-236; J.-M. Bouissou, *Pourquoi aimons-nous le manga? Une approche économique du nouveau soft power japonais*, «Cités. Philosophie, Politique, Histoire», 3: 27, 2006, pp. 71-84; Peng Er Lam, *Japan's Quest for "Soft Power": Attraction and Limitation*, «East Asia», 24: 4, dicembre 2007, pp. 349-363; Nissim Kadosh Otmazgin, *Contesting Soft Power: Japanese Popular Culture in East and Southeast Asia*, «International Relations of the Asia-Pacific», 8: 1, 2008, pp. 73-101). Per quello che riguarda il mio lavoro, ho condotto indagini sulle rappresentazioni del Giappone e dei giapponesi basandomi su una selezione di notizie riprese da quotidiani francesi, tedeschi e italiani dal 1991 al 2011 (per la Japan Foundation, 2013-14). La ricerca che sto svolgendo attualmente (per la Japan Society for the Promotion of Science) riguarda le nozioni e le immagini sul Giappone in un gruppo di paesi europei, prima e dopo il boom di *manga e anime*.