

Introduzione

Dante e i suoi derivati

Mille di questi anni. Il centenario dantesco appena celebrato ha dimostrato una volta di piú quanto sia grande la vitalità di Dante a sette secoli di distanza dalla sua morte. E ci ha chiarito senza ombra di dubbio che Dante sopravvivrà anche a questo centenario e a chissà quanti altri in futuro. Sopravvivrà grazie alla sua opera universalmente celebre, il poema che siamo soliti chiamare *Divina Commedia*; grazie alla forza della sua arte e del suo pensiero; grazie alla sua biografia ormai elevata a mito e al sacrosanto culto che da noi gli è riservato in quanto padre della lingua italiana. Ma mai come in queste celebrazioni è stato chiaro che Dante sopravvivrà ancora a lungo in tutto il mondo anche grazie a quella percezione collettiva che lo ha reso ormai una straordinaria icona pop.

Un'icona nel senso di un simbolo legato a un immaginario condiviso. C'è il Dante em-

blema dell'identità culturale italiana, la cui effigie passa dalle lire agli euro. C'è l'immagine di Dante usata già da tempo, non solo in Italia, come marchio commerciale e in chiave pubblicitaria. C'è il Dante personaggio che ritorna – fino in America, fino in Giappone – nelle trame di libri, film, fumetti, giochi di successo. Ci sono, potremmo dire, tanti Dante quanti in questi secoli le persone ne hanno voluti vedere. Dante cult. Dante brand. Dante ciak. Dante gulp. Dante gag. Dante game. Dante young. In comune con l'originale molti di questi hanno solo l'inconfondibile profilo. Non di meno, sono e rimangono proiezioni di quell'inarrivabile poeta in grado di cantare con una potenza senza pari l'amore, la morte, la bellezza, l'orrore, la vita terrena e quella ultraterrena: dall'Inferno al Paradiso.

In questo sta ciò che si potrebbe chiamare il potere atemporale di Dante: quel Dante metastorico che può essere citato in ogni epoca e a ogni proposito. «Dante è una delle tre cose che condividono con la gomma la prerogativa dell'elasticità», recita una battuta attribuita allo scrittore risorgimentale Francesco Domenico Guerrazzi: «le altre due, per chi non lo sapesse, sono la Bibbia, e, naturalmente, la coscienza». Un potere atemporale che ha

portato Dante e la sua opera a superare i confini della letteratura per diventare parte di un patrimonio piú ampio e condiviso.

«La popolarità di Dante», osservava un altro scrittore dell'Ottocento, Giosue Carducci, «risale ai tempi della prima gioventú del Petrarca, non molto dopo il 1320». E lo diceva basandosi su una lettera in cui Petrarca spiegava a Boccaccio che aveva scelto ormai di scrivere solo in latino, perché non voleva che i suoi versi finissero – come quelli di Dante – imbrattati e sputacchiati da gente ignorante. Qualcosa di simile racconta Franco Sacchetti (siamo ancora nel Trecento) in due sue novelle, in cui Dante personaggio – passeggiando per Firenze – rimprovera prima un fabbro e poi un asinaio che cantano i suoi versi storpiandoli.

Secoli dopo, il Dante popolare è quello dell'artigiano R. L. che nel 1872 finisce in manicomio tentando d'imparare la *Divina Commedia* a memoria. È quello delle edizioni illustrate, che sfruttano la forza emotiva delle immagini. «Probabilmente un'edizione così sarebbe piaciuta anche a Dante!» commenta la voce del cinegiornale presentando l'edizione Fabbri del 1963. Immagini che hanno preso vita nei vetrini delle lanterne magiche, poi

nei film – il primo *Inferno* è del 1911 – e nelle versioni fumettistiche: dall'*Inferno di Topolino* del 1949-50 («Io son nomato Pippo e son poeta | Or per l'inferno ce ne andremo a spasso | Verso un'oscura e dolorosa meta») fino ai manga giapponesi di Gō Nagai, il creatore di Goldrake e Jeeg robot d'acciaio. Da ultimo, anche nei videogiochi: come quel *Dante's Inferno* in cui il poeta è un crociato che deve salvare Beatrice rapita da Lucifero.

Il Dante popolare è quello risorgimentale e patriottico, venerato alla stregua d'un santo laico, come testimonia un *Catechismo dantesco* del 1860. Quello capace di far capolino nelle sedute spiritiche (del 1904 è *La Commedia Divina dettata dallo spirito di Dante ad Antonio Bernardini Marzolla per mezzo del medio Ettore suo figlio*) o in altri fenomeni paranormali: *Parla e si muove il busto di Dante*, recita nel 1954 un titolo del settimanale «Tempo». Ma anche quello che nel 1865, durante le celebrazioni per il sesto centenario della nascita, faceva arrabbiare il grande letterato Francesco De Sanctis: «Sento cantar per via: spille di Dante a quattro soldi!» Quel Dante che, con il suo nome e la sua immagine, sarà usato per vendere – tra l'altro – olio, sigari, macchine da scrivere e persino (indignando due

grandi intellettuali come Benedetto Croce e Nicola Zingarelli) un'acqua purgativa: «I' son Beatrice che ti faccio andare». È quello delle figurine, delle cartoline, degli slogan, dei caroselli recitati da attori come Walter Chiari e Sylva Koscina: «Tanto gentile e tanto onesta pare... Perché pare: non sono onesta?»

Quello delle citazioni distorte, come nel poster che alcuni trippai fiorentini hanno esposto nell'anno appena passato delle celebrazioni dantesche: «Nel mezzo del panin senza mollica | mi ritrovai la salsa rosso scura | che tanto al lampredotto va gradita». Quello delle scritte sui muri, a volte ironiche e commoventi al tempo stesso, come una che ancora campeggia in una piazza di Roma: «Beatrice ti amo | Dante». E allora è proprio da qui – da questa scritta d'amore su un muro – che cominciamo il nostro viaggio, per attraversare a una a una le tante metamorfosi del Dante icona.

Questo libro riproduce, con qualche integrazione, il testo di una conferenza che ho tenuto la prima volta il 25 novembre 2020 per la Fondazione Corriere della Sera e poi riproposto con alcune varianti in diverse altre sedi e occasioni nel corso di tutto il 2021.

Il testo condensa il precipitato di una serie di ricerche condotte in vista della mostra *Dante. Un'epopea pop* (Mar - Museo d'Arte della città di Ravenna, 25 settembre 2021 - 9 gennaio 2022) curata da me con la collaborazione di Giovanni Battista Boccardo e di Federico Milone. Devo l'idea di quella mostra – e dunque di quelle ricerche, di quelle conferenze e in ultima analisi di questo libro – a Maurizio Tarantino, allora direttore del Mar. Un grazie va anche a Matteo Motolese e Mirko Volpi, che hanno letto il testo in anteprima.