

## Diarismo e giornalismo nella serie animata *Rebibbia Quarantine* di Zerocalcare

Alessio Aletta\*

**Abstract.** *The essay examines Rebibbia Quarantine, a series of animated shorts released by renowned Italian comic artist Zerocalcare (Michele Rech) both on his social network channels and via television broadcast in the Spring of 2020. The series chronicles the consequences of the lockdown both on the author himself and the people of his neighborhood, Rebibbia (a suburban district of Rome). While these shorts are comedic in tone, I argue they can actually be considered as an example of ‘graphic journalism’, albeit combined with a semi-autobiographical, diaristic narrative. This paper engages in a close reading of Zerocalcare’s pandemic-related shorts, exploring their peculiarities as regards to content, style and format, and underlining their importance in the Italian media coverage of the Covid crisis.*

**Riassunto.** *Il saggio esamina Rebibbia Quarantine, una serie di cortometraggi animati pubblicata dal noto fumettista italiano Zerocalcare (Michele Rech) sui suoi canali social e in televisione nella primavera del 2020. La serie documenta le conseguenze del lockdown sia sull’autore in prima persona che sugli abitanti del suo quartiere, Rebibbia. Sebbene i corti siano di tono comico, si propone qui di considerarli un esempio di graphic journalism, per quanto ibridato con una narrativa semi-autobiografica e diaristica. Attraverso un close reading dei corti di Zerocalcare sul tema della pandemia, questo contributo ne esplora le peculiarità relative ai contenuti, allo stile e al mezzo espressivo, sottolineandone l’importanza nella narrazione mediatica italiana della crisi generata dal Covid.*

«Oggi so’ andato a fa’ la spesa qua a Rebibbia. Ce sta un’ora de fila perché s’entra contingentati, a un metro de distanza eccetera»<sup>1</sup>. Con queste parole comincia la prima puntata di *Rebibbia Quarantine, Drammatico reportage dalla quarantena di Roma Nord Est*, serie di cortometraggi animati realizzata dal fumettista Zerocalcare (al secolo Michele Rech). I corti sono stati trasmessi a cadenza settimanale nel corso della trasmissione di *La7 Propaganda Live* a partire dal 13 maggio 2020, e immediatamente ripostati sui canali *social* dell’autore, dell’emittente e da varie pagine relative al fumetto e non solo, diventando – proprio grazie a internet più che alla televisione – un vero e proprio fenomeno di massa (solo sulla pagina Facebook di Zerocalcare, ciascun video conta attualmente circa due milioni di visualizzazioni).

---

\* University of Toronto, [alessio.aletta@mail.utoronto.ca](mailto:alessio.aletta@mail.utoronto.ca)

<sup>1</sup> ZEROCALCARE, *Rebibbia Quarantine ep.1*, su (Z)Zerocalcare [Facebook], 14 marzo 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/1264102757119874> (data ultima consultazione 29 agosto 2021).

Proprio i *social network* hanno negli anni passati consacrato il successo di Zerocalcare. Benché una presentazione sia quasi superflua, dal momento che parliamo di un fumettista di notorietà gigantesca (probabilmente ineguagliata nel panorama italiano), ricorderemo che Michele Rech, artista appunto di Rebibbia (ma nato in provincia di Arezzo, nel 1984), viene “scoperto” da Makkox (Marco Dambrosio) intorno al 2010; grazie a Makkox, Zerocalcare apre un *blog* di immediato successo ([www.zerocalcare.it](http://www.zerocalcare.it)) e autoproduce il suo primo libro a fumetti, *La profezia dell’armadillo* (poi ripubblicato da Bao Publishing, come tutti i successivi).<sup>2</sup> Il protagonista dei suoi fumetti, sia nelle storie brevi che nelle opere di più ampio respiro, è quasi invariabilmente un *alter ego* dell’autore; questi si presenta come un giovane complessato e immaturo, spesso accompagnato dall’Armadillo, una sorta di amico immaginario/voce della coscienza. A seconda dei casi emergono altri interlocutori fantastici che danno voce a vari aspetti della personalità di Zero, rappresentati come animali, figure storiche o personaggi noti dell’immaginario popolare (spesso, ma non sempre, presi dai cartoni animati, videogiochi e film degli anni ottanta e novanta); allo stesso modo, persone reali possono essere reinterpretate con questo stesso filtro (il personaggio ossessionato dal sesso diventa l’Amico Cinghiale, la madre è Lady Cocca del *Robin Hood* disneyano, il ragazzino a cui Zero dà ripetizioni è invece Blanka, il selvaggio lottatore del videogioco *Street Fighter*). Mentre le prime storie autoconclusive pubblicate sul *blog* sono prevalentemente degli svagati stralci di vita quotidiana, la produzione di Zerocalcare è andata ad affrontare temi via via più maturi, come la precarietà lavorativa, spingendosi sempre più spesso a produrre veri e propri *reportage* a fumetti, anche grazie a frequenti collaborazioni con testate come «la Repubblica», «L’Espresso», «L’Internazionale»<sup>3</sup>. Nonostante la diversità dei generi, rimangono immutati la cifra stilistica, il *pastiche* postmoderno di riferimenti alla cultura popolare, il tono prevalentemente comico a prescindere dalla serietà delle tematiche trattate.

Il successo strepitoso dell’operazione e il prestigio dell’autore sarebbero già motivi sufficienti a giustificarne l’importanza nell’ambito della narrazione *social* del coronavirus; tuttavia, *Rebibbia Quarantine* presenta di per sé delle peculiarità sulle quali sarà opportuno soffermarsi. Innanzitutto, è opportuno contestualizzare questa serie animata nell’ambito del “fumetto italiano di pandemia”<sup>4</sup>. Il settore

---

<sup>2</sup> ID., *La profezia dell’armadillo*, Formia, Graficart, 2011; ristampato in *La profezia dell’armadillo. Colore 8-bit*, Milano, Bao, 2011, e, con una nuova introduzione, *La profezia dell’armadillo. Artist edition*, 2017.

<sup>3</sup> Ricordiamo almeno i *reportage* sulla resistenza curda all’Isis, apparsi prima sull’«Internazionale» e sviluppati in ID., *Kobane calling*, Milano, Bao, 2016 (poi ampliato in *Kobane calling: oggi*, 2020).

<sup>4</sup> Riprendo l’espressione da C. VACCHELLI, *Fumetto italiano di pandemia. Parte 1: Strategie del comico autoriale nel fumetto da social network*, in «Simultanea», 1.2, 2020,

fumettistico è stato, nel panorama italiano, tra i primi a reagire fattivamente all'emergenza Covid. Nella primavera del 2020 diverse case editrici cominciano a diffondere gratuitamente i loro fumetti in versione digitale, con l'intento di intrattenere gli italiani e incoraggiarli a stare in casa<sup>5</sup>: tra queste, Coconino Press, Astorina, Bonelli, nonché riviste come «Linus» e singoli autori come Roberto Recchioni; i link sono stati raccolti e pubblicizzati dai più importanti siti e *blog* di fumetto, quali *Fumettologica* e *Lo Spazio Bianco*. Dal punto di vista invece della produzione fumettistica, l'iniziativa più notevole è senz'altro il progetto *COme VItte Distanti*, coordinato dal festival del fumetto romano *Arfl!*: a partire dal 25 marzo 2020, un'ottantina di artisti (tra i quali alcune delle firme più prestigiose del fumetto italiano, inclusi Gipi, Milo Manara, lo stesso Zerocalcare) hanno disegnato una tavola al giorno di una storia corale, postata online; ne è stato tratto un volume cartaceo<sup>6</sup>, i cui ricavati sono stati devoluti a sostegno della ricerca scientifica per l'Istituto Nazionale Malattie Infettive "Lazzaro Spallanzani". Allo stesso tempo, molti fumettisti cominciano a produrre individualmente contenuti che raccontano e commentano la pandemia, sporadicamente o in maniera più strutturata<sup>7</sup>; la maggior parte di questi autori adoperano a questo scopo il *web* – formula, come sottolinea Carlotta Vacchelli, «più immediata, indipendente e diretta emanazione di una personalità autoriale»<sup>8</sup>. Uno tra gli esempi più significativi è il “diario dalla zona rossa” postato giornalmente su Instagram da Leo Ortolani, poi pubblicato da Feltrinelli con il titolo *Andrà tutto bene*<sup>9</sup>, in cui l'autore ironizza sulla sua esperienza personale di isolamento nell'Emilia Romagna dichiarata immediatamente zona rossa, offrendo anche considerazioni più generali (e non sempre divertite) sull'andamento della pandemia.

*Rebibbia Quarantine* si può senz'altro ascrivere a quest'ultima tendenza (e presenta in realtà molti tratti in comune con il “diario” di Ortolani), sebbene il medium utilizzato non sia più il fumetto bensì il cartone animato; tuttavia, come nota ancora Vacchelli:

---

<http://italianpopculture.org/fumetto-italiano-di-pandemia/> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>5</sup> *Ivi*, pp. [2-3].

<sup>6</sup> M. ALBERTI et al., *COme VItte Distanti*, Viterbo, PressUP, 2020.

<sup>7</sup> Per una cernita ampia e ben articolata, per quanto necessariamente non esaustiva, si rimanda alla già citata C. VACCHELLI, *Fumetto italiano di pandemia*, cit.

<sup>8</sup> *Ivi*.

<sup>9</sup> L. ORTOLANI, *Andrà tutto bene*, Milano, Feltrinelli, 2020. Per una analisi della serie di Ortolani si veda A. SEBASTIANI, *Pandemia a fumetti. La versione di Leo Ortolani*, in «Lingua italiana», 25 maggio 2021, [https://www.treccani.it/magazine/lingua\\_italiana/articoli/percorsi/percorsi\\_320.html](https://www.treccani.it/magazine/lingua_italiana/articoli/percorsi/percorsi_320.html) (data ultima consultazione 30 agosto 2021). Per un raffronto tra il fumetto online e la trasposizione cartacea, mi si consenta di rimandare a A. ALETTA, *Dalla tavola al touch (e ritorno). Rimediazioni tra fumetto cartaceo e digitale in Leo Ortolani*, in «H-ermes», 18, 2020, pp. 209-228.

Vale la pena ricordare che, sì, tra animazione e fumetto c'è una differenza abissale, ma i *cartoons* di Zero, realizzati in digitale, sono ancora intenzionalmente sobri e molto vicini al suo modo di fare fumetto, consistendo, per la maggior parte, in sequenze di tavole fisse in cui, al posto dei balloon, i personaggi muovono bocca e occhi (tecnica peraltro tipica dell'anime giapponese)<sup>10</sup>.

L'osservazione di Vacchelli è più che fondata; tuttavia, per quanto la «sobrietà» delle animazioni di *Rebibbia Quarantine* e la continuità con i fumetti precedenti siano innegabili, la differenza tra i due *media* non deve essere sottovalutata. Il movimento, gli effetti sonori e visivi, il doppiaggio sono tutti elementi *medium-specific*<sup>11</sup> usati nella serie di Zerocalcare in maniera cospicua e consapevole; anzi, l'adozione del cartone animato come mezzo espressivo particolarmente adeguato per raccontare la pandemia appare decisamente una scelta meditata (e non dettata soltanto dalle esigenze della piattaforma televisiva concessa da La7, che si è inserita in un secondo momento). Howard Beckermann, nell'introduzione alla sua storia dell'animazione, riassume così le caratteristiche fondamentali del medium:

Animation is a compact medium; its strength is its conciseness. [...] The animated picture goes beyond the scope of live-action film and television, there is no other graphic art that so stretches the imagination to get a laugh, display an abstraction, explain a method, or sell a product. It is the ultimate fantasy medium, twisting time and distorting shape. Yet even as it amuses and soothes it also describes and instructs. It is an excellent tool for expressing ideas<sup>12</sup>.

Lo stesso Zerocalcare, in un'intervista con Marta Perego, sembra riecheggiare queste parole, riconoscendo che il cartone animato ha «qualcosa di più e qualcosa di meno» rispetto al fumetto: nel fumetto il pubblico ha il controllo dei tempi di lettura e può quindi soffermarsi sui dettagli e individuare diversi livelli di interpretazione, mentre nell'animazione tutto deve essere immediato<sup>13</sup>.

La scelta del medium risulta ancor più rilevante se si tiene presente che la produzione di un cartone animato, anche di pochi minuti, è un processo di enorme

---

<sup>10</sup> C. VACCHELLI, *Fumetto italiano di pandemia*, cit., p. [4].

<sup>11</sup> Per una disamina del concetto di *medium specificity* nella storia della teoria della comunicazione si rimanda a E. BERNSTEIN, *Medium specificity*, in *The Chicago School of Media Theory*, 2014, <https://lucian.uchicago.edu/blogs/mediatheory/keywords/medium-specificity/> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>12</sup> H. BECKERMANN, *Animation. The whole history*, New York, Allworth Press, 2012 [2003], p. 11.

<sup>13</sup> M. PEREGO, *In diretta con... Zerocalcare*, Marta Perego [Facebook], 27 aprile 2020, <https://www.facebook.com/MartaPeregoOf/videos/1073741546343741> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

complessità, che normalmente richiede l'apporto di una nutrita squadra di collaboratori nonché costi e tempi di lavorazione piuttosto consistenti. Michele Rech, invece, ha lavorato facendo «tutto da solo, come i matti»<sup>14</sup>, riuscendo nonostante tutto a tenere il ritmo di un episodio a settimana per ben due mesi. Per l'autore la serie è stata quindi innanzitutto il definitivo banco di prova<sup>15</sup> per verificare la possibilità di produrre in maniera consistente dei cartoni animati efficaci ed apprezzabili anche in completa autonomia e in mancanza di mezzi adeguati:

Ho dimostrato almeno a me stesso che uno può fa' una cosa animata da solo, senza neanche il microfono [...] e che può avere anche un consenso, non dico di massa, però che tanta gente lo guarda, se diverte e non s'accorge che 'sta roba non va bene perché non è fatta con tutti i crismi<sup>16</sup>.

Zerocalcare non è certo il primo animatore “solista”: un precedente importante, in Italia, è quello di Sio (Simone Albrigi), fumettista anch'egli popolarissimo sul web che deve parte della sua notorietà al suo canale Youtube, *Scottecs*,<sup>17</sup> attivo da ormai quasi dieci anni e che conta a oggi più di due milioni di iscritti; un altro nome che si è fatto conoscere negli ultimi anni è quello di Andrea Lorenzon, creatore di *Cartoni morti*<sup>18</sup> (un milione di iscritti su Youtube). Come e più di Zerocalcare, anche Sio e Lorenzon usano una tecnica di animazione essenziale, con i movimenti ridotti al minimo (per quanto riguarda Sio, questo è vero per i suoi primi lavori; mentre per quelli più recenti, molto più complessi, l'autore si avvale dell'aiuto di animatori professionisti). Tuttavia, i corti di Sio e Lorenzon sono prettamente comici (prevalentemente umorismo

---

<sup>14</sup> ZEROCALCARE, *Rebibbia Quarantine episodio 2: Il bilancio*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 21 marzo 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/518823148823844> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>15</sup> Prima di realizzare *Rebibbia Quarantine*, Zerocalcare si stava già da anni misurando con il mondo dell'animazione. Il primo tentativo, ancora molto acerbo, è un video di una ventina di secondi pubblicato nel 2008: ZEROCALCARE, *Cambia questo è un cojone*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 2 aprile 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/10157311050422306> (data ultima consultazione 01 agosto 2021); a questo primo esperimento seguono altri corti di complessità sempre maggiore, fino ad arrivare a ZEROCALCARE, *La scelta*, 9 marzo 2021, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/200725291197718> (data ultima consultazione 01 agosto 2021), pubblicato proprio agli inizi del *lockdown*. A seguito del successo di *Rebibbia Quarantine*, Netflix ha annunciato il lancio di una serie animata di Zerocalcare, realizzata stavolta con una produzione più tradizionale e con una squadra di collaboratori, intitolata *Strappare lungo i bordi*.

<sup>16</sup> Dichiarazione nel corso dell'intervista con MARTA PEREGO, *In diretta con... Zerocalcare*, cit.

<sup>17</sup> SIO, *Scottecs* [Youtube], <https://www.youtube.com/user/scottecs/> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>18</sup> A. LORENZON, *CARTONI MORTI* [Youtube], <https://www.youtube.com/c/cartonimorti> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

surreale nel caso del primo, satira per il secondo) e quindi accolgono in maniera più naturale una certa semplificazione stilistica; non è questo il caso di *Rebibbia Quarantine*.

Se infatti la serie di Zerocalcare fa ampio uso di *gag*, sarebbe fuorviante definirla una commedia<sup>19</sup> – come d'altra parte non sono propriamente commedie neanche i libri a fumetti dell'autore (ad esempio il più recente, *Scheletri*<sup>20</sup>, è a tutti gli effetti un *noir*). Per quanto il “tono” sia inequivocabilmente comico, la narrazione è per molti versi affine a quello che è stato definito, in ambito fumettistico, *graphic journalism*<sup>21</sup> (sulla scia del termine *graphic novel* ovvero “romanzo grafico”, ormai purtroppo entrato nell'uso anche in italiano, per riferirsi a fumetti autoconclusivi di lunga estensione), genere peraltro già ampiamente frequentato da Zerocalcare<sup>22</sup>. Grazie all'opera del fumettista e giornalista maltese-statunitense Joe Sacco, vero e proprio pioniere in questo campo<sup>23</sup>, il *graphic journalism* è oramai una pratica piuttosto comune da almeno vent'anni; tuttavia, anche a causa del laborioso processo di lavorazione di cui si diceva, è insolito, per non dire inedito, vederne un'applicazione nell'animazione. È pur vero che *Rebibbia Quarantine* non è un esempio di giornalismo puro: non tanto per l'uso della comicità, quanto per la forte focalizzazione sul protagonista/narratore, che sembra più facilmente riconducibile al genere del diario; di conseguenza, il filtro della soggettività prevale in certi punti sull'esigenza di rispettare la realtà dei fatti. Con il proseguire della serie, però, questi due aspetti vanno bilanciandosi – tanto che il sottotitolo della serie, *Drammatico reportage dalla quarantena di Roma Nord Est*, per quanto chiaramente ironico, sembra contenere un elemento di verità.

Per dare conto di questa evoluzione, andiamo ad analizzare nel dettaglio almeno i primi tre episodi di *Rebibbia Quarantine*.

*Episodio 1*<sup>24</sup>. Zerocalcare si mette in fila per fare la spesa, venendo immediatamente avvicinato da un tale che si offre di aspettare al posto suo, ovviamente a pagamento; rifiutata l'offerta, assiste a una costatazione amichevole tra due autisti che si sono appena scontrati (operazione complicata dal dover mantenere un metro di distanza). Osservando le persone in coda, tra cui

---

<sup>19</sup> Con questo non si vuole in alcun modo implicare un'inferiorità del comico rispetto ad altri generi, ma semplicemente rimarcare come l'utilizzo di stilemi tipici della commedia non sia di per sé un elemento sufficiente a identificare l'opera come commedia *tout court*.

<sup>20</sup> ZEROCALCARE, *Scheletri*, Milano, Bao, 2020.

<sup>21</sup> Per una discussione approfondita sul *graphic journalism* si rimanda a W. WEBER, H. RALL, *Authenticity in Comics Journalism. Visual Strategies for Reporting Facts*, in «Journal of Graphic Novels and Comics», 8.4, 2017, pp. 376-397; T. SCHACK, 'A failure of language': *Achieving layers of meaning in graphic journalism*, in «Journalism», 15.1, 2014, pp. 109-127.

<sup>22</sup> Vedi *supra*.

<sup>23</sup> Si veda almeno J. SACCO, *Palestina. Una nazione occupata*, Bologna, Phoenix, 1998.

<sup>24</sup> ZEROCALCARE, *Rebibbia quarantine ep. 1*, cit.

un'anziana signora che chiede di saltare le fila perché in compagnia di un ragazzo disabile (secondo un altro avventore, scettico, il disabile «si affitta»), riconosce un'amica, alla quale non può però avvicinarsi; le scrive quindi un messaggio generico per telefono, al quale lei risponde con descrivendo brutalmente gli effetti catastrofici del *lockdown* sulla sua situazione familiare. Riuscito finalmente a entrare, Zero è determinato a fare incetta di ceci («il legume post-apocalittico perfetto»), ma scopre con sgomento che sono finiti; in preda al panico, incalzato dai commessi che gli intimano di fare presto, riempie il carrello di prodotti a caso, che mangerà appena tornato a casa.

Questo primo episodio appare molto vicino alle storie a fumetti pubblicate da Zerocalcare sul suo blog; e infatti l'episodio nasce effettivamente come un fumetto di otto pagine, che l'autore aveva già incominciato a inchiostrare prima di pensare di rilavorarlo come corto animato<sup>25</sup>. Come i fumetti su zerocalcare.it, la storia è una sorta di *tranche de vie*, seppure nel contesto anomalo della pandemia (se prima lo spunto per una storia poteva venire dallo stress di pagare le bollette o viaggiare su Trenitalia, qui si ironizza sulla spesa contingentata): la comicità si fonda sull'estremizzazione di situazioni fondamentalmente banali, filtrate attraverso il richiamo alla cultura popolare. Ad esempio, i due autisti si scontrano perché «la gente guida come se so' rimasti solo loro nel deserto, tipo *Mad Max* o *Ken il guerriero*»<sup>26</sup>; mentre il narratore pronuncia queste parole, vediamo appunto, in luogo dell'autista, uno dei predoni *punk* dell'anime *Ken il guerriero*, introdotto anche da un accenno della sigla. Allo stesso modo, i commessi del supermercato sono rappresentati come gli *stormtroopers* (i soldati imperiali) di *Star Wars*, a enfatizzarne il ruolo di impietosi controllori. Il citazionismo è comunque limitato a questi due casi, non onnipresente come nella produzione fumettistica; è lecito concluderne che l'autore si sia coscientemente limitato, per venire incontro a un pubblico potenzialmente molto più ampio della sua solita bolla.

Altro meccanismo comico mutuato dai fumetti è lo *humour* autodenigratorio: il protagonista è incapace di gestire un contrattempo da nulla, la mancanza dei ceci, e finisce per comprare irrazionalmente una serie di prodotti strampalati («i wurstel aromatizzati al cardamomo»); il finale spinge ulteriormente su questo pedale: «Sono rimasto tumulato in caso a magnà tutto quello che m'ero comprato quindi tempo cinque giorni io sarò un ciccione con la pappagorgia da pellicano»<sup>27</sup>. Se questo tipo di narrazione è analoga a quella dei lavori precedenti, in questo caso l'autodenigrazione, che ha innanzitutto lo scopo di facilitare l'identificazione del lettore con il protagonista, assume un'importanza

---

<sup>25</sup> Dichiarazione nel corso dell'intervista con M. PEREGO, *In diretta con... Zerocalcare*, cit.

<sup>26</sup> ZEROCALCARE, *Rebibbia quarantine ep. 1*, cit.

<sup>27</sup> *Ivi*.

particolare: il pubblico deve vedere riflesse e quindi esorcizzate le sue piccole e grandi paure, giustificate le sue debolezze.

Allo stesso tempo, si intravede però un marcato interesse per la realtà circostante, specie nella descrizione della fila per il supermercato, che abbozza un vero e proprio spaccato sociale (il precario che si inventa l'espedito di fare la fila a pagamento; la signora che si trascina dietro il «pischellone» – presumibilmente il figlio – disabile perché «non vengono gli assistenti sociali 'sti giorni»<sup>28</sup>, e il malfidato «complotista» che sospetta si tratti di un sotterfugio per saltare la coda). Alla luce degli episodi successivi, questo primo corto appare quindi come un momento di transizione (ma vale la pena di notare che in questa fase Zerocalcare non era ancora convinto di fare altri episodi, come specifica nel post di accompagnamento al video), e sicuramente molto più *self-centred* – seppure non autoreferenziale – rispetto al resto della serie.

*Episodio 2. Il bilancio*<sup>29</sup>. L'autore espone tre aspetti della vita quotidiana cambiati a causa del *lockdown*. Il telefono: le chiamate si sono moltiplicate e si è obbligati a rispondere, perché non ci sono scuse plausibili; i *social*: i *meme* sulla pandemia sono invecchiati presto, mentre impazza la polemica se i canti sui balconi siano commoventi o oramai molesti; la strada: i media hanno tentato in tutti i modi di convincere i giovani a rimanere a casa, ma il risultato è che fuori si aggirano frotte di anziani. L'episodio si conclude con un nuovo sguardo alla perenne fila per il supermercato: il narratore riporta il dialogo tra «una tutta bardata che pare l'uomo invisibile», che si lascia andare a un timido ottimismo sulla fine della pandemia, e «una signora estremamente vecchia» che ripete irremovibile e inconsolabile: «Non finisce, non finisce... non voglio morì, non voglio morì»<sup>30</sup>. Infine, Zero nota anche suo padre, che va costantemente al supermercato con le scuse più improbabili («È finito lo sciroppo d'anice!») perché stare in casa lo annoia.

Come preannunciato dal titolo, questo episodio esce dalla pura narrazione autobiografica per fare piuttosto delle osservazioni generali, che potremmo definire di costume. La struttura del corto è comunque più narrativa che argomentativa, dal momento che il discorso è portato avanti per aneddoti; è altresì vero che il riferimento costante è sempre alla sfera della vita privata, e in particolare alle conseguenze della pandemia sull'autore in prima persona: nelle comunicazioni telefoniche e *social* – e anche in questo caso, temi come l'insofferenza per le chiamate e le idiosincrasie per certi usi dei *social* sono ricorrenti volte sul blog – e nella focalizzazione finale sul padre.

---

<sup>28</sup> *Ivi*.

<sup>29</sup> *Id.*, *Rebibbia Quarantine episodio 2: Il bilancio*, cit.

<sup>30</sup> *Ivi*.



La scena della crisi di sconforto dell'anziana signora per strada, tuttavia, suggerisce una prospettiva più globale e meno leggera sulla pandemia, che si fa esplicita nella chiusa:

Vabbè, questo è tutto. Comunque pare che ne usciremo, se andrà tutto bene non lo so, dipende se per bene se intende a un passo dar TSO e sommersi dai buffi, perché me sa che un sacco di gente la cassa integrazione se la dà in faccia. Ma comunque ne usciremo. Come compito a casa 'sta settimana dobbiamo soltanto scegliere se avecce l'ansia che 'sta quarantena continua e ce magna tutta 'a primavera, o se invece avecce l'ansia che finisce e ce tocca tornà a fà i conti co' le vite nostre che stavano già belle impicciate pure prima der Coronavirus.<sup>31</sup>

*Episodio 3: I cocci*<sup>32</sup>. L'autore esordisce ammettendo che la sua *routine* quotidiana, nonostante i buoni propositi, è oramai totalmente fuori controllo («È la mia debacle sanitaria», «Magno col fuso orario de Belo Horizonte in Brasile»<sup>33</sup>). Descrive quindi una delle solite sortite, con gli altoparlanti della polizia che intimano perentori a non uscire, in contrasto con i messaggi rassicuranti e la musica suadente in sottofondo nel supermercato. Sulla via del ritorno nota una «transizione economica» tra un *pusher* e un suo cliente; il compratore protesta per la dose ricevuta, mentre lo spacciatore tenta di giustificarsi, concludendo sconcolato: «Ma 'o vedi come stamo? Stamo a cocci...».

Si può dire che con questo episodio, concepito come «finale di stagione», Zerocalcare trovi l'equilibrio definitivo tra narrazione diaristica e giornalistica. Il corto si apre ancora una volta con uno spaccato grottesco di vita quotidiana; non mancano i dettagli surreali, come il fatto che Zero, ormai totalmente alienato, parli con «un coccodrillo di plastica comprato alla stazione Termini che se chiama Rosario»<sup>34</sup> (e l'espedito non può che ricordare l'Armadillo dei fumetti). Con l'uscita di casa, la prospettiva si allarga, mostrando i cambiamenti nello scenario urbano, con una focalizzazione sul *soundscape*: gli altoparlanti delle forze dell'ordine, quelli dei supermercati. Dopo un nuovo siparietto comico (questa volta si tratta dell'impaccio di maneggiare bustine e guanti nel reparto frutta e verdura) si arriva all'episodio *clou* della narrazione, con la scena dello spacciatore. Qui Zerocalcare gioca abilmente tra la descrizione cronachistica e il sovvertimento comico: la rappresentazione grafica dei due personaggi è

---

<sup>31</sup> *Ivi*.

<sup>32</sup> ID., *Rebibbia Quarantine ep. 3: I cocci*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 28 marzo 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/575667813037611> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>33</sup> *Ivi*.

<sup>34</sup> *Ivi*.

fantastica (il compratore è un mustelide, il *pusher* un rinoceronte), ma serve a visualizzare il presunto rapporto di potere tra i due, per poi rovesciarlo. Il dialogo è riprodotto alla lettera, ma anche questa precisione genera altri spunti comici, come nel caso della battuta del compratore «Aho, ma questa non è manco ‘na canna, ma io t’ho dato dieci...du’ scudi!», glossata così:

Capito come? Gli stava a di’ «ti ho dato dieci euro», ma poi ha valutato che usare il sistema decimale borghese lo avrebbe qualificato come un debole, inadeguato a una trattativa col *pusher* al tempo del coronavirus, quindi ha ripiegato su “du’ scudi”, che è come nel 1996 chiamavamo le diecimila lire perché faceva più coatto<sup>35</sup>.

Questa rappresentazione non è comunque finalizzata a burlarsi dei due, ma al contrario ne lascia trasparire la fragilità e l’umanità: il compratore si sente evidentemente fuori posto e cerca di ostentare sicurezza rispolverando espressioni ridicolmente *agées*, mentre il venditore non sa cosa rispondere perché anche lui è lì a “coprire” il nipote, che a causa delle limitazioni agli spostamenti non può fare il suo solito giro. Lo sguardo di Zerocalcare è quindi assolutamente simpatetico, e anzi l’esclamazione finale del *pusher*, «stamo a cocci» (che vale il più comune in italiano “stiamo a pezzi”) è ripresa come metafora per la condizione generale della società italiana (umana?) di fronte al coronavirus<sup>36</sup>. Proprio da qui scaturisce la considerazione finale del narratore, improntata a un totale pessimismo (e si pensi, di nuovo, che qui doveva chiudersi l’intera serie): «Ma mo che finisce tutto, ma che s’enventeremo quanno se guarderemo a’o specchio e staremo ancora allo sbando, isolati e manco je potremo più accollà sti cocci al coronavirus?».

Questi primi tre episodi ci sembrano sufficienti a illustrare le principali strategie comunicative messe in campo da Zerocalcare, nonché la progressiva evoluzione della serie. Da un punto di vista puramente documentario, è già interessante notare (e anche solo a un anno di distanza sembra incredibile) come effettivamente nel marzo 2020 la percezione della pandemia, o perlomeno del *lockdown* fraintendesse spettacolarmente le dimensioni del fenomeno: dopo tre settimane, l’autore pensa di poter chiudere la serie, e sebbene la sua conclusione

---

<sup>35</sup> *Ivi.*

<sup>36</sup> Anche la rappresentazione di un concetto astratto attraverso un’immagine metaforica visiva, immediatamente comprensibile, è un procedimento comunissimo nella produzione di Zerocalcare (e per certi versi assimilabile ai riferimenti *pop* di cui si diceva sopra) fin dalle prime opere (ad esempio il “polpo alla gola”, che dà il titolo al suo secondo libro, per significare il senso di colpa) e poi passato anche nei pezzi di taglio giornalistico. Per certi versi l’immagine dei cocci prosegue in un successivo corto della serie *Rebibbia Quarantine (Episodio boh: La corsa)* con quella dell’alveare per descrivere le imperscrutabili bolle di isolamento in cui ognuno è costretto a vivere, vd. *infra*.

sia pessimistica dal punto di vista umano, sembra tradire comunque l'impressione che si sia in dirittura d'arrivo («mo che finisce tutto»). Come sappiamo, invece la quarantena viene prolungata, e quindi anche *Rebibbia Quarantine* prosegue: ai tre episodi della “prima stagione” fa seguito un interludio, *Il filtro quarantena*<sup>37</sup> (quello che ci fa ricercare la compagnia di persone che in condizioni di normalità avremmo evitato a tutti i costi), e poi una seconda stagione composta da altri tre corti, numerati rispettivamente come “episodio boh”, “episodio mah”, “episodio bah”: *La corsa*<sup>38</sup> (Zero si scontra con una malcapitata mentre prova a fare *jogging* rimanendo nel perimetro del suo condominio); *Civil war*<sup>39</sup> (ovvero la faida tra i «fedeli della clausura» e quelli che oramai escono senza farsi problemi, tra chi rivendica il diritto di muoversi solo per lavoro e chi invece per motivi personali); *Endgame*<sup>40</sup> (aspettative e reazioni sulla presunta fine della quarantena, prevista per il 4 maggio). La settimana successiva si aggiunge poi un ultimo episodio extra, *Post Scriptum*<sup>41</sup>, una riflessione sulle responsabilità della gestione politica del *lockdown*.

Anche dopo la fine della serie *Rebibbia Quarantine*, Zerocalcare ha comunque continuato a proporre sporadicamente altri corti sul tema della pandemia; il primo è *Eroi*, un «esperimento di un'intervista a cartoni» pubblicato il 30 maggio 2020<sup>42</sup>, in cui per la prima volta la narrazione in prima persona lascia spazio a una seconda voce (anche letteralmente): quella dell'operatore sanitario “Lele” (nome di fantasia). È il primo corto ad adottare dichiaratamente una struttura tipicamente giornalistica, anche nella forma. Nonostante le consuete divagazioni di alleggerimento, il pezzo si colloca nel campo della denuncia sociale; il dialogo evidenzia lo scollamento tra le enormi difficoltà vissute da queste categorie e la vacuità della narrazione mediatica sugli “angeli” e gli “eroi”: «Me piacerebbe che

---

<sup>37</sup> ZEROCALCARE, *Rebibbia Quarantine Interlude: il Filtro Quarantena*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 4 aprile 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/615756185641646> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>38</sup> ID., *Rebibbia Quarantine: La corsa*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 11 aprile 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/239960123815684> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>39</sup> ID., *Rebibbia Quarantine: Civil War*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 25 aprile 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/2535173910076970> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>40</sup> ID., *Rebibbia Quarantine: Endgame*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 2 maggio 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/567865113844003> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>41</sup> ID., *Rebibbia Quarantine Post Scriptum*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 9 maggio 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/240891220479805> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>42</sup> ID., *Eroi*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 30 maggio 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/177883003618437> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

mo' che avemo scavallato la super-maxi-emergenza tutte ste categorie che avemo trasformato in feticci, potremmo pure provare a senti' che c'hanno da dire, 'nvece di buttarli via»<sup>43</sup>. Restando nel campo della rappresentazione *social* della pandemia da parte dei fumettisti, un esempio lampante della narrazione sterilmente celebrativa criticata in questo corto si riscontra nel ciclo *Lockdown heroes* realizzato in quello stesso periodo da Milo Manara: una serie di eleganti acquarelli ritraenti bellissime infermiere, dottoresse, cassiere, che il disegnatore postava sul suo profilo Facebook accompagnati da messaggi quali «Grazie» oppure «Senza dimenticare chi...»<sup>44</sup>.

Successivamente, la collaborazione di Zerocalcare con *Propaganda Live* prosegue con altri corti animati su vari argomenti di attualità, che alle volte toccano più o meno tangenzialmente il tema del Coronavirus, come *Le somme di fine anno*<sup>45</sup>, trasmesso la notte di Capodanno, in cui si accenna brevemente all'evoluzione della pandemia nel corso del 2020 (riscontrando un considerevole alleggerimento delle misure anti-Covid, ma anche invitando a non considerare la crisi finita con il cambio di data); e infine, nel marzo 2021, *E niente*<sup>46</sup>, una sorta di spiegazione meta-narrativa sulla decisione di non riprendere la serie, corredata da un confronto con il *lockdown* dell'anno precedente, di cui si rimpiange ironicamente l'intensità emotiva (uno dei personaggi commenta: «A me me va pure bene che se stamo a vive l'apocalisse, però almeno famme senti er friccico der monno che schioppa, non me la trattà come la domenica ecologica con le targhe alterne»).<sup>47</sup> Ci sarebbe qui da aprire una parentesi su questa mancanza di *pathos* del secondo *lockdown*: è una percezione che evidentemente non riguarda il solo Zerocalcare, se si considera che il discorso *social* intorno al coronavirus sembra sensibilmente calato dopo il parossismo della prima ondata. Rimanendo nell'ambito del fumetto, il “diario dalla zona rossa” pubblicato su Instagram da Leo Ortolani (che costituisce, come si è accennato, l'altro grande racconto fumettistico del *lockdown* italiano) si interrompe anch'esso dopo la primavera del 2020, nonostante le richieste del pubblico; né si riscontra più la grande quantità<sup>48</sup> di strisce autoconclusive sull'argomento. Per quanto la questione richieda certamente un'analisi più accurata, si sarebbe tentati di concluderne (forse ottimisticamente) che pubblico e autori si siano finalmente acclimatati alla

---

<sup>43</sup> *Ivi*.

<sup>44</sup> I disegni sono stati poi raccolti in volume: MILO MANARA, *Lockdown heroes*, Milano, Feltrinelli, 2020.

<sup>45</sup> ZEROCALCARE, *Le somme di fine anno*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 31 dicembre 2020, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/13038378559729> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>46</sup> ID., *E niente*, su (Z)ZeroCalcare [Facebook], 21 marzo 2021, <https://www.facebook.com/100044154743385/videos/4022525827759768> (data ultima consultazione 01 agosto 2021).

<sup>47</sup> *Ivi*.

<sup>48</sup> C. VACCHELLI, *Fumetto di pandemia*, cit.

convivenza con il virus, per cui non si sente più la necessità di esorcizzarlo attraverso il filtro della narrazione e della comicità.

Soffermandoci sulla galleria di situazioni rappresentate nei corti di Zerocalcare, notiamo che si fa riferimento a un campionario di situazioni estremamente familiare, quasi una serie di cliché della comunicazione mediatica intorno al *lockdown*: l'interpretazione delle norme di isolamento, il distanziamento, l'uscita limitata alle prime necessità, la polemica sui *runner*... («C'è una tale produzione di *meme* che dire qualcosa di originale è complicatissimo», dichiarava l'autore nella già citata conversazione con Marta Perego<sup>49</sup>). Tuttavia a questi “*topoi* da Covid” Zerocalcare accenna solo *en passant*, generalmente come spunto per una *gag* o per una riflessione più ampia: è il caso dell'incidente causato dallo jogging intorno al palazzo in *La corsa*, pretesto per un invito alla solidarietà e alla comprensione:

Alla fine sta città è n'alveare in cui ognuno de noi sta da solo coi suoi quaranta milioni de cazzi e se deve barcamenà pe' arrivà in piedi alla fine d'ogni giornata, nessuno sa 'n cazzo delle vite dell'altri... mo' non dico che dovemo diventà tutti madre Teresa de Calcutta, ma se vedi due che 'ntruppano, se pensi che te vuo' 'mpiccià, ma nun è mejo se chiedi se va tutto bene prima de rompe er cazzo?<sup>50</sup>

La prospettiva personale di Zerocalcare sulla pandemia si declina in due direzioni. Da un lato queste situazioni, familiari a tutti gli italiani, si intersecano con il contesto della periferia, con la sua costellazione di problematiche e disagio sociale che fa da sfondo alla serie (come nel caso del *pusher* che “spinge” la droga per conto del nipote bloccato in un altro quartiere). L'altro grande campo d'indagine sul quale l'autore si sofferma è la visione della pandemia attraverso i *social* (i *meme*, gli appelli delle celebrità, le campagne, le reazioni ai comunicati stampa...). Periferia e *social* sono quindi i due grandi contesti sui quali Zerocalcare costruisce il suo reportage. Al di là della rappresentazione cronachistica, i corti sono però strutturati essenzialmente come pezzi di opinione, in cui l'autore esprime in maniera molto chiara una sua tesi, piuttosto che limitarsi a descrivere uno scenario o un fenomeno. In questo senso, c'è una sovrapposizione della narrazione giornalistica, in cui l'autore esprime un'opinione, e la narrazione diaristica, in cui racconta se stesso. A un livello superficiale, l'elemento diaristico risulta più evidente a causa dell'impostazione del corto come un lungo monologo, quasi un flusso di coscienza in cui Zerocalcare parla rivolgendosi direttamente al pubblico in maniera ostentatamente spontanea. L'intento è dichiaratamente quello di andare contro la narrazione artificiosa dei media *mainstream*, ed è proprio questo, secondo l'autore, l'elemento determinante del successo della serie: «È piaciuto il fatto che

---

<sup>49</sup> M. PEREGO, *In diretta con... Zerocalcare*, cit.

<sup>50</sup> ZEROCALCARE, *La corsa*, cit.

non ho usato la retorica stucchevole utilizzata da tanti in un clima di mobilitazione nazionale. Non è il mio stile e forse era esattamente quello che la gente voleva sentirsi dire»<sup>51</sup>.

Il *design* della serie è anch'esso improntato all'essenzialità e all'immediatezza. Se lo stile di disegno di Zerocalcare è sempre estremamente caricaturale, in questi corti è ancor più semplificato; ad esempio sono ridotte al minimo le ombreggiature, piuttosto prominenti nei fumetti. Dietro questa scelta c'è sicuramente un ragionamento in primis pragmatico, poiché la necessità di disegnare, animare e montare un episodio da solo e con scadenze così ravvicinate<sup>52</sup> porta necessariamente a dover sacrificare tutto ciò che non è strettamente necessario alla comunicazione; questo minimalismo si accorda peraltro perfettamente con la visione che l'autore ha del *medium*. Il risultato finale ha un aspetto marcatamente "casereccio", e questo, dal punto della strategia comunicativa, è certamente un valore aggiunto – specialmente nel contesto dei *social*, che tendono a premiare l'esibizione della spontaneità (poco importa se genuina o costruita). Come nei fumetti e più, la narrazione di Zerocalcare è incentrata sulla ricerca della piena e immediata comprensibilità: anche per questo è fondamentale l'inserzione di riferimenti alla cultura pop che si presumono condivisibili dal *target* di riferimento e, dal punto di vista prettamente visivo, la rappresentazione di alcuni personaggi come animali o personaggi di fantasia, elementi bizzarri e d'impatto. Rispetto ai fumetti, in questi corti questi due aspetti sono comunque necessariamente stemperati, poiché il pubblico è sostanzialmente diverso: il *blog*, sul quale Zerocalcare si forma come autore, si fondava sulla ricerca di un terreno comune con il lettore, individuato anche nella condivisione di una serie di riferimenti culturali, come possono esserlo la "cultura *nerd*" o i cartoni animati in voga nell'infanzia dell'autore e dei suoi lettori più affezionati; *Rebibbia Quarantine* è un progetto molto diverso, non solo per la traslazione sul *medium* televisivo, per natura generalista, ma anche perché il tema stesso della pandemia, essendo un'esperienza comune a tutti, implica un bacino di pubblico enormemente più vasto e diversificato. Per questo i riferimenti *pop* si fanno più radi e più rapidi oppure più accessibili (ad esempio i cattivi della Disney a rappresentare l'*élite* politica). Questo non vuol dire che il linguaggio visivo di Zerocalcare venga snaturato: la citazione *pop* è comunque un elemento costante in tutti i corti, ma è utilizzata come un *inside joke* piuttosto che costituire una componente imprescindibile per la comprensione del testo.

Allo stesso modo, anche dal punto di vista linguistico non ci sono grosse concessioni alle esigenze di un pubblico generalista: innanzitutto, la recitazione dei testi è velocissima. Si tratta anche qui di una scelta dettata da motivi pratici:

---

<sup>51</sup> Intervista di C. VECCHIO, *Zerocalcare: "I lavoratori invisibili sono i veri eroi di oggi"*, in «La Repubblica», 29 maggio 2020.

<sup>52</sup> La realizzazione di ogni singolo episodio ha richiesto in media solo quattro giorni (*ivi*).

«La ritmica è una necessità, nel senso che quando ho cominciato a fare i “cartoncini” così mi sono accorto che praticamente più tempo parli più *frame* devi disegnare per coprire quel lasso di tempo»<sup>53</sup>; l’effetto è quello di un debordante flusso di coscienza, che però va a discapito della comprensibilità. Tanto più che il monologo è recitato senza alcuna preoccupazione per la dizione: Zerocalcare parla con un marcato accento romanesco, e anche la lingua usata è fortemente contaminata col dialetto, ibridato oltretutto con frequenti inserzioni di tecnicismi o voci dotte. Questa fusione particolarissima è perfettamente riconoscibile, quasi un tratto distintivo della produzione di Zerocalcare<sup>54</sup>. Nel contesto del *lockdown*, però, una importanza particolare viene assegnata al lessico del Coronavirus, che fornisce lo spunto per un’infinità di battute veloci o vere e proprie riflessioni metalinguistiche. L’esempio più esteso è nell’episodio *Post scriptum*, in buona parte giocato proprio sulla incomprensibilità del burocratese usato nelle norme legislative. Un politico con le fattezze del malvagio Imperatore di *Star Wars* fornisce questa spiegazione:

Noi della *task force* c’avamo sto giochetto che se semo ‘nventati, ‘na sciocchezza eh, ma così pe’ passa er tempo en quarantena: in ogni decreto ce dovemo mette tre parole che nessuno deve sapè che cazzo vonno di. Qua ce stava “congiunti”, “piuttosto che” che ‘n se capiva se era in forma avversativa o disgiuntiva, e “cavità peritoneale”. “Cavità peritoneale” era bellissimo, l’aveva proposto Vittorio Colao, poi c’è rimasto male perché ‘nvece se so’ concentrati tutti su ‘sti congiunti... bellissimo però, ce mancherà tanto sta cosa quando dovremo tornà a vende er salame.<sup>55</sup>

Saranno forse opportune, infine, ancora alcune considerazioni sulla rilevanza della serie nel suo complesso. Innanzitutto sottolineiamo ancora una volta la peculiarità dell’incontro tra un’esigenza comunicativa personale dell’autore, che già da tempo stava interessandosi alle possibilità espressive dell’animazione, con l’occasione fornita da questo evento di un’anomalia assoluta; combinazione che dà vita all’esperimento eccezionale di un corto animato diaristico-giornalistico.

---

<sup>53</sup> Intervista di P. MARINOZZI, *Coronavirus, la quarantena vista da Zerocalcare*, su RaiNews, 9 maggio 2020, <http://www.rainews.it/dl/rainews/media/Coronavirus-la-quarantena-vista-da-Zerocalcare-42df4215-7465-4d09-8142-081228f99e96.html> (data ultima consultazione il 28 agosto 2021).

<sup>54</sup> Per analisi più approfondita sulla lingua di Zerocalcare, si vedano: C. GIOVANARDI, *Sulla vitalità del romanesco nella prosa letteraria contemporanea: a proposito di Eraldo Affinati e Zerocalcare*, in «Studi linguistici italiani», 1, 2019, pp. 84-106; E. VENTURA, *Periferia cittadina e periferia linguistica: il romanesco di oggi tra Zerocalcare e La Scienza Coatta*, in J. BOBINEAU et al., *Zentrum un Peripherie. Beiträge zum 32. Forum Junge Romanistik in Würzburg (16.–19. März 2016)*, München, Akademische Verlagsgemeinschaft München, 2019, pp. 217-231; V. URBANOVÁ, *Aspetti semiotici e linguistici della produzione fumettistica di Zerocalcare*, tesi di dottorato (relatrice prof.ssa Zuzana Šebelová), Università Masaryk di Brno, 2019.

<sup>55</sup> ZEROCALCARE, *Rebibbia Quarantine Post scriptum*, cit.

In secondo luogo, il formato del corto comico e la piattaforma ibrida tra *social* e televisione spingono verso una narrazione del Coronavirus che coniuga l'efficacia comunicativa e l'esigenza dell'intrattenimento con la costruzione di un discorso complesso (che non sarebbe stato possibile in una vignetta autoconclusiva o in un *meme*, ma neanche in una singola striscia), pur restando perfettamente fruibile per l'utente *social* come anche per il pubblico televisivo. Infine, anche a prescindere totalmente da ciò che la serie vuole dire, la sua stessa esistenza non è priva di importanza: per quanto possa sembrare banale, l'impegno (implicito o meno) assunto dall'autore a produrre un piccolo episodio con una scadenza fissa, settimanale, crea una stabilità, un qualcosa da aspettare, entrando a fare parte di una ritualità condivisa, come le dirette del Presidente del Consiglio (lo stesso ruolo assumono su scala quotidiana i fumetti su Instagram di Leo Ortolani). Non a caso i commenti più votati sul video del canale Youtube di La7 che raccoglie tutta la serie<sup>56</sup> sono espressioni di gratitudine per il sostegno offerto dalla serie nei momenti più duri del *lockdown*: «A parte gli scherzi, fra “Rebibbia Quarantine” di Zerocalcare e le strisce quotidiane di “Andrà tutto bene” di Leo Ortolani, il primo *lockdown* è stato quasi divertente! Si fa per dire, eh...», ironizza uno; un altro riconosce semplicemente: «Se ho un ricordo positivo del *lockdown* è anche grazie a lui».

---

<sup>56</sup> ID., *Rebibbia Quarantine – tutti gli episodi, La7 Attualità* [Youtube], 26 dicembre 2020, <https://www.youtube.com/watch?v=pybGuL0U13w> (data ultima consultazione 30 agosto 2021).