Will Eisner

L'ARTE DEL FUMETTO

REGOLE, TECNICHE E SEGRETI DEI GRANDI DISEGNATORI

Il manuale del più grande fumettista di tutti i tempi

BUR Rizzoli varia

Will Eisner

L'ARTE DEL FUMETTO

REGOLE, TECNICHE E SEGRETI DEI GRANDI DISEGNATORI

a cura di Fabio Gadducci
e Mirko Tavosanis

BUR Rizzoli varia

Pubblicato per

BUR Rizzoli

da Mondadori Libri S.p.A.
Proprietà letteraria riservata
© 2010 RCS Libri S.p.A., Milano
© 2016 Rizzoli Libri S.p.A. / BUR Rizzoli, Milano
© 2018 Mondadori Libri S.p.A., Milano

ISBN 978-88-17-18672-8

Titoli dei volumi originali:
Comics and Sequential Art
© 2008 by Will Eisner Studios, Inc.
© 1985 by Will Eisner

Graphic Storytelling and Visual Narrative
© 2008 by Will Eisner Studios, Inc.
© 1996 by Will Eisner

Prima edizione BUR: 2010
Prima edizione BUR Varia: giugno 2024

P. 29: copyright © Jason, 2000; p. 39: estratto da *Fun Home* by Alison Bechdel, copyright © 2006 by Alison Bechdel, ristampato su licenza di Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, tutti i diritti riservati; pp. 56-57: copyright © Robert Crumb, 2007; p. 145: copyright © Center for Cartoon Studies, 2007; p. 203: copyright © Center for Cartoon Studies; p. 227: copyright © Gabrielle Bell, tutti i diritti riservati; pp. 309-311: copyright © 2008, Tribune Media Services, Inc., tutti i diritti riservati; pp. 312-314: copyright © Steve Canyon ® and Steve Canyon ® Logo è proprietà intellettuale e copyright © e usato su licenza di Milton Caniff Estate, tutti i diritti riservati; p. 316: copyright © King Features Syndicate; p. 319: "Inferno Joe", copyright © 1989 R. Sikoryak; pp. 320-321: Harold Foster, "Prince Valiant", copyright © King Features Syndicate; p. 322: copyright © 2008 Artists Rights Society (ARS), New York / VG Bild-Kunst, Bonn; pp. 326-330: copyright © Robin Ward Savage and Nanda Ward; p. 331: "Blueberry", copyright © Dargaud 1995, by Charlier & Giraud; p. 331: "Arzak", courtesy of Jean Giraud, © Jean Giraud & Jean Michel Charlier; p. 333: da *Scott Pilgrim*, by Bryan Lee O'Malley, pubblicato da Oni Press; p. 334: *Maus*, copyright © 1986 by Art Spiegelman, ristampato su licenza di The Wylie Agency, Inc.; p. 334: *Introduction to Kafka*, R. Crumb, copyright © Icon Books Ltd. UK; pp. 335-337: copyright © Capp Enterprises, Inc., pubblicato su licenza.

Impaginazione e realizzazione grafica: Black Ink/Black Velvet, Bologna

Seguici su:

www.rizzolilibri.it /RizzoliLibri @BUR_Rizzoli @rizzolilibri

INTRODUZIONE

Nella nostra cultura il cinema e il fumetto sono i mezzi principali per raccontare storie attraverso le immagini. Entrambi le utilizzano insieme a un testo o dialogo. Tuttavia, mentre il cinema e il teatro sono riconosciuti da molto tempo come forme espressive, il fumetto lotta ancora per essere accettato; e questa forma d'arte (che viene utilizzata con successo da oltre un secolo) non è ancora considerata un degno veicolo letterario.

La seconda metà del Ventesimo secolo ha visto un importante cambiamento nella definizione di alfabetizzazione. L'impiego di immagini come mezzo di comunicazione è stato incoraggiato dal diffondersi di tecnologie meno basate sulla capacità di leggere testi. Dai segnali stradali fino alle istruzioni per l'uso di congegni meccanici, le immagini hanno cominciato a venire in soccorso delle parole, e talvolta le hanno perfino soppiantate. Anzi, l'alfabetizzazione visiva è entrata di diritto nella lista delle competenze necessarie per comunicare nel nostro secolo. E i fumetti sono al centro di questo processo.

Questa particolare forma di lettura si è diffusa e affermata in America nel corso di sessant'anni, giungendo al formato che noi oggi conosciamo come *comic book*, o albo a fumetti. Nati come raccolte di strisce già apparse sui giornali, gli albi si sono rapidamente evoluti fino a ospitare storie complete e originali, e poi dei veri e propri romanzi a fumetti (*graphic novel*). Quest'ultima trasformazione ha richiesto che disegnatori e scrittori diventassero molto più sofisticati rispetto al passato.

Visto che leggere fumetti è facile, c'è stata nel passato la tendenza a ritenerli adatti solo a persone poco alfabetizzate e di ridotte capacità intellettuali. E in effetti, per decenni, i fumetti si rivolgevano proprio a questo pubblico. Molti autori si ritengono ancora oggi soddisfatti se solleticano l'istinto e forniscono un po' di violenza gratuita. Non c'è quindi da stupirsi se per lungo tempo le istituzioni non hanno incoraggiato o accettato questo mezzo di comunicazione in termini entusiastici.

Il predominio delle illustrazioni nel formato tradizionale dei fumetti attirava l'attenzione su questo aspetto più che sul contenuto letterario. Non c'è quindi da stupirsi nemmeno se i fumetti come forma di lettura sono stati sempre percepiti come una minaccia all'alfabetizzazione, perlomeno nel modo in cui quest'ultima veniva definita prima dell'arrivo del cinema, della televisione e di internet.

Nell'influente libro *Il medium è il messaggio*, Marshall McLuhan e Quentin Fiore fanno notare che "... le società sono sempre state plasmate più dalla natura dei mezzi con cui gli uomini comunicano che dai contenuti della comunicazione". Questo è stato anche il destino dei fumetti. Il loro aspetto vivace e colorato implicava contenuti semplici.

Ma negli anni tra il 1965 e il 1990 il fumetto ha iniziato a tentare di esprimere contenuti letterari. Il punto di partenza fu il movimento polemico dei disegnatori e degli scrittori *underground*, che cavalcarono l'onda della distribuzione diretta. A questo fece seguito la proliferazione dei negozi di fumetti, che spuntarono come funghi e permisero un facile accesso a un più ampio spettro di lettori. Era l'inizio della maturazione: finalmente, i fumet-

ti cercavano di affrontare temi da sempre considerati dominio esclusivo dei testi scritti, del teatro o del cinema. Tra i soggetti affrontati in quel periodo c'erano autobiografie, testi di protesta sociale, relazioni umane realistiche e fatti storici. Proliferarono i graphic novel che affrontavano argomenti "adulti". L'età media dei lettori si innalzò. Il mercato per i fumetti innovativi e maturi si espanse. Accompagnando questi cambiamenti, talenti creativi più sofisticati vennero attratti dal fumetto e ne innalzarono gli standard.

In questo contesto i commenti di alcuni critici letterari che ancora non riuscivano a decidere se i fumetti potessero o no occuparsi di argomenti seri si rivelarono un problema. Un tale atteggiamento generalizzato compromise l'accettazione.

Tutto questo riassume la sfida a cui si trovano di fronte soggettisti e disegnatori che cercano di affermarsi nella nostra cultura letteraria: capire quanto i fumetti possano spingersi nell'affrontare gli "argomenti seri". Per fortuna, l'aumento del numero di disegnatori e scrittori coscienziosi attratti da una carriera nei fumetti testimonia il potenziale di questo mezzo di comunicazione. E sono convinto che i contenuti narrativi saranno il propellente del futuro dei fumetti.

All'inizio degli anni Novanta i nuovi generi di alfabetizzazione si affermarono con più evidenza nella cultura occidentale. Come osservò all'epoca sul "London Daily Telegraph" Paul Gravett "sembra che non ci siano limiti alle ambizioni del fumetto... chi è abituato a passare in rassegna colonne regolari di caratteri spesso trova difficile assimilare le scritte nei fumetti, saltando al tempo stesso da un'immagine all'altra. Ma per le giovani generazioni che sono cresciute con la televisione, i computer e i videogiochi, elaborare informazioni verbali e visive su diversi livelli contemporaneamente sembra una cosa naturale, e perfino preferibile alle alternative".

I FUMETTI COME MEZZO DI COMUNICAZIONE

Prima di arrivare al XXI secolo, la "lettura" nel senso puro del termine è stata trasformata dai mezzi di comunicazione elettronici. Il testo stampato ha perso il proprio monopolio in favore di un'altra tecnologia di comunicazione, il cinema, che, aiutato dalla trasmissione elettronica, è diventato il maggior concorrente della lettura. Visto che sottopongono a ben pochi sforzi le abilità cognitive degli spettatori, i film fanno sembrare obsoleto l'impegnativo compito di imparare a decodificare e digerire le parole. Guardando uno schermo, gli spettatori di un film sperimentano innumerevoli avvenimenti dall'aspetto verosimile e organizzati con una certa struttura: le situazioni artificiali e le soluzioni innaturali presentate nella pellicola si integrano con l'inventario mentale dei ricordi ricavati dall'esperienza reale. Gli attori diventano gente "vera".

E soprattutto, guardare film dà all'apprendimento di informazioni un ritmo che rappresenta una sfida diretta alla staticità della stampa. Abituati allo stile cinematografico, i lettori sono infastiditi da lunghe sequenze di testo: si sono abituati ad acquisire storie, idee e informazioni rapidamente e con poco sforzo. È vero che, come ben sappiamo, i concetti complessi sono più facili da digerire quando sono ridotti a immagini. Tuttavia la stampa rimane un mezzo di comunicazione necessario e vitale in quanto permette di trasferire in maniera gestibile idee profonde. In effetti, la stampa ha risposto alla sfida dei media elettronici con una fusione. L'alleanza delle parole con le immagini è un passo logico; il risultato viene chiamato fumetto e colma lo spazio tra i testi a stampa e i film.

Nel suo bel libro *Capire il fumetto*, Scott McCloud ha giustamente definito il fumetto come "un veicolo che può contenere qualunque numero di idee e immagini". In senso più ampio, dobbiamo

considerare questo veicolo come uno strumento di comunicazione e una particolare forma di lettura.

Il processo di lettura dei fumetti è un'estensione di quello testuale. Il testo puro e semplice richiede una conversione da parole a immagini: il fumetto accelera questo processo fornendo le immagini e, quando è ben realizzato, supera i problemi di velocità di conversione per diventare un tutto unico. Nonostante il nome improprio che ha ricevuto, quindi, questa forma espressiva ha tutto il diritto di essere considerata "letteratura" perché le immagini sono impiegate come un linguaggio. Ha anche un rapporto evidente con l'iconografia e i pittogrammi dei sistemi di scrittura logografici, basati su caratteri, come gli *hanzi* cinesi e i *kanji* giapponesi.

Quando questo linguaggio viene impiegato per fornire idee e informazioni, non è più un intrattenimento visivo privo di significato. Diventa un mezzo di comunicazione che racconta storie.

PRIMA PARTE

Fumetto e arte sequenziale