

Fumetti. Settant'anni fa usciva il primo numero di Tex, eroe simbolo dell'universo Bonelli. Una mostra alla Permanente di Milano ne celebra il mito. Da Galep alla nuova serie prequel

Fra via Buonarroto e il West

Francesco Prisco

Primi a servire spaghetti western al mondo non furono Leone, Corbucci o Sollima. Sedici anni prima dell'inizio della Trilogia del dollaro, 18 prima di *Django* e di *La resa dei conti*, quando i "tre Sergio" del cinema di genere italiano erano poco più che ragazzi di bottega, un impavido eroe della frontiera, armato di colt e pittoresche imprecazioni, si lanciò tra le praterie del Texas e i canyon dell'Arizona a caccia di farabutti. Spingeva il suo cavallo da un altro ovest: quello di Milano, via Buonarroto 38, sede della redazione dell'*Audace* che un giorno sarebbe diventato Sergio Bonelli Editore.

Comincia così l'avventura di Tex, uno tra i più longevi personaggi di fumetto al mondo, figlio della fantasia di Gianluigi Bonelli e della matita di Aurelio "Galep" Galeppini, romanziere e pittore prestati all'arte popolare delle strisce. Era il 30 settembre del 1948 e una locandina appesa alle edicole annunciava: «Ragazzi! Ecco finalmente Tex, l'albo più ricco al prezzo più povero». Perché le macerie della guerra erano ancora a terra, di soldi ne giravano pochissimi e 15 lire erano il prezzo giusto se in cambio, su 36 pagine, ti davano un pezzo d'America e valori solidi come giustizia e lealtà. Quell'epopea adesso entra in museo: fino al 27 gennaio alla Permanente di Milano è in corso la mostra *Tex, 70 anni di un mito* a cura dello storico del fumetto Gianni Bono. Una raccolta interattiva di numeri storici, tavole originali, oggetti di merchandising e reperti provenienti direttamente da casa Bonelli che ripercorrono per intero la parabola del fuorilegge che si fece ranger. Dalla macchina per scrivere su cui Bonelli padre componeva a una copia de *Il massacro di Goldena*, introvabile romanzo western da lui pubblicato con le illustrazioni di Galep, poi opere a Tex ispirate, come la non proprio ruscitissima versione cinematografica *Tex e il signore degli abissi* di Duccio Tessari (1985) e il trascinante pezzo che i Lit-fiba incisero come singolo di lancio dell'album *Pirata* (1990).

Pubblicare strisce per la gioventù in quel 1948 - anno decisivo per la storia del Paese tra le elezioni che sancirono la vittoria della Dc sul Fronte popolare, l'attentato a Togliatti e il trionfo di Bartali al Tour de France che impedì una guerra civile - era affare da apprendisti stregoni. Ci si cimentò Tea Bertasi, casalinga che, secondo la leggenda, fino a due anni prima non



aveva mai aperto un albo ma, come accordo di separazione, aveva ricevuto in dote dall'ex coniuge la casa editrice Audace. L'ex coniuge, appunto: si chiamava Gianluigi Bonelli e la Bertasi lo volle accanto a Galep nel tandem creativo che avrebbe dovuto provare a indovinare i gusti dei ragazzi del dopoguerra. Si procedeva per tentativi: prendiamo il personaggio di Ringo, l'anti-eroe interpretato da John Wayne in *Ombre Rosse* (1939), diamogli il volto di Gary Cooper, divo de *L'uomo del West* (1940), e soprattutto la consapevolezza che prima della legge viene la giustizia, prima dell'appartenenza a una razza o a un ceto sociale c'è lo spessore etico, prima dei

In sella Ritratto equestre di Tex a firma di Galep che cita il Napoleone sul Gran San Bernardo di J. L. David. Fino al 27 gennaio sarà esposto alla mostra «Tex, 70 anni di un mito»

biechi calcoli il coraggio, prima dell'ambizione l'amicizia. Sembra quasi il contrappasso del conformismo che imperava nel Ventennio, tanto più che si specchia nell'America, nello spirito di una nazione che prometteva la modernità e che il fascismo lo aveva sconfitto a duello. L'esperimento a sorpresa riesce e Tex, negli anni Sessanta e Settanta, guarda caso quelli dello spaghetti western (e dell'ascesa di Sergio Bonelli, talentuoso figlio di Gianluigi, autore con lo pseudonimo di Guido Nolitta e poi editore), diventa oggetto di culto, addirittura fenomeno da 600 mila copie, prima punta di una formidabile squadra di eroi del fumetto destinata a comprendere an-

che Zagor, Mister No, Martin Mystère, quel Dylan Dog che in certe fasi sembrava pronto a strappare al ranger la leadership di eroe bonelliano più amato e il futuribile Nathan Never. Perché l'economia dei ruoli funziona a meraviglia: accanto a Tex ci sono Kit Carson, adorabile "vecchio trombone", personaggio storico reale che fa da collegamento con la vera epopea del West; Kit Willer, il figlio di Tex, ragazzo con un talento straordinario quando si tratta di cacciarsi nei guai o "sperimentare" situazioni nuove per la serie; Tiger Jack, silenzioso Navajo abile come nessun altro a seguire piste. Perché Tex è addirittura vedovo di una nobile squaw, circostanza che lo rende capo supremo di tutte le tribù Navajo con il nome di Aquila della Notte. Perché Tex sdoganerà il West raccontato dalla parte degli indiani in netto anticipo sul successo internazionale del film *Soldato blu* (1970).

A 70 anni suonati, Tex si trova davanti la sfida più ambiziosa della sua onorata carriera di ranger: sconfinare la crisi dell'editoria con una strategia che coniuga innovazione e diversificazione. Da un lato c'è il lancio programmato per novembre della serie prequel *Tex Willer*, dedicata alla giovinezza da fuorilegge dell'eroe bonelliano, espediente che consentirà alla casa editrice ora guidata da Davide Bonelli di azzerare il contachilometri del più celebre tra i suoi personaggi, strizzando l'occhio a un lettore più giovane e magari sperimentando qualche concessione al politicamente *incorrect*. Dall'altro c'è l'apertura del Tex Willer World, parco tematico da 20 milioni da realizzare a Montegrotto Terme sui Colli Euganei. Riuscirà il nostro eroe? Domanda retorica, per un personaggio che di retorico ha davvero pochissimo. Perché Tex fissa negli occhi i potenti e abbatte i prepotenti. Perché Tex è il giudice che vorremmo a dirimere le questioni personali più spinose, l'amministratore delegato ideale, l'arbitro perfetto cui affidare le sorti della nostra squadra del cuore quando gioca contro avversari che godono di sudditanza psicologica diffusa. Perché Tex passa tutti i mesi tra ferro e fuoco. Ma, alla fine, non muore mai.

TEX, 70 ANNI DI UN MITO
Museo della Permanente
Milano, fino al 27 gennaio

«HOW TO SPEND IT» CELEBRA IL BINOMIO ARTE E MODA



In edicola. Arte, cinema, affari di famiglia. La copertina di «How To Spend It» in edicola con il quotidiano è dedicata a Patrizio Bertelli: Ceo del Gruppo Prada. Dall'intervista a firma di Nicoletta Polla Mattioli emerge un personaggio poliedrico, pragmatico, visionario. Arte e moda sono il binomio attorno a cui si sviluppa il numero di ottobre. Di qui le interviste a Cheyenne Westphal, chairman di Phillips, ad Axel Vervoordt curatore, imprenditore, mercante d'arte, a Dona e Mera Rubell, influenti collezionisti contemporanei e l'incontro di Patrizia Sandretto Re Rebaudengo con Désiré Feuerle

A ME MI PIACE

A VENEZIA ASSAGGI FIRMATI ALAJMO

Davide Paolini

◉ Sono anni che critico i santini o *ex voto*, così ho definito gli *appetizer*, offerti all'inizio di pranzo o cena. Questa modalità un tempo era pane e salame, tradizione che mantiene tuttora un eccellente locale, come *Pierino* di Viganò Brianza, che riceve in sala con un vassoio di piccoli panini di qualità con salame. Non discuto la modalità di ingannare la lunga attesa, soprattutto in quei locali dove la ricerca dell'architettura e dei cromatismi delle portate è talmente lunga da sfidare le reazioni dei clienti, ma si sta sempre più esagerando. *L'amuse-bouche* infatti ormai si è trasformato in un rito: il cameriere decanta la lavorazione e gli ingredienti quasi già fosse cena vera e propria.

C'è però chi ha creato qualcosa di nuovo al *Grancaffè Quadri* di Venezia degli Alajmo, rinnovato con eleganza nel suo antico splendore. Qui è stata trasformata l'idea di *amuse-bouche* in una proposta di menu «Quattro Atti» (antipasti, primi piatti, secondi, dessert): si può scegliere fra uno o più *Atti* (o tutti) di quattro assaggi ciascuno. È una formula di sicuro successo che ho sfruttato per assaggiare antipasti e primi davvero intriganti: dalle capesante con agretto di mele, meringa di sedano verde, al radichio di cremoso di ventresca, focaccia veneziana, alla battuta di fassona al tartufo bianco. *Sine qua non*

Attrezzi feticcio

In cucina l'evoluzione di ciotola e mortaio

Sasha Carnevali

La differenza tra un *geek* e un *nerd*? Il *geek* vive per il possesso materiale, per sapere tutto su quegli oggetti fantastici e dove trovarli, per essere (e dimostrare di essere) sempre aggiornatissimo sulle novità del suo campo. Il *nerd* vive per il possesso del sapere, non è necessariamente un collezionista, ma conosce benissimo la storia e il funzionamento di quegli oggetti fantastici, anche se non sa dove trovarli.

Tim Hayward, critico culinario del «Financial Times», nel diagramma che contrappone *geek* e *nerd* si trova nello specchio di intersezione: quello dei fanatici-proprio-senza-speranza. L'ultimo libro di Hayward si rivolge proprio a questa nicchia di mercato disposta a trascinare nell'insolenza per una *presse à canard* degna della Tour d'Argent. *Gli strumenti della cucina moderna* presenta la storia dell'utensileria e delle cucine domestiche attraverso brevi saggi corredati da foto molto belle.

Il filo conduttore è quello delle invenzioni che hanno permesso nei secoli - anzi, nei millenni - di risparmiare tempo, energie, scarti e infortuni e di far fiorire il concetto stesso di cucina in quanto arte di mangiare al meglio delle proprie possibilità. All'origine di tutto potrebbero esserci mortaio e pestello, così diffusi in ogni continente in era primitiva che parlare di invenzione, secondo Hayward, sarebbe addirittura assurdo. L'autore porta gli esempi del *suribachi* giapponese (di ceramica ruvida all'interno, perfetto per ridurre in polpa le radici di *wasabi*), del *molcajete* messicano, in pietra; del set in granito di Jamie Oliver; e del *Wedgewood* da farmacisti in porcellana, «con ogni probabilità la versione che viene subito in mente a noi occidentali». Nella sua visione britannico-centrica dimentica però il mortaio di marmo che ha portato il pesto in tutto il mondo, da centinaia di anni in uso nelle cucine liguri e ma anche nelle farmacie fiorentine.

Che questo libro si rivolga istintivamente al pubblico inglese si avverte spesso: nei riferimenti ai tempi antichi che per *default* sono quelli del regno vittoriano, e a quelli moderni che, sempre per *default*, sono quelli di Terence Conran e della sua catena Habitat; nei prezzi indicati, come quel tenero «circa 43 sterline» per l'iconico spremiagrumi di Philippe Starck per Alessi; nell'ostentata differenza per prodotti che hanno fatto la storia del *design* ma che non essendo nati nel Commonwealth non vengono nemmeno citati. Ad esempio per il pelapatate si parla del modello inglese Lanchashire, dell'Aussie Deulson da Melbourne, anche del neon Rex della svizzera Zena, ma non dell'Oxo americano con impugnatura ergonomica in gomma nera, giustamente inserito da Paola Antonelli (curatrice del Dipartimento di Architettura e Design del MoMa) nel suo libro *Humble Masterpieces: 100 Everyday Marvels of Design* (Thames & Hudson, 2006).

È stata poi una rivelazione scoprire perché in molte case americane si strofini l'aglio nell'insalatiera: era stato il critico gastronomico di Chicago George Rector a lanciare negli anni '30 la *maie* e le *posate dilegno* («da non lavare mai») da ungere e insaporire con erbe e aglio, appunto, ad ogni contorno preparato - un po' come si fa con una buona teiera, che si sciacqua soltanto e la cui patina marrone all'interno dovrebbe erogare una bevanda più pregiata.

La lista di Hayward passa dalle spatole *entry-level* della inglese Skyline alla piastra per *sandwich* dell'australiana Breville; dagli *ecumenici* cucchiai dilegno che racconteranno come sta preparando il suo spettacolo dal capolavoro di Michail Bulgakov. La gente che prima non usciva più da casa, non avendo motivi, ogni sera ha un appuntamento: Valerio Mastrandrea che racconta di sé al vicinato o Luca Serianni - studioso della lingua - che celebra una *lectio* davanti una marea di popolo sottraendola alla visione dei Pacchi su Rai. Invece che essere un Pasolini solo a parole, Raimo - *Deo Gratias* - è un Pasolini nei fatti. @PButtafuoco

GLI STRUMENTI DELLA CUCINA MODERNA
Tim Hayward
Guido Tommasi Editore, Milano, pagg. 208, € 28

Il tratto dell'umorismo

Libri e riviste che fanno davvero ridere

Paolo Albani

Definire l'umorismo è come pretendere di trafiggere una farfalla adoperando quale spillo un palo telegrafico, sostiene il drammaturgo spagnolo Enrique Jardiel Poncela. L'umorismo rappresenta una delle esperienze umane più difficili da spiegare. In molti ci hanno provato: scrittori, artisti, filosofi, psicanalisti, «magnetizzatori del linguaggio» e altri ancora, tutti personaggi qualificati a parlare dell'argomento, ma l'hanno fatto con risultati non proprio esaltanti né tanto meno definitivi. I più grandi pensatori - ha scritto Umberto Eco al riguardo - sono scivolati sul comico. Sono riusciti a definire il pensiero, l'essere, Dio, ma quando sono arrivati a spiegarci perché un signore che scende le scale e improvvisamente scivola ci fa morire dal ridere.

Allora una maniera per affrontare il problema in modo efficace, senza troppe fumosità teoriche, è vedere come l'umorismo prende corpo e si manifesta in concreto, scoprirne da vicino le stranezze e le meraviglie linguistiche e visive di cui è capace. Un utile strumento per capire cos'è il fenomeno dell'umorismo ce lo offre ora un bellissimo libro di Paolo della Bella, *Uno Sguardo Profondo*, scritto

in collaborazione con Laura Monaldi e Claudia Paterna con prefazione di Stefano Salis.

Come recita il sottotitolo *Viaggio nello Humour e nella Satira*, il volume di della Bella, artista e scrittore (ha curato, fra le altre cose, due dizionari per Zanichelli *Forse Queneau. Enciclopedia delle scienze anomale* nel 1999 e *Mirabilia. Catalogo ragionato di libri introvabili* nel 2003), è un affascinante e documentato pellegrinaggio fra le riviste e le pubblicazioni italiane e internazionali che hanno dato un contributo significativo all'umorismo, in primo luogo grafico, ma non solo. Una sorta di diario che muove dall'esperienza di un sodalizio di amici - Graziano Braschi, Berlinghiero Buonarroto e lo stesso della Bella - dediti all'arte dell'illustrazione umoristica, fondatori nel 1967 del Gruppo Stanza (questo il nome del loro effervescente laboratorio di idee) da cui nacque nel 1971 la rivista «Ca Balà», dove per la prima volta comparve «l'Omino», personaggio stravagante, ripiegato su se stesso, intento a guardarsi il posteriore in una contorsione acrobatica (da qui il titolo del libro), disegnato da Braschi. All'«Omino», simbolo della rivista a partire dal n. 17/18, il libro dedica alcune interes-



A Fiesole La locandina di «Humour Mon Amour», la mostra di umorismo grafico del 1982

santi pagine in cui sono riportati gli antecedenti, le analogie e le corrispondenze di questo buffo e dissacrante disegno.

L'intento del Gruppo, come viene spiegato nelle «Istruzioni per l'Uso», era perseguire, attraverso la serigrafia manuale, il duplice obiettivo di valorizzare l'aspetto dell'artigianalità e promuovere la diffusione del disegno umoristico. Perché i nostri tre amici, fin da giovani, coltivano una smisurata passione per gli «scarabocchi» di grandi disegnatori come James Thurber, Maurice Henry, Charles Addams, André François, Ronald Searle, Jean-Maurice Bosc, Jean-Jacques Sempé, Topor, Folon, incontrati sulle pagine di riviste, oggi mitiche, come la francese «Bizarro» o le italiane «Il Delatoro» e «Il Caffè» di Giambattista Vicari.

Per la precisione, il nome «Ca Balà» fu suggerito dallo scrittore Piero Santi che si offrì come direttore responsabile. «Ca Balà» era il nome di una rivista da Santi fondata nel 1950 cui collaborarono fra gli altri Gadda, Delfino, Palazzeschi, Landolfi.

Nella prefazione al libro, Stefano Salis s'interroga argutamente sul fine che hanno fatto la satira e l'umorismo, la loro capacità di osservazione e di ribellione alla banalità delle

cose, e avanza un sospetto, che «sia persa molta della perizia e della capacità che avevano una volta i grandi dell'umorismo grafico di incidere sulla realtà attraverso il pensiero delle persone».

Lo straordinario viaggio intrapreso da della Bella nel variegato mondo dell'umorismo e della satira, raccontato nelle pagine di questo libro ricco di documenti preziosi, per lo più ormai introvabili (copertine di riviste, articoli di giornali, disegni, ecc.), si chiude nell'anno 1982, con la mostra *Humour Mon Amour*, una rassegna di umorismo grafico a partire dal 1940, tenutasi a Fiesole, organizzata dai tre amici del Gruppo Stanza. La mostra ebbe un notevole successo, molte furono le recensioni, tra cui - ironia della sorte - una elogiativa dell'«Osservatore Romano», nonostante tra le categorie antologizzate vi fosse l'umorismo anticlericale.

UNO SGUARDO PROFONDO
Paolo della Bella
In collaborazione con Laura Monaldi e Claudia Paterna, prefazione di Stefano Salis, Cadmo, Fiesole (Firenze) pagg. 439, € 50

RADIO24 FA RIVIVERE LE OLIMPIADI IN MESSICO

Radio24

Quattro puntate

Le Olimpiadi che rivoluzionarono il mondo, nell'anno che rivoluzionò il mondo. A cinquant'anni di distanza, «Olympia» miti e verità dello sport», il programma di storytelling sportivo di Radio 24 condotto da Dario Ricci (ogni domenica alle 16.30), a ottobre rivive i Giochi di Messico 1968. Si comincia oggi con la puntata dedicata alla strage di Piazza delle Tre Culture, che il 2 ottobre 1968 anticipò drammaticamente l'apertura delle Olimpiadi

© RIPRODUZIONE RISERVATA