E LA FILATELIA REGISTRA

giochi di parole dentro l'album

di **CARLO CLERICI**

Cruciverba, crossword, mots croisés, parole crociate; comunque lo si chiami, è un simbolo del Novecento deciso a non tramontare

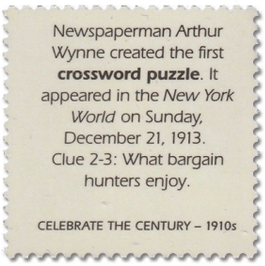
Il *GronchiRosa* è sempre stato un vanto per i collezionisti che lo posseggono. Quasi una questione di prestigio, almeno in campo filatelico. Adesso che il francobollo rosa è uscito dalla cronaca fa piacere ritrovarlo il 18 maggio scorso sulle pagine della *Settimana Enigmistica* quale supporto alla definizione 67 orizzontale che cita "È *una rarità filatelica*".

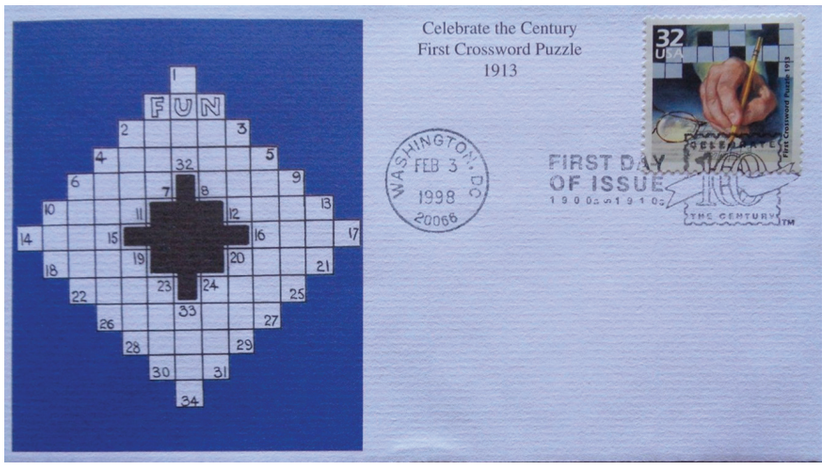
È interessante che una rivista di enigmistica abbia citato un francobollo e ci chiediamo se sia mai avvenuto l'inverso, se cioè su qualche francobollo sia apparso uno schema di parole crociate o incrociate o di

Word-cross puzzle, come lo chiamò Arthur Wynne nel 1913 quando inventò questo gioco enigmistico.

Era il lontano 21 dicembre del 1913 quando la rivista *New York World* pubblicò l'invenzione di Arthur Wynne, ma solo a partire dal 1924 le parole incrociate, con schemi evoluti contenenti anche caselle nere, invasero gli Stati Uniti e poi il resto del mondo. Un successo planetario che è vivo ancora oggi.

Nell'emissione USA del 1998, dove si ricordano le migliori invenzioni della prima decade del XX secolo, il francobollo da cent 32 richiama proprio il primo cruciverba: una mano compila lo schema originale, sullo sfondo un altro con caselle nere e sul bordo *First crossword puzzle 1913*. Sul retro dell'esemplare altre informazioni sull'inventore.

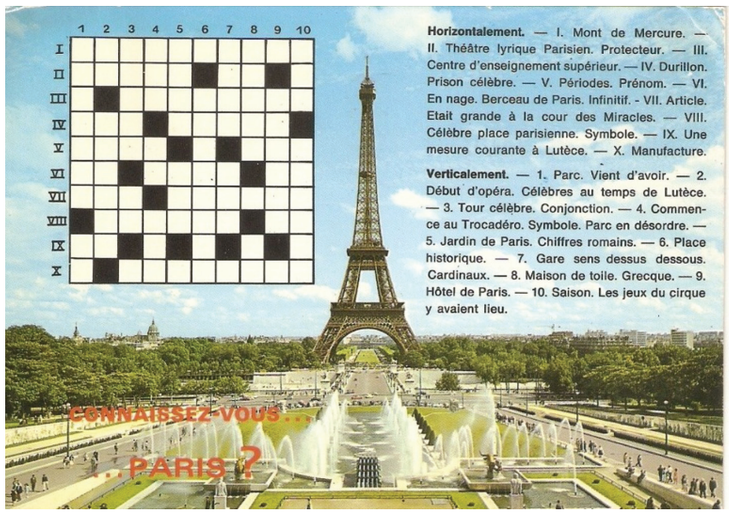




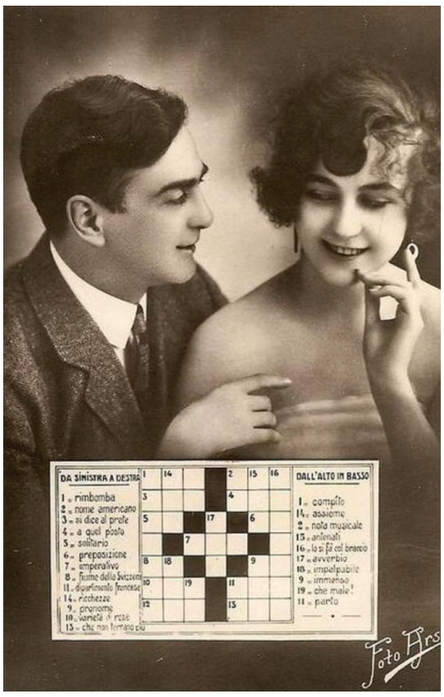
Per gli amanti dei giochi enigmistici sotto l'ombrellone facciamo un rapido excursus nella storia delle parole incrociate.

Nel 1924 alcuni giornali americani iniziarono a pubblicare nella pagina dei passatempi un cruciverba, mentre uscivano con successo libri

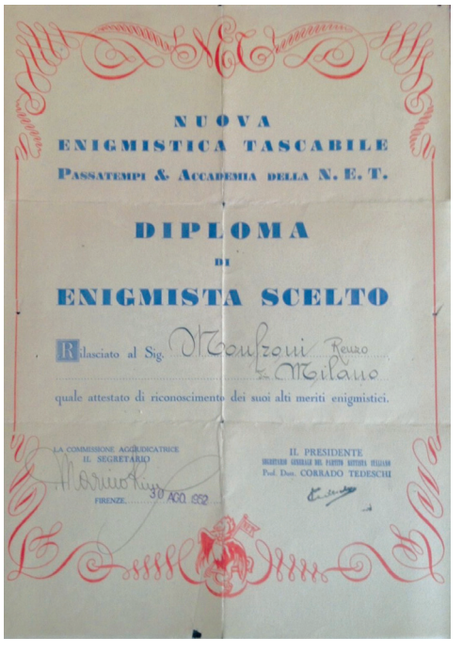
che raccoglievano una cinquantina di schemi. Anche il *New York Times* si convertì alla nuova moda e da allora la passione dilagò. Le definizioni furono affinate, i dizionari vennero venduti a decine di migliaia fra tutti i ceti sociali, per aiutare i solutori meno esperti. Pendolari, casalinghe, professionisti durante la prima colazione si cimentavano con lo schema dei quotidiani la cui difficoltà aumentava dal lunedì alla domenica. Si racconta che negli anni Trenta fossero trenta milioni gli appassionati a stelle e strisce di *cross word*. Dagli USA la mania si trasferì in Europa. A Londra *The Times* pubblicò il suo primo cruciverba il 1° febbraio 1930. A Parigi la griglia con caselle bianche e nere chiamata *Problème de mots croisés* era già arrivato a fine anni Venti. In Italia, il 23 gennaio 1932 fu pubblicato il primo numero della *Settimana Enigmistica*. Sulla scia della rivista austriaca *Das Rätsel*, da cui fu ripreso lo schema della prima copertina con il viso di Lupe Velez, iniziò la pubblicazione di questo settimanale di successo.



Già nel primo numero fu usato il termine *Parole Crociate*. Nonostante centinaia d'imitazioni che si sono succedute nel tempo, la *Settimana Enigmistica – periodico di giuochi - enigmi - parole crociate - scacchi - dama - bridge – sciarade*, mantenendo lo stesso formato e la stessa composizione interna è arrivata ai nostri giorni. La tiratura settimanale, dalle 6.000 copie degli anni Trenta è andata aumentando e negli anni Ottanta era convinzione comune che le copie stampate fossero almeno 1 milione. Neanche durante il periodo bellico, nonostante numerose difficoltà compresa la penuria di carta, si ebbe una grossa flessione nelle vendite. Persino i soldati al fronte la sfogliavano durante i pochi momenti di relax.



La nuova moda dei cruciverba veniva riportata anche nelle cartoline. Le riviste concorrenti cercarono di fidelizzare i lettori con la distribuzione di diplomi e allegando anche dischi in vinile, come fece negli anni Sessanta la *N.E.T. - Nuova Enigmistica Tascabile*. Ma i creatori delle parole crociate che lavoravano al settimanale milanese sono sempre stati di alto livello. Fra di loro si è distinto Piero Bartezzaghi, che nelle sue definizioni ha introdotto l'alfabeto a 26 lettere, neologismi e altre particolarità, mantenendo



però un rapporto franco con i solutori in quanto riteneva che *sempre* i suoi schemi potessero essere risolti dando definizioni chiare e non cervellotiche. Il suo difficile cruciverba settimanale a schema libero era diventato famoso fra gli amanti delle parole crociate tanto da essere chiamato proprio *Il Bartezzaghi*! Ma non tutti in Italia amavano i cruciverba: coloro che si definivano appassionati di enigmistica classica tramite le loro pubblicazioni osteggiarono fin dagli anni Trenta questa nuova moda e la dileggiavano con ironia, sicuri che fosse di breve durata. Questi enigmisti di sciarade, indovinelli, acrostici e altri giochi di parole, invece di apprezzare che nuovi adepti potessero passare dai semplici cruciverba a qualcosa di più complesso, tentarono anche attraverso i loro congressi di imporre la presun-

ta superiorità dell'enigmistica classica su quella che loro consideravano di seconda categoria.

Comunque sia, dagli anni Cinquanta furono organizzati convegni nazionali con gare e tornei anche di parole incrociate, pubblicizzati pure attraverso degli erinnofili.

Concludiamo con altri due francobolli a tema. Il primo per le Poste di San Marino è stato realizzato nel 2000 da Franco Filanci per illustrare il tempo libero nella serie XX secolo con il valore facciale da 650 lire-0,34 euro. Il secondo è stato emesso nel 2013 da Montecarlo e riporta lo schema di Arthur Wynne con il termine francese *Premiere grille de mots croisés*.

Clic&Book, libertà di stampa!

IL TUO LIBRO IN UN CLIC

Da UNIFICATO un nuovo servizio pensato per realizzare un sogno di molti collezionisti.

Clic&Book è il logo che accompagna il nuovo servizio che UNIFICATO ha pensato e progettato per i collezionisti che vogliono vedere pubblicato un loro *studio*, una *raccolta* di storia postale, una collezione di francobolli, cartoline o altro, oppure desiderano *festeggiare* l'anniversario del loro circolo filatelico. Un'opportunità per vedere stampata la *passione di una vita* e lasciare ai propri figli e nipoti una *testimonianza indelebile* di quanto raccolto o studiato nel tempo.

Con Clic&Book sarà tutto molto facile ed economico.

Basterà scegliere il formato del volume, preparare il file contenente la copertina e le pagine interne, decidere la tiratura e Unificato penserà alla stampa, alla pubblicità sul sito *unificato.it* (visitato ogni mese da quasi 10.000 collezionisti), alla distribuzione e spedizione.

Clic&Book consentirà a tutti di realizzare il sogno nel cassetto.

Le tirature possono essere anche di poche copie (da 100 in avanti) e il costo vantaggioso: per esempio, una copia di un libro con 80 pagine a colori del formato 15 x 21 cm, tirato in 100 copie, costerà solo 7,90 euro, comprensivo di stampa, rilegatura, pubblicità e distribuzione.

RICHIEDI tutte le INFORMAZIONI direttamente all'Unificato - Cif s.r.l.:

Via S. Maria Valle, 5 - 20123 Milano | info@unificato.it · www.unificato.it