

## Prova 1

### **Il fumetto più venduto in Italia è di Pera Toons**

Nel 2015 Alessandro Perugini cominciò a pubblicare delle vignette minimaliste, colorate e piuttosto essenziali sulla sua pagina Instagram, dove è conosciuto come Pera Toons. Avevano per protagonisti figure umane disegnate in modo volutamente bambinesco, con uno stile che per alcuni versi ricordava quello della serie animata *South Park*: un cerchio per la testa, due puntini per gli occhi, una linea orizzontale per la bocca e pochi tratti per rappresentare il corpo. Oggi quella pagina è seguita da più di un milione e mezzo di persone, e Pera Toons è diventato un caso editoriale. Le sue vignette, inizialmente pubblicate solo online, sono poi state raccolte in diversi libri di enorme successo.

La scorsa settimana le vendite di *Ridi che è meglio*, quello più famoso, hanno superato le 300mila copie vendute dall'uscita, quindi in cinque anni. È il primo fumetto a raggiungere questo risultato dal 2008, l'anno in cui GfK, la principale società di analisi che monitora il mercato editoriale italiano, cominciò le sue rilevazioni. È un risultato eccezionale per un fumetto italiano: per dare l'idea *La profezia dell'armadillo*, il libro più conosciuto di Zerocalcare, largamente il fumettista più popolare in Italia, ha impiegato dieci anni per venderne 200mila.

All'inizio le vignette di Pera Toons hanno avuto un grande successo soprattutto per il tipo di comicità su cui si basano, che si presta particolarmente bene al modo in cui scorrono i contenuti di Instagram. Fondamentalmente si risolvono sempre in uno scambio di battute tra due personaggi: a volte si tratta di un gioco di parole, altre di freddure, in altri casi di piccoli enigmi che si risolvono scorrendo le immagini. Un altro elemento che distingue il lavoro di Pera Toons sui social è l'audio: le vignette hanno spesso animazioni essenziali accompagnate dalla sua voce.

Perugini aveva in mente fin dall'inizio di avere successo sui social, e ha funzionato soprattutto sui bambini. Mara Famularo, esperta di fumetti che scrive per *Internazionale Kids*, spiega che le vignette di Pera Toons sono perfette per chi ha appena imparato a leggere, perché «sono brevi, immediate e strutturate in modo da guidare con chiarezza la lettura». Anche il tipo di comicità su cui si basano è immediatamente afferrabile per un bambino: si tratta quasi sempre di giochi linguistici semplici, situazioni quotidiane o battute che non richiedono riferimenti culturali complessi o livelli di lettura multipli.

Le vignette di Pera Toons piacciono ai bambini anche perché sono delle specie di giochi: «a tutti i bambini piace arrovellarsi tra piccoli misteri o indovinelli. Pera Toons ha saputo sfruttare bene questa dinamica per creare un senso di interazione», dice Famularo.

Anche secondo Matteo Stefanelli, direttore del sito specializzato *Fumettologica*, il lavoro di Pera Toons «ha a che fare con l'enigmistica, più che con il fumetto». «Dietro a tutte le sue battute, che sono sempre molto impostate, c'è quasi sempre un piccolo quiz. È come se proponesse quotidianamente al suo pubblico delle micro-challenge, e questo patto col lettore, che nella maggior parte dei casi è un bambino che non aspetta altro, è molto efficace». Anche per questo, secondo Stefanelli le vignette di Pera Toons ricordano i primissimi fumetti italiani, che venivano venduti nelle stazioni e sui treni nella seconda metà dell'Ottocento, e che in sostanza erano delle raccolte di barzellette disegnate simili a quelle che si trovano ancora oggi sfogliando *La Settimana Enigmistica*.

## Prova 2

### **Il romanzo giapponese dell'estate italiana**

Ai primi posti della classifica generale dei libri più venduti delle ultime settimane in Italia c'è un romanzo giapponese che s'intitola *Strani disegni*, pubblicato alla fine di giugno da Einaudi. È un romanzo molto diverso dai libri giapponesi comparsi nelle classifiche italiane negli ultimi anni – primi fra tutti quelli della serie iniziata con *Finché il caffè è caldo* di Toshikazu Kawaguchi – che fanno parte della cosiddetta *uplifting lit*, cioè quella narrativa che piace perché infonde speranza e ottimismo nei lettori.

La trama di *Strani disegni* infatti è di un genere tra il giallo e l'horror, e tiene attaccato il lettore soprattutto per l'inquietudine che gli trasmette fin dalle prime pagine. Oltre a questo, un motivo per cui, dopo essere diventato un bestseller in Giappone, *Strani disegni* sta avendo molto successo in Italia e in tutto il mondo è la curiosità attorno al suo autore, Uketsu: uno youtuber da milioni di visualizzazioni che si mostra in video e in pubblico indossando una maschera, e la cui identità è quindi sconosciuta.

Il canale YouTube di Uketsu esiste dal 2018 e ha oltre 1,7 milioni di iscritti, ma i suoi video raggiungono numeri di visualizzazioni molto più alti, oltre i 10 milioni. Sono video surreali e leggermente inquietanti, alcuni più raccontati, altri fatti solo di immagini, in cui Uketsu indossa sempre una tuta nera col cappuccio e una maschera bianca di cartapesta che ricorda quella del personaggio di Senza-Volto in *La città incantata* di Hayao Miyazaki. La sua voce è modificata in modo che suoni come quella di una bambina.

Di lui si sa che è un uomo e che è di Kanagawa (nei dintorni di Tokyo). Dalle molte interviste che sono state pubblicate (e più raramente dalle sue comparse in pubblico) si deduce che potrebbe avere attorno ai trent'anni. Questo alone di mistero e di stranezza ha contribuito molto a far parlare di Uketsu un po' in tutti i paesi in cui è stato tradotto in questi mesi: in Italia per esempio Einaudi lo sta usando per una campagna sui social a base di meme.

Il nome Uketsu non ha un significato ma si scrive con i caratteri giapponesi che stanno per “buco” e “pioggia”: lo youtuber aveva spiegato che l'accostamento non vuol dire niente, ma che dà «un'impressione umida e cupa» che gli si addice. Al *Japan Times* ha raccontato che dopo gli studi di economia voleva lavorare nel settore della musica o dei manga, ma di non essere riuscito a fare nessuna delle due cose e di aver quindi cominciato a scrivere storie per il sito comico *Omokoro* e poi, sentendo l'esigenza di usare anche le immagini oltre alle parole, di aver iniziato a pubblicare video sul suo canale YouTube. L'uso delle immagini come accompagnamento alla narrazione è una cosa che ricorre anche nei suoi libri.

*Strani disegni* è il primo dei suoi libri a essere pubblicato in Italia e in una trentina di altri paesi. Più di recente è uscito in inglese anche *Strane case* (*Strange Houses*), che in Italia è stato pubblicato in una versione a fumetti col titolo *La strana casa*. Einaudi ha già detto che li pubblicherà tutti.

Parlando dei suoi libri Uketsu ha spiegato che rispetto all'horror occidentale, violento, sanguinoso e grottesco, l'horror giapponese tende a essere più tranquillo: «all'apparenza un po' dimesso, è di quel tipo che fa crescere un senso di paura lentamente». Secondo lui il successo dei suoi libri dipende dal fatto che piacciono molto ai giovani, che spesso non avevano mai letto niente prima e che li scoprono grazie al passaparola.

### Prova 3

#### **C'è un limite anche alla raccolta differenziata**

La Commissione Europea ha fatto causa alla Francia per le regole adottate dal governo francese sulla separazione e il riciclaggio dei rifiuti, che secondo la Commissione sono troppo severe. La causa verrà valutata dalla Corte di giustizia dell'Unione Europea, il principale tribunale dell'Unione.

Secondo la legge francese, dal 2022 molti prodotti comuni devono avere sulla confezione un logo specifico, in Francia noto come logo "Triman" o "Info-tri", che indica ai consumatori come separare e riciclare gli imballaggi. Secondo la Commissione, è una richiesta «sproporzionata», e un ostacolo alla libera circolazione delle merci, che è un principio fondamentale del mercato unico europeo.

Nell'Unione Europea, al momento, non ci sono regole comuni che stabiliscono quali simboli debbano essere usati per indicare come riciclare gli imballaggi. È una questione tecnica, ma ha effetti importanti: regole diverse obbligano le imprese ad adeguarsi alle richieste di ogni singolo paese in cui vendono i propri prodotti, modificando i propri imballaggi, con procedimenti più lunghi e costosi.

Per garantire la libera circolazione dei beni nel mercato europeo, l'Unione Europea ha approvato regole uniformi per le indicazioni sul riciclaggio degli imballaggi, che dovrebbero entrare in vigore nel 2028. Fino a quel momento, la Commissione ritiene che stabilire per legge l'esistenza di un singolo logo nazionale sia una richiesta «sproporzionata», che nei fatti crea un ostacolo alla circolazione dei beni.

La Commissione Europea ha chiesto diverse volte al governo francese di modificare la legge. Il governo francese, però, non ha soddisfatto la richiesta. Un portavoce del ministero dell'Ambiente francese ha spiegato alla rivista *Politico* che il governo francese ha l'intenzione di continuare a usare il logo Triman fino al 2028, quando entrerà in vigore la nuova direttiva sugli imballaggi. Secondo il governo francese, da quando è stato reso obbligatorio il logo ha contribuito a migliorare il riciclaggio in Francia.

La Corte di giustizia europea è un tribunale dell'Unione Europea che, tra le altre cose, ha il compito di assicurare che le norme europee siano applicate in modo corretto e uniforme in tutti i paesi membri. Si occupa anche di risolvere i conflitti tra le istituzioni europee e i singoli stati. Se la Corte giudicherà che la Francia ha violato le norme comunitarie, potrà approvare sanzioni finanziarie nei confronti del governo francese fino a quando la Francia non modificherà le proprie leggi sul riciclaggio dei rifiuti.