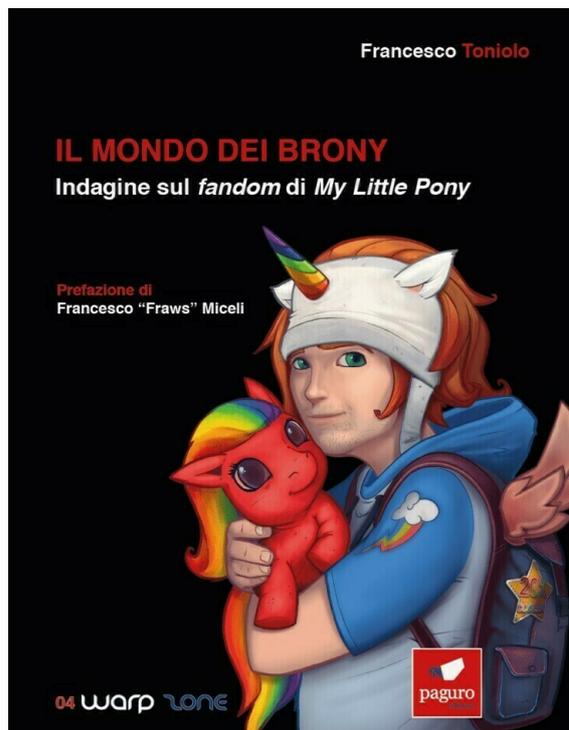


Uomini appassionati di un cartone per bambine. Francesco
Toniolo, *Il mondo dei Brony. Indagine sul fandom di My Little Pony*,
Paguro, Salerno 2019

Stefano Giovannini*

Publicato: 28 dicembre 2020



A partire da *Convergence Culture* di Henry Jenkins (2006) si è imposta all'attenzione dei massmediologi la relazione tra fandom e "narrazione transmediale". Nella *Information Age* (Castells, 1996), alle storie ufficiali, trasmesse dai media tradizionali, si è affiancata una gran mole di prodotti *fanmade* circolanti sul Web. Il

* Catholic University of Milan (Italy); ✉ stefano.giovannini@unicatt.it

fandom ha acquisito potere negoziale rispetto agli operatori *mainstream*, consistendo in “comunità virtuali” (Rheingold, 1993) incentrate su prodotti mediali d’interesse.

Nell’ambito degli studi su *fandom* e transmedialità, il libro qui recensito si pone il seguente interrogativo: com’è possibile che “un ampio gruppo di individui, spesso adulti, maschi ed eterosessuali” (Turner 2013, 2014, citato nell’Introduzione) sia appassionato del cartone animato per bambine *My Little Pony: Friendship is Magic* al punto da considerarlo un proprio tratto identitario ed impegnarsi in una copiosa produzione *fanmade* relativa ad esso?

Le risposte offerte dal libro di Francesco Toniolo sono radicate in una meticolosa analisi del *fandom*, la quale introduce il lettore alla declinazione italiana della sottocultura *brony* (brother + pony), la *community* di appassionati della serie animata di Lauren Faust, composta da nove stagioni e trasmessa dal 2010 al 2019.

A livello internazionale non mancano studi sugli aspetti più disparati del mondo *brony* (Cresswell 2015; Crome 2014, 2015; Heljakka 2015), mentre in Italia quello di Toniolo, esperto di videogiochi e *game studies*, YouTube e comunità online, è il primo lavoro scientifico sul tema. La sua rilevanza travalica l’ambito di ricerca mediatico raggiungendo quello sociologico, nell’evidenziare criticità quali lo stigma sociale cui i *brony* sono soggetti a causa della loro passione e la difficoltà del *coming-out*: per alcuni *brony*, spiega l’autore, è tale il disagio derivante dall’anomalia del loro interesse, che costoro trovano problematico confessarlo ad amici e parenti. Si consideri, seguendo l’autore, che persino all’interno dell’universo *nerd* queste persone sono talora discriminate perché incomprese. L’indagine di Toniolo non si esime nemmeno dal sollevare questioni di carattere psicologico, come il ruolo (ininfluente) della nostalgia nel fenomeno in esame, comparativamente ad altri *fandom*.

Il lavoro di Toniolo rimanda a una copiosa fonte d’indicazioni sul fenomeno in oggetto, e una panoramica dettagliata sull’origine e le evoluzioni dei *brony*. Le questioni indagate sono trattate tramite numerosi collegamenti con più noti elementi della cultura videoludica, mentre la produzione *fanmade* è analizzata soprattutto in termini di *fanfiction*, una delle principali espressioni di questa forma creativa (Busse 2017).

L’analisi si focalizza sulla componente maschile della *community*, rilevando come sia composta prevalentemente da uomini, pur essendo il target della produzione femminile, oltre che infantile. Per ipotizzare alcune spiegazioni della passione di uomini adulti, invece, per *My Little Pony: Friendship is Magic*, senza l’obiettivo di “fornire una risposta univoca” (p. 25), Toniolo individua una serie di elementi attrattivi dello show per il pubblico *brony*. Primo fra tutti, l’antropomorfismo animale, inteso come presa di distanza tanto dalla natura umana quanto da quella bestiale (Robertson, 2014); in secondo luogo, la presenza di *topoi* fiabeschi (principesse, magia, foreste misteriose, draghi, ecc.) e il desiderio di recupero della semplicità infantile attraverso la (ri-)valorizzazione dei concetti di “onestà, gentilezza, allegria, generosità, lealtà e magia” (p. 36). Semioticamente, *Friendship is Magic* presenta un linguaggio “polivalente”: “vale a dire che ciascun [suo] elemento, pur avendo una sua coerenza nel contesto del mito, è ricco di un numero indeterminato di significati, tutti validi e tutti complementari tra loro, a seconda del piano della realtà sul quale lo stesso mito viene considerato” (Mordini 2007, cit. in p. 38).

Osservando il fenomeno con un opportuno distacco scientifico, Toniolo non esprime giudizi sui *brony* né edulcora gli aspetti più problematici della *community*, a partire dalla travagliata genesi internazionale. I *brony* sono nati online a valle di un processo iniziato nell’ottobre 2010 con la segnalazione sull’imageboard *Achan* di un articolo pubblicato su *Cartoon Brew* a firma Amid Amidi, il quale si dispiaceva per il fatto che la Faust spreccasse il proprio talento creativo con una serie *toy-based*. Ma l’inattesa creatività del prodotto mutò l’opinione dei detrattori, tanto che *Achan* fu presto invasa di contenuti su *My Little Pony: Friendship is Magic*, suscitando l’intolleranza di altri utenti, che presero a ribattere a colpi di meme, secondo un uso protrattosi negli anni successivi: immagini raffiguranti il *brony* come lo stereotipo del *nerd*. Alle “Pony Wars” fu posto termine dai moderatori col bando dei contenuti sui Minipony a fine 2010: la diaspora degli utenti di *Achan* appassionati dello show divenne la *community brony*, a sua volta lacerata da correnti divergenti. Toniolo, infatti, si sofferma ripetutamente nel corso del libro sul fatto che il messaggio di amicizia, amore e tolleranza predicato dai *brony* possa apparire contraddittorio a chi s’imbatta in quella parte della *community* fruente dei contenuti erotici, pornografici e/o violenti a tema Minipony circolanti online. Per l’autore, i *brony* non si devono considerare

come un'entità omogenea, poiché il *fandom* appare discorde su diversi temi: si veda, ad esempio, la pratica del *clipping* (la masturbazione sollecitata da immagini erotizzate dei Minipony).

Dal punto di vista metodologico, Toniolo affianca alla *desk analysis* ed all'osservazione partecipante (in fiere e convegni) la tecnica dell'intervista ai membri della community (*brony* italiani: 16 uomini e 4 donne). I risultati vengono considerati alla luce di tre interrogativi principali: interesse per lo show; percezione da parte dei *brony* del proprio *fandom*; questione valoriale e morale.

In merito all'interesse per lo show, emerge che i *brony* amano la serie a causa dell'alta qualità riscontrata nell'animazione e nelle canzoni, nonché per le varietà e caratterizzazione dei personaggi.

Per quanto concerne la questione identitaria legata all'appartenenza alla *community*, gli intervistati si percepiscono in opposizione alle etichette di "fan/appassionato", "clopper" e "pegasister": un *brony* non sarebbe un mero fan/appassionato, in quanto aderirebbe ai "valori proposti da *My Little Pony: Friendship is Magic*: amore, amicizia, rispetto, tolleranza" (p. 95) e farebbe parte attivamente della *community*; non sarebbe necessariamente un *clopper*, poiché l'erotizzazione dei Minipony è malvista dalla maggioranza della *community*; un *brony* donna non potrebbe essere una "pegasister", poiché tale termine è percepito dalle *brony* come inutile e discriminatorio contro i *brony* maschi.

Infine, riguardo all'etica di *Friendship is Magic*, nelle interviste il valore più caro ai *brony*, secondo quanto da loro stessi dichiarato, è l'amicizia, seguita da rispetto e tolleranza.

Bibliografia

- Amidi, A. (2010/10/19), *The End of the Creator-Driven Era in TV Animation*, in *Cartoon Brew*, <https://www.cartoonbrew.com/ideas-commentary/the-end-of-the-creator-driven-era-29614.html>.
- Busse, K. (2017), *Framing Fan Fiction: Literary and Social Practices in Fan Fiction Communities*, Iowa City (IA): University of Iowa Press.
- Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society, The Information Age: Economy, Society and Culture* (Vol. I), Malden (MA), Oxford (UK): Blackwell.
- Cresswell, J. (2015), *The classical world is 20 per cent cooler: Greco-Roman pegasi in My Little Pony: Friendship is Magic*, in *Journal of Popular Television* (3/1), pp. 135-143.
- Crome, A. (2014), *Reconsidering religion and fandom: Christian fan works in My Little Pony fandom*, in *Culture and Religion: An Interdisciplinary Journal* (15/4), pp. 399-418.
- Heljakka, K. (2015), *From toys to television and back: My Little Pony appropriated in adult toy play*, in *Journal of Popular Television* (3/1), pp. 99-109.
- Jenkins, H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: NYU Press.
- Mordini, A. (2007), *Il segreto cristiano delle fiabe*, Rimini: Il Cerchio.
- Rheingold, H. (1993), *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading (MA): Addison-Wesley.
- Robertson, V. L. D. (2014), *Of ponies and men: My Little Pony: Friendship is Magic and the Brony fandom*, in *International Journal of Cultural Studies* (17/1), pp. 21-37.
- Turner, J. (2013/03/17), *2013 State of the Herd Report*, <http://herdcensus.com/2013%20STATE%20OF%20THE%20HERD%20REPORT.pdf>.
- Turner, J. (2014/02/15), *2014 State of the Herd Report*, <http://herdcensus.com/2014%20STATE%20OF%20THE%20HERD%20REPORT.pdf>.