



DIARIO DI UNA SCHIAPPA
I SEGRETI DI UN CASO EDITORIALE

Oblique



Diario di una schiappa. I segreti di un caso editoriale
a cura di Monica Baroni, Lavinia Emberti Gialloreti e Federica La Rosa
© Oblique Studio 2012

L'autore	• 5
La pubblicazione in America	• 7
L'uscita in Italia	• 9
Cenni sull'opera	• 11
I motivi del successo	• 15
La traduzione	• 19
Le reazioni della stampa	• 20
Conclusioni	• 24
Bibliografia	• 25

«Immaginare di essere una delle cento persone più influenti al mondo è per me strano e meraviglioso al tempo stesso, ma anche molto sciocco. Neanche a casa mia sono la persona più influente.»
Jeff Kinney, «The Telegraph», 12 novembre 2011

L ' A U T O R E

Jeffrey Patrick Kinney è uno scrittore e game designer statunitense, creatore di Poptropica, famoso gioco on line per bambini. Nel maggio del 2009 viene inserito nella lista delle cento persone più influenti del mondo dal «Time» grazie alla creazione di Greg Heffley, il protagonista del romanzo a fumetti *Diary of a Wimpy Kid* (in italiano *Diario di una schiappa*).

Jeff Kinney è nato il 19 febbraio 1971 a Fort Washington, Maryland, dove ha frequentato la Bishop McNamara High School. Eredita dal padre, analista per la Marina americana, la passione per i fumetti («a casa ogni mattina il giornale era aperto alla pagina dei comics. Quando ero piccolo io, sui giornali c'erano fumetti fantastici. *Calvin and Hobbes*, *The Far Side*, *Bloom County*») e fin dall'adolescenza apprezza autori come Judy Blume, Beverly Cleary, Piers Anthony e J.R.R. Tolkien.

Dopo aver rinunciato all'idea di intraprendere la carriera militare e dopo un primo anno di università a Villanova, nei primi anni Novanta Kinney torna nel Maryland per frequentare il College Park. Publica le sue prime cose sul giornale dell'università, il «Diamondback». «L'università del Maryland era l'ultimo banco di prova per i vignettisti. Avevi a disposizione un quotidiano con un pubblico di massa» ha spiegato Kinney in un articolo apparso su diamondbackonline.com. In quegli anni crea Igdoof, il suo primo antieroe, la parodia della vita di una matricola o, come la descrive lo stesso Kinney, le vicende di «una matricola che soffre della sindrome del blocco della crescita».

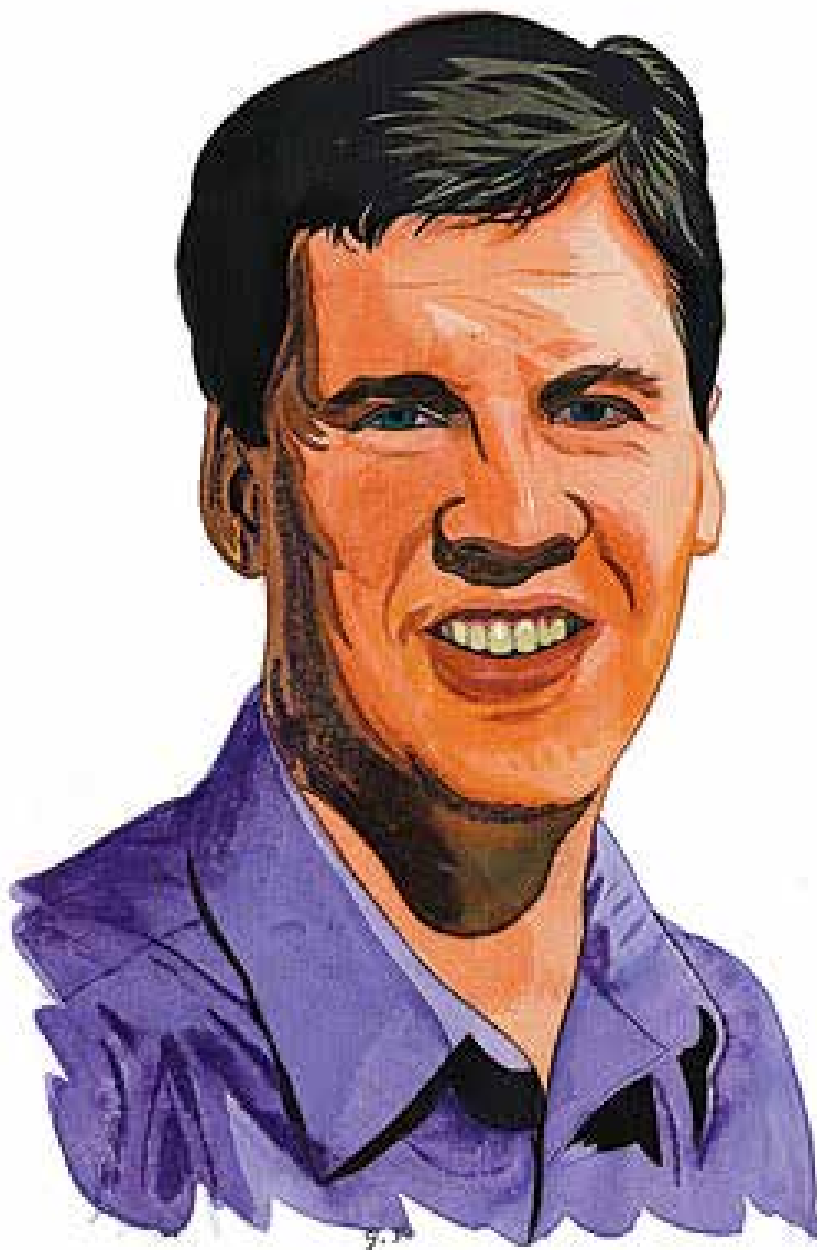
Una volta pubblicato, Igdoof si impossessa della vita dell'autore: ci lavora di notte, comincia all'una, quando i suoi compagni di stanza se ne vanno a letto, e finisce alle prime luci dell'alba. «Sapevo che stavo scrivendo tutti i giorni per trentamila persone,» ricorda Kinney nell'articolo «quindi era diventata una priorità per me. In quel fumetto ho speso un'insana quantità di tempo».

Dopo la laurea lavora come grafico e programmatore e continua a dedicarsi ai fumetti. Nel 1998 ha l'intuizione del personaggio di Gregory Heffley, detto Greg, un *wimpy kid*, un imbranato, un antieroe, un ragazzino di undici anni a cui niente va per il verso giusto e che annota avventure e disavventure giornalieri sul suo «giornale di bordo». Jeff propone una bozza a diversi giornali ma riceve solo rifiuti, dopodiché capisce che per presentarsi in modo più professionale deve asciugare il suo tratto e continuare a lavorare al progetto, perfezionarlo, cosa che fa per sei anni, nel tempo libero, convinto di avere avuto un'idea geniale, che le vicende della schiappa sono l'idea della sua vita. La prima vera occasione di farsi conoscere arriva nel 2004 con il blog Funbrain, dove inizia a pubblicare le vicende di Greg con frequenza quotidiana. Il successo è immediato.

Grazie alla popolarità raggiunta, nel 2006 firma il contratto con l'editore americano Abrams, intenzionato a farne una serie di libri. Con *Diary of a Wimpy Kid*, pubblicato nel 2007, arriva la consacrazione a scrittore tra i più letti al mondo, al pari di Dan Brown e J.K. Rowling: oltre a figurare nella top ten

dei best seller del «New York Times», nel 2009 vince il Dorothy Canfield Fisher Children's Book Award, ulteriore conferma della grande popolarità tra i giovani lettori.

Oggi Kinney vive a Plainville, nel sud del Massachusetts, è sposato con Julie e ha due figli, Will e Grant. Lavora a tempo pieno come scrittore e progettatore di giochi on line per una società editoriale di Boston.



LA PUBBLICAZIONE IN AMERICA

Funbrain, dove Greg «la schiappa» compare per la prima volta nel 2004, è un portale on line di giochi educativi; durante il periodo estivo, per incrementare gli accessi, il direttore del sito affida a Kinney una striscia quotidiana. Jeff ha così l'occasione di pubblicare finalmente le storie di Greg a cui lavora ormai da anni. L'accoglienza è molto positiva: dai circa ventimila accessi iniziali, il blog arriva a una media di settanta-novantamila visitatori giornalieri, risultato che incoraggia Kinney e lo induce a prendere contatto con le case editrici.

Tuttavia, quando nel 2006 si reca a una convention di fumetti a New York portando alcuni estratti dei suoi lavori, riceve parecchi rifiuti. Solo una casa editrice, la Abrams, accetta di visionare le bozze. Nata nel 1949, la Abrams è una casa editrice eclettica, che pubblica principalmente libri d'arte ma che accoglie anche libri di cucina e biografie di artisti e cantanti. Jeff Kinney propone *Diary of a Wimpy Kid* come un libro per adulti, nato con l'intento di spingere il pubblico a ricordare, immedesimandosi nella goffaggine e nelle difficoltà del protagonista, i tempi della preadolescenza.

«La lungimiranza della Abrams è stata vincente» ci ha spiegato Pico Floridi (che abbiamo intervistato il 27 aprile 2012), ufficio diritti del Castoro, editore italiano di Kinney, perché «ha accettato di pubblicare il libro a patto che il target fosse, invece, quello infantile e preadolescente».

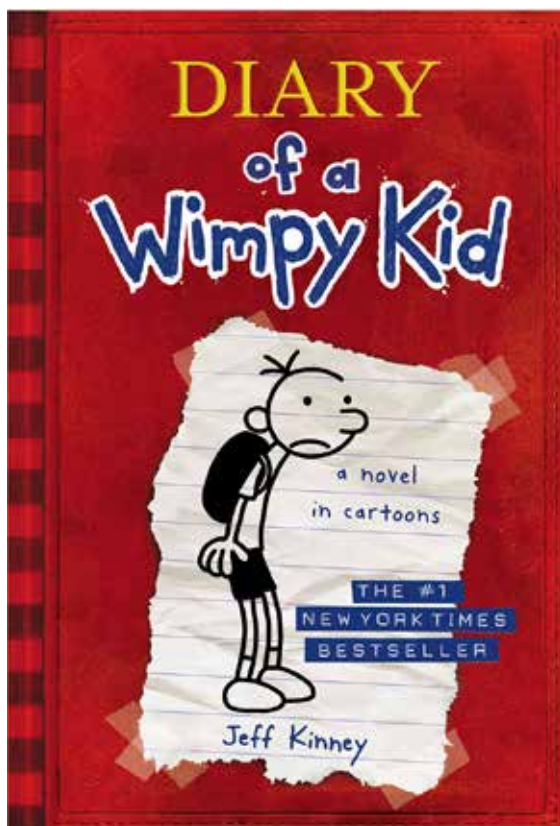
Al momento della pubblicazione (vengono stampate quindicimila copie), la casa editrice americana e l'autore hanno compiuto una mossa intelligente dal punto di vista del marketing cercando, almeno

all'inizio, di mantenere un dialogo tra la versione cartacea e la versione on line: l'idea era di portare avanti una pubblicazione parallela mantenendo differenze sostanziali tra le due versioni. Le vicende di Greg sarebbero state pubblicate on line in versione ridotta, più agile, sommaria, permettendo alla versione cartacea di avere contenuti più approfonditi, «storie più ricche e disegni migliori» (wimpykid.com), per invogliare all'acquisto anche gli utenti del sito. L'importanza di questa intuizione è rimarcata dallo stesso Kinney in calce ai suoi libri: oltre al suo editor Charlie Kochman, nei ringraziamenti cita infatti anche Jess Brallier, «che ha capito il potere e il potenziale dell'editoria in rete, e ha aiutato Greg Heffley a raggiungere le masse».

Questo progetto sembra essere rimasto in fase di elaborazione perché ad oggi chi vuole leggere le avventure di Greg deve necessariamente acquistare il testo cartaceo; in rete è presente solo il primo volume, nonostante si parli tuttora di versioni parallele. Ciò che ancora caratterizza il sito è piuttosto l'interattività tra lettori e autore, un dialogo diretto e continuato, tramite iniziative come il *Do it yourself contest*. Si tratta di una scelta vincente, vista la dimestichezza con internet della fascia media d'età a cui la schiappa si rivolge: il concorso, per esempio, invita i lettori a realizzare il proprio fumetto. Il premio per il vincitore è allettante: una visita dell'autore nella sua scuola e la possibilità di vedersi immortalato con la famiglia in versione «schiappesca». Le due anime del progetto mostrano un'inusuale parabola: il libro ha stupito perché si è ormai abituati a pensare che il processo, di pari passo con lo

sviluppo tecnologico, sia inevitabilmente dal diario cartaceo al blog on line, mentre in questo caso si è proceduto al contrario. L'incredibile successo (circa 75.000.000 di copie nel mondo) ha dimostrato invece che l'oggetto libro mantiene il suo fascino e può affiancare e in seguito superare un sito internet già

affermato poiché possiede peculiarità che difficilmente lo schermo può rendere, soprattutto nel caso dei fumetti. Un caso di trionfo della carta. Si è recuperata l'idea classica di diario: un libricino scritto in corsivo, in cui la presenza di tavole disegnate rende la fruizione cartacea ancora più piacevole.



L'USCITA IN ITALIA

Solo in Germania il primo volume del diario è stato pubblicato lo stesso anno dell'uscita in America.

Negli altri paesi (ben quaranta traduzioni nel mondo) l'acquisizione e la pubblicazione dell'opera hanno preso il via dall'anno successivo, nel 2008.

In Italia è arrivato grazie all'intuizione di Pico Floridi e alla scelta del Castoro di appoggiare la sua idea. Pico Floridi ci ha raccontato: «Io l'ho visto alla fiera di Francoforte nell'ottobre 2007. Il libro era già uscito in America, quindi non ho visto le bozze ma una copia già pubblicata. Appena l'ho visto ho pensato che fosse una cosa interessante per noi, e ne ho preso una copia. I diritti sono stati acquisiti senza difficoltà, senza aste, probabilmente perché siamo stati i primi a interessarcene».

In quel momento il libro non era ancora diventato un caso editoriale: «L'abbiamo comprato senza sapere molto dell'autore. Anche l'editore americano

non è immenso (è più grande del Castoro ma non è un grandissimo gruppo), quindi ci siamo trovati molto bene come di mentalità». Anche per il rapporto che si è instaurato, forse, continua a essere facile il mantenimento della serie: «Abbiamo un'opzione e ogni anno rinegoziamo i diritti, senza grandi problemi».

Nata nel 1993 e inizialmente orientata su testi di filosofia e approfondimenti sul cinema, dal 2007 la casa editrice è diventata socio di maggioranza di una storica libreria milanese, la Libreria dei ragazzi, fondata nel 1972 con l'intento di creare un polo culturale per la letteratura dell'infanzia e dell'adolescenza. Tra i soci fondatori compare anche Roberto Denti, uno dei massimi esperti di letteratura per ragazzi, che ha ripubblicato per il Castoro la versione aggiornata del suo *I bambini leggono* che era uscito per Einaudi nel 1978.

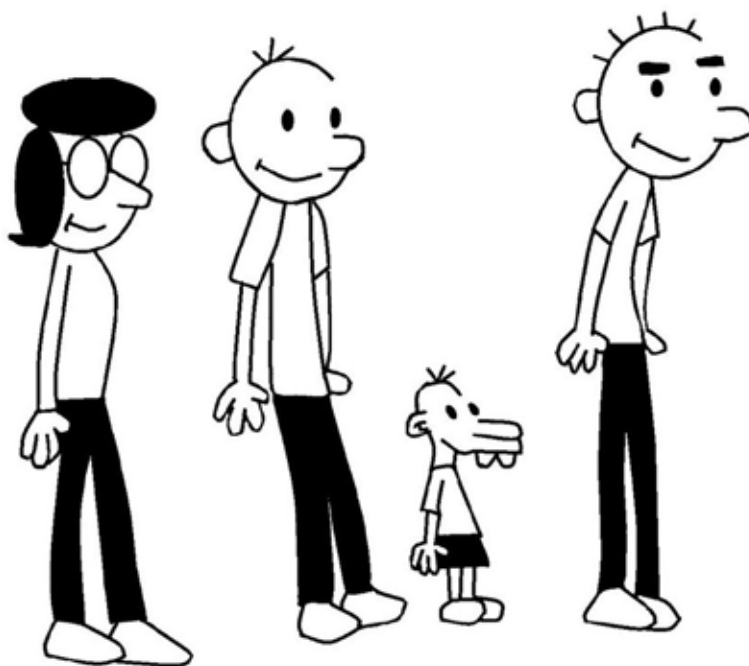




CENNI SULL'OPERA

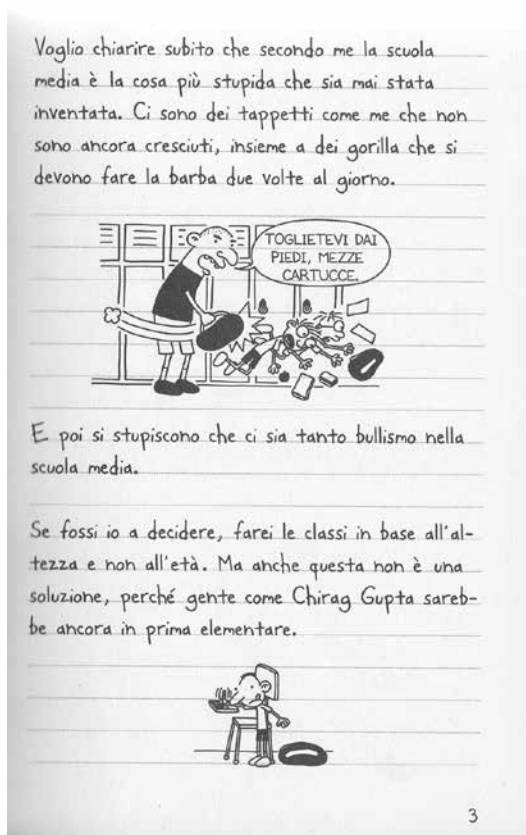
La storia di Greg Heffley ha dimostrato di avere un grande potenziale e ha permesso al suo creatore la progettazione di una serie. Come tutti i migliori libri per ragazzi, si apre con un antecedente che motiva la nascita del libro: la mamma di Greg fa un regalo al figlio, un diario appunto, che lui preferisce definire un «giornale di bordo».

Greg ci avvisa infatti che non confiderà al diario le sue sensazioni intime né racconterà le sue storie d'amore, come ci si aspetterebbe da una ragazza. Lo scrive invece perché quando sarà ricco e famoso non dovrà passare le giornate a rispondere alle stupide domande dei giornalisti sulla propria infanzia.



Greg ama i videogiochi («sono STRAbravo con i videogiochi. Sono sicuro che batterei qualsiasi ragazzo della mia età in un testa-a-testa»), non è un tipo molto sportivo e frequenta, senza brillare, la middle-school (la scuola media nell'edizione italiana), «la cosa più stupida che sia mai stata inventata». È un antieroe, un ragazzino normale alle prese con i problemi dell'adolescenza e del rapporto con gli adulti, e ogni giorno annota gli alti e bassi della sua vita familiare e scolastica. Non è un bullo come alcuni suoi compagni, «dei gorilla che si devono fare la barba due volte al giorno», è magro come un chiodo, ha un nasone e solo tre peli in testa, e le femminucce non lo degnano di uno sguardo. Eppure Greg, che non ne combina mai una giusta, pur con il suo fare buffo e maldestro riesce sempre a cavarsela.

Fanno parte della sua famiglia il padre Frank, che vorrebbe un figlio più sportivo e per questo fa di tutto per farlo stare all'aria aperta e distrarlo dalla play station; la madre Susan, severa e rigorosa, che la spunta sempre nelle discussioni col marito e tenta di educare Greg spingendolo a fare sempre «la cosa giusta, perché siamo quel che siamo in base alle scelte che facciamo»; il fratello diciottenne Rodrick, musicista di heavy metal («la band di Rodrick è DAVVERO orribile, e non sopporto di stare a casa quando fanno le prove. Si chiamano "Loaded Diaper", che vuol dire "Pannolino Pieno"»), un tipo prepotente, che non perde mai occasione per ricordare a Greg di essere il maggiore, e il più piccolo Manny, a cui Greg deve badare e che gli addossa le colpe di ogni sua malefatta perché tanto viene sempre difeso dai genitori «come se fosse un principe

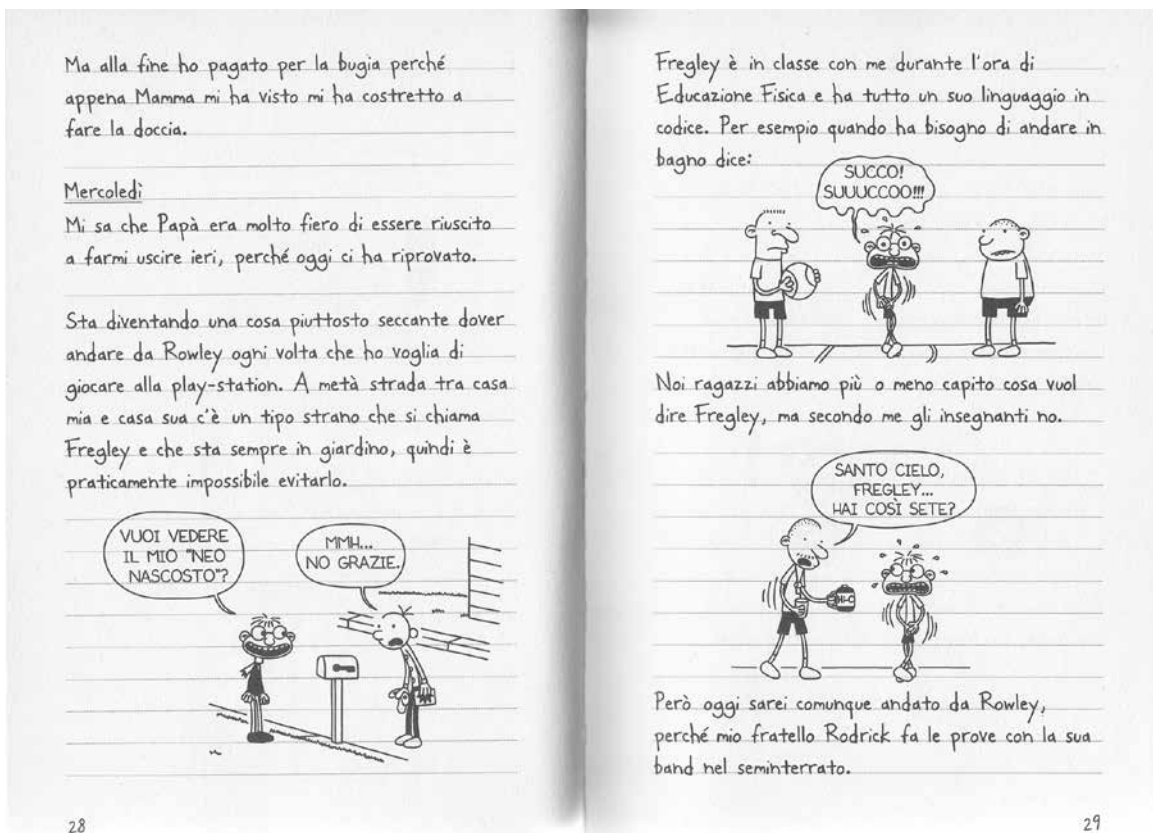


o che so io. E non le prende mai, neanche quando se le merita davvero». A scuola Greg deve relazionarsi con bulli, maestre che organizzano imbarazzanti recite scolastiche come *Il mago di Oz* e con la saputella della classe, Patty Farrell. Infine ci sono gli amici: il suo vicino di casa e migliore amico Rowley, un ragazzino molto ingenuo («è che Rowley mi faceva un po' pena e così ho deciso di prenderlo sotto la mia protezione») che in realtà Greg frequenta per poter fare a lui tutti gli scherzi che subisce da Rodrick, e Fregley, il classico «tipo strano» evitato da tutti.

Jeff Kinney ha dichiarato di aver attinto alla propria esperienza nel tratteggiare i personaggi, e Susan, in particolare, sembra essere la combinazione di sua

madre – maestra d'asilo che gli ha trasmesso il senso del dovere – e sua moglie. Inoltre anche lui ha due fratelli maschi ed è il secondogenito. Il fratello maggiore, come Rodrick, aveva una band musicale con cui provava in garage, anche se a differenza di Rodrick «Scott non si comportava come un mostro». E Greg? Come dice l'autore in un'intervista per «D» della «Repubblica» (29 marzo 2008): «Greg non assomiglia molto ai miei figli. I suoi tre capelli dicono che lui è lontano dalla realtà. Il mondo dei fumetti sembra essere pieno di ragazzini pelati o semicalvi... pensate a Charlie Brown».

Greg è il prototipo della schiappa, in qualsiasi impresa si cimenti fallisce. Tenta in tutti i modi di



crearsi un'identità per essere riconosciuto e diventare popolare, specialmente a scuola, anche perché in famiglia tutta l'attenzione è puntata su Manny. Non sempre è corretto, neanche con il migliore amico, che invece stravede per lui. Spesso pecca di egoismo, mette i suoi interessi davanti ogni cosa, ma non è cattivo, anzi è proprio questo a renderlo un ragazzo normale. «Il bello è inventare un personaggio che non sempre fa la cosa giusta. La letteratura è piena di soggetti eroici e di bambini che si comportano da adulti. Io ho voluto immaginare un tipo un po' meno perfetto e un po' più realistico, con i suoi pregi e i suoi difetti» dice Kinney a «D». Greg non si piange mai addosso, commenta le sue disavventure con leggerezza e sembra dimenticarsene in un lampo, pronto ad affrontarne di nuove senza far gran tesoro degli errori commessi.

Le vicende si sviluppano attraverso una serie di episodi divertenti – ambientati a casa, a scuola, al campo di basket, a casa dell'amico –, con un'alternanza di testo e vignette. Come ha affermato lo stesso autore in una videointervista per comingsoon.com: «Penso che il segreto per spingere i bambini a leggere sia divertirli. Credo che i libri migliori siano quelli che divertono e spero che i miei siano pieni di humour. Penso anche di avere un bel vantaggio visto che inserisco disegni, che

aiutano i bambini a capire che i libri non sono una minaccia, non sono impegnativi. Credo sia questo ciò che piace ai bambini». Apprezzato da molti critici per la capacità di avvicinare i più piccoli alla lettura, Kinney svela ormai il suo segreto: scrivere pensando di rivolgersi agli adulti.

Dato il successo travolgente, al primo volume ne sono seguiti molti altri: *Diary of a Wimpy Kid: Rodrick Rules* (in italiano *Diario di una schiappa – La legge dei più grandi*, 2009), *Diary of a Wimpy Kid: The Last Straw* (*Diario di una schiappa – Ora basta!*, 2010), *Diary of a Wimpy Kid: Dog Days* (*Diario di una schiappa – Vita da cani*, 2011), *Diary of a Wimpy Kid: The Ugly Truth* (*Diario di una schiappa – La dura verità*, 2012), *Diary of a Wimpy Kid: Cabin Fever* (*Diario di una schiappa – Si salvi chi può!*, 2013), *Diary of a Wimpy Kid: The Third Wheel* (*Diario di una schiappa – Guai in arrivo!*, 2014), *Diary of a Wimpy Kid: Hard Luck* (*Diario di una schiappa – Sfortuna nera*, 2014), *Diary of a Wimpy Kid: The Long Haul* (*Diario di una schiappa – Il lungo raggio*, in uscita nel 2016).

Dalla serie sono stati tratti tre film, in cui Kinney ricopre il ruolo di produttore esecutivo, prodotti dalla 20th Century Fox; in italiano: *Diario di una schiappa* (2010), *Diario di una schiappa 2 – La legge dei più grandi* (2011) e *Diario di una schiappa 3 – Vita da cani*.

I MOTIVI DEL SUCCESSO

Greg non è un supereroe, non ha poteri né particolari abilità: ha undici anni e non è un bullo, è un adolescente goffo, inibito con le ragazze. Il principale merito che gli è stato riconosciuto è la capacità di fare identificare i suoi lettori, i ragazzini della sua età. Come afferma Pico Floridi, «Kinney è riuscito a sdoganare l'oggetto libro nei confronti di una fascia

d'età che il libro non lo legge più». Ma il libro ha appassionato e coinvolto anche gli adulti. Il diario non è collocato con precisione nel tempo: i mesi e i giorni non sono mai seguiti dall'annotazione dell'anno, una scelta dettata, probabilmente, dall'intenzione di raggiungere il maggior numero di persone, chiunque ricordi con terrore



o con affetto l'esperienza della scuola. Il tempo inoltre non sembra intaccare la vita del protagonista, in quella stessa scuola media dal 2007. «Su questo l'autore si è interrogato molto, per poi giungere a una conclusione: Greg è un fumetto e non deve invecchiare. Questo permette anche di leggere i diversi volumi della schiappa senza un ordine obbligato. Sono intercambiabili», aggiunge Pico Floridi. In un'intervista per il «Sidney Morning Herald» del 12 maggio 2012, l'autore stesso afferma: «Ho pensato che prima o poi la storia si sarebbe dovuta concludere, visto che Greg sarebbe cresciuto e avrebbe fatto il liceo. Ma i problemi della tarda adolescenza non mi interessano, e non volevo pensare a lui come a un personaggio letterario. Greg è il personaggio di un fumetto. Perché un fumetto

o una sitcom televisiva sia efficace è necessario che alla fine di ogni episodio tutto torni come prima, perché alla gente piace l'elemento della familiarità». Kinney attribuisce soprattutto al formato, alla presenza dei disegni, la fortuna del libro. Alla Fiera del libro per ragazzi di Bologna, con la settima puntata del diario nel suo iPhone, ha dichiarato che il segreto del successo sono «i disegni. Quando i ragazzi aprono il libro e li vedono si rilassano. Non è scuola, non è fatica, è divertimento» («Corriere della Sera», 21 marzo 2012). Si tratta forse di una lettura non esaustiva, ma di certo casi del genere spingono a rivedere convinzioni come l'idea che i giovani non leggano tout court. Un interessante punto di vista del complicato rapporto tra gli adolescenti e la lettura è proposto da Roberto Denti in *I bambini leggono*. In questo

Poi gli ho detto che da questo fatto potevamo imparare tutti e due una lezione. Io dovevo imparare a stare più attento a quello che facevo davanti a casa della Signora Irvine e anche lui aveva una lezione importante da imparare: bisogna stare attenti a chi si presta il cappotto.



A essere sinceri, Rowley non ha capito il mio messaggio.

Dovevamo andare in giro insieme dopo la scuola, ma Rowley ha detto che andava a casa a riposarsi.

Non potevo fargliene una colpa. Perché se non avessi bevuto la cioccolata calda stamattina, anch'io a quest'ora non avrei molta forza.

184

Quando sono arrivato a casa, Mamma mi aspettava alla porta.



Come premio, Mamma mi ha portato a prendere un gelato. E da questo episodio ho imparato che qualche volta non è una cattiva idea ascoltare la propria madre.



185

saggio la storia culturale italiana dagli anni Settanta a oggi viene analizzata dal punto di vista della narrativa per ragazzi. Partendo dalla nascita nel 1972 della collana Tantibambini di Einaudi, ideata e diretta da Bruno Munari, e passando per *Quando Hitler rubò il coniglio rosa* (1976), la *Pimpa* (1987) e *Harry Potter e la pietra filosofale* di J.K. Rowling (1997), il libro arriva al *Diario di una schiappa*, inserito per la prima volta in un'antologia di testi fondamentali.

Denti individua nell'approccio pedagogico italiano delle tare sostanziali: se, come afferma forte della sua esperienza pluriennale da libraio, «molti ragazzi della scuola media chiedono libri che “facciano ridere”», gli adulti sono invece convinti che da un libro si debba sempre ricavare qualcosa, un insegnamento morale, una lezione. Inoltre «le adozioni del libro obbligatorio di narrativa sono orientate, in genere, su libri “impegnati” che, se hanno una funzione innegabile, in genere vengono utilizzati con il solito sistema: per questa settimana leggere i primi due capitoli, ecc. In questo modo le possibilità di invogliare a leggere diventano scarse se non impossibili». E ancora, di norma nelle scuole viene operata una particolare forma di censura: nei programmi scolastici vediamo inseriti libri solo apparentemente per bambini, come quelli di Italo Calvino («Calvino [...] non si è mai sognato di pubblicare *Il barone rampante*, *Il visconte dimezzato* e *Il cavaliere inesistente* per i ragazzi delle medie») o *Il piccolo principe* («il capolavoro scritto per adulti da Saint-Exupéry sembra diventato una lettura obbligatoria per la quarta elementare. Nel *Piccolo principe* troviamo una delle critiche più violente alla società contemporanea: invece in quarta elementare si riduce alla storia di un buon bambino che salta da un pianeta all'altro con una rosa in mano. L'abitudine di imporre questo libro (e spesso questo libro soltanto) esclude la possibilità di leggere altri romanzi di alto livello narrativo pubblicati per ragazzi negli ultimi trent'anni. C'è da meravigliarsi se in tutta Italia il personaggio scelto liberamente e molto amato dai ragazzi sia il

protagonista della infinita serie di Stilton? »), mentre quelli più consoni vengono sistematicamente censurati.

Il frequente disinteresse dei bambini verso la lettura viene spiegato da Denti in termini di tempi dell'attenzione e della concentrazione. Il primo approccio con le fiabe avviene per via orale attraverso i racconti dei genitori; successivamente si passa al video, con le stesse fiabe sotto forma di cartoni animati. Per questo nella percezione del bambino si verifica un restringimento esponenziale dei tempi narrativi e del tempo di attenzione; di questo i libri per ragazzi spesso non sembrano tenere conto. Secondo Denti è stato Roald Dahl il primo che, negli anni Ottanta, ha saputo adattare le storie ai tempi compressi a cui il bambino viene abituato. Anche *Diario di una schiappa* presenta queste caratteristiche vincenti, forte inoltre dell'ibridazione di testo e fumetto, genere molto amato dai bambini, e temuto dai genitori: «Due sono le ragioni coscienti dell'ostilità degli adulti verso i fumetti: una riguarda la “forma” (meglio una pagina scritta da sinistra a destra piuttosto di disegni con le parole che escono dalla bocca dei protagonisti), l'altra i contenuti (sono soltanto sciocchezze, non insegnano niente, ecc.). [...] L'atteggiamento adulto che si risolve in esortazioni o rimproveri non porta ad alcun risultato. [...] È compito dei genitori e degli insegnanti aiutare i bambini a impossessarsi della lettura come elemento di divertimento e di passatempo. Sino a quando il libro ha una funzione impositiva: “Devi leggere”, “Se non leggi resti un asino”, ecc., i risultati resteranno negativi. Troppe volte il libro, a scuola e a casa, diventa uno strumento di tortura: “Leggi e ripeti”, “Leggi e riscrivi con le tue parole”. Il fumetto, per il bambino, rimane, al contrario, un modo puro e semplice di passare il tempo senza dover rendere conto agli adulti di che cosa ha letto».

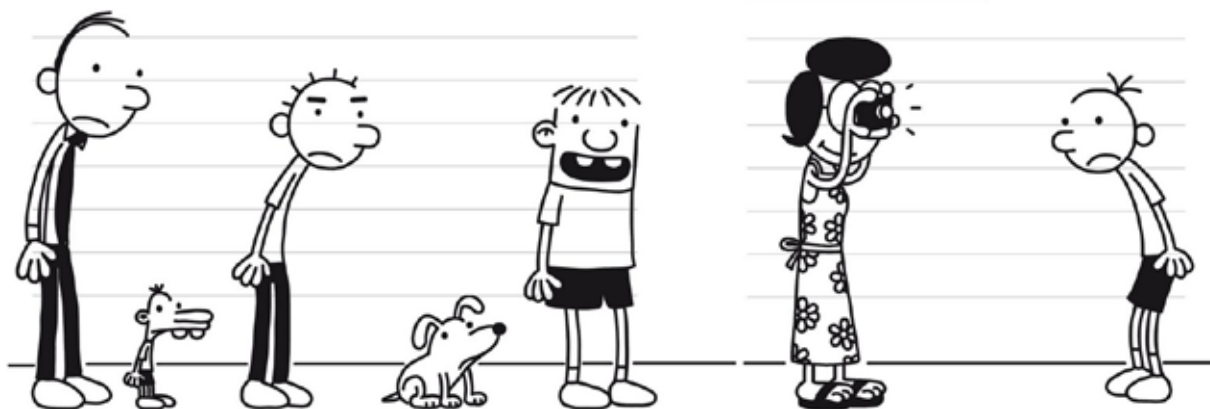
Il successo di casi editoriali come il *Diario di una schiappa* porta quindi a pensare che la questione del presunto disinteresse giovanile sia più complessa e

che il problema sia da ricercarsi anche in un'offerta troppo omogenea.

Che la fortuna del ragazzino goffo disegnato da Jeff Kinney sia attribuibile a una breccia nel tessuto simbolico della nostra cultura, così venata di edonismo e superomismo, è ormai un'idea condivisa da molti commentatori. La maggior parte delle analisi dell'opera insiste proprio su questo elemento, così attraente e inizialmente inspiegabile, che potremmo chiamare di «realismo per difetto»: Kinney ha trovato una formula vincente perché mostra una realtà che in fondo non è così verosimile come sembrerebbe. Forse è una realtà peggiore, improbabile, che tuttavia appare realistica, come se da troppo tempo la tanto decantata normalità fosse stata bandita da un certo immaginario letterario e cinematografico a favore di più funzionali eroi, giovani e meno giovani. Ecco allora che nello spazio narrativo tra *Topolino*, *Charlie Brown*, *Harry Potter* e *Twilight* si inserisce l'ironicamente triste realtà di Greg.

In Italia si è giunti a settecentomila copie vendute e si assiste alla nascita di iniziative parallele come la versione audiolibro letta da Neri Marcorè, insieme ai volumi fuori collana del diario *Fai da te* e il libro sul film.

Nel 2011 Greg Heffley è stato eletto personaggio dell'anno vincendo il premio Andersen, il riconoscimento italiano più prestigioso nell'ambito della letteratura per ragazzi. La motivazione del premio offre un ulteriore spunto di riflessione sui motivi del successo: «Per incarnare perfettamente tutti i ragazzi "normali" che affrontano con ironia e arguzia i problemi tipici della loro età (la scuola, gli amici, i genitori fastidiosi); un simpatico perdente in cui tutti possono identificarsi. Per la scelta dell'autore di alternare testo e fumetti, capaci di condensare situazioni umoristiche in una singola vignetta. Per essere un personaggio che ormai vive di vita propria, capace di passare dalle pagine di un libro alle rappresentazioni teatrali, ai giochi, al cinema».

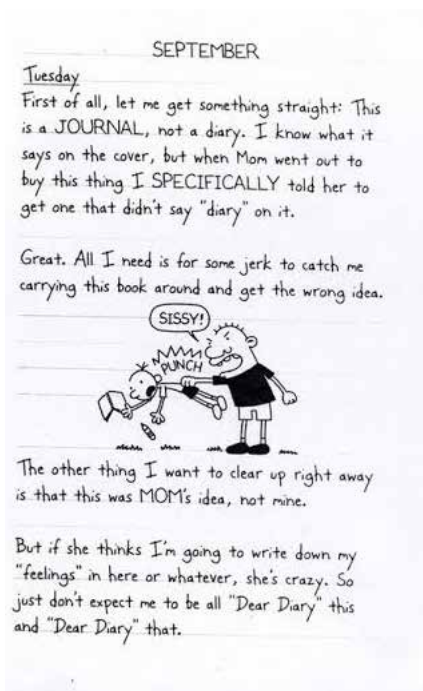


L A T R A D U Z I O N E

In Italia *Diario di una schiappa* è stato tradotto da Rossella Bernascone, insegnante di traduzione a Torino e traduttrice di autori del calibro di Conrad, Shakespeare, Keats, Carter, Mamet e Sam Shepard. Rossella Bernascone ha accettato di lavorare al libro in un momento della sua vita in cui aveva pensato di ridurre considerevolmente la sua attività di traduttrice. Alla domanda su cosa l'abbia spinta a fare un'eccezione ha risposto: «Mi è sempre piaciuto tradurre letteratura per l'infanzia, ma avevo avuto poche occasioni di farlo. Il volume inviatomi dal Castoro mi era parso interessante, "nuovo", anche nel formato. Non immaginavo che fosse l'inizio di una serie».

Il lavoro le era stato presentato come un testo non facile da rendere in italiano. A questo proposito ci

ha detto: «Ritengo che non esista un testo facile da tradurre. Tolta la difficoltà della primissima pagina, ovvero che il libro comincia chiarendo il fatto che non è un *diary* ma un *journal* e in italiano non esiste questa differenza, almeno al livello linguistico dei lettori del *Diario di una schiappa*, la cosa più complicata secondo me è il registro: l'inglese di Kinney è sempre grammaticalmente corretto e insieme semplice, mentre la resa in italiano con congiuntivi e condizionali al posto giusto tende ad alzare il registro. Io sono una paladina del congiuntivo, e credo che ai ragazzini faccia molto bene trovarne esempi in quello che leggono, tuttavia capisco il motivo della scelta della casa editrice, che ha optato per l'uso dell'indicativo».



LE REAZIONI DELLA STAMPA

Diario di una schiappa viene accolto dalla stampa italiana come il comprovato fenomeno editoriale che già è negli Stati Uniti, dove è uscito un anno prima ed è rimasto per trentanove settimane al primo posto nella classifica dei libri più venduti del «New York Times», scalzato solo dal secondo volume della serie, *Diary of a Wimpy Kid: Rodrick Rules*. Il giudizio dei giornali è pressoché unanime. Dalla rassegna stampa della casa editrice: *Un fenomeno editoriale che lascia basiti i maghi del marketing* («Corriere della Sera», 28 ottobre 2009); *Una «schiappa» in vetta al mondo. Dopo Harry Potter, un nuovo fenomeno editoriale per ragazzi* («la Repubblica», 29 ottobre 2009); *Greg Heffley ha letteralmente stregato 27 milioni di ragazzi (tra cui Mallia e Sasha le figlie del presidente Barack Obama)* («QN Quotidiano Nazionale», 29 ottobre 2009). Il primo libro, *Giornale di bordo*, esce in Italia nel 2008, nel mese di febbraio, a ridosso dell'inizio della Fiera del libro per ragazzi di Bologna, destando le aspettative di molti, perché come scrive «il Giornale» il 28 marzo 2008, «tutti lo cercano, ma il nuovo Harry Potter ancora non si vede. La quarantacinquesima edizione della Fiera si apre [...] con questo discusso fantasma che si muove indisturbato tra gli stand dei libri». Chi sarà l'erede di J.K. Rowling? È questa la domanda più frequente tra i giornalisti in un momento storico in cui se l'editoria nel suo insieme è in crisi, quella per ragazzi sembra riservare molte sorprese. Titola infatti «l'Unità», il 31 marzo 2008, dalla Fiera di Bologna: *Libri per ragazzi, la pesca miracolosa*, insistendo sul fatto che «per anni c'è stato equilibrio tra mercato e dimensione psicopedagogica, oggi si pubblica sulla

spinta di una forsennata «caccia all'Eldorado». Che sia o non sia l'erede di Harry Potter, la storia di Greg scala in pochi mesi le classifiche di vendita anche in Italia collocandosi tra quei fenomeni culturali dei quali si possono analizzare forma, contenuti e particolarità senza arrivare a definirne con certezza la formula del successo. In molti non si spiegano tanta popolarità, soprattutto perché il protagonista del fumetto, Greg, è totalmente fuori sincrono rispetto al modello identitario dominante che vede anche gli adolescenti come persone dotate di superpoteri o come esseri di confine, oltreumani (dalla saga di *Harry Potter* a quella di *Twilight*).

Ecco alcune recensioni: «Un testo adatto a lettori “ri-luttanti” o desiderosi di confrontarsi con un personaggio che conosce le loro difficoltà quotidiane e riesce comunque a crescere e a non perdere il senso dell'umorismo come il mitico *Adrian Mole* di Susan Townsend, capostipite irraggiungibile dei diari di questo tipo. E non va dimenticato che il libro è nato in rete, perché l'autore ha cominciato a raccontare le avventure di Greg, il protagonista, su un sito per ragazzi. Si calcola che quasi quaranta milioni di ragazzi abbiano letto in video il *Diario di una schiappa*, il che dovrebbe far riflettere sul presunto abbandono della lettura da parte dei preadolescenti: leggere non è per forza un'attività legata alle pagine di un libro, ed è ora di prenderne atto. [...] Non sempre dietro le alte vendite c'è il doping del marketing, e il potere della rete può farla in barba perfino a Harry Potter» («il manifesto», 2 febbraio 2008).

«Va detto che questo giornale di bordo, titolato *Diario di una schiappa*, con le sue vignette straordinariamente efficaci e con la scrittura dall'umorismo amaro e perfido, è un libretto davvero delizioso. [...] Il risultato è di tale vivida immediatezza che un ragazzo in età di scuola media non potrà che dire di questo libro che è tutto vero, e che è bellissimo. [...] L'universo in cui vivono le figurette magistralmente disegnate da Kinney è l'universo in cui vivono i nostri preadolescenti in età di medie inferiori, tant'è che vi si riconosceranno all'istante. [...] Un umorismo declinato in tonalità squisite» (Dario Voltolini, «Tuttolibri» della «Stampa», 16 febbraio 2008).

«Non aspettatevi il classico diario del cuore, quello interiore talvolta un po' piagnucoloso. Non aspettatevi una lettura sentimentale. *Diario di una schiappa* [...] è un diario di bordo, una cronaca delle avventure quotidiane di un ragazzino appena approdato alle medie e tanto normale da far spavento. [...] Greg è un Gianburrasca dei nostri tempi, mai velenoso, spesso un po' goffo e maldestro. Sarà per questo che bambini e ragazzini dai 9 ai 13 anni ne hanno fatto un piccolo caro antieroe. A dimostrazione del fatto che non serve mostrare i muscoli per diventare un mito» («Popotus» di «Avvenire», 21 febbraio 2008). «*Diario di una Schiappa* di Jeff Kinney ha la freschezza e il candore del racconto in prima persona di un ragazzino che non si sente ancora grande ma neppure piccolo. Un'età limbo. [...] Va da sé che allo sguardo di Greg certezze e manie degli adulti siano incomprensibili. La scuola è a dir poco un campo minato, la famiglia un nido di incongruenze. Ma in questo lungo "racconto a vignette" è sempre l'humour a trionfare. E, ovviamente, l'amicizia» («Il Messaggero», 25 febbraio 2008).

«L'universo ristretto di Greg è l'universo ristretto di molti preadolescenti anche nostrani, e la forza del suo racconto sta non solo nel suo umorismo, anche nero, ma anche nella capacità di far identificare i lettori suoi coetanei» («L'Unità», 21 marzo 2008).

«*Diario di una schiappa*, il "giornale di bordo" è un piccolo capolavoro. [...] Di diari di ragazzini la letteratura è piena. Questa però è tutta un'altra storia. Intanto perché è accompagnata da vignette tanto deliziose quanto pungenti, poi perché offre uno spaccato impareggiabile sulla vita di un ragazzino qualunque di oggi [...]. Gli ingredienti di piccolo capolavoro sono: ironia, intelligenza, immediatezza, originalità e perfino un calibrato pizzico di cattiveria. [...] Avvertenza importante per chi volesse leggerlo: causa mal di pancia. Dalle risate» («Il Tirreno», primo marzo 2008).

Diario di una schiappa sembra aggiungere un nuovo elemento alla rappresentazione dell'adolescenza, qualcosa forse di più umano, terreno e quotidiano. Qualcosa che può funzionare per uomini e donne di tutte le età, considerato che i lettori stimati dell'opera vanno ben oltre il target degli adolescenti. Scrive Concita De Gregorio: «Questo tema minore – le ragioni del successo colossale di un libro qualunque – è in realtà l'argomento di cui vorremmo scoprire la chiave. Perché il diario del dodicenne Greg, un ragazzino smilzo con un grande naso e tre peli in testa, diventa oggetto del desiderio, strumento di catarsi delle frustrazioni e tema di allegra discussione fra milioni di non dodicenni che a scuola non ci vanno più da parecchio? Qual è il meccanismo di identificazione che scatta, identificazione collettiva, così potente? Ipotesi di risposta dopo attenta e ripetuta lettura del testo: è la sindrome del figlio di mezzo. [...] Come ciascuno sa non c'è bisogno di avere uno o più fratelli prima e dopo per essere "stretti in mezzo": milioni di persone lo sono. [...] È tutto messo in fila con un ordine da cronaca dei giorni, appunto: una condanna inevitabile, un destino già scritto. E però non c'è autocommiserazione nelle parole di Greg, non si compiangono, constata. Non c'è nemmeno quell'eccesso di risentimento che ingolfa le azioni e i pensieri dei miliardi di "sottovalutati" adulti, eternamente impegnati a illustrare di cosa siano ingiustamente privati, i risentiti cronici che affollano ogni luogo di lavoro. Alla fine davvero il diario di bordo di

Greg [...] è una buona terapia. Fa ridere dei propri privati rancori attribuendoli a un altro, un dodicenne addirittura, proprio un ragazzino. Fa sentire in grado di affrancarsene, magari non subito, ma prima o poi forse, chissà» («la Repubblica», 17 febbraio 2008).

Kinney ha centrato l'obiettivo: il suo bislacco e umanissimo bambino di carta è riuscito a incrinare una tradizione ormai consolidata fatta di maghi e supereroi, di grandi e piccoli umani dotati di poteri sempre meno umani. Una rassegna dei titoli che hanno accompagnato l'uscita non solo del primo ma anche dei successivi volumi della serie può dare un'idea abbastanza chiara di questa chiave di lettura: *La schiappa di successo. Il ragazzino imbronato da 13 milioni di copie* («la Repubblica», 27 luglio 2009); *Mi chiamo Greg, ho undici anni e sono una schiappa* («l'Unità», 21 febbraio 2008); *Vignette bulli autoironia. Così ha vinto la schiappa* («Corriere della Sera», 29 ottobre 2009); *Siamo tutti un po' imbrontati* («Famiglia Cristiana», 38, 18 settembre 2011); *Sono una schiappa ed è la mia fortuna* («Grazia», primo agosto 2011); *Una schiappa vincente* («Vogue», agosto 2011); *Com'è bello essere una schiappa. Kinney «Basta con le magie. Voglio un eroe imperfetto»* («la Repubblica», 13 aprile 2011) e così via.

Un successo celebrato anche dalle classifiche, quando perfino Dan Brown viene scalzato dal *Diario di una schiappa*: «Così un bambino della scuola media nato come fumetto su internet, benché non avesse la spada del marketing, dei film hollywoodiani, degli spot pubblicitari, del tam tam mediatico globale che ha trasformato i libri di Dan Brown, dal *Codice Da Vinci* in giù, in una gigantesca macchina editoriale, ha abbattuto *Il simbolo perduto* dalla vetta delle classifiche americane dopo un solo mese. Un colpo di scena – Davide contro Golia – che ha davvero qualcosa di biblico. *Il simbolo perduto* era arrivato in cima ai più venduti negli Usa, categoria “fiction”, il 25 settembre, subito dopo l'uscita» («Corriere della Sera», 28 ottobre 2009).

Dalla prima uscita a oggi, *Diario di una schiappa* ha mantenuto viva l'attenzione dei media grazie anche, come anticipato, all'uscita di tre film tratti dalla serie che ne hanno aumentato la risonanza, creando un circolo virtuoso di notorietà e pubblicità. «E adesso, proprio mentre sugli scaffali italiani arriva il terzo volume della saga, negli Stati Uniti cresce l'attesa per il film che la 20th Century Fox ne ha tratto: il trailer è già on line, nei cinema sbarcherà il 19 marzo 2010 [...]. Insomma un exploit che continua. E che, come nel caso di altre fortunatissime saghe letterarie per ragazzi come *Harry Potter* o *Twilight*, era naturalmente destinata ad approdare a Hollywood. Ma la somiglianza finisce qui. Perché Greg Heffley non ha nulla in comune con le epiche gesta del maghetto di J.K. Rowling, né tantomeno possiede il fascino gotico dei vampiri di Stephenie Meyer. Se proprio dobbiamo trovare un qualche parallelismo, potremmo dire che il nuovo idolo degli adolescenti di mezzo mondo è una sorta di piccolo e più buffo fratello minore di alcune celebri, tragicomiche eroine letterarie al centro di avventure narrate in prima persona, vedi Bridget Jones o la Becky di *I love shopping*» («la Repubblica», 17 febbraio 2010). E ancora, a proposito della seconda pellicola: «Il film/diario offre siparietti esilaranti sul ventaglio di situazioni vessatorie tra le mura domestiche e scolastiche a carico di un teen. Estremizzando alcuni meccanismi e minimizzando altri crea un equilibrio ideale tra finzione e realtà in quella bolla di sapone che chiamiamo (pre)adolescenza. Tutto sembra amplificato, distorto, insormontabile ma poi basta un video su Youtube per fare la differenza. Senza scivolare mai nella melassa, qui si toccano picchi di demenziale poesia come *The foot*, l'horror anni Settanta che Greg guarda clandestinamente – invece dei cartoon – con il migliore amico, il paffutello e pavido Rowley. Ecco un modo divertente per rivivere gli anni in cui ci sentivamo troppo piccoli



per organizzare feste e troppo grandi per giocare con i pupazzetti. In bilico tra l'universo dei grandi e quello dei bambini, senza appartenere a nessuno dei due, Greg è a suo modo un eroe, come la maggior parte dei coetanei, quelli esclusi dalla rosa dei "popolari", che vorrebbero un manuale di sopravvivenza per le medie. Fa il tifo per lui chi, suo malgrado, ha fatto parte dell'esercito degli imbranati tentando – senza risultati degni di nota – di entrare nella cerchia "che conta". Da noi non è composta da cheerleader e quarterback, ma detta ugualmente legge. Quella del più forte o del più grande, di cui parla il film con deliziosa ironia, e da cui, per la durata della pellicola, non ci sentiamo più schiacciati né imbarazzati» («Il Sole 24 Ore», primo agosto 2011).

Il 15 febbraio 2012 esce in Italia il sesto volume della serie, *La dura verità*. Come ricorda Pierdomenico Baccalario sulla «Repubblica» (in un articolo significativamente intitolato *Fenomenologia della schiappa. Il trionfo del bambino medio che odia la performance*), «solo qualche anno fa Renata Gorgani della casa editrice Il Castoro mi disse alla fiera di Francoforte: "Abbiamo appena comprato un libricino molto divertente. Chissà se piacerà"». E riassume il senso del successo di questa saga a fumetti:

«È una dichiarazione di guerra contro lo stile di vita dell'adulto vincente a tutti i costi, iperattivo e superinformato. Lungi dall'essere un superficiale, la schiappa si fa rimbalzare il mondo addosso perché non ha nessuna intenzione di farsi ingannare dalle regole del mondo dei perfettini e del "si deve fare così". Ha come unica ambizione la convinzione che, prima o poi, qualcuno scriverà un libro sulle cose importanti della sua vita, e questo è il colpo di genio dell'autore, perché in realtà il libro c'è già: è quello che avete tra le mani, e ci parla di Greg a undici anni. Ecco quali sono le cose davvero importanti. Alla schiappa la vita va benissimo così come è, non vuole cambiare niente, gli piace dove vive, e si domanda perché mai gli adulti siano sempre così ossessivamente alla ricerca di qualcosa che li diverte per lo spazio necessario a farsi una foto, e per tutto il resto del tempo siano irrimediabilmente arrabbiati, stanchi, lamentosi, o, al contrario, pronti a fare grandi discorsi o a comprarsi una macchina enorme che si incasterà nel garage. Non si accorgono che se non facessero assolutamente niente vivrebbero probabilmente molto più felici? Non è proprio l'elogio alla decrescita, ma, per essere una schiappa, poco ci manca» («la Repubblica», 15 febbraio 2012).

Diario di una schiappa sembra davvero essere la favola editoriale più affascinante degli ultimi anni. L'autore contribuisce certamente al successo della storia: nonostante l'immensa popolarità, è rimasto un ragazzo semplice; a Plainville, nel tempo libero, fa il capo scout e disegna, e definisce ancora i fumetti «il suo hobby». Il 12 novembre 2011 ha dichiarato al «Telegraph»: «Continuo a sentirmi in un Truman Show. È stato tutto molto surreale e non mi ci sono ancora veramente abituato. Le cose diventano ogni giorno più strane». In una recente intervista ha confermato di aver mantenuto intatto il suo stupore. Anche dopo settantacinque milioni di copie vendute, continua a rilasciare dichiarazioni come questa al «Sidney Morning Herald» del 12 maggio 2012: «Mi sento come se stessi vivendo un'altra vita. Sto recitando, non è la mia vera identità». Ha poi affermato di voler arrivare al decimo volume della saga, ma anche in questo ambizioso proclama ha mantenuto la sua modestia: ha promesso che, se dovesse notare un calo della qualità, si fermerà molto prima.

B I B L I O G R A F I A

Carta stampata

Pierdomenico Baccalario, *Fenomenologia della schiappa. Il trionfo del bambino medio che odia la performance*, «la Repubblica», 15 febbraio 2012

Maurizio Bono, *Com'è bello essere una schiappa. Kinney «Basta con le magie. Voglio un eroe imperfetto»*, «la Repubblica», 13 aprile 2011

Zita Dazzi, intervista a Jeff Kinney, «D», «la Repubblica», 29 marzo 2008

Concita De Gregorio, *Il complesso del figlio di mezzo*, «la Repubblica», 17 febbraio 2008

Pico Floridi, *La schiappa di successo. Il ragazzino imbrantato da 13 milioni di copie*, «la Repubblica», 27 luglio 2009

Mi chiamo Greg, ho undici anni e sono una schiappa, «l'Unità», 21 febbraio 2008

Claudia Gorgoglione, *Blog, milioni di libri e ora Hollywood. Il fenomeno «diario di una schiappa»*, «la Repubblica», 17 febbraio 2010

Fiorella Iannucci, «Il Messaggero», 25 febbraio 2008

Francesca Lazzarato, «il manifesto», 2 febbraio 2008

Silvia Mapelli, *Sono una schiappa ed è la mia fortuna*, «Grazia», primo agosto 2011

Matteo Persivale, *Beffato Dan Brown, Greg la schiappa è il primo in classifica*, «Corriere della Sera», 28 ottobre 2009

Oriana Piccenti, *Una schiappa vincente*, «Vogue», agosto 2011

Rossana Sisti, «Popotus», «Avvenire», 21 febbraio 2008

Cristina Taglietti, *Vignette bulli autoironia. Così ha vinto la schiappa*, «Corriere della Sera», 29 ottobre 2009

Cristina Taglietti, *La nuova avventura di Kinney? È tutta qui, nel mio telefonino*, «Corriere della Sera», 21 marzo 2012

Manuela Trinci, *Libri per ragazzi, la pesca miracolosa*, «l'Unità», 31 marzo 2008

Orsola Vetri e Simone Bruno, *Siamo tutti un po' imbrantati*, «Famiglia Cristiana», 38, 18 settembre 2011

Dario Voltolini, «Tuttolibri», «La Stampa», 16 febbraio 2008

Fiera del libro per ragazzi, «il Giornale», 28 marzo 2008

Diario di una schiappa 2, «Il Sole 24 Ore», primo agosto 2011

Web

6rosso.wordpress.com/2012/03/14/the-wimpy-kid-ovvero-diario-di-una-schiappa-perche-piace-tanto-castoro-on-line.it/schiappa/default.htm

comingsoon.it/Film/Scheda/Video/?key=47933-6273#video

diamondbackonline.com/mobile/news/diamond-back-doodlers-1.856155

forkids.it/2012/04/06/neri-marcore-legge-diario-di-una-schiappa/

funbrain.com

idest.net/News-article-sid-5550-topic-21.html

it.wikipedia.org/wiki/Diario_di_una_schiappa

it.wikipedia.org/wiki/Jeff_Kinney

mangialibri.com/node/4213

poptropica.com

smh.com.au/entertainment/books/interview-jeff-kinney-20120510-lydll.html

telegraph.co.uk/journalists/sheryl-garratt/8879685/Diary-of-a-Wimpy-Kid-interview-with-Jeff-Kinney.html

wimpykid.com