

Il medium irriducibile. Viaggio nella complessità del fumetto

The irreducible medium. Journey into the complexity of comic

Reseña de: BINDI, V. E RAFFAELLI, L., *Che cos'è un fumetto*, Roma, Carocci editore, 2021.



Lorenzo Barberis

Lo Spazio Bianco
lorenzobarberis@gmail.com

Código ORCID:
<https://orcid.org/0000-0001-8626-7213>

Marco D'Angelo

Lo Spazio Bianco
marcodangelo@hotmail.it

Código ORCID:
<https://orcid.org/0000-0002-3315-6111>

Simone Rastelli

Lo Spazio Bianco
simone.rastelli@gmail.com

Código ORCID:
<https://orcid.org/0000-0002-7170-7842>

Referencia: BARBERIS, L., D'ANGELO, M. Y RASTELLI, S., «Il medium irriducibile. Viaggio nella complessità del fumetto», *Neuróptica. Estudios sobre el cómic*, segunda época, 3, Zaragoza, Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2021, pp. 125-129.

Sumario: 1. Coordinate di lettura: tra forme e formati. 2. L'irriducibilità del medium: consumo e autorialità. 3. La neurologia del fumetto: l'importanza della percezione. 4. Tutti figli di Yellow: la dimensione industriale del fumetto. 5. Le scuole nazionali: Tex Willer contro Tintin? 6. Tra *graphic novel* e Web: prospettive e cambi di paradigma. 7. Conclusioni: che cosa può essere il fumetto.

«Che cos'è un fumetto?» è la domanda che sottende qualsiasi riflessione critica sui *comics* e che, nel titolo del saggio degli studiosi del fumetto Valerio Bindi e Luca Raffaelli, viene riproposta senza il «?» alla fine della frase. *Che cos'è un fumetto* diventa così, a partire dall'intestazione, una coraggiosa dichiarazione di campo nel dibattito sulla natura del medium, una rivendicazione della insopprimibile diversità e dignità culturale dei *comics* rispetto a qualsiasi altra produzione estetica.

1. COORDINATE DI LETTURA: TRA FORME E FORMATI

Il saggio propone una ricognizione ad ampio raggio di linguaggi e di formati, in una prospettiva storica che tiene conto delle specificità delle quattro grandi aree linguistiche, culturali e produttive che caratterizzano a tutt'oggi il sistema fumetto: USA/UK, Giappone, area francofona e Italia.

La prospettiva storica, legata ai diversi formati, è trasversale alla suddivisione in temi specifici dei diversi capitoli. Al racconto storico delle origini (capp. 1-2) seguono altre sezioni dedicate alle aree di produzione (capp. 3-4) e al rapporto fra autorialità/sperimentazione e produzione di massa (capp. 5-7). Questa tensione, comune a diversi mezzi di espressione supportati da un sistema di produzione industriale, si sviluppa nel fumetto secondo specificità legate alle tradizioni culturali locali, determinandone tanto la varietà dei generi quanto l'innovazione di forme e temi. Nella dialettica fra produzione di consumo e sperimentazione autoriale, diventa importante anche il relativamente basso costo di realizzazione, che ha consentito e consente tuttora una ricca attività di autoproduzione.

In questo senso la disamina dei formati, spesso «sviliti» nella teoria del fumetto a mero supporto materiale, diventa invece centrale nell'approccio degli autori: «Il fumetto è frutto di una continua interazione fra produzione industriale e spinte attivate dalle esigenze del pubblico. Insomma, i diversi formati del fumetto non hanno a che fare solo con la forma dello spazio che contiene la o le vignette ma si organizzano sul rapporto del lettore tra il personaggio, l'autore e il fumetto stampato».¹

2. L'IRRIDUCIBILITÀ DEL MEDIUM: CONSUMO E AUTORIALITÀ

Il primo capitolo, «Un medium irriducibile», esemplifica la tensione costante tra produzione e consumo all'interno del fumetto. A questa antinomia si accosta quella di un medium caratterizzato da componenti

1 BINDI, V. e RAFFAELLI, L., *Che cos'è un fumetto*, Roma, Carocci, 2021, p. 42.

estremamente iconiche (una su tutte: il *balloon*, che dà il nome al medium in italiano, «fumetto») che però possono essere assenti. Senza parole, immagini, vignette, nuvolette, gabbia; «senza lo spazio bianco (la terra di nessuno dove scorre il tempo tra una vignetta e l'altra). Ma sempre fumetto».²

3. LA NEUROLOGIA DEL FUMETTO: L'IMPORTANZA DELLA PERCEZIONE

Legato al consumo c'è il valore dell'esperienza di lettura. Di particolare interesse, in questo senso, è il capitolo seminale «Percepire è un'attività del corpo», con riferimento ai recenti sviluppi delle neuroscienze e al concetto di *embodiment*, l'immedesimazione corporea nel fumetto stesso. Si supera così l'idea della fruizione come esperienza percettiva puramente visiva (si pensi alla dialettica attuale tra fumetto cartaceo vs. fumetto digitale, per cui la stessa opera può indurre percezioni radicalmente diverse) a favore di una fruizione «multisensoriale». Il movimento dei personaggi sulla tavola acquisisce nuovo rilievo, in quanto, tramite l'attivazione dei neuroni-specchio, si crea una particolare «simpatia» verso le azioni visualizzate nel fumetto.

4. TUTTI FIGLI DI YELLOW: LA DIMENSIONE INDUSTRIALE DEL FUMETTO

Rispetto ad altre ricerche recenti volte a indagare le origini remote del medium, Bindi e Raffaelli prediligono la versione canonica dello Yellow Kid statunitense come punto d'origine dell'«invenzione dell'industria del fumetto»³ a fine Ottocento. Un precedente viene identificato non tanto nella storia dell'arte «alta» e «nobile» (graffiti, pittura parietale egizia, colonne trionfali romane, affreschi), quanto nell'«industria» che nel Seicento «crebbe intorno alle pubbliche esecuzioni, dove le impressioni d'artista dell'evento macabro erano vendute come souvenir».⁴

Ciò senza disconoscere il valore dei percorsi autoriali, che — anche in un contesto industriale — contribuiscono all'evoluzione espressiva del medium. Sotto il profilo artistico, ad esempio, Winsor McCay svolge all'inizio del Novecento un importante ruolo di codificazione del fumetto con l'inquadratura dinamica, la telecamera implicita, la variazione comunicativa della griglia, l'introduzione di temi fantastici e «poetici». Altrettanto importante è l'apporto di George Herriman, creatore di Krazy Kat e oggetto di un vasto e precoce culto fuori dal fumetto stesso. Nella prospettiva del saggio, Krazy Kat è un caso particolarmente importante: per questo gli è consacrata

² *Ibidem*, p. 9.

³ *Ibidem*, p. 19.

⁴ SABIN, R., *Comics, Comix & Graphic Novels*, London, Phaidon, 1996, p. 11.

la copertina del volume, omaggio al valore dell'opera quale perfetto connubio tra una dimensione dei *comics* tanto popolare nei modi, quanto ricca di suggestioni e livelli d'interpretazione anche per un pubblico colto.

Interessante è anche il recupero di percorsi artistici come quello di Frans Masereel che, dal 1917, realizza una cinquantina di libri xilografici, all'epoca non avvicinati al fumetto ma che oggi possiamo ricondurre al medium e alle altre pratiche audiovisive moderne (cinema, televisione, videogame, eccetera). L'etichetta *graphic novel*, attestata dal 1964, rimanda del resto anche a questa tradizione di «protoromanzi grafici» da Masereel a Lynd Ward che lo introduce in USA nel 1929. Sullo scorcio del XX secolo, il suo imporsi segnerà un nuovo cambio di paradigma, ulteriore esempio della costante reinvenzione linguistico-produttiva del medium.

5. LE SCUOLE NAZIONALI: TEX WILLER CONTRO TINTIN?

L'analisi dei sistemi estetico-produttivi del fumetto si incentra anche su un interessante raffronto tra il modello italiano e quello franco-belga: esemplificati dai personaggi di maggior successo storico, Tex Willer e Tintin, raffrontabili per longevità editoriale (oltre settant'anni) e per mole produttiva (300 milioni di copie vendute nel tempo).

Tex ci arriva attraverso una produzione enorme, oltre 100 pagine ogni mese con un numero altissimo di *cartoonist* coinvolti, mentre *Le avventure di Tintin* ha un corpus «di sole» 1500 pagine, cadenzate un volume l'anno e prodotte dal singolo autore/atelier. Vi sono differenze nel segno (realismo vs. linea chiara), nel formato (albo «quaderno» vs. albo cartonato grande) e nella ricezione culturale (*Tex* in Italia a lungo marginalizzato dalla cultura «alta» vs. *Tintin* sempre osannato dall'intelligenza francofona). In un raffronto accurato, il saggio dimostra una serie di simmetrie tra le due scuole ben più ampie di quelle che siamo soliti considerare.

In modo simile, si sottolineano le differenze radicali tra fumetto nipponico e fumetto statunitense, individuando una seconda antinomia simile a quella che attraversa il fumetto europeo. L'ordine di lettura inverso (e la differente dimensione percettiva) si somma alle dicotomie colore vs. bianco e nero, rivista vs. *comic book*, serialità chiusa vs. serialità aperta.

6. TRA GRAPHIC NOVEL E WEB: PROSPETTIVE E CAMBI DI PARADIGMA

Stabilito questo quadrivio fumettistico (USA, Italia, Francia, Giappone), Raffaelli e Bindi ne raccontano le evoluzioni produttive post-

fordiste con la crisi del modello industriale precedente e un maggior rilievo, trasversale ai contesti nazionali, dell'autorialità. Il cambiamento si incarna nel formato *graphic novel*, incubato concettualmente in *Raw* e altri *graphix magazine* in USA ed Europa, e poi sviluppato da Will Eisner e Art Spiegelman, in parallelo al declino del *comic book* supereroico in un processo che sembra ormai definitivo. *Watchmen* (Alan Moore e David Gibbons) e *The Dark Knight Returns* (Frank Miller) appaiono nel 1986 in parallelo all'uscita del primo capitolo di *Maus* di Art Spiegelman.

Quasi in parallelo a quanto accade negli Stati Uniti, in Italia avviene la decostruzione del fumetto popolare Bonelli, da *Ken Parker* a *Dylan Dog*: ma il saggio si concentra su un periodo precedente altrettanto faticoso, il 1967, che vede svilupparsi — in modo autonomo ma simultaneo — le ricerche di Hugo Pratt, Guido Buzzelli, Guido Crepax e Antonio Faeti, con due anni d'anticipo sul *Poema a fumetti* di Dino Buzzati. Un momento di svolta cruciale per ciò che sarà poi il moderno «romanzo grafico».

In anni più recenti un'ulteriore svolta arriva con l'avvento del Web, che genera un diverso rapporto tra autore e fruitore, con un dibattito diffuso sul fumetto tramite blog e social media. A fronte di un innegabile calo di numeri rispetto al passato nel fumetto popolare, si riscontra un pubblico più attento alle sperimentazioni degli autori, aspetto che modifica anche il concetto di «autorialità».

7. CONCLUSIONI: CHE COSA PUÒ ESSERE IL FUMETTO

Il saggio si pone come una ricognizione accurata e autorevole sul fumetto, basata sulla valorizzazione di una serie di tensioni che ne sostengono l'evoluzione (come forma espressiva e come sistema di produzione). Il panorama offerto è quello dell'irriducibile complessità di un medium sospeso tra commercialità e autorialità e un'esperienza sensoriale complessa, determinata dai vari formati fisici. Forse si sarebbe potuto — ma non crediamo fosse nello spirito divulgativo del saggio — indagare a più ampio raggio le gemmazioni ulteriori del fumetto, oltre le direttrici principali. In ogni caso, il lavoro di Bindi e Raffaelli rimane di grande significato per il tentativo di sistemazione ad ampio respiro, un ottimo punto di partenza per il neofita e un'interessantissima proposta di riflessione (non pomposamente radicale, ma proprio per questo profonda) per i cultori della nona arte sulle straordinarie possibilità di questo medium.