

Quando una storia diventa Disney

Un secolo di trasformazioni

Nel mondo dell'audiovisivo contemporaneo, nessun marchio esercita un'influenza paragonabile a quella della Disney. L'azienda fondata da Walt un secolo fa non si occupa solo di produrre film: è un impero che comprende canali televisivi, piattaforme di streaming, spettacoli teatrali, parchi a tema, crociere e montagne di merchandising. Ma al suo centro continua a esserci lo studio di animazione, dove si creano i personaggi e le storie che poi si irradiano attraverso gli altri media e le esperienze per i consumatori.

Il libro di Giulia Cavazza, *From Books to Disney: the Evolution of Adaptation in the History of Disney Animation Studios* – frutto di anni di ricerca e di una passione mai disgiunta dallo sguardo critico – è un saggio in inglese che affronta con lucidità e rigore un tema che tocca il cuore stesso dell'identità Disney: l'adattamento da fonti letterarie. Fin dai suoi esordi, infatti, nessun altro studio hollywoodiano ha dato altrettanta centralità all'idea di adattare storie preesistenti. E non si tratta di un adattamento qualsiasi: già con *Biancaneve e i sette nani* (il primo lungometraggio animato prodotto dallo studio nel 1937) è l'adattamento dalle fiabe e dalle leggende popolari quello che viene presentato come il Dna narrativo della Disney.

Tre categorie di fonti, un'unica identità narrativa

Eppure l'autrice del volume, analizzando ognuno dei 62 "classici" Disney che, fino ad oggi, sono stati presentati come adattamenti letterari, rivela che solo una parte minoritaria proviene effettivamente da miti o fiabe popolari, come *Cenerentola*, *La bella addormentata*, *Mulan* e, più recentemente, *Rapunzel*.

Molti altri film, invece, provengono da opere letterarie con un autore preciso e una strutturata visione del mondo: Andersen, Colodi, Kipling, Hugo, Burroughs... Classici per ragazzi ma, a volte, anche destinati a un pubblico adulto, e che la Disney "rifonda" in un'ottica di entertainment per famiglie. Da *Pinocchio* a *Il Gobbo di Notre Dame*, passando per *La Sirenetta* e *Il Libro della Giungla*, questi film dimostrano come l'azienda abbia saputo impadronirsi di storie con una propria struttura e un proprio impianto valoriale per renderle parte del suo universo narrativo.

Infine, la terza categoria (forse la più interessante e la meno raccontata) comprende gli adattamenti dalla letteratura contemporanea. È un territorio più rischioso, perché la minore fama del materiale letterario di partenza non è in grado di garantire un

forte richiamo per il pubblico, ma allo stesso tempo offre una maggiore libertà in termini di adattamento, dato che il confronto con l'opera originale è meno pressante. Soprattutto in quest'ultima categoria la varietà delle fonti è impressionante: troviamo romanzi di grande successo, come *La carica dei 101* di Dodie Smith, o opere quasi sconosciute, come l'ormai scomparso libro-giocattolo che ha offerto la prima ispirazione per *Dumbo*; serie di libri di lunga durata ma anche racconti brevi (un esempio di questi ultimi è *Happy Dan, the Cynical Dog* di Ward Green, che ha fornito la caratterizzazione del protagonista maschile di *Lilli e il vagabondo*); saghe di libri per bambini come *Winnie the Pooh* o la serie *The Rescuers*, nonché romanzi per adulti come *Bambi, la vita di un capriolo* di Felix Salten e *The Fox and the Hound* di Daniel P. Mannix.

L'aspetto più interessante è che una volta inglobate all'interno dell'universo Disney, tutte queste storie acquistano una sorprendente coerenza narrativa e valoriale. È come se l'enorme varietà di fonti – dalla mitologia greca ai romanzi inglesi dell'Ottocento – venisse filtrata da un linguaggio comune, un insieme di codici visivi, morali e narrativi che rendono immediatamente riconoscibi-

le il marchio Disney. Si pensi per esempio al modello di eroe buono e senza macchia, la cui unica debolezza coincide con l'ingenuità e l'inesperienza, che gli rendono difficile sfuggire al male che abita il mondo in cui vive. Questo modello, che prende forma già nell'adattamento di *Biancaneve*, si estende al successivo *Pinocchio* modificando profondamente le caratteristiche del personaggio collodiano: la storia di un burattino che, attraverso i propri errori, supera il proprio egoismo e impara l'amore e la cura per gli altri, diventa sullo schermo quella di un bambino solo leggermente legnoso ma dal cuore d'oro, che deve imparare ad ascoltare la voce buona della sua coscienza a forma di grillo rispetto alle seduzioni del male¹.

Eppure, questa coerenza non è mai stata sinonimo di staticità. Il libro mostra come, nonostante l'apparente monoliticità, il modo in cui la Disney adatta le proprie fonti sia cambiato di decennio in decennio, rispondendo alle crisi interne e alle sfide esterne del mercato. In particolare, dagli anni '90 in poi questo processo si è accelerato, con la nascita di nuovi competitor come Dreamworks o Blue Sky e poi con l'acquisizione di Pixar nel 2006, tanto che lo Studio ha iniziato a spostarsi dagli adattamenti verso le storie originali. Ma questo non ha significato un completo abbandono del passato: le strategie di adattamento si sono semplicemente spostate sul piano interno, diventando processi di "auto-adattamento", dove la Disney non rilegge e reinterpreta più i classici letterari, bensì sé stessa, la propria tradizione e il proprio pubblico. *Frozen* rappresenta forse l'esempio più chiaro di questa tendenza: uscito nel 2013, è l'ultimo film, almeno fino ad oggi, presentato come un adattamento letterario, ma si ispira solo ad alcune immagini metaforiche contenute in *La Regina delle Nevi* di Ander-

sen. Dal punto di vista più strettamente narrativo dialoga invece con la maniera in cui la Disney ha adattato le fiabe fino a quel momento, rovesciandone però i tropi più comuni, come l'amore a prima vista o il bacio del vero amore.

Oltre il mito di Walt: le persone dietro gli adattamenti

Giulia Cavazza ci spinge ad andare oltre la narrativa ufficiale dello Studio, che attribuisce tutto alla genialità di Walt, per rispondere a domande molto concrete: nelle diverse fasi della sua esistenza, chi era incaricato di proporre le storie che sarebbero state adattate? In base a quali criteri venivano scelte o scartate? E quali erano le strategie di adattamento utilizzate per integrarle nell'universo Disney e renderle conformi alle aspettative del pubblico?

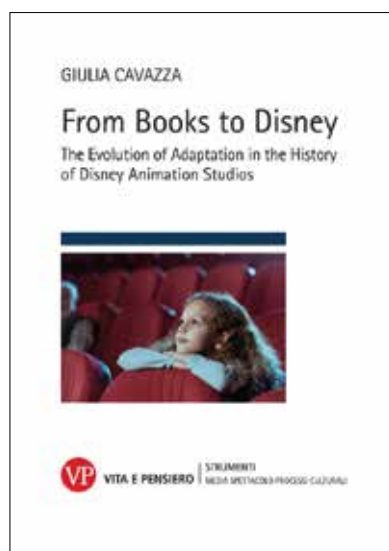
Il libro restituisce voce a figure cruciali e spesso dimenticate: produttori, sceneggiatori, story artists (una figura che si può associare ai moderni storyboardisti) e animatori, spesso in tensione tra esigenze commerciali e desiderio di innovazione. Si pensi per esempio a Bill Peet, che negli anni '60, dopo decenni in cui il processo di adattamento era un lavoro di gruppo, orchestrato dalla ferrea supervisione di Walt, per primo si trovò

a lavorare da solo all'adattamento di due film Disney, *La carica dei 101* e *La spada nella roccia*; oppure a Jeffrey Katzenberg, il produttore creativo che a cavallo degli anni '80 e '90 rivoluzionò l'organizzazione dello studio portando al suo interno pratiche che venivano dal mondo della produzione live action (una su tutte, lo sviluppo delle storie sotto forme di sceneggiature, mentre fino a quel momento era stato largamente predominante uno sviluppo direttamente visivo sotto forma di storyboard, a partire da trattamenti abbastanza sintetici).

Le loro storie, intrecciate con le trasformazioni dello Studio – dall'era Walt alla gestione di Michael Eisner, chiusa non senza conflitti nel 2006, fino all'epoca digitale – mostrano come in ogni epoca la Disney abbia dovuto ridefinire il proprio modo di adattare: prima creando un'identità, poi consolidandola, infine reinventandola per rispondere alle esigenze di un mercato in trasformazione o – per quanto riguarda le idee woke – alle pressioni di una cultura che ha fortemente permeato la comunità creativa del cinema hollywoodiano.

Strategie narrative e valori in evoluzione

Un aspetto particolarmente stimolante del libro è l'analisi delle strategie narrative e retoriche. L'autrice evidenzia, per esempio, come l'uso del celebre *opening book* (la sequenza in cui un libro si apre e, dalle pagine che si sfogliano, prende avvio l'animazione) sia un indicatore del maggiore o minore grado di prestigio della fonte letteraria di origine. Esso, infatti, non viene usato in tutti i casi di adattamento letterario, bensì solo quando si vuole istituire un collegamento diretto, quasi una "filiazione", con la propria fonte: lo troviamo infatti in apertura di *Biancaneve*, *Pinocchio*, *Cenerentola*... Al contrario, in presenza di fonti



più moderne e meno diffuse, come nel caso di *Bambi* (adattamento da un romanzo austriaco piuttosto oscuro) non si trova nessun libro in apertura del film e la storia acquisisce immediatamente, agli occhi del pubblico, un maggior grado di “originalità”.

Altro punto di forza è l'attenzione ai cambiamenti strutturali negli archi narrativi e nel sistema dei personaggi. Alcuni sono molto sottili e potrebbero sfuggire a prima vista: si pensi all'adattamento di *Peter Pan*, che, attraverso l'omissione di poche scene, modifica il protagonista della storia da Peter a Wendy, spostando di conseguenza anche il fulcro dell'immedesimazione del pubblico e il viaggio emotivo che è portato a intraprendere. Ancora più eclatante è il caso di *Frozen*, dove la Regina delle Nevi, celebre antagonista nella fiaba di Andersen, diventa coprotagonista e simbolo di autodeterminazione femminile.

Il fine delle analisi è quello di mettere in luce quali sono i valori veicolati dalle storie Disney, in che misura essi rispecchiano o si distanziano da quelli delle loro fonti letterarie e come evolvono nel tempo.

Le scelte narrative e visive, infatti, non sono mai neutre: come osserva l'autrice citando John Truby, le storie sono una forma di conoscenza del mondo, un modo per far rivivere emozioni e scelte morali in chi guarda. In questo senso, la Disney è un laboratorio di pedagogia globale: insegna (consapevolmente o no) cosa significhi crescere, amare, accettarsi, sognare.

Negli ultimi anni, le trasformazioni del panorama sociale e culturale hanno messo alla prova la capacità dello Studio di aggiornare questi valori. *Frozen*, in particolare, si pone in rottura rispetto ai modelli narrativi utilizzati nel passato; ma il libro mostra come queste scelte non nascano da un improvviso “risveglio progressista”, quanto da un lungo percorso interno, fatto di aggiustamenti e sperimentazioni, spesso guidato da figure femminili ai vertici della sceneggiatura.

Pur riconoscendo la potenza culturale dei suoi film, l'autrice evita sia l'entusiasmo ingenuo sia la condanna ideologica. Ci invita piuttosto ad abbandonare il mito della coerenza assoluta per osservare la Disney come un organi-

simo vivo, in costante mutazione, capace di adattarsi non solo ai testi che trasforma, ma anche alle epoche, ai pubblici, ai linguaggi. Dietro ad ogni *Pinocchio* e ad ogni *Sirenetta* ci sono decine di decisioni editoriali, estetiche e politiche, prese da persone diverse, senza le quali non è possibile trasformare una storia in un fenomeno globale.

In sintesi, *From Books to Disney* non è solo un saggio sull'adattamento per “addetti ai lavori” e studiosi della Disney (che comunque troveranno materiale super interessante), ma diventa una riflessione sull'immaginario contemporaneo, rivolta anche a chi non è esperto di cinema o di letteratura. È un testo che parla a chi è cresciuto con i classici Disney e desidera diventare più consapevole dei valori e della visione del mondo che essi hanno veicolato e continuano a veicolare, ma anche a chi oggi si interroga sul potere delle storie in un'epoca dominata dai contenuti audiovisivi che proliferano su una molteplicità di piattaforme.

A.F.



¹ Cfr, su questi temi, Armando Fumagalli, *Un burattino inafferrabile. Su alcuni recenti adattamenti audiovisivi di “Pinocchio”*, in Piermarco Aroldo, Giovanna Mascheroni, Francesca Pasquali, Barbara Scifo (a cura di), “...E quanto più sapore possibile”. *Comunicazione, media, industria culturale. Studi in onore di Fausto Colombo*, Vita e pensiero, Milano 2025, pp.19-33, reperibile anche in open access sul sito Vita e pensiero.