



QUANDO IL FUMETTO INVADE LA REALTÀ QUOTIDIANA

Gianni Brunoro

Le figurine, come tanti altri prodotti dell'immagine, annoverano tanti collezionisti, che si occupano dei relativi soggetti, ossia delle "figure" da esse rappresentate. Però in genere praticamente quasi nessuno si interessa a chi le crea visualmente, raffigurando scene, animali, persone e altro. Insomma, il disegnatore di figurine rimane in pratica uno sconosciuto. Tranne sicuramente Bruno Prosdocimi, che con le sue figurine di calciatori, negli scorsi anni Sessanta e Settanta, divenne popolare come i soggetti che rappresentava, disegnandoli in caricatura.

Sarà perché la sua è una firma accattivante, con le tre sillabe del cognome, pro-sdo-cimi, messe a stampatello maiuscolo una sopra l'altra a fare un castelletto, somigliante a un quadrato magico. Fatto sta che lui è sempre stato un personaggio. E adesso viene celebrato in un saggio, alla presentazione del quale (lo scorso novembre a Verona, sua città natale e di attuale residenza) ha dimostrato ancora una volta, ai suoi quasi 83 anni, di essere uomo molto spiritoso e ricco di aneddoti, che sa raccontare con verve giovanile. Il saggio, per l'editore Iacobelli, lo ha scritto Paola Biribanti, giovane appassionata di disegno e illustrazione - materie nelle quali è diventata una grande esperta - la quale ha ricavato moltissimo materiale dalle conversazioni con lui stesso, per cui lo ha generosamente accolto come co-autore del volume stesso, intitolandolo semplicemente proprio PRO-SDO-CIMI e con l'espressivo sottotitolo *La vita è un gioco: Topolino, umorismo, Figurine, TV*.

Proprio a Topolino, il ben noto fumetto settimanale, Prosdocimi ha iniziato la sua carriera professionale nel 1961, come si racconta nel quinto dei quindici capitoli del volume e dove emerge anche la vita che si

Prosdocimi, caricaturista, artista, personaggio



conduceva in una redazione di un giornale a fumetti. Prosdocimi aveva conosciuto durante il periodo militare Glauco La Manna che lavorava alla Mondadori e fu lui ad aiutarlo nel far esaminare le sue tavole inviate alla casa editrice. E Biribanti racconta ciò che qui sintetizzo molto, anche nelle parole dell'artista: *"Da allora, per me, il Primo maggio è un giorno doppiamente importante. Quello che ho avuto da Mondadori è stato il mio primo contratto". Nel primo periodo, la sua attività si limitava ad affiancare Massimo De Vita nella rifinitura delle tavole e della nuvoletta. Era un lavoro difficile, certosino, ma "In quello studio arrivavano i disegnatori, tipo Angelo Bionello o lo stesso De Vita, al quale era stata data la sceneggiatura, per esempio, di*

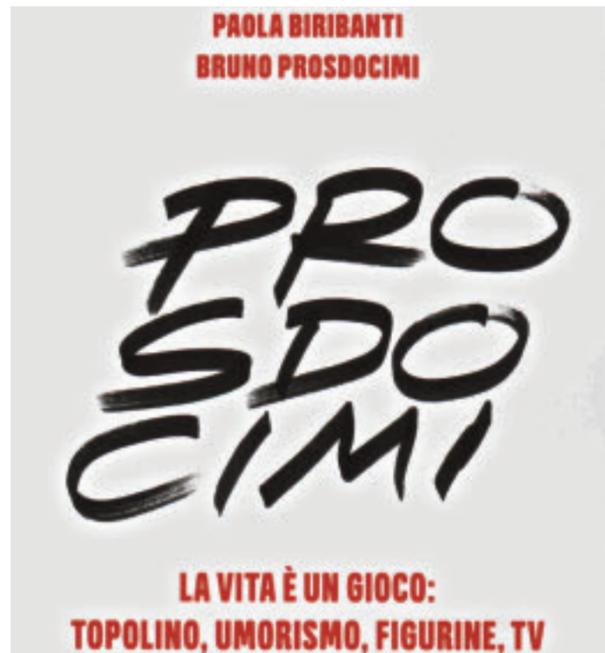
Guido Martina. Poi, i fogli venivano squadriati e passati al lettering, dove venivano riempite le nuvolette. Quindi, ritornavano a De Vita, che creava i collegamenti tra le nuvolette e i personaggi. Alla fine della filiera, c'erano gli 'inguacchia cartoni', che procedevano con la coloritura". Massimo De Vita fu una figura fondamentale per il Prosdocimi di quegli anni. Bruno rimase per un po' ad affiancarlo in quell'ufficio, ma in Mondadori, sotto la direzione di Enzo Angelucci si volle valorizzare l'estro creativo di Prosdocimi per realizzare le campagne pubblicitarie per Topolino, che sarebbero apparse, oltre che all'interno della rivista, anche nelle edicole, sotto forma di manifesti e locandine".

Per venire al dunque, nei circa tre anni che seguirono, Bruno realizzò per la testata le buste per la corrispondenza, i giochi, le tessere di abbonamenti (compresa la prima, storica tessera del neonato Club di Topolino), il Vademecum, le spille, il diploma, le carte da gioco, calendari, la tombola e i gadget più disparati.

Mi sono dilungato un po' su questo settore che interessa specificamente i fumetti per sottolineare come il testo di Biribanti, derivante dalle

spiritose ma circostanziate conversazioni con Bruno Prosdocimi, sia quanto mai accattivante, cosicché permette una lettura coinvolgente, lieve (tanto, ci sono molti approfondimenti serissimi, nelle note a piè di pagina). Ma su questi toni viene poi narrata la lunga e fruttuosa carriera dell'artista.

In effetti, in seguito era entrato a far parte della Disegnatori Riuniti, l'agenzia giornalistica dell'umorista Morosetti, che raccoglieva le vignette dei colleghi e le distribuiva tra vari rotocalchi



Copertina del recente libro su Prosdocimi



Caricature di quattro famosi calciatori

e settimanali, come *Settimana TV*, *Amica*, *Famiglia Cristiana*, *Filatelìa*, *Bella*, *Tempo*, *Cucina italiana* e altri. Nell'entourage c'erano molti umoristi, tra cui anche Ettore Scola, Castellano, Pipolo, Vighi. E per farsi notare dai lettori, Prosdocimi adottò la strategia di ingran-

dire esponenzialmente la propria firma.

Decisione vincente, andata molto bene, perché poi fu chiamato alla televisione (nella popolare trasmissione per ragazzi *Chi sa chi lo sa?*) e in altre, dove divenne popolare come caricaturista di cantanti e attori. La popolarità lo fece notare alla Panini, allora in sviluppo con i suoi albi di figurine di calciatori. La genialata fu quella di conferire a lui l'incarico di raffigurare i calciatori con le corrispondenti caricature. E per vari anni gli albi da lui disegnati andarono a ruba e il suo nome divenne popolarissimo.

Queste sono solo le tappe, pur principali, di una carriera molto sfaccettata: perché Prosdocimi è anche scenografo teatrale, scultore, disegnatore di carri carnevaleschi e artista sotto altri aspetti. *II PROSDOCIMI* di Biribanti se ne occupa a lungo, in una prosa gradevole, attraente come un romanzo, e col contrappunto di una quantità di immagini che documentano quanto viene raccontato.

"Chiacchiere" che dimostrano come questo artista, che pur si tiene in disparte, sia però un personaggio estroverso e uno dei più efficaci umoristi grafici che ancora oggi l'Italia possa vantare.



Carro carnascialesco su bozzetto di Prosdocimi



Caricatura del soprano Cecilia Gasdia

LANAFI - ASSOCIAZIONE NAZIONALE AMICI DEL FUMETTO E DELL'ILLUSTRAZIONE, erede dell'ANAF, è nata nel 1992 e ha sede a Reggio Emilia. Fra le attività organizzate per i soci, la pubblicazione della rivista trimestrale FUMETTO, la stampa di albi, volumi e collane originali, inediti o ristampe, di fumetti e/o di critica, la ricerca e la stampa di classici del fumetto, italiano e straniero. Paolo Gallinari ne è il Presidente. Info: www.amicidelfumetto.it - info@amicidelfumetto.it