



**POLITECNICO
DI MILANO**

Facoltà del Design
Corso di Laurea in Design degli Interni LM
a.a. 2009/2010

Nel segno del fumetto

**Progetto di allestimento per il
Museo del Fumetto di Milano**

Studente: Vanessa Mantuano 720161

Relatore: prof.ssa Raffaella Trocchianesi

indice relazione

17	01 Il fumetto
19	I L'arte del fumetto
21	1.1 Ritmo
25	1.2 Cornice e spazio
31	1.3 Espressività
33	1.4 Storia e sceneggiatura
35	1.5 Dalle matite alla colorazione
39	1.6 Stile disegno
43	1.7 Generi
49	2 I canali di diffusione del fumetto
49	2.1 Editoria
51	2.1.1 Editoria Popolare
55	2.1.2 La BD (Bande Dessinée) in Francia e Belgio
58	2.1.3 Editoria Intellettuale
62	2.1.4 La crescita dell'Editoria Intellettuale in Italia
66	2.1.5 Editoria Parassita
69	2.1.6 Editoria Indipendente
75	2.2 Luoghi
75	2.2.1 Spazio Fisico:
81	2.2.2 Spazio Virtuale:
91	3 Affermazione del fumetto come nona arte
97	3.1 Angoulême
97	3.1.1 Città
98	3.1.2 Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême
101	3.1.3 Cité de la Bande Dessinée
105	3.2 Bruxelles
105	3.2.1 Città
107	3.2.2 CBBD – Centre Belge de la Bande Dessinée

109	3.3	Lucca	208	5.3.5	Guido Crepax e Valentina
109	3.3.1	Città	209	5.3.6	Guido Scarabottolo
110	3.3.2	Lucca Comics&Games	210	5.3.7	Lupo Alberto e Silver
113	3.3.3	MUF - Museo Italiano del Fumetto e dell'Immagine	211	5.3.8	Elfo (Giancarlo Ascari) e Milano
			212	5.3.9	Gabriella Giandelli
119	4	Fenomeni satelliti al fumetto - Il fumetto esce dalla cornice	215	5.4	Esposizioni
119	4.1	Il fumetto come mezzo di comunicazione sociale e culturale	215	5.4.1	Fumetto International – Trasformazioni del fumetto contemporaneo
123	4.2	Merchandising	218	5.4.1	Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo
127	4.3	Collezionismo			
133	4.4	Cosplay	223	6	Il Museo del Fumetto di Milano
137	4.5	La critica	225	6.1	Comunicato stampa 4 giugno 2010
141	4.6	Fumetto e animazione	226	6.1.1	Il Fumetto, medium mondiale
147	4.7	Fumetto e cinema	226	6.1.2	Perchè a Milano?
153	4.8	Fumetti e moda	227	6.1.3	Perchè adesso?
161	4.9	Arte e fumetti	228	6.1.4	Quale museo?
169	02	Museo del Fumetto di Milano	231	6.2	“Nasce il museo del fumetto a Città Studi”
171	5	Milano e il fumetto	233	6.3	Comunicato stampa aprile 2010
171	5.1	Mappatura fumetto milano	235	6.4	Intervista a Massimiliano Finazzes Flory, assessore alla cultura di Milano
171	5.1.1	Mappa eventi e manifestazioni 2011	237	6.5	La collezione Franco Fossati
174	5.1.2	Mappa gallerie			
176	5.1.3	Mappa Fumetterie milanesi	243	7	Lezioni (casi studio) per il museo del fumetto
179	5.1.4	Mappa Case Editrici	245	7.1	Azioni culturali per l'educazione civica
184	5.1.5	Mappa Associazioni, Scuole, Centri e Fondazioni	245	7.1.1	La cultura del piacere: OBA - Openbare Bibliotheek, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen
190	5.1.6	Una rete senza attracco	249	7.1.2	IL MUSEO È IL PUBBLICO: Museo di Fotografia Contemporanea di Cinesello Balsamo
193	5.2	Tre riviste storiche	252	7.1.3	L'ARTE È UN GRIDO DI SPERANZA: Cittadini attivi Tirana, Albania
193	5.2.1	Corriere dei piccoli	255	7.2	Esperienze di racconto dei media
195	5.2.2	Topolino	255	7.2.1	I PERCORSI DEL CINEMA: Museo Nazionale del Cinema, Torino 2000
196	5.2.3	Linus e Alter Alter	257	7.2.2	SPETTACOLO MEDIA: ZKM- zentrum für Kunst und Medientechnologie, Karlsruhe, Rem Koohlas 1989
199	5.3	Autori e personaggi milanesi			
199	5.3.1	Personaggi Bonelli			
203	5.3.2	Le sorelle Giussani e Diabolik			
205	5.3.3	Il maestro Sergio Toppi			
207	5.3.4	Grazia Nidasio			

259	7.3	Mostrare il piccolo
259	7.3.1	GRANDE MUSEO E "PICCOLE OPERE" - PICASSO: ARTIST'S BOOKS. La collezione dei coniugi Brandhorst con i suoi 112 libri in edizione originale illustrati da Picasso nell'omonimo Museo Brandhorst, Monaco di Baviera, Germania, Sauerbruch Huttoarchitects, 2002-2009
265	7.3.2	MOSTRARE E CONSULTARE: Summitry Works-Words into Action, Exhibit 1995 Keith Godard
266	7.3.3	OPERENANOMETRICHE:"Nan°arte-Vedere l'invisibile",esposizione artisti Alessandro Scali e Robin Goode a cura di Stefano Raimondi, Palazzo Frizzoni, Bergamo 2 – 21 ottobre 2007
269	7.4	Rivalutare l'architettura della città nel riuso di edifici dismessi
269	7.4.1	Officina dell'arte: Fondazione Arnaldo Pomodoro, Milano 2005 Studio Cerri Associati
272	7.4.2	IL MUSEO NEL DEPOSITO DEI TRAM: Spazio Forma, Milano 2005. Franco De Nigris

275 8 Insediamento del museo del fumetto

275	8.1	Inquadramento
279	8.2	Target
283	8.3	Attività e Layout del Museo

289 9 Crescita del museo del fumetto

289	9.1	Associazione d'idee e parole chiave
291	9.2	Concept: Il segno e il contenitore
293	9.3	Piano terra: dal concept all'esecutivo
307	9.3.1	Impianto elettrico e progetto luce
315	9.4	Primo piano: dal concept all'esecutivo
328	9.4.1	Impianto elettrico e progetto luce

333 Bibliografia

Indice delle figure

20	Fig. 01-	Scott McCloud, <i>Understanding comics</i> , definizione fumetto
22	Fig. 02-	Rapporto fumetto e musica, <i>L'arte del fumetto</i> , Will Eisner
23	Fig. 03-	Alison Bechdel, <i>fun home: una tragicommedia familiare</i> , Rizzoli 2007
26	Fig. 04-	Superman, Inquadratura americana
26	Fig. 05-	Nana, Ai Yazawa, Inquadratura giapponese
27	Fig. 06-	Corto Maltese: La ballata nel mare salato, Hugo Pratt Inquadratura europea
28	Fig. 07-	Il bambino di Valentina, Guido Crepax 1969: esempio di cornici con angoli retti per le situazioni reali e di cornici con angoli arrotondati per denotare situazioni oniriche.
29	Fig. 08-	(continua nella pg successiva) Breve storia d'America, Robert Crumb, comma 22 2008
32	Fig. 09-	Sin city, Franck Miller
34	Fig. 10-	confronto testo autore e realizzazione finale, Jason Luter, <i>Houdini</i> , Hyperion 2008
35	Fig. 11-	Esempio di Dummy
35	Fig. 12-	Dal dummy all'inchiostratura, realizzazione finale della tavola
36	Fig. 13-	Niger #1, Leila Marzocchi, Coconino Press, tecnica: china e incisione
37	Fig. 14-	Esterno Notte, Gipi, Coconino Press 2003, tecnica ad olio più strati di carta da calco
38	Fig. 15-	Tin Tin, Hergé, <i>Ligne clair</i>
39	Fig. 16-	Blueberry, Moebius
40	Fig. 17-	Arzak, Moebius
41	Fig. 18-	Maus, Art Spiegelman
52	Fig. 19-	Bob Kane - Batman and Robin, The Child Welfare League of America Illustration Original Art (1985)
57	Fig. 20-	Copertina "Pilote", Giugno 1966
59	Fig. 21-	Frank Miller: "The dark knight return"
61	Fig. 22-	Joe Sacco "Gaza 1956", 2010
62	Fig. 23-	Linus, Gennaio 1970, n.46
65	Fig. 24-	Lorenzo Mattotti "Fuochi", pg. 7-8, Granata Press 1991
67	Fig. 25-	La tavola Yellow Kid, Outcault, <i>New Yorker</i> 1896
70	Fig. 26-	Robert Crumb "Fritz the cat"
71	Fig. 27-	Alberto Breccia e Héctor Oesterheld, L'Eternauta, 1969
73	Fig. 28-	MicGin, Cinque anni di letture (e quasi 5 di pannolini), <i>SelfArea - Czapaz</i> , 2008
76	Fig. 29-	(a sx) Fumetteria Brüssel, rue Anspachlaan, Bruxelles
76	Fig. 30-	(a dx) Fumetteria la Borsa del Fumetto, via Lecco, Milano
78	Fig. 31-	Edicola, anni 60
79	Fig. 32-	Reparto fumetti, Libreria di Londra
80	Fig. 33-	transistor
81	Fig. 34-	iPad
82	Fig. 35-	Locandina "Le Bloguer Masque", Festival International de la BD di Angoulême 2011
83	Fig. 36-	Neurocomix.it, Homepage
84	Fig. 37-	Charlie Parker - Argon Zark. Cliccando sull'architettura della terza vignetta compare il det-

taglio del modello tridimensionale usato per il fumetto.

- 87 Fig. 38- Snapshots Iphone Disney Digicomics
- 92 Fig. 39- Locandina Komikazen, *Festival Internazionale del fumetto di realtà, 6° edizione, 2010*
- 93 Fig. 40- Logo Bilbolbul, *Festival Internazionale di fumetto, Bologna*
- 93 Fig. 41- Bilbolbul - *Festival Internazionale di fumetto, interno mostra, Bologna*
- 94 Fig. 42- Logo Napoli Comicon
- 94 Fig. 43- Napoli Comicon *interno mostra, Napoli*
- 95 Fig. 44- Logo Galleria MioMao
- 95 Fig. 45- Galleria MioMao, *interno mostra, Perugia, Italia*
- 95 Fig. 46- Galleria Martel, *interno mostra, Parigi, Francia*
- 98 Fig. 47- Angoulême, *murales su una delle vie della città*
- 99 Fig. 48- Mappa Festival Internazionale della Bande Dessinée d'Angoulême, *38° edizione, 2011*
- 100 Fig. 49- Allestimento di una delle mostre del Festival della BD
- 100 Fig. 50- Vie della città durante il festival della BD
- 100 Fig. 51- Locandina Festival della BD
- 100 Fig. 52- Musée de la bande dessinée, Angoulême, *interno*
- 101 Fig. 53- Mappa Cité de la Bande Dessinée, Angoulême
- 102 Fig. 54- Museo del Fumetto, Angoulême
- 103 Fig. 55- Bâtiment Castro, Angoulême
- 103 Fig. 56- (a sx) Maison des auteurs, Angoulême
- 103 Fig. 57- (a dx) Vista città di Angoulême
- 106 Fig. 58- Bruxelles, *murales sulla via della Bande Dessinée*
- 106 Fig. 59- Bruxelles, *murales sulla via della Bande Dessinée*
- 107 Fig. 60- Logo e facciata del Centro del Fumetto Belga, *Bruxelles*
- 107 Fig. 61- Interno del Centro del Fumetto Belga, *Bruxelles*
- 108 Fig. 62- Interno del Centro del Fumetto Belga, *Bruxelles*
- 109 Fig. 63- Città di Lucca con Cosplayers
- 110 Fig. 64- "Invasione" del festival di una chiesa sconsacrata, *Lucca*
- 110 Fig. 65- Cosplayer all'interno di un palazzo storico, *Lucca*
- 111 Fig. 66- Allestimento mostra, *Lucca*
- 111 Fig. 67- Allestimento mostra, *sotterranei delle mura, Lucca*
- 112 Fig. 68- Gran Guinici, *premio Lucca Comics&Games*
- 112 Fig. 69- Performance all'interno del festival
- 113 Fig. 70- Mappa MUF, *Museo del Fumetto e dell'Immagine Lucca*
- 113 Fig. 71- Facciata esterna MUF, *Museo del Fumetto e dell'Immagine Lucca*
- 114 Fig. 72- (in alto sx) Sala Andrea Pazienza
- 114 Fig. 73- (in alto dx) Dettaglio soffitto dell'allestimento
- 114 Fig. 74- (in basso sx) Statua Spiederman all'ingresso del Museo
- 114 Fig. 75- (in basso dx) Statua Diabolik
- 116 Fig. 76- Sala Lupo
- Alberto, *Museo del Fumetto e dell'Immagine Lucca*

- 120 Fig. 77- Commissione nazionale lotta AIDS e ministero della sanità italiana, *Come ti frego - Il Virus*, Lupo Alberto, Silver; Italia 1991
- 121 Fig. 78- For Aides, *Aids makes us equal*, Superman, DC comics, Francia 2004
- 121 Fig. 79- For Aides, *Aids makes us equal*, Wonder Woman, DC comics, Francia 2004
- 123 Fig. 80- Esempio gadget merchandising Bécassine
- 125 Fig. 81- Esempio di merchandising, Slip di Batman
- 128 Fig. 82- Copertina "Pinocchio avvocato e Topolino imputato", esempio di fumetto da collezione
- 131 Fig. 83- Nausica della Valle del vento, Hayao Miyazaki
- 132 Fig. 84- Magnus, Kue-to/Studio per le 110 pillole, *tecnica mista su carta vergatina con studio al retro cm 37x25,5/ €2800,00*
- 134 Fig. 85- Cosplayers
- 134 Fig. 86- Cosplayers
- 135 Fig. 87- Copertina Otacool 2, Danny Choo
- 138 Fig. 88- Scott McCloud, *Understanding comics*
- 139 Fig. 89- Copertina "Eisner-Miller: interview conducted by Charles Brownstein"
- 142 Fig. 90- Momotaro no Umiwashi, 1943, fotogramma
- 143 Fig. 91- Momotaro no Umiwashi, 1943, fotogramma
- 144 Fig. 92- Tetsuwan Atom
- 145 Fig. 93- Mazinga
- 146 Fig. 94- Hayao Miyazaki, Il castello errante di Howl, 2004, fotogramma
- 148 Fig. 95- Esempio di Storyboard
- 149 Fig. 96- Locandina Babylon
- 149 Fig. 97- Milo Manara, Approdo a Tulum
- 150 Fig. 98- Federico Fellini
- 151 Fig. 99- Alan Moore, From Hell, fumetto
- 151 Fig. 100- From Hell, Locandina film
- 154 Fig. 101- Banner Mostra Superheroes fashion and fantasi
- 155 Fig. 102- Spiederman
- 155 Fig. 103- Giorgio Armani, collezione Primavera-Estate 1990
- 155 Fig. 104- Wonder Woman
- 155 Fig. 105- Christian Dior Haute Couture, collezione Primavera-Estate 2001
- 156 Fig. 106- Hulk
- 156 Fig. 107- Joe Galliano, collezione Primavera-Estate 2008
- 156 Fig. 108- Catwoman
- 156 Fig. 109- Thierry Mugler, collezione Autunno-Inverno 1996-1997
- 157 Fig. 110- Batman
- 157 Fig. 111- Gareth Pugh, collezione Primavera-Estate 2007.
- 158 Fig. 112- Flash
- 158 Fig. 113- Tute tecniche per competizioni di velocità di pattinaggio su ghiaccio, Speedo 2008
- 158 Fig. 114- X-Men
- 158 Fig. 115- Thierry Mugler Haute Couture, collezione Autunno-Inverno 1997-1998

- 159 Fig. 116- The Punisher
- 159 Fig. 117- John Galliano, collezione Primavera-Estate 2008
- 161 Fig. 118- Roy Lichtenstein, Hopeless 1963
- 162 Fig. 119- Roy Lichtenstein, Still life with Picasso, , 1973
- 163 Fig. 120- Manifesti Situazionisti, Francia 1968
- 164 Fig. 121- David Salle, To be titled #1, 1998, *Oil, acrylic on canvas 228,9 x 459,6 cm Daimler Art Collection*
- 165 Fig. 122- William Kentridge, Drawings for projection
- 165 Fig. 123- Beehive Design Collective, Coalfield citizens' rights
- 166 Fig. 124- Gipi, È il mondo moderno, *acquarello*
- 173 Fig. 125- Mappa eventi e manifestazioni sul fumetto Milano e dintorni
- 175 Fig. 126- Mappa gallerie milanesi che si dedicano anche al fumetto
- 177 Fig. 127- Mappa fumetterie milanesi
- 181 Fig. 128- Mappa case editrici di fumetto, Milano e dintorni
- 184 Fig. 129- Logo Associazione Illustratori
- 185 Fig. 130- Mappa dei centri, associazioni, fondazioni dedicate al fumetto, Milano e dintorni
- 186 Fig. 131- Logo Anonima Fumetti
- 186 Fig. 132- Logo centro Apice
- 187 Fig. 133- Logo CFAPAZ, Centro Andrea Pazienza
- 187 Fig. 134- Una delle esposizioni organizzate all'interno del CFAPAZ
- 187 Fig. 135- Esposizione dei lavori realizzati durante uno dei workshop rivolti ai bambini, cortile interno del CFAPAZ
- 188 Fig. 136- Biblioteca CFAPAZ
- 189 Fig. 137- Logo Fondazione Franco Fossati
- 189 Fig. 138- Attività di laboratorio nella sede della Fondazione Franco Fossati
- 189 Fig. 139- Logo Scuola del Fumetto
- 194 Fig. 140- Prima tavola del Corriere dei Piccoli, 27 dicembre 1908
- 195 Fig. 141- Esempio di copertina della rivista Topolino
- 197 Fig. 142- Copertina primo numero della rivista Linus, Aprile 1965
- 200 Fig. 143- Tex, Bonelli Editore
- 201 Fig. 144- Martin Mystère, *Alfredo Castelli*, Bonelli Editore
- 202 Fig. 145- Dylan Dog, *Tiziano Sclavi*, Bonelli Editore
- 204 Fig. 146- Diabolik, Astorina
- 205 Fig. 147- Luciana e Angela Giussani
- 206 Fig. 148- Sergio Toppi
- 207 Fig. 149- Grazia Nidasio, Valentina Mela Verde
- 209 Fig. 150- Guido Crepax, Valentina 1972
- 210 Fig. 151- Bau (Guido Scarabottolo)
- 211 Fig. 152- Silver, Lupo Alberto
- 212 Fig. 153- Elfo (Giancarlo Ascari), Tutta colpa del '68, 2008
- 213 Fig. 154- Gabriella Giandelli, Interiorae, Coconino Press 2010
- 216 Fig. 155- Fumetto International, *allestimento di Denis Santachiara*, Foto 1
- 216 Fig. 156- Fumetto International, *allestimento di Denis Santachiara*, Foto 2
- 216 Fig. 157- Fumetto International, *allestimento di Denis Santachiara*, Foto 3
- 216 Fig. 158- Fumetto International, *allestimento di Denis Santachiara*, Foto 4
- 217 Fig. 159- Fumetto International, *comunicazione e grafica*, Foto 1
- 217 Fig. 160- Fumetto International, *comunicazione e grafica*, Foto 2
- 218 Fig. 161- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, *allestimento di Caterina Crepax*, Foto 1
- 219 Fig. 162- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, *allestimento di Caterina Crepax*, Foto 2
- 219 Fig. 163- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, *allestimento di Caterina Crepax*, Foto 3
- 221 Fig. 164- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, *allestimento di Caterina Crepax*, Foto 4
- 221 Fig. 165- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, *allestimento di Caterina Crepax*, Foto 5
- 224 Fig. 166- Locandina conferenza, Verso un Museo del Fumetto a Milano
- 229 Fig. 167- Corriere della Sera, *Picasso? No Nembo Kid*, 4 giugno 2009
- 238 Fig. 168- Collezione Franco Fossati, Esempi di cartoncini 4x6 cm, *da sinistra verso destra: H. Altuna, Bernet, A. Breccia*
- 246 Fig. 169- OBA - Openbare Bibliotheek, vista esterno, Amsterdam 2001-2007, *Jo Coenen*
- 246 Fig. 170- OBA - Openbare Bibliotheek, vista interno, Amsterdam 2001-2007, *Jo Coenen*
- 247 Fig. 171- OBA - Openbare Bibliotheek, postazione multimediale, Amsterdam 2001-2007, *Jo Coenen*
- 248 Fig. 172- OBA - Openbare Bibliotheek, area bambini, Amsterdam 2001-2007, *Jo Coenen*
- 248 Fig. 173- OBA - Openbare Bibliotheek, postazione di studio, Amsterdam 2001-2007, *Jo Coenen*
- 249 Fig. 174- Museo di Fotografia Contemporanea, vista ingresso, Cinisello Balsamo (Mi)
- 249 Fig. 175- Museo di Fotografia Contemporanea, esposizione, Cinisello Balsamo (Mi)
- 252 Fig. 176- Museo di Fotografia Contemporanea, pianta piano terra, Cinisello Balsamo (Mi)
- 252 Fig. 177- Museo di Fotografia Contemporanea, pianta piano ammezzato, Cinisello Balsamo (Mi)
- 252 Fig. 178- Museo di Fotografia Contemporanea, pianta secondo piano e piano uffici, Cinisello Balsamo (Mi)
- 253 Fig. 179- I muri di Tirana, Albania
- 254 Fig. 180- Case di Tirana, Albania
- 255 Fig. 181- Museo Nazionale del Cinema, percorso circolare, *François Coffino con Eric Noguès*, Torino
- 2000
- 255 Fig. 182- Museo Nazionale del Cinema, percorso lineare, *François Coffino con Eric Noguès*, Torino
- 2000
- 256 Fig. 183- Museo Nazionale del Cinema e la Mole Antoneliana
- 256 Fig. 184- Museo Nazionale del Cinema, percorso circolare, *François Coffino con Eric Noguès*, Torino
- 2000
- 258 Fig. 185- Museo ZKM, esterno, *Rem Koohlas*, Karlsruhe 1989
- 258 Fig. 186- Museo ZKM, interno 1, *Rem Koohlas*, Karlsruhe 1989
- 258 Fig. 187- Museo ZKM, interno 2, *Rem Koohlas*, Karlsruhe 1989
- 258 Fig. 188- Museo ZKM, interno 3, *Rem Koohlas*, Karlsruhe 1989
- 260 Fig. 189- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, esterno
- 261 Fig. 190- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, scala interna

262 Fig. 191- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, una delle sale espositive

263 Fig. 192- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, mostra "Picasso Artist's Books", foto 1

263 Fig. 193- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, mostra "Picasso Artist's Books", foto 2

264 Fig. 194- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, mostra "Picasso Artist's Books", foto 3

264 Fig. 195- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, mostra "Picasso Artist's Books", foto 4

264 Fig. 196- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, mostra "Picasso Artist's Books", foto 5

264 Fig. 197- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, *Sauerbruch Huttoarchitects*, mostra "Picasso Artist's Books", foto 6

265 Fig. 198- Summity Works- Words into Action, Exhibit 1995, *Keith Godard*

267 Fig. 199- Nan°arte – Vedere l'invisibile, Bergamo 2007, foto 1

267 Fig. 200- Nan°arte – Vedere l'invisibile, Bergamo 2007, foto 2

268 Fig. 201- Nan°arte – Vedere l'invisibile, Bergamo 2007, foto 3: una delle opere esposte

269 Fig. 202- Fondazione Arnaldo Pomodoro, *Studio Cerri Associati*, Milano 2005

271 Fig. 203- Fondazione Arnaldo Pomodoro, *Studio Cerri Associati*, Milano 2005

272 Fig. 204- Spazio Forma, *Franco De Nigris*, Milano 2005, esterno

273 Fig. 205- Spazio Forma, *Franco De Nigris*, Milano 2005, sala espositiva sottotetto

273 Fig. 206- Spazio Forma, *Franco De Nigris*, Milano 2005, pianta piano terra

273 Fig. 207- Spazio Forma, *Franco De Nigris*, Milano 2005, pianta primo piano

276 Fig. 208- Inquadramento zona di progetto

282 Fig. 209- Moodstrip

284 Fig. 210- Foto ingresso viale Campania

284 Fig. 211- Foto ingresso giardino pubblico

286 Fig. 212- Pianta distribuzione funzionale

290 Fig. 213- Connessioni parole chiave

292 Fig. 214- Studio dei flussi, piano terra

294 Fig. 215- Pianta piano terra

296 Fig. 216- Sezione CC

296 Fig. 217- Sezione DD

297 Fig. 218- Schizzo Linea Espositiva

297 Fig. 219- Disegno esecutivo dettaglio Linea Espositiva

297 Fig. 220- Schizzo Postazione "Svacco"

297 Fig. 221- Disegno esecutivo Postazione "Svacco"

298 Fig. 222- Schizzo sala espositiva-biblioteca

298 Fig. 223- Vista dall'alto della sala

298 Fig. 224- Vista Librerie a Pettine e Postazioni Solitarie

299 Fig. 225- Vista Linea Espositiva e Postazioni "Svacco"

299 Fig. 226- Disegno esecutivo tavoli Postazioni Solitarie, pianta

299 Fig. 227- Disegno esecutivo tavoli Postazioni Solitarie, sezione

300 Fig. 228- Vista Libreria Inglobante

301 Fig. 229- Combinazioni arredo ReStyle di James Howlett

301 Fig. 230- Disegno esecutivo Libreria inglobante con arredo ReStyle

301 Fig. 231- Vista dall'alto

303 Fig. 232- Sezione AA

303 Fig. 233- Sezione EE

304 Fig. 234- Vista Postazioni di Gruppo e Linea Espositiva

304 Fig. 235- Disegno esecutivo tavolo-contenitore delle Postazioni di Gruppo

305 Fig. 236- Vista Postazioni di Gruppo, Linea Espositiva e quadri

305 Fig. 237- Disegno esecutivo cornice e supporto quadri con ritratti autori di fumetti

306 Fig. 238- Vista Bookshop

306 Fig. 239- Vista Caffetteria/Salotto

307 Fig. 240- Disegno esecutivo tavolini-contenitori Caffetteria/Salotto

308 Fig. 241- Pianta impianto luce

313 Fig. 242- Sezione BB

316 Fig. 243- Studio percorsi e schizzi di progetto

318 Fig. 244- Pianta Primo Piano

320 Fig. 245- Vista Stanza Mattotti

320 Fig. 246- Vista Stanza Toppi

320 Fig. 249- Vista Centro dall'esterno

320 Fig. 248- Vista Stanza Bacilieri

320 Fig. 247- Vista Stanza Toffolo

320 Fig. 250- Vista Centro dall'interno

321 Fig. 251- Prospetto ingresso Stanza Mattotti

321 Fig. 252- Disegno esecutivo Tavolo-Teca

322 Fig. 253- Tabella colori

323 Fig. 254- Pianta dettaglio Stanza Mattotti

323 Fig. 255- Prospetto dettaglio Stanza Mattotti

323 Fig. 256- Vista Luci Stanza Mattotti

323 Fig. 257- Vista Luci Stanza Mattotti

324 Fig. 258- Disegno esecutivo grafica pannelli: parte esterna con nome e parte interna con introduzione scritta a mano dall'autore

324 Fig. 259- Vista parete esterna con citazione autore che corre lungo il camminamento

324 Fig. 260- Vista particolare scritta introduzione parte interna

325 Fig. 261- Pianta dettaglio Centro

325 Fig. 262- Prospetto dettaglio Centro

325 Fig. 263- Sezione dettaglio Centro

326	Fig. 264- Vista Postazione Interattiva
326	Fig. 265- Vista Postazioni Interattive e proiezioni
327	Fig. 266- Storyboard dell'Esperienza Interattiva
328	Fig. 267- Prospetto corto dell'esterno del Centro
329	Fig. 268- Sezione Centro con postazioni illuminate con spot
330	Fig. 269- Pianta Primo Piano impianto elettrico

Indice Tabelle

38	Tab. 01- Tecniche di colorazione del fumetto
44	Tab. 02- Generi del fumetto
77	Tab.03- Confronto fumetteria italiana con fumetteria belga
128	Tab. 04- Listino prezzi Galleria "LittleNemo", via Montebello 2/d, 10124 Torino
129	Tab. 05- Categorie degli stati di conservazione
130	Tab. 06- Indici rarità.....

Indice Grafici

33	Graf. 01- Grafico evoluzione di una storia
280	Graf. 02- Età del campione
280	Graf. 03- Istruzione del campione
281	Graf. 04- Sesso del campione

Indice Tavole

Tav.01	Inquadramento+Brief
Tav. 02	Concept: il Segno e il Contenitore+piante+abaco esposizioni
Tav. 03	Sezioni+Tabella Colori
Tav. 04	Impianto elettrico
Tav. 05	Dettagli Piano Terra
Tav.06	Dettagli Primo Piano: Stanza Mattotti
Tav.07	Dettagli Primo Piano: Centro Interattivo

“Nel segno del fumetto” non è solo una tesi di laurea di progetto ma l'inizio di un percorso volto a scoprire il fumetto dalla sua struttura fino alle influenze che ha nella società per coglierne aspetti e caratteristiche applicabili al progetto.

La storia del Museo inizia nel 2008 quando diverse associazioni propongono al Comune di Milano l'istituzione del Museo del Fumetto nella città capitale dell'editoria. Nel 2009 il progetto si avvia e il Comune di Milano offre in gestione alla Fondazione Franco Fossati la palazzina di circa 1000 mq dell'ex-deposito tram di viale Campania 12, ristrutturata nel 2006 all'interno del progetto di riqualificazione dell'area ex-Motta.

Le attività del Museo programmate dalla Fondazione sono: biblioteca, book-shop, caffetteria, conferenze, corsi di formazione, editoria, conservazione, promozione, divulgazione ed esposizione.

Per coniugare il numero di attività richieste a quello dei metri quadri (mille), si è deciso di mescolare le funzioni fra loro.

Il concept del progetto di tesi “il Segno e il Contenitore” ha disegnato degli spazi definiti da dei Segni che costituiscono l'arredamento e la distribuzione delle attività. Il segno più forte e identificativo del Museo è la Linea Espositiva al piano terra che consiste in una curva longilinea contenente le opere della collezione permanente (LxHxP: 700x240x40 cm) che corre lungo la longitudine della sala destinata all'esposizione e alla biblioteca, s'interrompe nella zona d'ingresso e riaffiora all'esterno.

Il primo piano del Museo, dedicato alle esposizioni temporali, propone un sistema d'allestimento riutilizzabile e trasformabile per esposizioni future, in grado di non alterare l'architettura d'interni, e offre una zona “buia” per l'esposizione di opere di carta deperibili e attività multimediali interattive. Il sistema d'allestimento è stato esemplificato con la presunta prima mostra del Museo del Fumetto, ovvero Milano raccontata da quattro autori di fumetti, ciascuno attraverso otto tavole inedite, che mostrano la loro personale interpretazione della città.

Il fumetto

01

"Il fumetto è Arte sequenziale"

Will Eisner

Il fumetto è il risultato di un linguaggio complesso dove interagiscono due elementi fondanti: il testo e i disegni. Ciascuno di essi, a sua volta, è il risultato di elaborazioni di codici che gli sono propri.

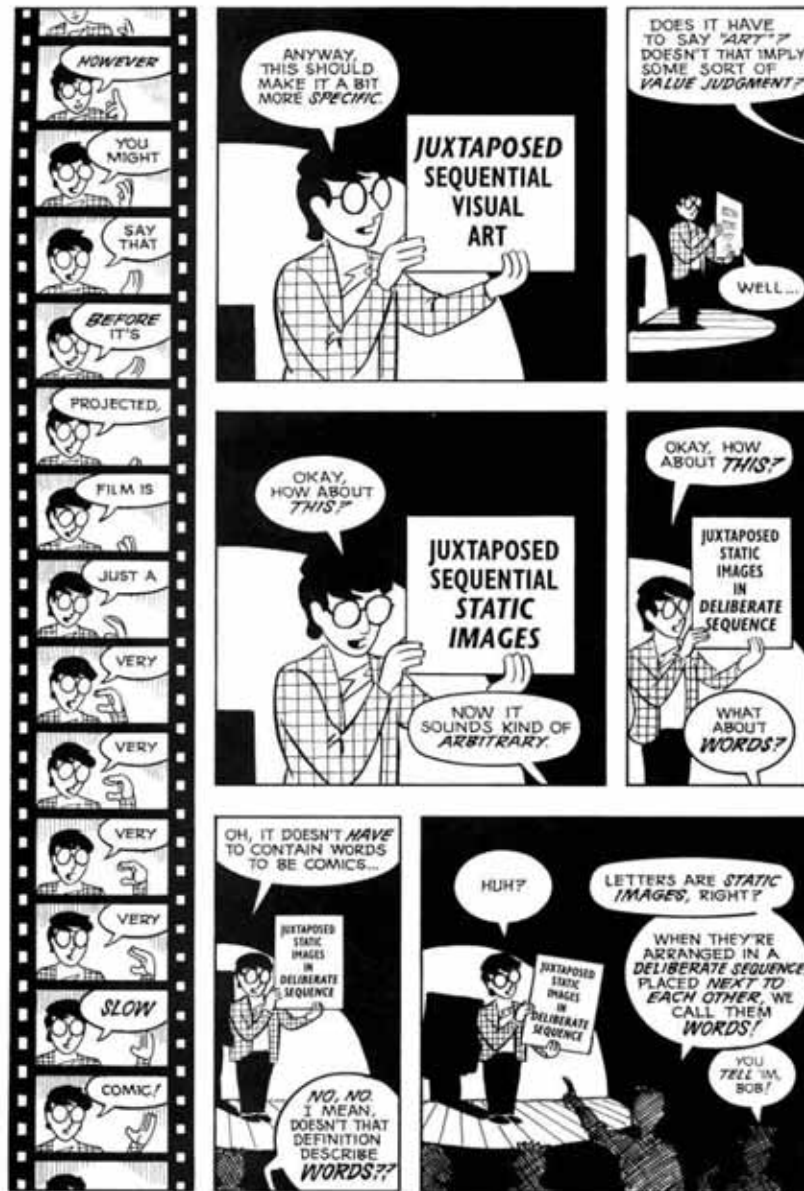
Per leggere un fumetto bisogna incrociare le informazioni del testo con quelle dei disegni, il cervello deve operare una sorta di *multitasking*, e questo avviene grazie ad una consuetudine di lettura, che trasforma la difficoltà in automatismo. Ci sono adulti che ammettono di non saper leggere i fumetti perché da piccoli non ne avevano mai letto uno, e da adulti decifrare una macchina così complessa risulta complicato. Leggere fumetti è una sorta di ginnastica mentale.

In questo capitolo è disaminata la "macchina fumetto": il ritmo, lo spazio, l'espressività, la storia, la rappresentazione e tutto quanto che alla lettura appare poco più che scontato, si dimostrerà come, al contrario, sia la risultante di scelte precise, motivate dalla narrazione. Nel fumetto non ci sono effetti speciali da svelare, l'unico segreto sta nella grammatica e nella sintassi proprie del genere: conoscerle permette di attribuire il giusto valore agli autori e alle opere.

"Fumetto: Immagini e altre figure giustapposte in una deliberata sequenza, con lo scopo di comunicare informazioni e/o produrre una reazione estetica nel lettore"

Scott McCloud, *Understanding comics*

Fig. 01 - Scott McCloud,
Understanding comics,
 definizione fumetto



8

1.1 RITMO

La durata e il modo in cui è percepita, il tempo, costituiscono una dimensione fondamentale per il fumetto. La capacità di rappresentare un'idea del tempo è essenziale per il successo di una narrazione visiva. È questa dimensione che permette di riconoscere empaticamente la sorpresa, lo humor, il terrore e tutte le altre emozioni umane. Al cuore di tutto ciò c'è l'universalità della percezione. Le vignette diventano un elemento vitale per fornire il ritmo, manipolando gli elementi temporali al fine di produrre un determinato messaggio e una precisa emozione.

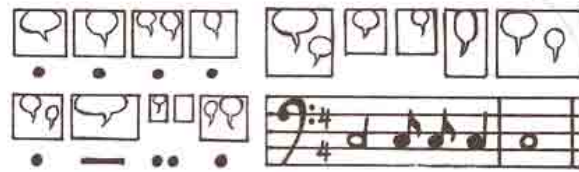
Un fumetto diventa "reale" quando il tempo e il ritmo sono incorporati nel prodotto. Nella musica, per esempio, questo risultato si ottiene attraverso reali intervalli di tempo. Sulla pagina, questa esperienza viene invece suggerita con l'impiego di illusioni e simboli e attraverso il modo in cui gli elementi vengono disposti.

L'incorniciamento dell'azione non solo definisce i confini, ma stabilisce anche la posizione del lettore in rapporto alla scena e indica la durata dell'evento. In questo senso "racconta" il tempo. La quantità di tempomtrascorso non viene espressa dalla vignetta di per sé ma è la collocazione delle immagini all'interno che agisce da catalizzatore. L'enuncia è il risultato della fusione di simboli, immagini e fumetti. In alcune applicazioni della cornice, il profilo estmo della scatola viene interamente eliminato senza che l'effetto ne risenta. La cornice separa le scene e agisce come una sorta di punteggiatura. Dopo esser stata decisa e posta in sequenza, il box o vignetta diventa il criterio secondo cui valutare l'illusione della durata.

Per esempio in "Fun Home: Una tragicommedia familiare" di Alison Bachdel la

storia, anziché seguire una narrazione lineare, segue il corso della memoria stessa, saltando avanti e indietro nel tempo. Alison è tanto capace di fermare il tempo quanto di spostarsi da un decennio all'altro.

Fig. 02-Rapporto fumetto e musica, *L'arte del fumetto*, Will Eisner



Nella figura accanto (fig.03), Alison e suo fratello vedono il cadavere del padre al funerale. L'utilizzo di cinque vignette per questo scatto in posa permette di osservare con attenzione i dettagli e registrarli, e di creare un impatto emotivo sul lettore.

I SUOI CAPELLI ISPIDI, CHE AVEVA QUOTIDIANAMENTE CERCATO DI DOMARE CON STILE, ERANO SPAZZOLATI ALL'INDIETRO E RIVELAVANO UNA STEMPIATURA SORPRENDENTE.



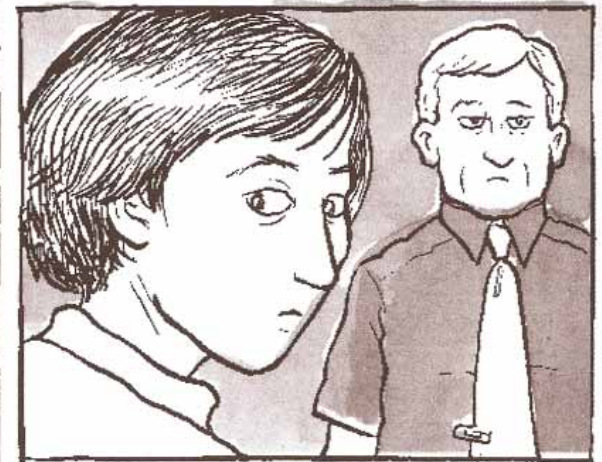
NON ERO NEMMENO SICURA CHE FOSSE LUI FINCHE' NON NOTAI IL PICCOLO TATUAGGIO BLU SULLE NOCCHIE CHE UNA VOLTA SI ERA INCISO INAVVERTITAMENTE CON LA PUNTA DI UNA MATITA.



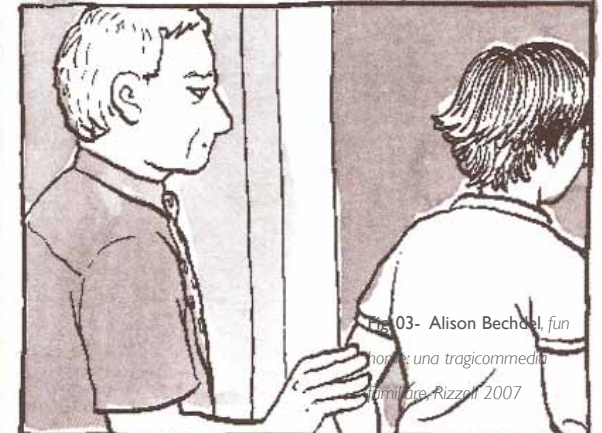
CON GLI OCCHI ASCIUTTI E L'ARIA MOGIA, IO E I MIEI FRATELLI LO GUARDAMMO PER TUTTO IL TEMPO CHE RITENEMMO DOVEROSO.



SE SOLO ESISTESSERO DEI SALI CHE INDUCONO LO SVENIMENTO DA DOLORE, INVECE DI FARTI RINVENIRE.



L'UNICA EMOZIONE CHE RIUSCII A PROVARE FU L'IRRITAZIONE, QUANDO L'AGENTE FUNEBRE MI POSO' LA MANO SUL BRACCIO CON FARE CONSOLATORIO.



1.2 **CORNICE E SPAZIO**

La funzione fondamentale del fumetto è quella di comunicare idee e/o raccontare storie mediante parole e immagini. Ciò implica che alcune di queste immagini (per esempio quelle di persone e di cose) si muovano attraverso lo spazio. Gli eventi, per essere catturati o inseriti nel flusso della narrazione, devono essere suddivisi in segmenti disposti in sequenza.

Questi segmenti sono chiamati vignette o cornici, e non corrispondono in maniera esatta ai fotogrammi di un film. Sono parte integrante del processo creativo, e non una semplice conseguenza della tecnica di produzione.

Quindi per creare delle immagini efficaci, non basta scegliere il momento giusto dell'azione ma anche saper scegliere lo spazio. Le vignette hanno il compito di "contenere" l'inquadratura e la loro dimensione può servire a comunicarne l'importanza. Anche il tipo d'inquadratura aiuta.

Un'inquadratura orizzontale è quella più neutra. Se al suo posto si utilizzano oblique dal basso o dall'alto la percezione dell'azione cambia.

Quella dal basso rende le figure più grandi e imponenti mentre quella obliqua dall'alto dà l'idea che il lettore sia presente nella scena. I fumetti d'azione giapponesi e i fumetti americani di supereroi usano molto le inquadrature oblique, dall'alto verso il basso, con lo scopo di coinvolgere i loro lettori in maniera più diretta rispetto a quelli europei.

La forma delle vignette racchiude un codice che indica la natura della scena rappresentata:

Fig. 04- Superman,
Inquadratura americana



Fig. 05- Nana, Ai Yazawa,
Inquadratura giapponese



135

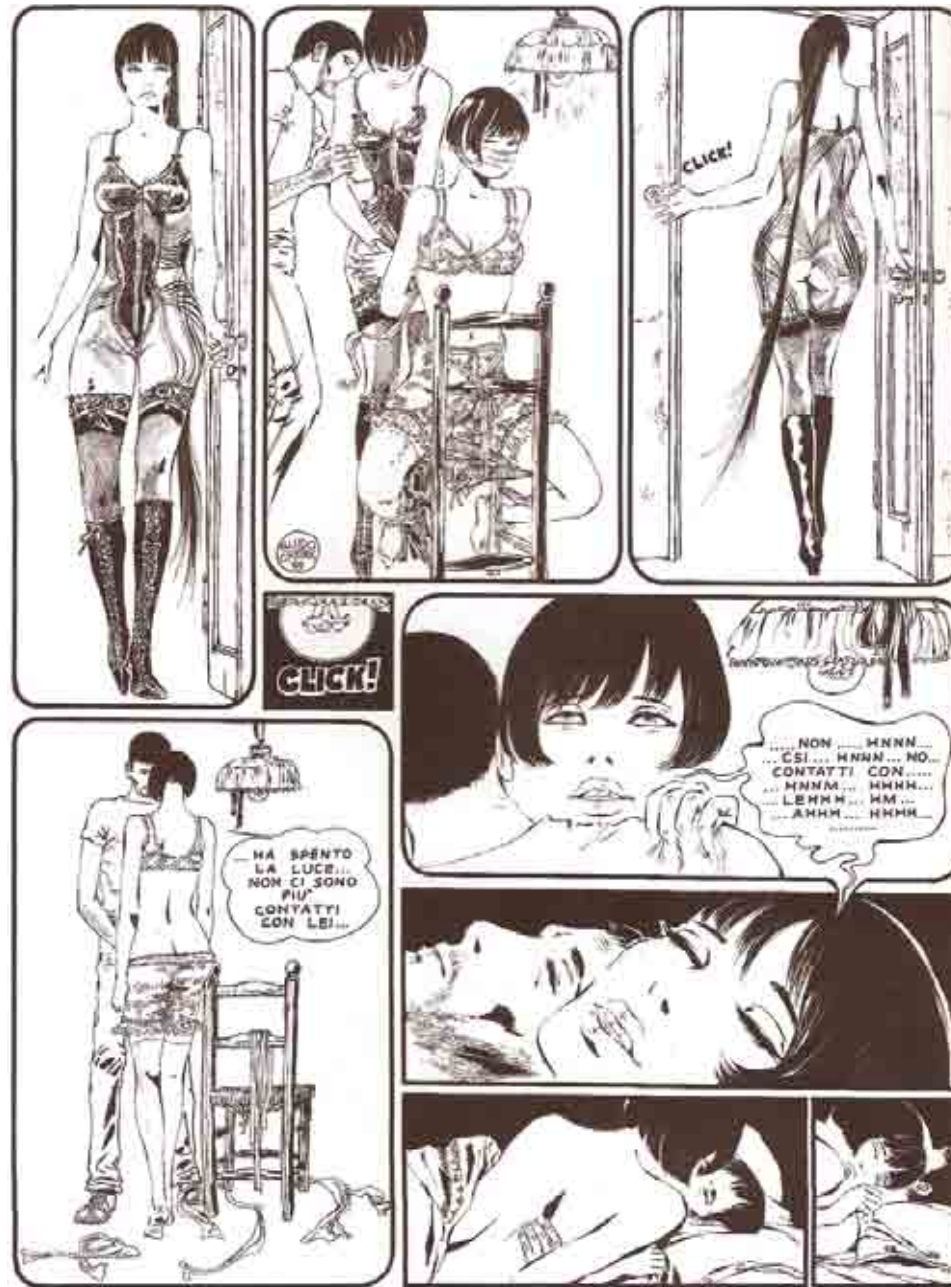


Fig. 06- Corto Maltese:
La ballata nel mare salato,
Hugo Pratt Inquadratura
europea

- Vignetta con angoli o lati arrotondati: scena non reale, ovvero indica la dimensione del pensiero, o una onirica o del passato

- Vignetta ortogonale: scena reale, ovvero ambientata nel presente o vissuta concretamente in quell'istante.

Fig. 07- Il bambino di
Valentina, Guido Crepax
1969: esempio di cornici con
angoli retti per le situazioni
reali e di cornici con angoli
arrotondati per denotare situ-
azioni oniriche.



La grandezza delle vignette può variare a seconda della volontà dell'autore. L'unico limite è dato dalla pagina, da considerarsi come ulteriore cornice. Se si vogliono fare vignette tutte uguali, una pagina a fumetti va progettata nel suo

insieme, decidendo cosa fare più o meno piccolo, se usare vignette regolari o irregolari.

Una vignetta "grande" può servire principalmente per due motivi:

- Uno per inserire più dettagli alla scena o per rappresentare spazi "grandi" come panoramiche o situazioni con tanti personaggi, come sale da pranzo, feste.
- Uno per sottolineare un'azione topica della storia. Questo tipo di vignetta può anche essere paragonata ad una parola o una frase evidenziata.

L'obiettivo è disporre e dimensionare la sequenza degli eventi (o delle immagini) in modo da creare un ponte tra un'azione e l'altra. Per esempio, Robert Crumb in "Breve storia d'America" usa in modo brillante la cornice: gli intervalli tra una vignetta e l'altra non durano minuti o ora, ma anni se non addirittura decenni. Tutte e dodici le vignette della sequenza inquadrano lo stesso angolo riprendendolo in un momento significativo. L'effetto è quello di enfatizzare la trasformazione dal paesaggio bucolico a quello urbano. L'inquadratura dimostra perfettamente "il flusso continuo dell'esperienza e lo mostra come può essere visto dal lettore".

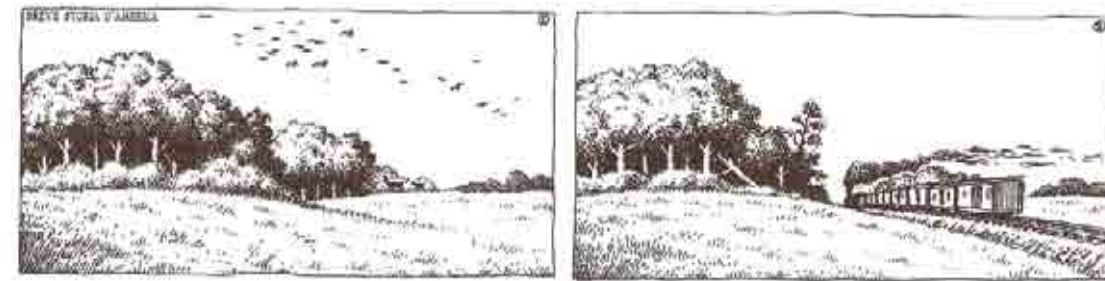
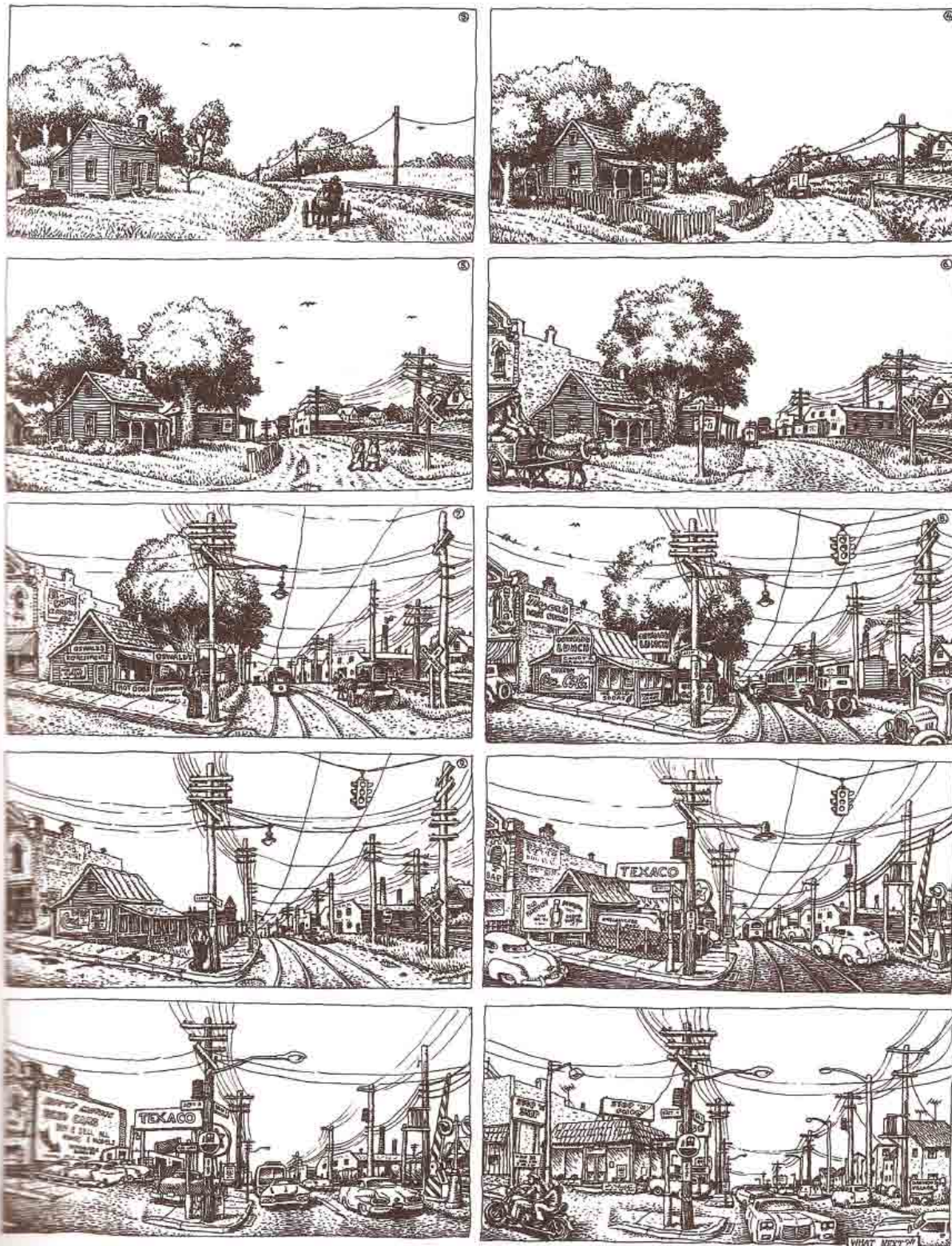


Fig. 08- (continua nella pg successiva) Breve storia d'America, Robert Crumb, comma 22 2008



1.3 ESPRESSIVITÀ

L'immagine più universale con cui ha a che fare chi lavora nel fumetto è la figura umana. Della sconfinata riserva di immagini che popola l'esperienza dell'uomo, è quella studiata con più attenzione, e di conseguenza la più familiare.

Nei fumetti, i gesti e la posizione del corpo sono più importanti del testo. Essi modificano e definiscono il significato delle parole. Evocano emozioni nel lettore e aiutano a capire le inflessioni nella voce.

Un GESTO, che di solito è quasi idiomatico di una regione o di una cultura, tende a limitarsi a un movimento ristretto. Di solito la chiave del suo significato è la posizione finale. Il processo di selezione si limita al contesto all'interno di una sequenza. Si deve far arrivare con chiarezza il significato voluto. Il lettore deve trovarsi d'accordo con la selezione, ed è lui a decidere se la scelta è appropriata o meno.

Una POSIZIONE è un movimento scelto all'interno di una sequenza che forma una singola azione. Per raccontare un segmento di storia occorre scegliere una posizione all'interno di un flusso continuo di movimenti. La posizione viene poi "congelata" all'interno della vignetta. In una vignetta scelta nella serie, la posizione racconta la storia e fornisce informazioni su ciò che accade prima e dopo l'evento.

Frack Miller si può considerare uno dei maestri dell'espressività. Si noti l'abilità di Frack Miller in *Sin city* di raccontare, tramite la selezione della posizione del corpo, le azioni compiute dal personaggio in precedenza, nel presente, futuro:

1. Salto nel vuoto 2. Estrazione arma 3. Lancio 4. Gittata (azione presente) 5. Arrivo al bersaglio (azione futura).



Fig. 09- Sin city, Franck Miller

1.4 STORIA E SCENEGGIATURA

Tutte le storie hanno una struttura: un inizio, una fine e una sequenza di eventi che unisce i due punti. La struttura può essere rappresentata in un diagramma, anche se con molte varianti, visto che il principio e la fine possono essere uniti in modo diversi.



Graf. 02- Grafico evoluzione di una storia

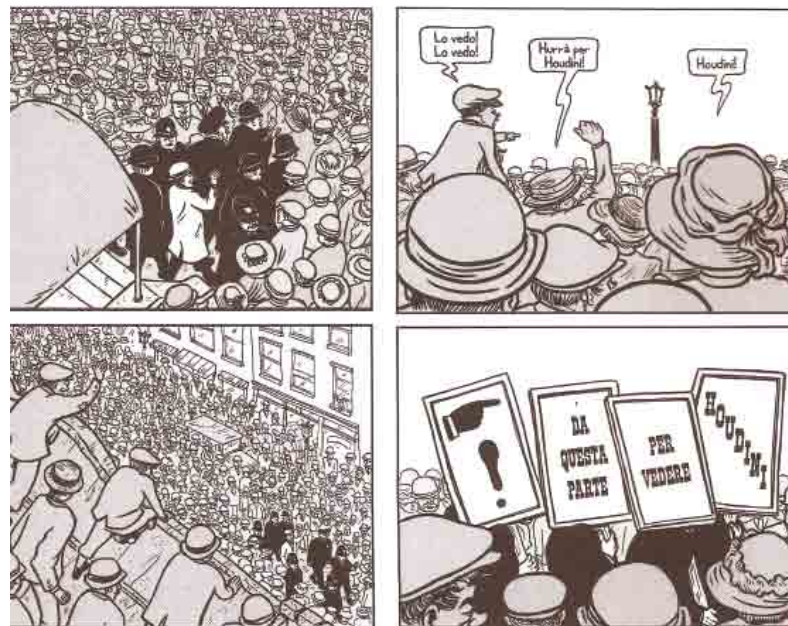
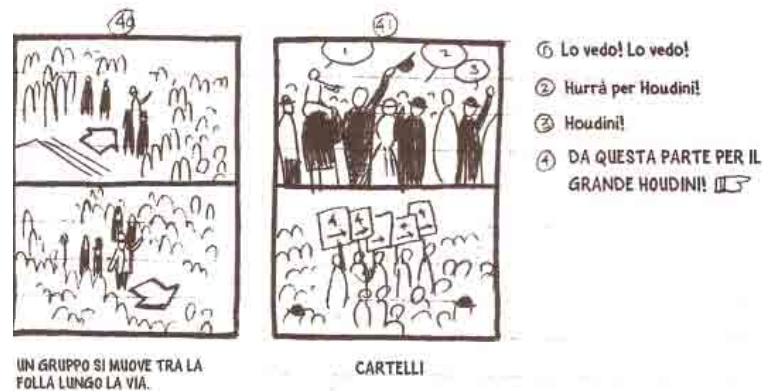
La “scrittura” di fumetti può essere definita come il concepimento di un’idea, la disposizione di elementi visivi, la costruzione della sequenza del racconto e la composizione del dialogo. Si tratta allo stesso tempo di una parte di questa forma d’arte e del suo insieme. È un’attività speciale, e i suoi requisiti non sono uguali a quelli di altre forme di “scrittura”, visto che riguardano una tecnica particolare. È simile alla stesura di testi teatrali, ma se ne differenzia per il fatto che lo scrittore, nel caso dei fumetti, è anche la persona che provvede alle immagini (cioè il disegnatore).

Il processo di creazione inizia con il concepimento del soggetto. A seconda dei casi, il soggetto può essere un breve riassunto, oppure anche essere già ab-

bastanza dettagliato. Dal soggetto poi si passa alla *sceneggiatura*. La *sceneggiatura* fornisce una descrizione molto precisa del fumetto dove è indicato il contenuto di ogni vignetta, quello che i personaggi dicono e tutto quello che deve essere scritto nelle vignette e tra una vignetta e l'altra.

Ogni autore matura un suo stile: c'è chi lascia maggior libertà interpretativa al disegnatore, c'è chi descrive il minimo dettaglio come Pirandello nei suoi testi teatrali, c'è chi usa molto il disegno per descrivere inquadrature e svolgimenti, alla fine non c'è un metodo più o meno giusto, l'elemento di successo è la sintonia fra autore e disegnatore.

Fig. 10- confronto testo autore e realizzazione finale, Jason Luter, *Houdini*, Hyperion 2008



1.5 DALLE MATITE ALLA COLORAZIONE

Quando la sceneggiatura è pronta s'inizia a disegnare. Prima di tutto le pagine a fumetti vengono realizzate a matita, e il disegnatore che *fa le matite* o il *dummy*. Le *matite* (equivalente di *dummy* in italiano. Termine gergale fumetto) sono il corrispettivo dello *storyboard* nel cinema, del *layout* nella pubblicità, sono quindi la bozza iniziale. Questo strumento è indispensabile perché il successo della narrazione grafica dipende dall'efficacia con la quale la disposizione di testo ed immagini trasmette il racconto e tiene desta l'attenzione dal lettore. Permette al curatore, al soggettista e al disegnatore di tenere sotto controllo la storia e le illustrazioni.



Fig. 11- Esempio di Dummy

Fig. 12- Dal dummy all'inchiostratura, realizzazione finale della tavola

Confermate ed approvate le matite, il disegnatore passa alla fase di colorazione. Molti fumetti sono *ripassati* a china per mezzo del pennino o del pennello, lasciando però bianchi i *ballon* e le didascalie destinati alla fase successiva del *lettering*, cioè la scrittura dei testi nei ballon e negli altri spazi, che può essere realizzato manualmente (*lettering* manuale, modo più personale ed espressivo), attraverso l'uso di caratteri a stampa (Autorevolezza innata del testo ma con aspetto "meccanico" che interferisce con le caratteristiche del disegno a mano libera) o usando font manuali ed effetti suono reperibili in rete (molti realizzati a partire da letterina manuali d'artisti). La tecnica a china è quella più utilizzata nella storia del fumetto ma esistono molte altre tecniche, alcune delle quali illustrate nella tabella nella pagina seguente (vedi tab.01), come l'acquarello, la pittura ad olio, e altre inventate e personalizzate dagli autori come Leila Marzocchi che stende sulla tavola diversi strati di china omogenei per poi disegnare andando per sottrazioni (incisioni) di strati attraverso piccole levigatrici e il pennino.

Finita e approvata la colorazione e il lettering il fumetto è pronto per la stampa e successivamente la vendita.

Fig. 13- Niger #1, Leila Marzocchi, Coconino Press, tecnica: china e incisione



Fig. 14- Esterno Notte, Gipi, Coconino Press 2003, tecnica ad olio più strati di carta da calco

Fig. 15- Tin Tin, Hergé,
Ligne claire



Tecnica	Esempio
Acquarello	Hugo Pratt – Favola di Venezia
Pittura Olio	Alberto Breccia
Pittura Olio+strati carta trasparente	Gipi – Esterno Notte
Incisione	Leila Marzocchi
Matita	Dominique Goublet
China	Mattotti
China+Pantone	Elfo in “Love store”
Colorazione tradizionale/Stampa litografica retinatura Bianco e Nero	Fumetto anni sessanta con retinato
Colorazione tradizionale/Stampa litografica Colori	Hergé, ligne claire, TinTin
Colorazione Digitale	Guido Scarabottolo

Tab. 01- Tecniche di colorazione del fumetto

1.6 STILE DISEGNO

Lo stile è l'“Aspetto” che ha il disegno in funzione del suo messaggio. Il modo migliore per raccontare alcune storie per immagini è uno stile appropriato al contenuto, e spesso è proprio in virtù di questa scelta che alcune storie hanno successo. Di solito questo è un problema più per il disegnatore che per il soggetto, visto che è il disegnatore a dover adottare uno stile appropriato alla storia. Infatti oggi molti disegnatori hanno un proprio stile di disegno, compatibile con il contenuto. Alcuni sono capaci di padroneggiare stili diversi per adattarsi alle diverse storie.

Fig. 16- Blueberry, Moebius



Moebius (Jean Giraud), per esempio, cambia volontariamente stile di fronte a due tipi completamente diversi di storia: *Blueberry* (western, fig. 16) e *Arzak* (Fantascienza, fig. 17).

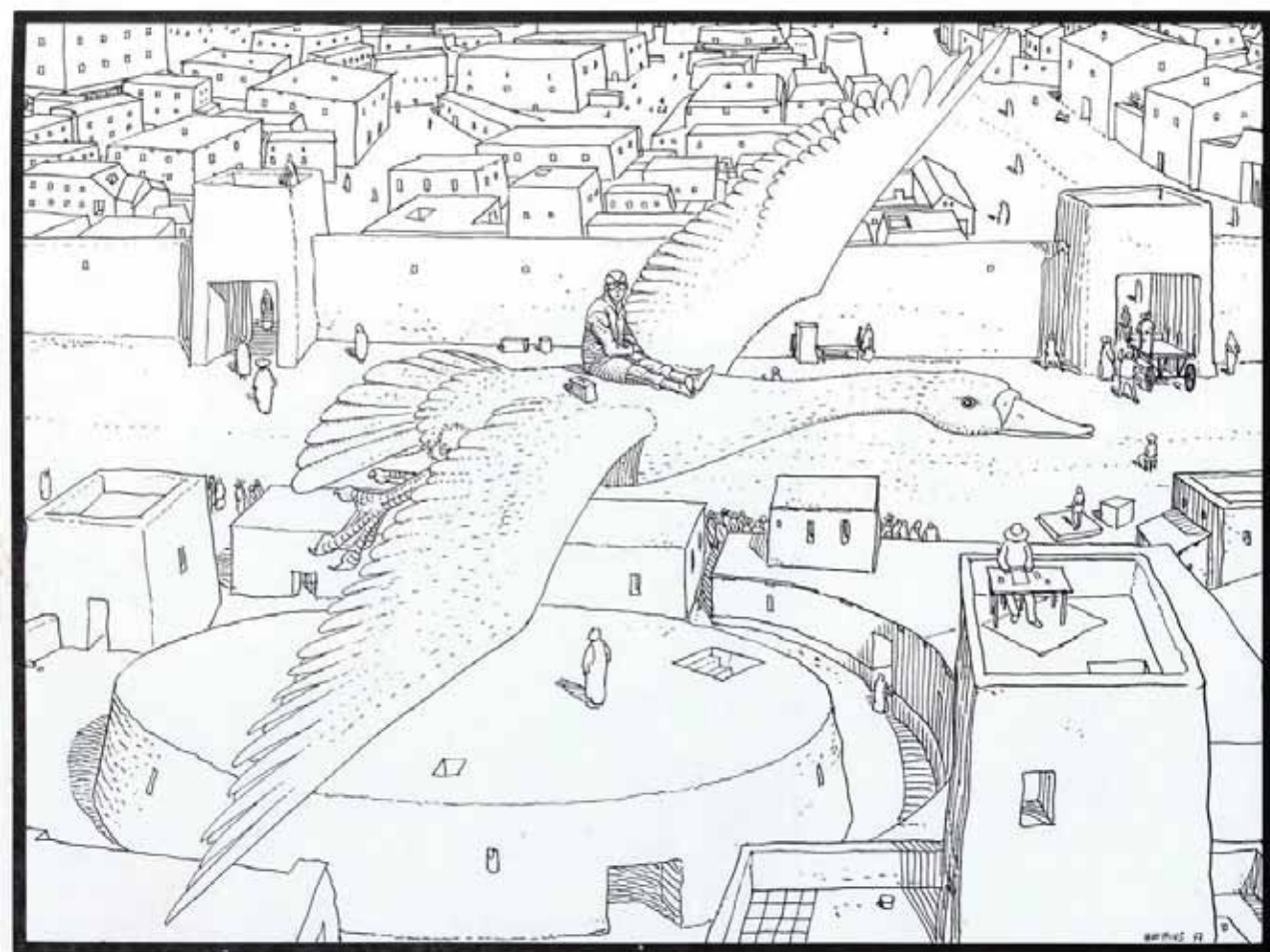


Fig. 17- Arzak, Moebius

Un altro valido esempio è lo stile adottato da Art Spiegelman per *Maus*, che contribuisce a generare il racconto. L'aspetto complessivo da l'idea che i disegni siano creati dentro un campo di concentramento e portati all'esterno di nascosto, a proposito spiega Daniele Barbieri:

Daniele Barbieri, *Breve storia
letteratura a fumetti*, Carocci,
Roma 2009, pg. 148

“Spiegelman racconta la storia di suo padre, ebreo tedesco che vive la guerra e la deportazione ad Auschwitz. Lo fa abbassando deliberatamente tutti i toni, grafici e narrativi, convinto che la vicenda parli da sé, e che ogni enfasi, anche la più eticamente giustificabile, finirebbe per apparire retorica, fuori luogo. Trasforma tutti i personaggi in animali umanizzati, nella tradizione del fumetto: topi gli ebrei, gatti i

tedeschi, maiali i polacchi, cani gli americani e così via. Questa mutazione gli serve a creare un primo distacco emotivo. Poi, tavola dopo tavola, sceglie sistematicamente l'impostazione grafica più neutra, meno spettacolare, più aderente a trasmettere il racconto senza aggiungere nulla, nessuna sottolineatura, nessun commento del narratore. Ma l'effetto non è glaciale: il segno di Spiegelman è volutamente sporco, a volte quasi tremolante, comunque caldo. Il residuo di espressione che i volti dei topi o dei gatti riescono a conservare viene facilmente convertito dalla situazione narrativa in un'espressione vera e propria, così che i personaggi si trovano a essere caratterizzati emotivamente senza mai enfasi, senza retorica.”



Fig. 18- Maus, Art Spiegelman

1.7 GENERI

Come nella letteratura e nel cinema anche il fumetto è suddiviso per generi. Di seguito è illustrata una breve schematizzazione dove il fumetto è diviso in due principali generi, seriale e graphic novel¹. Ognuno di essi è poi formato dai suoi generi similmente alla letteratura e al cinema: avventura, fantascienza, horror, poliziesco ecc...

Tab. 02- Generi del fumetto

Fumetto	
SERIALE	Infantile: es. "Mela Verde" Grazie Nidasio, "il Signor Bonaventura" Antonio Rubino
	Avventura: "Corto Maltese" Hugo Pratt, "TinTin" Hergè, "Terry and the Pirates" Milton Caniff.
	Western: "Blueberry" Moebius, "Lucky Luke"xxxx,"Tex" Gian Luigi Bonelli
	Poliziesco: "Alack Sinner", Muñoz e Sampayo, "Dick Tracy" Chester Gould 1931, "Julia" Giancarlo Berardi 1998
	Fantastico: "Prince Valiant" Hal Foster 1937, "Schtroumpfs"(i Puffi) Peyo 1976
	Attualità: "Paz" Andrea Paziienza, "Crazy Cat" Robert Crumb
	Letterario: "Poe" Dino Battaglia, "Dottor jeki e Mister Heyde" alberto Breccia
	Erotico: "Barbarella" xxx, "xxx" Milo Manara
	Horror: "Dilan Dog" Tiziano Sclavi 1986
	Fantascienza: "Buck Rogers" Philip Nowalan 1929, "Arzak" Moebius, "Eternata" Oosteldhell
	Nero: "Diabolik" A. e C. Giussani, "Spirit" Will Eisner
	Comic strip: "Peanuts" Schulz, "Mafalda" Quino
	Supereroi: "Superman" Dc, "Barman" DCC
	Disney: "Mickey Mouse" Walt Disney, "Donald Duck"xxxxx
GRAPHIC NOVEL	Autobiografico: "LMVDM" Gipi, "Le avventure di Spartaco" Andrea Paziienza, "Il grande male" David B.
	Autobiografico/storico: "Maus" Art Spiegelman, "Persepoli" Marjanne Satrapi
	Sentimentale: "550 km/s" Manuele Fior, "Le bleu est une couleur chiude" Julie Maroh, "Souvenir d'une journée parfaite" Dominique Goblet
	Reportage: "Gaza" Joe Sacco, "Racconti ucraini" Igort, "xxx" Zograf
	Supereroi: "V for Vendetta" Alan Moore, "The dark Knight return" Franck Miller
	Nero: "Sin city" Franck Miller Poliziesco: "Polvere e nullità" Baru

Per quanto riguarda il fumetto giapponese, i manga, la suddivisione per generi è diversa da quella occidentale:

SEINEN: Il fumetto indirizzato a un pubblico (non necessariamente maschile) maturo. Le tematiche affrontate sono più adulte e i personaggi stessi sono degli adulti. Con "adulto" non si intende assolutamente l'elemento pornografico o sensuale, ma proprio un diverso corpus di argomenti indirizzato a una fascia generazionale diversa. L'azione è anche qui elemento dominante, ma è strumentale alla tematica della storia e molto di rado fine a se stessa. **JOSEI:** Protagoniste di questi fumetti, noti anche come Redisu, sono le giovani donne. L'amore di scuola o l'elemento fantastico lascia spazio ai problemi della quotidianità reale: marito, famiglia, lavoro, figli. Il realismo e la vita di tutti i giorni sono l'argomento base per questi fumetti.

MAHO-SHOJO: Si tratta di una sottocategoria del genere shojo, dove protagoniste del fumetto sono giovani streghe o, più in generale, fanciulle dotate di straordinari poteri magici. Possono agire da sole o in squadra, ma di solito il loro compito è comunque quello di salvare il mondo o difendere gli oppressi. Questo tipo di manga è forse il vero genere speculare dello shonen maschile.

SHONEN-AI: Sono i manga dove viene trattato l'amore omosessuale fra maschi. L'elemento sensuale è presente solo in una forma molto platonica e ovattata, e quasi mai si assiste a scene "spinte". Si cerca di analizzare questo tipo di amore da un punto di vista emozionale, più che da quello fisico.

YAOI: In questi fumetti l'amore fra maschi viene affrontato invece per quel che concerne la sua componente fisica, con scene esplicite di intimità fra i protagonisti.

SHOJO-AI: L'esatto equivalente degli shonen-ai, ma con protagoniste giovani amanti femminili. Ambientazioni e platonicità degli argomenti permangono inalterati anche qui. **YURI:** L'equivalente femminile dello yaoi.

HENTAI: I manga pornografici. Anche qui ci sono poi diversi sottogeneri, si va dal contesto più fantasioso a quello più ironico, e via dicendo.

Note:

Il graphic novel, o romanzo a fumetti, nasce ufficialmente nel 1978 con la pubblicazione di "A contract with God" di Will Eisner, quindi nella categoria "graphic novel" sono esclusi quei fumetti concepiti come romanzi, ma a puntate, antecedenti al 1978. La storia e la definizione di graphic novel sarà approfondita e discussa nel capitolo due.

L'editoria rimane il canale più importante per la diffusione del fumetto nella sua forma più pura ma anche i luoghi dove è distribuito e venduto raccontano e rappresentano la sua storia e identità. In questo capitolo sono analizzate le dinamiche dell'editoria (cartacea e digitale) e come queste si riflettono di conseguenza negli spazi sia fisici che virtuali.

2.1 EDITORIA

Io sono nata nel 1985, ed è da quando ho memoria che sento dire che "l'editoria è in crisi". Ormai sono passati vent'anni, i libri si stampano, le case editrici aprono e chiudono. Insomma, pur essendo un settore in crisi non molla, resiste ancora agli attacchi d'internet a differenza di altri settori come il negozio sotto casa di videonoleggio, chiuso da un paio d'anni.

Per avere un'idea di quanto la crisi dell'editoria tradizionale sia diffusa e allarmante è sufficiente leggere l'andamento delle vendite del settimanale "Topolino" negli ultimi dieci anni: volume di vendite dimezzato, la rivista ha perso oltre duecentocinquantamila copie, centomila delle quali negli ultimi ventiquattro mesi (dati della ADS – Accertamenti Diffusione Stampa). Questo dato è significativo perché la Walt Disney Company Italia, per la quale "Topolino" rappresenta la testata più importante, detiene un segmento del 43% del mercato, affermandosi come principale *player* del fumetto in edicola. L'indicatore numerico può far pensare ad un declino del fumetto tanto da ipotizzare una sua futura sparizione o trasformazione da prodotto di massa a prodotto di nicchia simile alla poesia, ma tale ipotesi viene smentita nel momento in cui si nota che alla riduzione di copie vendute si associa un grande differenziarsi dei canali di distribuzione e dei modelli

di fruizione. Uno dei fenomeni da tener sotto controllo è il lancio della collana *classici del fumetto* venduta con “La Repubblica” (Febbraio 2003), dove il fumetto si è rivelato un ricco bacino da cui attingere per i collaterali allegati ai quotidiani. Un trend rilevante è la diffusione sempre più alta di fumetti nelle librerie non specializzate data soprattutto grazie al sorgere della classe merceologica *graphic novel*, e che diverse riviste, come “Specchio della Stampa”, “La Repubblica delle donne”, “Rolling stone”, “Internazionale” offrono sempre maggiore spazio al fumetto. Mentre le realtà di auto-produzione e promozione trovano in internet un canale di distribuzione e vendita diretta molto efficiente e vivo: ormai è d'obbligo per un fumettista aprire un blog per fare auto-promozione o per diffondere i propri lavori. Un altro esempio di distribuzione e diffusione del fumetto per canali non convenzionali è lo scambio “pirata”, attraverso strumenti di condivisione dei supporti digitali *peer-to-peer*, di scansioni dei fumetti.

Oggi assistiamo ad un momento di apparente degrado commerciale al quale si affianca una interessante trasformazione dei modelli di distribuzione, commercio e fruizione del fumetto.

Purtroppo questa non è la sede dove discutere delle strategie di mercato e delle difficoltà che oggi ci vogliono nell'aprire una casa editrice, ma è il luogo dove illustrare un'esigua ma rappresentativa parte di quella realtà editoriale sostenute da chi ancora ci crede, dagli innamorati e da quelli che ancora oggi riescono a guadagnarci.

In questa sede propongo una suddivisione del campo editoriale del fumetto in quattro macro-aree:

- Editoria Popolare (es. *Disney, Marvel, Dargaud/LeLombard, Bonelli*)
- Editoria Intellettuale (es. *Romanzo a fumetti, Coconino press, riviste monografiche*)
- Editoria Parassita (es. *Le strisce nei giornali e nelle riviste, Peanuts, Mafalda, Yellow kid*)
- Editoria d'Indipendente (es. *Fumetti Underground, Selfcomics.com*)

Daniele Barbieri, *Breve storia della letteratura a fumetti*, Carocci Editore, Roma 2009, pg.133

“La contrapposizione tra produzione colta e popolare non coincide con l'opposizione tra prodotti di alta e bassa qualità: è emblematico, per esempio, il caso [...] del comic book americano, nel quale, a fianco di autori più tradizionali e meno capaci d'innovazione, troviamo anche i migliori autori del momento, spesso contemporaneamente impegnati in lavori di maggior spessore”

La linea di confine fra Editoria Popolare e Editoria Intellettuale è una forzatura basata sul tipo di supporto e sulla forma del fumetto che oggi è formato da differenti realtà e ha conquistato uno status mediatico pari a quello dei linguaggi tradizionalmente più nobili, come il romanzo o il film.

Il termine “Editoria popolare” si riferisce a quelle tipologie di pubblicazioni come albi, *comic book*, e riviste scritte in pura forma fumetto e facente parte del *mainstream* della letteratura popolare o *pulp fiction* perché stampata in carta di bassa qualità, ottenuta dalla polpa di cellulosa, e in formati standard o perché diffusi e venduti in formato digitale per *ipad, iphone e smartphone, computer*. Fanno parte di questa macro-area soprattutto le grandi e medio-grandi case editrici, che hanno margini di guadagno e disponibilità d'investimento tali da potersi permettere le numerose violazioni di copyright causate dalla pirateria informatica. La differenza sostanziale nell'uso della piattaforma internet fra l'Editoria popolare e l'Editoria Ribelle/Indipendente, che sarà approfondita in seguito, è che per la prima il prodotto digitale è il corrispettivo di un prodotto cartaceo già in commercio mentre per la seconda il prodotto digitale è unico, senza alcun corrispettivo in commercio.

2.1.1 Editoria Popolare Breve storia

“L'Editoria Popolare” nasce nei primi anni del Novecento, quando il successo delle tavole domenicali a fumetti diventa più stabile e si afferma la consuetudine di ripubblicare sotto forma di libro o albo le serie di maggior fortuna editoriale.

Negli anni Trenta, negli Stati Uniti tale tipologia di pubblicazione diventa periodica e il termine *comic book* si impone per indicare non un libro umoristico, ma un albo a cadenza mensile di fumetti. Il successo del *comic book* inizia nel giugno 1938 quando nelle pagine di “Action Comic” (della DC, allora National) appare *Superman*. In due anni le copie salgono da 500.000 a oltre un milione e la sua affermazione sul mercato apre nuovi spazi ad altri personaggi. Così nel 1939 Harry Donnenfield (editore di Superman) propone un eroe, stavolta tutto umano, il cui senso di giustizia è agitato da un desiderio di vendetta: Bruce Wayne alias *Batman*. Anche per lui il successo è grandioso e si apre quella che gli storici chiamano la “Golden Age” del fumetto americano: nel '39 nascono 14 nuovi supereroi, nel '40 altri ventidue, fra cui *Captain America*. Nel '41 escono settanta nuovi *comic book*, nel '41 centosessantotto. Durante la guerra mondiale i giovani americani s'immedesimano nei gesti patriottici dei loro eroi preferiti che spesso lasciano il noir e la fantascienza per lanciarsi in avventure propagandistiche in cui i nemici sono rappresentati sovente dai nazisti. Quando finisce la guerra il fumetto di supereroi inizia a declinare. Nello spirito della pace e della ricostruzione del dopoguerra i superuomini in calzamaglia non solleticano più l'immaginario dei lettori americani. Al loro posto si fanno spazio fumetti di storie romantiche, di fantascienza e horror. Ma un buio periodo per il fumetto americano arriva nel 1954 quando Frederic Wertham pubblica *Seduction of the Innocent*, dove i fumetti

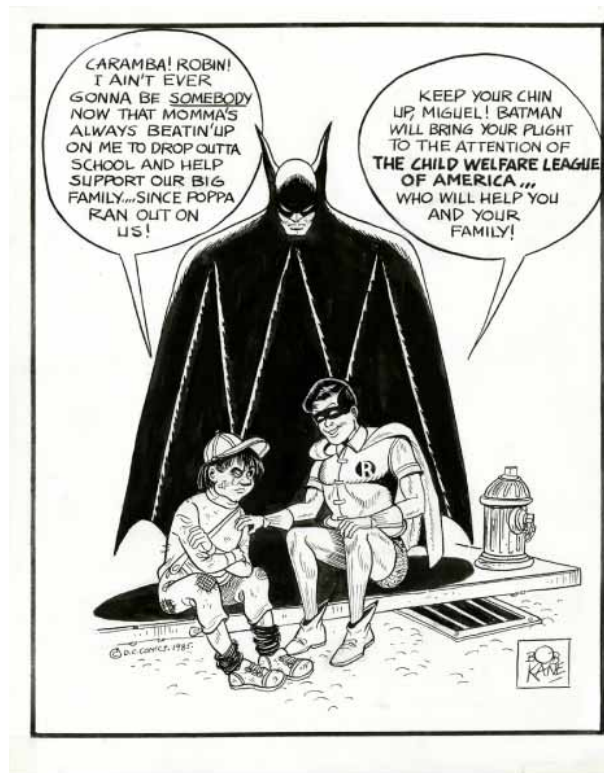
vengono accusati di corrompere i giovani e di portarli sulla strada della violenza e dell'omosessualità. Di seguito due brevi passi del libro:

Frederic Wertham,
Seduction of the Innocent,
Amereon Ltd, 1954.

“Nei ballon non ci sono frasi intere, ma solo monconi di frase, quando non monconi di parole: la stessa scrittura tende a diventare disegno, simbolo, geroglifico, che l'occhio del bambino afferra globalmente senza che gli sia più necessario analizzarlo ne i suoi singoli componenti. Dunque non dovendo più scorrere l'occhio da sinistra a destra come fa quando legge una riga di pagina scritta, nastandogli un solo colpo d'occhio per capire tutto, a poco a poco il suo globo oculare perderà la capacità di ruotare nel proprio umido alveo, i nervi si atrofizzeranno, l'organo si immobilizzerà.”

“Solo chi ignora i fondamenti di psicologia e psicopatologia del sesso può non notare la sottile atmosfera di omosessualità che pervade le avventure del maturo Batman e del suo giovane amico Robin. [...] Robin è un bel ragazzo efebico, generalmente mostrato nella sua uniforme con le gambe nude. [...] Spesso sta in piedi con le gambe stese, la regione genitale discretamente evidente.”

Fig. 19-Bob Kane - Batman
and Robin, The Child
Welfare League of America
Illustration Original Art
(1985)



Il mondo del fumetto si difende dalla crociata moralista e dalle accuse mossiglieli dal congresso americano creando il *Comic Code*, ovvero un codice di comportamento e verifica morale del materiale pubblicato, e la Code Authority, un'autorità incaricata di vigilare sul rispetto del Code. Da questo momento in poi ogni albo ha il marchio CCA (Comic Code Authority) in copertina. Nei fumetti non si possono affrontare temi come rapimenti, mostrare armi segrete, nudità o vampiri, ma piuttosto incoraggiare il rispetto per i genitori, il matrimonio e l'autorità costituita. Iniziano gli anni bui del fumetto americano che durano fino agli anni sessanta quando Stan Lee, nuovo editor della Marvel Comics, e il grafico Jack Kirby pubblicano *The Fantastic Four*. Grazie a un'intuizione geniale, Lee inizia a immaginare un universo in cui l'identificazione con i supereroi passa attraverso la condivisione del lettore con le loro vicissitudini quotidiane. Non più super-esseri invulnerabili da altri pianeti, né facoltosissimi giustizieri della notte: fedele al suo motto "super-eroi con super-problemi", Lee cavalca il fattore umano e riporta il fumetto ad un nuovo livello.

Negli anni ottanta l'Editoria popolare americana vive un'altra crisi, ma non solo dei personaggi ma anche del prodotto comic book. I superman sentono aria di vecchiaia e di morte, ma proprio da questi "difetti" che Frank Miller, sceneggiatore e disegnatore, rimischia le carte del destino del fumetto e rivoluziona la storia di Batman realizzando nel 1983 *The dark Knight Returns*, in cui Batman invecchiato e in crisi, preso di mira dai poliziotti e dalla pubblica opinione per i suoi metodi violenti, non riesce più a ritrovare se stesso e un suo ruolo. Altri autori noti come Alan Moore, Will Eisner, pubblicano fumetti densi di angoscia, paura, quotidianità, realtà. A questo punto l'editoria statunitense si divide nettamente: da una parte nasce l'Editoria Intellettuale dato che si aprono le porte a un target più adulto e al formato *graphic novel*, dall'altra continua la sua storia l'Editoria Popolare dove il fumetto è inteso come produzione seriale (qualunque sia il pubblico).

In Europa la storia dell'Editoria popolare è analoga in molto punti a quella americana.

Negli anni trenta i fumetti escono dalle testate giornalistiche, fino a diventare riviste indipendenti. In Italia, per esempio, il 27 Dicembre 1908 fa il suo esordio il "Corriere dei Piccoli", evento che segna l'inizio della storia del fumetto italiano, come supplemento al Corriere della Sera rivolto ad un pubblico infantile, fino a quando nell'ottobre 1932 la Nerbini Editore pubblica "Topolino" e nel 1934 "L'Avventuroso", riviste in puro linguaggio fumetto che raccolgono storie sia americane che italiane come *Flash Gordon*, *L'Uomo mascherato*, *Topolino*, *Mandrake*, *Dick Fulmine*.

Dagli anni Trenta fino ad oggi l'Editoria Popolare rappresenta il canale di diffusione del Fumetto principale, soprattutto a livello quantitativo e qualitativo. Il culmine di diffusione è negli anni sessanta e settanta soprattutto per quanto

riguarda il numero di riviste dedicate al fumetto. Sono questi gli anni della nascita di *Linus* in Italia (1965), *l'Eternauta* in Argentina (1957), *Pilote* in Francia (1959) fino a quando dagli anni ottanta l'avvento dei videogiochi e la diffusione della televisione causano un calo del pubblico e conseguente crisi dell'editoria tradizionale. In opposizione, negli anni novanta in Italia si crea un nuovo fenomeno dato da grandi case editrici come Einaudi, Garzanti e Rizzoli che aprono la loro offerta al fumetto, come ad esempio l'uscita "*Stigmat*" di Lorenzo Mattotti con Einaudi o "*Maus*" di Art Spiegelman edito da Rizzoli ma precedentemente pubblicato a episodi su "*Linus*". Questo fenomeno è collegato alla nascita ufficiale, negli anni ottanta, del "romanzo a fumetti" o "*graphic novel*" che segna il distacco e l'autonomia dell'Editoria Intellettuale da quella Popolare.

Le case editrici di fumetti oggi sopravvissute sono quelle che hanno cercato nuovi mercati portando il loro mondo e i loro personaggi in campi esterni a quelli della letteratura a fumetti, come il cinema, i videogiochi, l'animazione, il merchandising, campagne pubblicitarie a scopo sia commerciale sia sociale e la moda (approfondimento capitolo 4) o che si sono avvicinate all'Editoria Intellettuale. È questo il caso di case editrici come Marvel, DC, Disney per gli Stati Uniti (da considerarsi ormai multinazionali piuttosto che case editrici), l'Astorina (*Diabolik*) e la Bonelli per l'Italia.

Matteo Stefanelli (ricercatore e vicepresidente del Comitato Nazionale "Un secolo di fumetto italiano") ha analizzato le diverse "dimensioni del fumetto" (tecnologica, industriale, espressiva, del pubblico). Nella "dimensione industriale" del fumetto descrive come a fronte della crisi certi comportamenti dell'editoria siano cambiati e nuovi fenomeni nati:

"Si sgretola il modello dell'industria fumettistica tradizionale, costituito da una dimensione strategica locale/nazionale e da una (pur bassa) integrazione orizzontale (creatività + produzione/redazione editoriale). Sul piano strategico, nei tardi anni Novanta e Duemila, spesso sull'onda dei successi globali riscossi da alcuni manga, alcuni editori prendono a gestire i diritti di proprietà intellettuale in modo diretto su scala internazionale, aprendo filiali in diversi paesi[...]. In questa chiave si sviluppano per la prima volta nella storia del fumetto delle logiche di co-produzione (uno stesso libro a fumetti viene simultaneamente pubblicato in più Paesi, modificato solo nel lettering) e di co-marketing, che hanno dato vita a campagne di lancio internazionale per alcuni manga, serie/miniserie Marvel, certi graphic novel o collane "d'autore" come "Ignats" ideata dall'italiana Coconino Press. Quella che era la prassi della cessione tra editori dei diritti di traduzione su scala nazionale, diventa oggi una tendenza alle partnership commerciali, che vede grandi e piccoli editori stringere accordi per la gestione di licenze che vanno dalla pura traduzione alla sublicenza globale: si pensi al caso del maggiore sublicenziatario del settore, l'italiana Panini Comics, che gestisce fuori dagli USA i diritti Marvel e in parte anche DC Comics."

Matteo Stefanelli, *FUMETTO internazionale – Trasformazioni del fumetto contemporaneo. Triennale Milano 18 Maggio – 3 Settembre 2006*, Drago Arts & Communications, Roma 2006

2.1.2 La BD (Bande Dessinée) in Francia e Belgio Storia della lenta scissione dell'Editoria Intellettuale da quella Popolare

In Belgio, e successivamente anche in Francia, il fumetto si è imposto come fenomeno sociale, come tratto culturale e, talvolta come *modus vivendi*. In Belgio il fumetto è insegnato in diverse scuole e le scuole lo utilizzano per insegnare, decora le stazioni e i muri delle città, è usato in operazioni in cui la simpatia di un personaggio di fumetti aiuta il processo di comunicazione (campagne di prevenzione, interventi sociali, operazioni benefiche, pubblicità in genere). Dal lato editoriale Francia e Belgio sono paragonabili ad un emporio dove sia il fumetto di qualità che quello scadente possono competere grazie ad un mercato molto più vasto ed eterogeneo di quello italiano.

La svolta, da fumetto per l'infanzia a fumetto per tutti, è nel 1929 quando Geroges Remi, noto con lo pseudonimo Hergé, responsabile del "Petit Vingtième", supplemento per ragazzi del quotidiano "Le XXe siècle", da vita ai celeberrimi *Tintin et Milou* con *Tintin au pays des Soviets*. Nel 1942 *Tintin* è pubblicato in cartonati standard di sessantaquattro pagine a colori. Nasce così la prima "scuola" francofona, quella della *Ligne claire*: tratto molto lineare e continuo, con una riduzione quasi a zero delle ombre nel disegno e con un'immagine di immediata leggibilità. Da questo momento il fumetto cresce, sia quantitativamente che culturalmente. Nel 1938, l'editore belga Dupuis lancia il settimanale "Spirou" (21 Aprile 1938) e le "Journal de Mickey". Dopo la guerra grazie a "Spirou" fanno il loro ingresso nella storia del fumetto André Franquin (con *Spirou et Fantasia*), Morris (con *Lucky Luke*), Peyo (*Johan et Pirlouit*) e René Goscinny (padre di *Astérix*). Nel 1946 nasce a Bruxelles la rivista "Tintin" dove si concentra quella che sarà chiamata Scuola di Bruxelles composta principalmente da Hergé, Edgar Pierre Jacobs (*Blake et Mortimer*), Paul Cuvelier (*Corentin*), Willy Vandersteen (*Bobo et Bobette*). In questi anni le strisce giornaliere trovano spazio nei quotidiani e nasce il termine *bande dessinée*, il cui significato include, in seguito, altre modalità di realizzazione della narrativa per immagini.

Nel 1959 nasce in Francia "Pilote", rivista di fumetti talmente importante da designare un'epoca della storia del fumetto francese e francofono: *les années Pilote*. "Pilote" è il luogo dove sono pubblicate le serie redazionali di alta qualità e i migliori fumetti del momento. È qui che fanno il loro debutto *Astérix et Obélix*. Gli anni d'oro finiscono negli anni settanta quando *Astérix*, *Lucky Luke* e *Blueberry* lasciano le pagine della rivista. Durante gli anni sessanta le vendite del fumetto toccano vette mai viste prima, fino a duecentomila copie a settimana. Tale fenomeno, secondo Marco Modenesi, è giustificabile dal fatto che:

Cadioli Alberto, Negri Antonello, centro APICE a cura di, *Storie di fumetti. Con un inedito di Giovanni Gandini*, Skira Milano, 2009, pg.88.

"I tempi di fruizione da parte del lettore erano evidentemente ancora tali da poter seguire una storia pubblicata a puntate e, all'atto pratico, aspettare anche un paio d'anni per leggere un episodio completo. Il piacere della lettura durava, così, nel tempo, nutrito anche da un continuo e rinnovato orizzonte d'attesa, instauratosi alla fine di ogni puntata."

C'è un po' d'Italia anche in Francia quando Le Édition du Squame pubblica "Charlie Mensuel", una delle migliori riviste specializzate ispirata a "Linus".

Nel 1972 esce la prima rivista che integra contenuti politici e sessuali "L'Echo des Savanes". Il fumetto si identifica sempre più in un'idea di contro cultura e così nel 1975 Moebius (Jean Giraud), Jean-Pierre Dionnet e Philippe Druillet fondano la casa editrice Les Humanoides associés, la quale dà vita alla rivista specializzata in fantascienza e altre tematiche di matrice contemporanea "Métal Hurlant".

Negli anni settanta il fumetto di lingua francese è maturo e riconosciuto come *medium* adulto, l'ufficializzazione della crescita è rappresentata dalla rivista "à Suivre" edita da Casterman di stampo più sperimentale, colta, elegante e vicina alla cultura letteraria. Molti fumetti qui pubblicati rompono la tradizione sia a livello grafico che di sceneggiatura. Grazie a "à Suivre" trovano spazio autori come Milo Manara, Jacques Tardi (disegnatore e sceneggiatore-soggettista, ha lavorato per "Pilote", "L'Echo des Savanes", "Charlie Mensuel", "Liberation". È fra gli autori più studiati per la sua originalità e il peso internazionale), Jean-Claude Forest e Hugo Pratt (con *Corto Maltese*). Nel 1985 la Casterman fa uscire, secondo il modello italiano, la rivista "Corto".

Se negli anni settanta il fumetto diventa maturo, negli anni ottanta nasce l'espressione "fumetto d'autore" e cresce sempre più un tipo di editoria più vicina a quella dell'editoria d'arte che non a quella di massa, quella che oggi definiamo "Editoria Intellettuale", dove le storie non si svolgono più secondo il concetto di serie, ma in un unico volume, autonomo e autoconclusivo. Secondo Matteo Stefanelli, questa è

Matteo Stefanelli a cura di, *FUMETTO international – Trasformazioni del fumetto contemporaneo. Triennale Milano 18 Maggio – 3 Settembre 2006*, Drago Arts & Communications, Roma 2006, pg.14.

"una fase in cui convivono tensioni e logiche contrastanti, che coinvolgono la distribuzione (con un'esplosione della micro-editoria imbevuta di nostalgia, incoerenza editoriale e una certa approssimazione gestionale e creativa), le progettualità creative (si inasprisce il conflitto tra "fumetto popolare" e "fumetto d'autore"), che parlano ormai a sacche di pubblico non comunicanti."

Infatti verso la fine degli anni ottanta, molte importanti riviste scompaiono fra cui "Pilote" (1989), "Metal Hurlant" (1987), "Charlie Mensuel" (1986). I personaggi più solidi nel mercato, come Spirou, attraversano un buio periodo. Nonostante le difficoltà e le crisi portate dall'"*l'età della frammentazione*" il fumetto francese e belga rimane una realtà variegata e piena di autori interessanti.

Nel 1990 a Parigi, David B. (Pierre-François Beauchard), Lewis Trondheim (Laurent Chabosy) e altri, fondano l'Association, uno spazio editoriale adatto ad un fumetto diverso da quello promosso dalle grandi case editrici. I temi ricorrenti delle pubblicazioni dell'Association sono la cronaca, la storia, la critica sociale a volte intrecciate alla fantasia, all'umorismo, all'autobiografismo e all'ironia. Il maggior successo commerciale per l'Association è *Persepolis* (2000) dell'iraniana Marjane Satrapi che racconta la sua vita in Iran dopo la rivoluzione komeinista e mostra come si possa parlare in maniera interessante del mondo intero raccontando prima di tutto di sé stessi, perché ogni gesto, ogni evento rispecchia relazioni culturali e sociali che investono tutti.

Nei tardi anni Novanta e Duemila, alcuni editori, fra cui Les Humanoides Associés, iniziano a gestire direttamente i diritti di proprietà intellettuale su scala internazionale, aprendo filiali in diversi paesi. Lo sfruttamento di personaggi di successo porta in seguito la Dargaud e Les Humanoides Associés a tentare la sfida dell'integrazione verticale con la produzione televisiva (in animazione) o di giochi e action figures.

Oggi l'editoria francese e belga è formata da case editrici d'ogni tipologia, da quelle di dimensioni "casalinghe" come la Freon (Bruxelles) alle grandi fusioni industriali come quella fra la Dargaud/LeLombard e Dupuis, capaci di competere fra loro e stimolare costantemente quel grande popolo francese e belga che ama i fumetti perché ormai insito nella propria cultura.



Fig. 20-Copertina "Pilote", Giugno 1966

2.1.3 Editoria Intellettuale Definizione e caratteri generali

Scott McCloud, *Reinventare il fumetto. Immaginazione e tecnologia rivoluzionano una forma artistica*, Vittorio Pavesio Productions, Torino 2001, pp. 240-244

“È ora che il fumetto finalmente cresca e scopra l'arte sotto l'artigianato. È ora che il fumetto rispetti la fonte della sua forza e guardi oltre l'incasso del mese prossimo. [...] Ed è ora, cominciando da adesso, che un nuovo tipo di sogni trovi nuove strade per una nuova generazione in una forma al di là dell'immaginabile. Il fumetto è un'idea potente, ma è stata sprecata, ignorata e incompresa per generazioni. Oggi, con tutte le speranze di coloro che l'apprezzano, questa forma sembra sempre più oscura, isolata e obsoleta. A volte così piccola da sparire quasi alla vista. Piccola come un atomo che aspetta di essere scisso”.

L'editoria Intellettuale include le pubblicazioni di fumetti d'autore e i *graphic novel*. Il loro formato non è fortemente vincolato ma scelto soprattutto dall'autore a differenza delle pubblicazioni dell'Editoria Popolare, dove gli autori e i disegnatori sono costretti a rispettare il formato e il numero delle pagine imposti dalla casa editrice. Esempi di formati seriali sono quello bonelliano (98 pg., 16x21 cm, bianco e nero), il comic book (32 pg 15x21 cm, colori), il manga (400 pg., 18x27 cm, bianco e nero). Oltre al formato un elemento che distingue un prodotto *popolare* da uno *intellettuale* è la cura e la preziosità del packaging: un fumetto popolare è fatto per durare poco, e costare poco (esempio: Dylan Dog, ed. Bonelli : 2,70 €), quindi carta e stampa di basso livello; un fumetto intellettuale s'ispira alle pubblicazioni d'arte ed è pensato per durare e prendere polvere sugli scaffali della libreria, essere sfogliato spesso più per il piacere di vederlo e toccarlo più che al leggerlo. Di conseguenza la qualità della carta, la stampa e il graphic design sono (o ambiscono ad esserlo) d'alta qualità, ricercati e più cari (Esempio: Esterno notte – Gipi, ed. Coconino press 17€).

Persino la tecnica grafica è libera: acquarello, china, matita, collage, pennarello e la storia, in molti casi, è scritta e disegnata dall'autore e i contenuti sono rivolti ad un pubblico maturo, colto e interessato. Il pubblico dell'Editoria Intellettuale non coincide spesso con quello dell'Editoria Popolare, soprattutto se si analizzano i “nuovi lettori”. Dice Gipi, noto autore di fumetti italiano rinomato in tutto il mondo, durante un'intervista a Neurocomix.it:

“La cosa buffa è che molte persone leggono i miei lavori perché non vi trovano i classici stilemi che non sopportano nei fumetti classici. Sono lettori di romanzi, lettori normali (risate) che di solito non leggono fumetti, ma leggono le mie cose perché non trovano le caratteristiche fumettistiche che disturbano loro... e anche me.”

Non solo Gipi si è accorto di questa tendenza ma soprattutto le grandi case editrici come Einaudi, Rizzoli e Mondadori, che, non a caso, negli ultimi 20 anni hanno

iniziato a pubblicare *graphic novel*, e alcuni fumettisti come Igorrt, che nel 2000 fonda la casa editrice Coconino Press¹, David B. (Pierre-François Beauchard), Lewis Trondheim (Laurent Chabosy) e altri che nel 1990 fondano l'Association (vedi paragrafo 2.1.2), la DC comics, che dopo il successo di Frank Miller con “The dark knight return” (vedi paragrafo 2.1.1) crea una collana “colta” dedicata ai *graphic novel d'autore*: Vertigo – Comics and books for Mature readers.



Fig. 21-Frank Miller: “The dark knight return”

La storia della nascita dei *graphic novel*, o *romanzo a fumetti*, non è universale. Abbiamo visto nel paragrafo 2.1.3 come in Francia e Belgio, e molto analogamente in tutta Europa, sin dall'epoca di *Tintin* la pubblicazione a puntate su rivista era un espediente editoriale che permetteva la produzione di lunghe storie autoconclusive, destinate spesso ad essere poi ristampate in volume. Molte storie

erano rivolte sia ad un pubblico infantile, sia adulto, e l'identità degli autori non era mai nascosta.

Differente è la storia statunitense. Assumiamo che nel contesto fumettistico americano il concetto di *graphic novel* sia sufficientemente chiaro da poter costituire uno spartiacque storico significativo: prima c'era il fumetto inteso come produzione seriale (qualunque fosse il suo pubblico: adulti acculturati o adolescenti), e poi arrivò nel 1978 un prodotto diverso da tutti gli altri, sia nel formato (libero), nella qualità (storie di lungo respiro dallo spessore culturale pari a quello di un romanzo letterario e uso del disegno dettagliato, dinamico, espressivo), sia nel numero di pagine (libero), ovvero Will Eisner con "A Contract with God" (Contratto con Dio), che già qualche anno addietro ribadiva che il fumetto patisse gli effetti di una pubblica considerazione piuttosto bassa, in parte, per colpa della denominazione *comic*, in sé sminuente quanto l'italiano *fumetti*. Propose dunque la denominazione alternativa *sequential art*, arte sequenziale, e il formato *graphic novel*. Seguirono il suo esempio nel 1983 i già citati Frank Miller con "The dark knight return", Alan Moore con "Watchman" (1986) e "V for Vendetta" (1985) e Art Spiegelman nel 1986 con "Maus – A Survivor's Tale". Questa ultima opera merita un particolare plauso poiché è una di quelle che innalzano ufficialmente l'arte del fumetto: Spiegelman racconta la storia di suo padre, ebreo tedesco che vive la guerra e la deportazione ad Auschwitz. Il lungo racconto è diviso in episodi usciti sulla rivista *Raw* che, una volta pubblicato unitariamente in volume, nel 1992 vince il Premio Pulitzer per la letteratura. È il primo fumetto a vincere il massimo riconoscimento letterario negli Stati Uniti.

Art Spiegelman in realtà era già dal 1980 protagonista della scena fumettistica americana, quando fondò la rivista *Raw - The Comics Magazine for Damned Intellectuals* con la moglie Françoise Mouly con lo scopo di dichiarare al sistema del fumetto statunitense la possibilità di una forma del racconto per immagini, capace di allontanarsi tanto dal mainstream dei supereroi dei comic book quanto dai temi e dai segni brutti sporchi e cattivi dei comics underground. La rivista, chiusa nel 1991, era diversa da tutto quello che la circondava, anche per il formato: enorme. Ed enorme era anche per la scelta degli autori pubblicati provenienti da tutto il mondo: dagli argentini Jose Muñoz e Carlos Sampayo al francese Jacques Tardi, dal giapponese Yoshiharu Tsuge all'italiano Giorgio Carpentieri.

Da quegli'anni e tuttora oggi, al di là delle strategie meramente commerciali che pensano al *graphic novel* come un fenomeno di "packaging" editoriale più che di progettazione romanzesca, il pubblico più attento alla qualità ha a disposizione un luogo fisico, la sezione *graphic novel* delle librerie, in cui cercare opere artisticamente significative. Nel medesimo spazio trovano posto nuove piccole case editrici come la Fantagraphics, Drawn & Quarterly, che un po' grazie all'avanzamento della tecnologia di stampa che ha permesso un abbattimento

dei costi di produzione e un po' per il fenomeno *graphic novel* che allarga la distribuzione del fumetto verso nuovi porti come la libreria, diventano la nuova casa degli autori orfani di *Raw*. Questi esponenti sono riusciti a smarcarsi dalla condizione di editori "Indipendenti", in qualche modo antagonisti del sistema, per conquistarsi uno spazio nel medesimo segmento di mercato della DC e della Marvel (per quanto riguarda il settore *graphic novel* non quello dei *comics books*) e hanno il merito di mantenere ancora oggi la purezza culturale del romanzo a fumetti focalizzando la propria attenzione sulla qualità e la progettualità e di diffondere negli USA autori, sia americani sia stranieri, del calibro del maltese Joe Sacco (*Palestine*, 1992, *Gaza 1956*, 2010), Charles Burns (*Black Hole*, 2005), Marjane Satrapi (*Persepolis*, 2000), David B. e Joann Sfar.

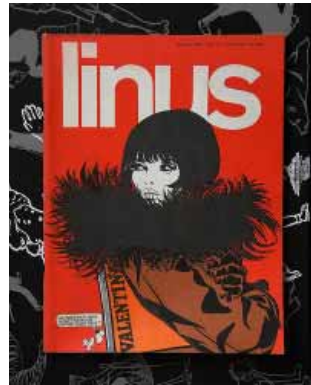
Diverso è il panorama all'interno delle major come Marvel, Disney, DC dove complesse strategie di marketing e risorse elevate permettono che un'idea sola possa essere sfruttata attraverso vari *mass-media*: una *graphic novel* può diventare film, videogioco, serie animata, serie d'episodi a fumetto e viceversa. Il rischio è che l'aulico principio del *graphic novel* si sgretoli. Già oggi esiste la distinzione fra *graphic novel* popolare e d'autore; la speranza è che l'una non distrugga l'altra.



Fig. 22-Joe Sacco "Gaza 1956", 2010

2.1.4 La crescita dell'Editoria Intellettuale in Italia

Fig. 23- Linus, Gennaio
1970, n.46



In Italia la spaccatura fra Editoria Popolare e Intellettuale inizia nel 1965 con l'uscita del primo numero della rivista a fumetti *Linus*, fondata da Giovanni Gandini.

Linus, che prende nome da uno dei protagonisti dei Peanuts, striscia di Schulz, Linus van Pelt, è la prima rivista italiana di fumetti che ha in un certo senso imposto un linguaggio, non solo una moda culturale, radicandosi fin da subito nel cuore dei lettori non più solo ragazzi ma anche e soprattutto adulti. Grazie a *Linus*, il fumetto, in Italia, non è più rivolto al solo pubblico infantile.

Nel primo numero la rivista mostra il suo carattere indipendente tanto da diventare campo di scontri intellettuali, come ad esempio l'intervista di Umberto Eco a Elio Vittorini e a Oreste del Bono. Il sottotitolo della testata è "Rivista dei fumetti e dell'illustrazione". L'editoriale esordisce: "Questa rivista è dedicata per intero ai fumetti". Il criterio di scelta è quello della qualità e poco importa se sono mescolati fumetti moderni (i Peanuts) a classici e inediti. Durante la direzione Gandini esordiscono in Italia personaggi sia europei sia statunitensi che hanno fatto la storia come Peanuts di Schulz, Krazy Kat di George Herriman, Valentina di Guido Crepax, Dick Tracy di Chester Gould, Corto Maltese di Hugo Pratt.

Le prime *graphic novel* italiane (in italiano "romanzo a fumetti") sono dunque, intorno al 1968, le prime storie lunghe di *Valentina* e *Corto Maltese - Una ballata del mare salato* che escono a puntate su riviste ma sono pensate sin dall'inizio come romanzi, infatti, ben presto hanno un esito editoriale autonomo. Sono questi i modelli su cui poi vari autori producono storie d'ampio respiro. Alcuni peculiari esempi sono:

Guido Buzzelli che nel 1973 produce con Kostandi *HP* destinato al pubblico francese; Magnus (Roberto Raviolo), che trasforma nei primi anni Ottanta la serie *Lo sconosciuto* in storie lunghe, complesse e molto curate graficamente;

Dino Battaglia, autore di fumetti del *Giornalino* (che in quegli anni rinnova la sua immagine e i contenuti), di *Linus* e *AlterAlter*, che fra la sua virtuosa produzione rimane memorabile la traduzione a fumetti di vari racconti di Poe e di Maupassant; Sergio Toppi, collega stretto di Dino Battaglia, con *L'Histoire de France en bandes dessinées* (Storia di Francia a fumetti) edita dalla Larousse, Milo Manara che dà i suoi migliori frutti a cavallo tra gli anni settanta e ottanta con due romanzi come *Lo Scimmiotto* e *Hp* e *Giuseppe Bergman*.

Gettate le fondamenta, dagli autori citati, all'inizio degli anni ottanta scoppia la rivoluzione del fumetto italiano grazie anche alla nuova generazione di fumettisti fra cui Andrea Pazienza che fa il suo esordio con *Le straordinarie avventure di Pentothal* (1977) e, dieci anni dopo, realizza il primo esempio italiano di narrazione a fumetti di stampo autobiografico e d'ampio respiro, *Gli ultimi giorni di Pompeo*.

Nel 1979 è la volta di Lorenzo Mattotti che pubblica *Incidenti*: per lui è l'inizio di una lunga serie di romanzi. Segue nel 1982 *Il signor Spartaco*, *Dottor Nefasto* e nel 1984 *Fuochi*, il testo che consacra definitivamente l'autore e il nuovo fumetto italiano nel mondo.

Mattotti raggiunge una sua prima maturità grazie ad un contesto culturale ricco di nuove idee, sperimentazioni, partecipazione e passione, ovvero grazie al gruppo *Valvoline*.

Valvoline è fondato nel 1982 da Igort (Jori Carpinteri), Daniele Brolli, lo stesso Lorenzo Mattotti, Jerry Kramsky (Fabrizio Ostani) e dopo qualche tempo si associano Massimo Mattioli e l'americano Charles Burns. Il gruppo ha lo scopo di produrre eventi culturali secondo le avanguardie artistiche del Novecento. Inizialmente gli autori del gruppo "monopolizzano" le pagine di *AlterAlter*, rivista costola di *Linus* incentrata sulle tendenze più sperimentali e innovative del fumetto, pubblicando per sei mesi un inserto totalmente realizzato da loro. In seguito, grazie anche all'ingresso di Massimo Mattioli nel gruppo, è la volta della rivista *Frigidaire* la quale, fondata nel 1980 a Roma da Stefano Vittorini e lo stesso Massimo Mattioli, si presenta non come rivista di fumetti ma di cultura e politica, anche se il contenuto è in quel linguaggio, e subito offre spazio alle tendenze innovative, tanto del fumetto quanto di altre arti. *Valvoline* fa letteralmente scuola, tanto che nel 1983 crea la scuola di Fumetto e Arti Grafiche "Zio Feininger", a Bologna, dove fra i docenti, oltre ai fondatori, spiccano nomi di maestri come Carlos Sampayo, José Muñoz (maestri del fumetto argentino). Qui si forma una generazione immediatamente successiva d'autori, fra cui Gabriella Giandelli, Francesca Ghermandi, Giuseppe Palombo, Gipi che condividono con i maestri la visione colta della letteratura a fumetti e pubblicano sulle medesime riviste, scontando però gli effetti della grande crisi dell'editoria che investe il mercato del fumetto a metà degli anni ottanta, con la chiusura di quasi tutti gli spazi disponibili. La crisi porta molti autori davanti ad un bivio: l'approdo ai più sicuri porti del fumetto seriale o l'emigrazione forzata.

Gli anni novanta iniziano da una parte con un imbarbarimento progettuale del fumetto "lungo, complesso e ambizioso", nascono nuove case editrici confinate principalmente nel circuito dei negozi specializzati che fanno del romanzo a fumetti il proprio punto di forza; dall'altra continua l'ascesa della Popolare Bonelli grazie a nuovi e meno-nuovi personaggi "non-classici", da *Martin Mystère* (1982) di Alfredo Castelli a *Dylan Dog* (1986) di Tiziano Sclavi, da *Nathan Never* (1991) di Michele Mada, Antonio Serra, Bepi Vigna a *Julia* (1998) di Giancarlo Berardi, non da meno è la costante certezza *Tex* (1948).

Nel 1991 alcuni ex-alunni della "Zio Feininger", Francesca Ghermandi, Giuseppe Palombo, Onofrio Batacchio, Massimo Semeraro e Otto Gabos, ormai affermati autori di fumetti, si riuniscono e partecipano all'esperimento della rivista *Cyborg* diretta da Daniele Brolli. La rivista s'ispira direttamente a *Métal Hurlant* de Les Humanoides Associés con lo scopo di costituire una linea di fantascienza fumettistica italiana, con un universo complessivo coerente. L'esperimento termina nel 1993.

Negli ultimi anni pare che lo scenario sia in una fase di lenta e difficile normalizzazione. Oggi, nelle librerie, il pubblico trova nello scaffale romanzi a fumetti editi sia da case editrici specificatamente dedite al fumetto (per esempio Kappa edizioni, Coconino Press, Edizioni BD, Black Velvet) sia etichette editoriali per cui il fumetto è una delle voci d'offerta (Mondadori, Einaudi, Rizzoli). Grazie al lento lavoro e alla tenacia dei fumettisti e delle case editrici, il panorama oggi è più ricco e in lenta diffusione, ma questo non vuol dire che la crisi sia passata, anzi, non è mai finita. Significa che stanno sorgendo nuovi interessanti progetti come: *Ignatz* di Coconino, la collana internazionale in forma di "riviste personali" create da un solo autore; *Canicola*, rivista bolognese autoprodotta da un gruppo d'autori (Davide Catania, Giacomo Nanni, Alessandro Tota, Amanda Vähämäki) accomunati dal medesimo approccio, sovente meditativo, intimista e per certi aspetti filosofico, al fumetto e alla narrazione; la neonata *Giuda - "Geographical Institute of Unconventional drawing arts"*, di Ravenna, che si presenta come rivista da collezione con una forte vocazione decadente e romantica, e come spazio programmato di ricerca visiva e di estetica dove tutto è disegnato, dall'editoriale alle pubblicità con lo scopo di coltivare un gruppo avanguardistico di disegnatori; Coniglio Editore che allarga il suo già vasto panorama di riviste per fumetti con "Animal's", diretto da Laura Scarpa, dove già dal primo numero riunisce molte firme prestigiose del fumetto italiano e non solo, come Gipi, Toffolo, Mattotti, David B. con il tentativo di rilanciare anche in Italia il genere di giornale che unisca in sé fumetti di diversi autori, intervallandoli con narrazioni, riflessioni e interviste.

Diversi sono i segnali di ripresa della produzione di romanzi a fumetti italiani sia per quanto attiene alla qualità delle produzioni di autori come Igot, Gipi, Davide Toffolo e i più giovani Marco Corona, Piero Macola o Giacomo Nanni, sia per

quanto riguarda le vendite. Un caso eccezionale è il capolavoro di Gipi *LMVDM - La mia vita disegnata male*, che ha raggiunto xxxx copie vendute, un record nel campo del fumetto d'autore. Ma come ha fatto? Primo, è un bel libro, secondo è stata usata una strategia di *marketing* fortunata ed efficace fra cui l'intervista a "Le invasioni Barbariche" di Daria Bignardi su La7 il 5 Dicembre 2008.

Oggi gli autori che sopravvivono alla crisi sono quelli che coltivano costantemente uno stile del tutto personale, riconoscibile, spesso segnato dall'ispirazione a maestri della pittura, del fumetto, dell'illustrazione soprattutto a livello grafico: Mattotti s'ispira sia ai pittori Nabis, sia a Francis Bacon, Andrea Bruno ad Alberto Breccia, Gabriella Giandelli al futurismo italiano, Gipi a Hugo Pratt, ecc...

L'editoria Intellettuale italiana ha ancora molto potenziale nascosto, silente o in fuga che può essere portato in luce se si continua nella ricerca sia di contenuti sia di strategie di mercato, queste ultime non sono solo ad esclusiva delle major come hanno dimostrato alcune case editrici, fra cui la Coconino Press o Kappa Edizioni. A conferma di quanto detto cito Goffredo Fofi:

"lo credo che, una volta fatti i debiti omaggi a Linus e alla ricchissima storia del fumetto, sia necessario insistere sull'amplessissima gamma di possibilità espressive che il graphic novel ha aperto negli ultimi vent'anni. Prima del 1986 ci sono stati antecedenti anche importanti, ma è da quel momento in poi che si apre una nuova storia, che il fumetto diventa punto di riferimento per un'intera generazione."

Goffredo Fofi, centro APICE a cura di, *Storie di fumetti. Con un inedito di Giovanni Grandini*, Skira Milano, 2009. Pg.101



Fig. 24- Lorenzo Mattotti "Fuochi", pg. 7-8, Granata Press 1991

2.1.5 Editoria Parassita

Definizione e caratteri generali

Matteo Stefanelli, *FUMETTO International – Trasformazioni del fumetto contemporaneo. Triennale Milano 18 Maggio – 3 Settembre 2006*, Drago Arts & Communications, Roma 2006, pg.13

“Il fumetto non si è dato se non in alcuni parziali momenti e contesti storici un assetto di sistema. Dopo la sua fase aurorale sette-ottocentesca, il fumetto non ha costruito nella sua seconda stagione storica – quell’età popolare che va dall’ultimo decennio dell’Ottocento agli anni Cinquanta – alcun profilo organizzato e integrato, presentandosi sulla scena dei media in pieno sviluppo come un settore sfilacciato sul piano industriale quanto su quello istituzionale. Come industria, infatti, il fumetto vive allora un primo boom (i successi da Yellow Kid al “Corriere dei Piccoli”, da Flash Gordon a Tintin) essenzialmente come settore “parassita” dell’industria dei quotidiani, fatta eccezione per la nascita delle Syndication negli Stati Uniti.”

Il termine Editoria Parassita si riferisce alle pubblicazioni di fumetti all'interno di edizioni che non sono dedicate a questa arte ma che usano il fumetto non come fine ma come mezzo. Questo significa che il fumetto, in formato striscia o tavola, svolge un ruolo parassita che si nutre della notorietà di questi organismi. Gli esempi più tradizionali e longevi sono i fumetti pubblicati sui quotidiani, periodici, pubblicità, in seguito tale tipologia si è diffusa anche sugli articoli di cartoleria e abbigliamento.

Nella storia del fumetto l'Editoria Parassita è il primo e principale canale di diffusione, nonché culla. Non è una coincidenza che la data convenzionale della nascita dell'industria del fumetto è il 16 febbraio 1896, giorno in cui il “New York World”, quotidiano statunitense, pubblica nel suo giornale la prima tavola di *Yellow Kid*, allora *The Great Dog Show in M'Googan's Avenue*, creata da Outcault. *Yellow Kid*, il monello giallo, è brutto, calvo, con le orecchie a sventola, di origine irlandese e vive nel popolarissimo quartiere irlandese di Hogan's Alley, alla periferia di New York. Le sue avventure si svolgono su un'unica grande vignetta, in cui convivono ballon e scritte sui muri, improvvisati cartelli pubblicitari e frasi pronunciate dal protagonista, scritte sul suo camicione giallo. I quotidiani statunitensi usano i fumetti per attrarre nuovi lettori e come veicolo di informazione e formazione sociale, infatti un linguaggio per immagini è di facile comprensione per i meno acculturati, gli analfabeti, tanti allora, e per i bambini. Con la nascita del personaggio fisso il fumetto apre le porte al suo successo, è protagonista dell'aumento di vendita dei quotidiani, dimostra che un personaggio dei fumetti, se testimonial di campagne pubblicitarie, può far andare a ruba una maglietta, un orologio, un dentifricio. Grazie a *Yellow Kid* nasce il *merchandising* (ovvero l'utilizzo dell'immagine dei personaggi su oggetti e altri prodotti di consumo), e nascono i Syndicate, cioè le agenzie che possono distribuire lo stesso fumetto di successo nelle redazioni di centinaia di quotidiani. Oggi la più grande Syndicate è la King

Features, fondata da William Randolph Hearst nel 1915, che distribuisce strisce a fumetti, colonne editoriali, rompicapo e giochi ad oltre cinquemila quotidiani in tutto il mondo. Oltre al vasto merchandising e alle licenze di icone come *Betty Boop* e *Braccio di Ferro*, la King Features ha sfruttato il medium televisivo, producendo diverse serie televisive (*Kukla, Fran and Ollie, Mr. Bill* e *Mr. Mago*), sculture, oggetti d'arte e mostre. Nel 2006 è stata la prima a creare un servizio online, il *DailyNK*, che al prezzo annuale di 15 \$, invia per e-mail, più di settanta strisce del passato (come *l'Uomo mascherato, Flash Gordon, Yellow Kid* e *Krazy Kat*) e d'oggi.



Fig. 25- La tavola Yellow Kid, Outcault, New Yorker 1896

Dal successo delle tavole domenicali a fumetti nasce la striscia giornaliera. Il formato *striscia* può variare a seconda degli autori. Ci sono autori che hanno una predilezione per il numero fisso di vignette, come Trudeau, che per il suo *Doones-*

bury ne vuole quasi sempre quattro. Ma il ritmo classico della striscia è quello di tre vignette: nella prima si presenta la situazione, l'ambiente in cui questa si svolge e i personaggi che ne saranno protagonisti. Nella seconda è previsto il suo svolgimento, la causa che dovrà scatenare un qualche effetto; la terza vignetta sarà tanto più divertente quanto più sorprenderà rispetto alle premesse iniziali.

Molti sono i personaggi che si sono affermati nelle strisce giornalieri dei quotidiani per poi spopolare nei *comic book*. Alcuni esempi sono: *Mandrake* di Lee Falk (11 giugno 1934), *Flash Gordon* di Alex Raymond (7 gennaio 1934), *Dick Tracy* di Chester Gould (Chicago Tribune, 4 ottobre 1931), i *Peanuts* di Charles Schulz (2 ottobre 1950 sulle testate *Washington Post*, il *Chicago Tribune*, il *Minneapolis Tribune*, l'*Allentown Call-Chronicle*, il *Bethlehem Globe-Times*, il *Denver Post* ed il *Seattle Times*), *Mafalda* di Quino (1963 sulle pagine del quotidiano *Clarín* per promuovere una linea di elettrodomestici in una campagna pubblicitaria), *Doonesbury* di Garry Trudeau (settembre 1968 sul giornale universitario *Yale Daily News*).

Nei giornali italiani hanno maggiore diffusione le vignette satiriche rispetto alle strisce giornalieri. Basti pensare al clamore che hanno suscitato le vignette di Vauro alla trasmissione televisiva *Annozero*, Forattini sulle maggiori testate italiane come *La Repubblica* e *Il Corriere della Sera* o Altan, zoccolo duro della satira del periodico *L'Espresso*.

Per quanto riguarda le strisce e le tavole, sono presenti in alcuni quotidiani come *Metro* con *Get Fuzzy* di Darby Conley, ma soprattutto in riviste come la *Settimana Enigmistica* e periodici settimanali fra cui *Il Venerdì* di *Repubblica*, *Panorama* e *Internazionale*.

Quest'ultimo ha da sempre dedicato un importante spazio sulle proprie pagine al fumetto (Spiegelman, Sacco, Satrapi, Gipi, Mattotti e altri) e all'illustrazione (Ghermandi, Scarabottolo, Giandelli, Ricci, Igort, ecc) con opere capaci di integrarsi al progetto editoriale e agli articoli proposti. Da tempo *Internazionale* pubblica quasi settimanalmente le "Cartoline da...", ovvero uno spazio fisso di due pagine dove fumettisti nazionali e internazionali vengono invitati a fare reportage, a narrare cronaca, quotidianità, eventi, che li riguardano da vicino, con un taglio giornalistico, caratteristica basilare del *graphic journalism* (giornalismo a fumetti).

L'Editoria parassita rappresenta ancora oggi un fondamentale canale di diffusione del fumetto, basti pensare al numero di copie di un quotidiano come il *Washington Post*, 622.174 copie giornalieri (dati dell'Accertamento diffusione stampa americano: *Audit Bureau of Circulation*), in confronto a quelle di un *comic book* come *Batman*, 73.414 copie bisettimanali negli USA (Dati della top 25 relativa al mese di agosto negli USA della *icv2*). Da questo esempio molte forme simili di diffusione stanno prendendo piede come i fumetti che raccontano ma-

terie come la fisica, un esempio è la *graphic novel* di Jim Ottaviani e Leland Purvis *Un pensiero abbagliante – Niels Bohr e la fisica dei quanti*, guide turistiche, come *Corto Sconto. La guida di Corto Maltese alla Venezia nascosta*.

In conclusione, il fumetto, un tempo reputato solamente giocoso e divertente, viene sempre più usato come mezzo di promozione, divulgazione non solo umoristica ma anche giornalistica e per addolcire la pillola di temi didascalici e di difficile approccio come alcune materie.

2.1.6 Editoria Indipendente Definizione e caratteri generali

Il mondo del fumetto deve molto a quella piccola ma significativa cerchia di autori e piccoli imprenditori che costituiscono il sistema dell'Editoria Indipendente. Infatti le sperimentazioni più interessanti e le idee che hanno dato nuovo carburante ai sistemi editoriali già affermati sono nate grazie al coraggio di quelli che hanno investito i loro esigui capitali per autoprodurre, distribuire e vendere il proprio lavoro.

In diversi casi, un'edizione Indipendente coincide con un gruppo o movimento che ha "qualcosa da dire", "qualcosa da manifestare", insomma, rappresenta una ribellione o forte critica nei confronti di un sistema e di una politica reputati obsoleti e ingiusti.

I primi esempi di critica del mondo fumettistico sono gli statunitensi *dirty comics* degli anni trenta che devono il loro nome ("fumetti sporcaccioni") alla narrazione di eroi della stampa ufficiale, come *Superman* o *Batman*, in situazioni erotiche spinte. È più goliardia che pornografia, e il sesso vi è sempre eccessivo e ostentato, con una funzione più di provocatoria parodia che di eccitazione erotica. Così, ai *dirty comics* si associa, negli anni cinquanta, un'altra specie di fumetto *underground* attraverso l'opera di autori come Eric Stanton (1926-1999) che produce e distribuisce in proprio fumetti di chiaro contenuto erotico, non accettabili per le regole del *Comics Code*. In entrambi i casi, si tratta sempre di produzioni di bassa qualità e volutamente e apertamente immorali. Nei loro eccessi, essi svelano le carenze del fumetto ufficiale, enfatizzando quello che è per norma censurato. Negli anni sessanta questa tradizione ribelle e sotterranea acquisisce altro pregio agli occhi dei giovani autori che si identificano nel malessere causato da una società puritana e da un fumetto troppo legato a strategie commerciali e al rispetto del *Comic Code*. Nascono piccole distribuzioni, in ambiente giovanile e universitario che pian piano si allargano. Uno degli autori di riferimento di questo movimento, fumetto *underground*, è Robert Crumb con il suo *Fritz the Cat* at-

traverso il quale racconta la vita studentesca e gli eccessi. Attorno e insieme a Crumb si muovono molti altri autori di genio, alla ricerca di una figuratività fumettistica differente da quella conosciuta. Victor Moscoso (n. 1936) costruisce sequenze fumettistiche quasi insensate dal punto di vista narrativo, ma in cui la variazione grafica è il motivo dominante, come in un'allucinazione da LSD. Spain Rodriguez (n. 1940) crea un supereroe esagerato, *Trashman*, che agisce in un futuro fascista e negativo, recuperando da un lato le assurdità del *Superdupeman* di Kurtzman, e aprendo dall'altro la strada alla fantascienza politicamente apocalittica alla *V for Vendetta* di Alan Moore o alla *Dark Knight Return* di Franck Miller.

L'*underground* rappresenta un punto di svolta per la storia del fumetto, e non solo americano. Il numero 1 di *Zap Comix*, rivista autoprodotta da Crumb e altri autori nel 1968, contiene in copertina un avvertimento esplicito: "Solo per adulti intellettuali". E in effetti si tratta davvero di fumetti per adulti, che sappiano comprendere la provocazione e capire che il sesso non è una cosa sporca da fare di nascosto, ma un aspetto della vita, attraverso il quale si può parlare dell'essere umano anche con grande profondità. Il grande merito del fumetto *underground* è di essere il primo movimento, nella storia del fumetto, a sottrarsi al dominio dell'industria culturale per proporre istanze politiche e culturali nuove, in linea con i fermenti rivoluzionari, o comunque alternativi, che serpeggiano in quegli anni in America e nel mondo.

Fig. 26- Robert Crumb "Fritz the cat"



Un altro caso di Editoria Indipendente mossa dallo spirito rivoluzionario sia da un punto di vista politico/propagandistico sia di sperimentazione del linguaggio fumettistico lo si trova in argentina, negli anni Cinquanta, Sessanta e Settanta, dove autori come Muñoz, Sampayo, Alberto Breccia, Francisco Solano Lopez e Oosterheld, oltre a reinventare e influenzare la tradizione grafica del fumetto,

mettono in scena storie che esprimono nell'avventura tutta l'anima politica e morale dell'argentina, paese vittima della dittatura. I loro eroi sono sempre critici, o perdenti, o puri testimoni del male, inseriti spesso in situazioni in cui si parla di oppressione e di rivolta. Nel 1957 nasce *El Eternata* (Oosterheld e Lopez), storia di un vagabondo del tempo che appare a uno scrittore per poi trascinarlo nel proprio futuro apocalittico, teatro di un'invasione aliena. Sotto la dittatura Breccia, autore che ha influito più di chiunque altro sugli ultimi trent'anni del Novecento del fumetto europeo, produce *Buscavidas*, dove sperimenta una tecnica basata su aree nette di bianco e nero, dai confini tormentati, con un disegno grottesco, per raccontare storie eccessive e simboliche, e disseminare il testo di allusioni contro la giunta militare. La quale giunta nel 1977 prelevò Oosterheld, che finì poi *desaparecido*.

Fig. 27- Alberto Breccia e Héctor Oosterheld, L'Eternauta, 1969



Per quanto riguarda l'Italia, negli anni settanta il fumetto indipendente viene sentito sia dai suoi autori che dai suoi lettori come un mezzo di comunicazione che permette un'espressione più libera dai condizionamenti del mercato, sicuramente più del cinema che richiede sin dall'origine investimenti fuori dalla portata dei più. Per fare fumetti, invece, è sufficiente saper raccontare e saper disegnare; li si pubblica con poco investimento ed esistono comunque spazi già disponibili e interessati. Così nel 1977 Scòzzari insieme a Stefano Tamburini, Tanino Liberatore, Massimo Mattioli e Andrea Pazienza fondano il caso italiano di Editoria Indipendente più interessante di quegli anni, la rivista di tendenza *Cannibale*. Ogni autore attraverso i suoi personaggi e le sue storie, inserite nella rivista, svela il suo punto di vista sulla società e la politica. Tamburini con *Ran Xerox* esprime lo spirito di quegli anni raccontando la vita di un coatto sintetico in una fantascientifica Roma degradata, in preda a una violenza iperbolica, di cui lui stesso è protagonista. Mattioli si rifà nello spirito a Crumb e ai maestri dell'*underground*, ma con una freschezza e irriverenza tutte sue. Crea *Joe Galaxy*, una parodia della fantascienza, disegnata in stile disneyano, in cui di frequente il sesso viene mostrato esplicitamente con palese funzione provocatoria. Andrea Pazienza ha alle spalle l'*underground* di Williams e Osborne e l'esperienza fantastica e psichedelica di Moebius, ma vuole portare nel fumetto le conquiste della neoavanguardia letteraria italiana. Egli porta il personale sino al fondo del politico facendo conflagrare entrambi, giocando sul cambio continuo di registro grafico. Nel 1981 nasce dal suo pennino *Zanardi*, una simpatica ma reale canaglia, che agisce in un universo tardoadolescente ai confini con la delinquenza. Riesce a renderlo al tempo stesso un eroe e un evidente bastardo, facendone in ogni caso il simbolo più vero dei suoi anni.

Cannibale ha il grosso merito di aver contribuito alla crescita del fumetto italiano dei primi anni ottanta e d'essere pioniere dei più importanti fermenti innovativi dei tardi anni settanta.

Oggi l'Editoria Indipendente continua ad essere un prolifico laboratorio del fumetto soprattutto per quanto riguarda l'originalità e l'uso sempre maggiore di canali distributivi alternativi all'editoria tradizionale. Se negli anni Cinquanta una produzione Indipendente coincideva con bassa qualità di stampa, oggi, grazie alla tecnologia, è più accessibile una stampa di buona qualità. Così negli anni Ottanta e Novanta, quando si diffondono le fotocopiatrici negli uffici e il fax, il formato più diffuso di un fumetto autoprodotta è il libretto A5 in bianco e nero creato fotocopiando le tavole in fogli A4, che vengono poi piegate e spillate. Oggi questo formato è ancora molto diffuso e c'è chi lo ha portato persino su internet. È il caso di *selfcomic.it*. Selfcomics, che significa fumetti fatti da sé, è stata la rivoluzione democratica dell'editoria nel campo del fumetto. Un gruppo di fumettisti, stufi delle estenuanti attese delle case editrici o delle patinate riviste di fumetti

hanno inventato un modo per distribuire e produrre le loro storie sfruttando le potenzialità di internet.

Gli autori hanno la possibilità di caricare sul sito le loro storie, in formato pdf, impaginate in modo tale che il lettore interessato possa stampare e crearsi il suo fumetto avviando una semplice stampa in formato A4 fronte/retro.

Il sito ha lo scopo di essere una vetrina per tutti quegli autori di talento che purtroppo per strategie di mercato o semplice sfortuna non riescono ad inserirsi nei tradizionali canali dell'editoria, ovvero autore-editore-lettore. Il sistema selfcomics segue il seguente schema: autore->lettore, quindi la figura dell'editore coincide con quella del consumatore.

Selfcomics ha pubblicato ad ogni suo compleanno un albo che raccoglieva una selezione dei fumetti caricati sul sito e scaricati dai lettori, durante l'anno, l'ultima pubblicazione risale al 2008 in occasione del Lucca Comics&Games dal titolo e tema "5 anni". Oggi l'esperimento continua nel Museo del Fumetto di Lucca dove è permanente la "Selfarea", "mentre la pubblicazione online è diffusa grazie agli innumerevoli tentativi d'imitazione del sistema d'auto-produzione selfcomics.

Le realtà di autoproduzione di fumetti sono molto vive e trovano in internet un canale di distribuzione e vendita diretta efficiente. Sono sempre più numerosi i fumettisti che aprono blog per fare autopromozione o per diffondere i propri lavori, garantendo così una continua trasformazione dei modi in cui il racconto per parole e immagini in sequenza si compone.

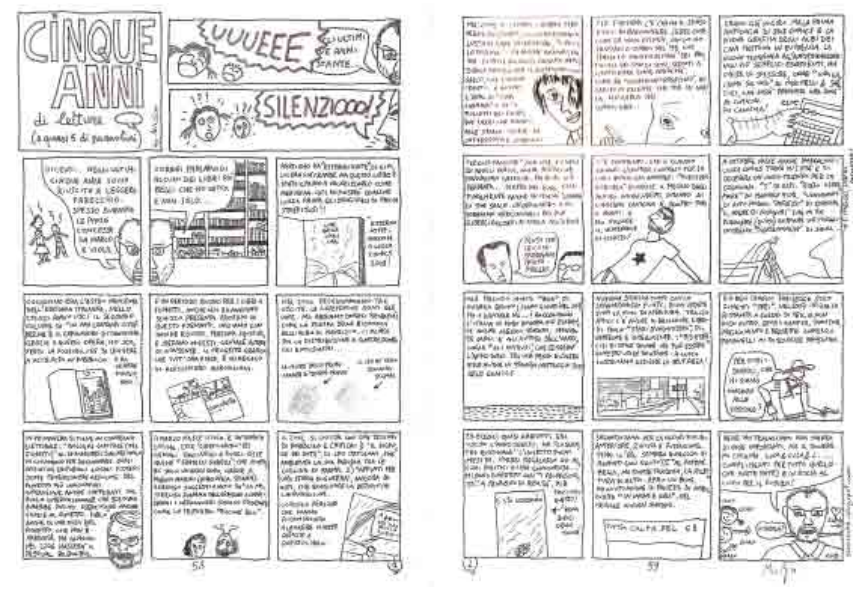


Fig. 28- MicGin, Cinque anni di lettura (e quasi 5 di pannolini), *SelfArea - Cfpaz*, 2008

2.2 LUOGHI

Gli spazi, fisici e virtuali, dove il fumetto è distribuito e venduto, sono degli indicatori dell'andamento del mercato e dei cambiamenti culturali. Nei paragrafi precedenti si è percorso le diverse tipologie dell'editoria del fumetto, sia come queste sono nate sia come sono cresciute nel tempo. In questa parte si analizzerà cosa succede dove l'editoria e gli autori incontrano i lettori. Sono quindi LUOGHI quelli che analizzeremo, LUOGHI che generano dati economici e rivelano le attuali e prossime tendenze.

Questi LUOGHI possono raccontare la maniacalità del collezionista, la puntualità dell'appassionato, la curiosità di chi è appena entrato, l'entusiasmo dei pionieri, la costanza di chi vuol essere sempre aggiornato. Per ognuno di questi casi esiste, nel fumetto, un posto dove sentirsi a proprio agio e ritrovarsi: la fumetteria, l'edicola, la libreria, la rete.

2.2.1 Spazio Fisico: Fumetteria, Edicola, Libreria

I dati Istat nel capitolo *Attività culturali e sociali* dichiarano che in Italia si vendono fra i 3 e 4 milioni di fumetti all'anno piazzando il paese al quarto posto della classifica mondiale del mercato del fumetto dopo, in ordine decrescente, Giappone, Usa, Francia e a pari posto con la Corea del Sud. Questo dato indica che, nonostante la crisi, il contributo dell'Italia al mondo del fumetto è rilevante anche se, analizzando le tipologie di spazi dove è acquistato, ci si accorge e ci stupisce che gli spazi commerciali ad esso dedicati non gli rendono giustizia e

non comprendono il suo valore, al contrario di quanto accade in Francia e in Belgio dove le fumetterie sono ben strutturate, curate e progettate soprattutto per motivi culturali oltre che economici. Di seguito sono illustrate nello specifico le tre tipologie di esercizi commerciali dove è venduto il fumetto: la fumetteria, l'edicola, la libreria.

Fumetteria

La fumetteria è un negozio pensato e organizzato sui fumetti e quindi un potenziale lettore può trovare (anche con l'aiuto di un fumettaio competente) un fumetto adatto ai suoi gusti grazie sia ad un fumettaio competente sia all'adozione di un metodo di catalogazione secondo tipologie, casa editrice e genere. La fumetteria è anche un luogo "per intimi" nel senso che chi ci entra è già un lettore di fumetti. In molti casi questi luoghi, oltre a vendere fumetti, sono un punto d'incontro per gli appassionati che si scambiano opinioni e consigli sulle loro letture preferite o organizzano tornei di giochi di ruolo o carte tratti dai manga, alcuni organizzano incontri con gli autori. Molto spesso al loro interno c'è una sezione dedicata al mercato dell'usato frequentata sia da ragazzini dalle tasche vuote sia da collezionisti alla ricerca del fumetto perduto. La fumetteria sembra un luogo incantato e fantastico ma purtroppo molte di queste sono relegate in spazi angusti, bui, polverosi e mal illuminati. Il potenziale di tale tipologia d'esercizio commerciale viene maggiormente sfruttato in paesi dove la cultura del fumetto è più evoluta. È questo il caso dei paesi francofoni come Belgio e Francia. In questi paesi le fumetterie sono dei piccoli centri culturali e gli spazi sono a pari cura di una libreria d'arte. Per comprendere tale divario, oltre che culturale anche commerciale, è sufficiente confrontare la più grande fumetteria di Milano, la Borsa del Fumetto in via Lecco con la Brüssel in rue Anspachlaan a Bruxelles:

Fig. 29- (a sx) Fumetteria Brüssel, rue Anspachlaan, Bruxelles



Fig. 30- (a dx) Fumetteria la Borsa del Fumetto, via Lecco, Milano



	Borsa del fumetto	Brüssel
Superficie	100 mq	350 mq
Servizi	Catalogo online ma non aggiornato, mercatino dell'usato.	Vendita tavole originali, casa editrice, shop online, catalogo aggiornato titoli, newsletter; mercatino usato
Dipendenti	2	>6
Attività collaterali (concerti, esposizioni, ecc...)	Nessuna perché non c'è spazio.	Concerti gruppi locali, esposizioni fumetto e illustrazione periodiche, cicli d'incontri e rassegne.
Utenza	Appassionati e collezionisti	Dagli appassionati ai curiosi

Tab.03- Confronto fumetteria italiana con fumetteria belga

La fumetteria milanese è uno spazio che offre meno servizi rispetto a quella belga, in parte per lo spazio e in parte per il bacino d'utenza, non abbastanza grande per sostenere oneri e "rischi" imprenditoriali. Questo rivela non che le fumetterie italiane offrano un'inferiore qualità, ma che in Belgio e in Francia sono luoghi popolari e commerciali mentre in Italia sono ancora ambienti di nicchia. Secondo l'*Annuario del fumetto 2008*, supplemento della rivista "Fumo di China" che racchiude un inserto con l'elenco di tutte le realtà che riguardano il fumetto, ci sono nel territorio nazionale 535 fumetterie che consentono la distribuzione di opere di tutti i generi, sia seriali che d'autore, e formati. Un aspetto che però penalizza la fumetteria rispetto ad una libreria, e penalizza soprattutto la distribuzione delle piccole pubblicazioni di "lusso", è che per questo canale non è prevista la resa delle copie invendute: il rivenditore acquista in conto assoluto le copie da lui richieste seguendo le proprie intuizioni sul mercato, le paga tutte indipendentemente da quante poi ne riuscirà a vendere, le copie rimanenti resteranno in magazzino o passeranno nel canale dell'usato.

Edicola

L'edicola è un canale aperto al fumetto soprattutto in Italia. Negli altri paesi, sia europei sia extra-europei, nelle edicole si possono acquistare fumetti in formato rivista o in quei casi di Editoria Parassita. L'analisi è di conseguenza focalizzata sul territorio italiano.

Questa tipologia di spazio è "una terra di nessuno", dove entra una popolazione eterogenea che si distrae in un ammasso di riviste, giornali, dvd, fumetti, quotidiani e libri. Spesso non c'è un ordine logico né una sistemazione adeguata. Se

da una parte questo è un canale molto appetibile per redditività e capillarità della rete, dato che conta circa 30.000 punti vendita in Italia, dall'altro esso richiede però delle tirature altissime, soprattutto per lo standard del fumetto venduto in Italia, e di conseguenza alti *budget* e vendite sicure. Inoltre, nonostante in edicola il rivenditore non abbia il compito di decidere cosa ordinare (diversamente da libreria e fumetteria dove si scelgono i titoli), può scegliere i titoli da esporre e in quale modo. Relegare un articolo in un angolo significa condannarlo a morte, soprattutto nel caso dei fumetti che non possono contare su un'adeguata pubblicità. Le case editrici che possono permettersi questo tipo di distribuzione sono quelle più grandi come la Marvel, la Disney e la Bonelli.

Fig. 31 - Edicola, anni 60



Libreria

Il processo di penetrazione del fumetto nelle librerie di varia è iniziato negli anni '90 e si è incrementato negli ultimi anni grazie allo sviluppo di nuove tendenze come l'invasione asiatica e il *graphic novel*. Ormai in molte grandi librerie come La Feltrinelli o la Mondadori c'è una sezione dedicata al fumetto. Questo può essere visto come un segnale positivo anche se c'è ancora molto potenziale del fumetto che le librerie di varia non riescono ad esporre. Per esempio nelle sezioni *Fumetto* la catalogazione delle opere segue soprattutto un ordine alfabetico non integrato ad una divisione tematica com'è nella letteratura (Romanzi, Saggi, Filosofia, Psicologia, ecc...), quindi un potenziale nuovo acquirente a fatica può orientarsi o essere stuzzicato. Lo scopo di un editore di fumetti che porta il suo catalogo in libreria è quello di allargare il proprio mercato a nuovi lettori e aumentare la sua visibilità. Il consumatore che si trova in libreria, infatti, non è il tipico lettore di fumetti che si può incontrare in una fumetteria, ma è quello che probabilmente ha letto un articolo di *graphic journalism* di Joe Sacco su Internazionale, gli è piaciuto ed è curioso di leggere un suo libro. Uno dei compiti che la libreria può ricoprire meglio della fumetteria è quindi quello di allargare l'arruolamento di nuovi lettori dell'arte fumetto e incentivare la pubblicazione e la tiratura di opere d'autore soprattutto grazie al vantaggio che le offre il sistema delle rese, ovvero restituire le copie rimaste invendute senza acquistarle in conto assoluto, contrariamente a quanto succede per il canale delle fumetterie.



Fig. 32- Reparto fumetti,
Libreria di Londra

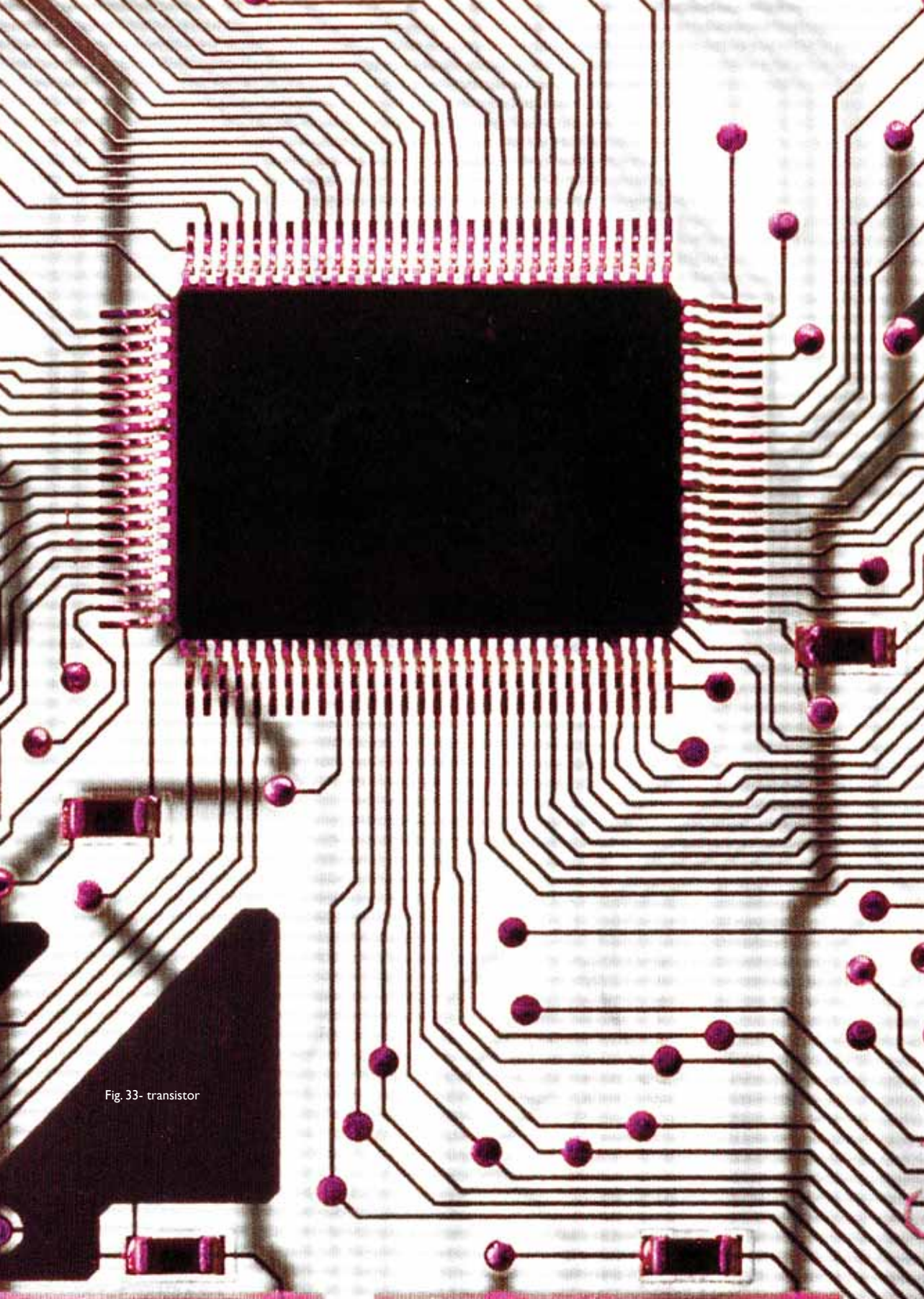


Fig. 33- transistor



Fig. 34-iPad

2.2.2 Spazio Virtuale: Blog e Webzine, Webcomics, E-Book

Storicamente, i fumetti nascono come vignetta, pagina o striscia di una rivista o di un quotidiano. Gli editori e i media in generale hanno accettato internet come mezzo e spazio di diffusione. La rete è diventata nel tempo molto più che una semplice alternativa ma un campo di prova per artisti nuovi e in via di affermazione, oltre che un'alternativa economica alla costosa editoria stampata, in grado di far conoscere nuovi artisti a un pubblico potenzialmente internazionale. Sono così nati i webcomic che, con la diffusione universale di internet e il fiorire dei mezzi di comunicazione digitali, offrono un'esperienza di lettura immediata, in cui i contenuti sono in perenne aggiornamento, al contrario di quanto succede per la stampa, che richiede tempi lunghi. Nel web il rapporto tra autore e pubblico è più intimo con la diffusione di blog e forum online, offrendo l'opportunità di un'integrazione immediata tra creatore e lettore e tra lettore e lettore.

"I blog sono tutti contraddistinti da un'intimità che i media tradizionali non hanno. [...] Questi giornali on-line non convenzionali, spesso sono fatti da non professionisti, semplici utenti della rete che svolgono lo stesso ruolo di quella specie che qualche anno fa si pensava fosse in via di estinzione: i redattori

David Randall, "La rete in guerra", *Internazionale* n. 478, 7 marzo 2003

Blog e Webzine

Oggi sono sempre più i campi sia amatoriali che professionali dove è indispensabile crearsi un'immagine in internet sia a scopi promozionali sia per creare

una rete di scambio, o community, fra “colleghi” e “ammiratori”. Molti di quei gruppi o scuole di pensiero che in passato si sono affermate tramite la nascita di una propria rivista, la redazione di un manifesto o la fondazione di circoli e salotti probabilmente oggi corrisponderebbero ad un gruppo di blogger o ad una webzine.

Nel fumetto ci sono principalmente tre tipologie di blog:

Blog degli autori, degli appassionati, degli editori.

Chi lavora nel campo del fumetto di norma possiede un blog personale ben curato e abbastanza aggiornato dove sono pubblicate anticipazioni, appuntamenti, pensieri e notizie. Ci sono autori, fra cui Gipi, che pubblicano il lavoro che stanno svolgendo per far sì che la sua community lo revisioni e dia il suo giudizio. Ci sono editori e riviste, come Linus, che pubblicano fumetti d'artisti meno conosciuti per testare il pubblico o post con articoli e recensioni sul mondo del fumetto. Ci sono critici professionisti e appassionati che segnalano e raccontano gli eventi a cui hanno assistito o anche solo sentito parlare. Molti festival del fumetto riconoscono il merito di questo strumento tanto da dedicargli una sezione e un premio. Il primo è stato il Festival International de la BD di Angoulême, festival fra i più importanti in Europa e al mondo, che dal 2008 lancia ogni anno il concorso gratuito “Le Bloguer Masque” aperto ai giovani blogger di fumetti francesi, belgi e svizzeri che non sono mai stati pubblicati.

Fig. 35- Locandina “Le Bloguer Masque”, Festival International de la BD di Angoulême 2011



In conseguenza ai “blog” sono diffusissime e preziose le innumerevoli “webzine” che circolano sulla rete sia di pessima che d’ottima qualità. Le “webzine” sono il corrispettivo digitale delle riviste cartacee, rispetto a un blog la “webzine” è mag-

giormente strutturata e soprattutto ha uno stampo più giornalistico. Ad esempio in “neurocomix” (www.neurocomix.it) sono presenti diverse sezioni e rubriche come interviste, recensioni, forum, aree tematiche. Queste si rivelano sempre più un efficace e valido strumento per chi vuole essere aggiornato sia da un punto di vista critico sia “mondano” sul mondo del fumetto.



Fig. 36- Neurocomix.it, Homepage

La piattaforma web non è solo un luogo di scambio, vendita, promozione e dialogo ma anche campo di sperimentazione. Per esempio, anche se le convenzioni di lettura dei fumetti sono le stesse sia per quelli a stampa sia per quelli nei formati digitali, i fumetti tradizionali hanno un orientamento verticale, in contrasto con il normale orientamento orizzontale degli schermi del computer. Se occorre visualizzare su schermo una singola pagina, per evitare al lettore di dover scorrere la pagina è necessario ridisporre il contenuto. Alcuni narratori abbandonano del tutto la stampa e sviluppano fumetti direttamente per la rete. Questa decisione grava molto sulla impostazione canonica del fumetto destinato alla stampa, influenzando la chiarezza del disegno, la leggibilità del lettering, l'impostazione tipografica e altri aspetti della produzione.

Webcomics

Sulla teoria del fumetto, in modo particolare sui “webcomics,” Scott Mc Cloud ha focalizzato le sue ricerche. Nel suo saggio “Reinventare il fumetto” Mc Cloud dimostra che se il fumetto si trasferirà sempre più su Internet, il cambiamento di supporto, cioè il passaggio dalla stampa al video più o meno interattivo, influisce e influirà sempre più sugli aspetti strutturali del fumetto. Ma anche il fumetto

così come lo si conosce oggi, dice Mc Cloud, è in realtà il frutto delle costrizioni determinate dal mezzo di produzione (la stampa) e dal supporto cartaceo di volta in volta usato per diffondere queste realizzazioni. Mc Cloud offre come esempio il fumetto di Charlie Parker *Argon Zark* (www.zark.com), dove l'autore sfrutta, senza che vi siano costi supplementari, la possibilità di offrire due versioni strutturalmente diverse di una stessa sequenza sul *medesimo* supporto, come diversa ne è in parte la fruizione (vedere insieme quattro vignette, oppure una per volta). Intelligentemente l'autore fa coabitare entrambe, per offrire ai lettori due opzioni possibili.

Mc Cloud sottolinea anche:

"Altro aspetto interessante (Parker non è certo l'unico a utilizzare questo procedimento): cliccando sulle singole immagini si possono scoprire altri particolari legati alla storia, accentuazioni del senso del testo appena letto, finte pubblicità, schede esplicative su come l'autore abbia proceduto nell'elaborazione grafica della tavola, eccetera. Come se le singole immagini nascondessero un segreto dietro la loro apparenza liscia."

Una ulteriore opzione che Mc Cloud coglie dei *webcomics* è quella che lui chiama *"la tela infinita"*, ovvero la possibilità di estendere al massimo, o quasi, la singola tavola (visto che il Web, potenzialmente, è praticamente infinito). L'estensione di quest'ultima, dice l'autore, può avvenire *"non semplicemente mantenendo la natura spaziale del fumetto ma portandola all'estremo"*. Si contraddistingue, cioè, per quella *"mappa temporale"*, tipica del fumetto moderno, con la differenza che essa non è *"costretta"* negli spazi angusti della pagina, ma si estende per una lunghezza estremamente più estesa anche se non infinita.

Certo è che il fumetto sul Web ha senso se mantiene sostanzialmente le sue peculiarità, cercando, come dice McCloud, *"di estendere le sue specificità esplorando altre specificità della Rete"*.

Scott Mc Cloud, *"Reinventing Comics"*, Kitchen Sink Press, New York 2000



Fig. 37- Charlie Parker - Argon Zark. Cliccando sull'architettura della terza vignetta compare il dettaglio del modello tridimensionale usato per il fumetto.

E-Book

Da quando iPad è entrato in commercio, le vendite e gli investimenti degli E-book sono in crescita. Ci si chiede se l'ennesimo esperimento di libro digitale avrà un lungo futuro o se è una moda del momento. Nella fiera internazionale del libro di Francoforte 2010, uno dei maggiori appuntamenti internazionali per l'editoria e la cultura con circa 300 mila visitatori ogni anno, molti interventi riguardavano previsioni sugli sviluppi di mercato degli ebook. Per esempio, la Nielsen Bookscan, azienda che si occupa di misurazioni del mercato dei libri in tutto il mondo, si aspetta che entro fine anno il 10% delle vendite di libri in USA saranno ebook, secondo Qbend, azienda statunitense che gestisce sistemi di vendita di ebook, da oggi al 2012 ci sarà una crescita annuale di questo segmento intorno al 42%. L'italiana AIE, associazione italiana editori, stima che per fine anno in Italia gli ebook dovrebbero toccare quota 0,1% del mercato. Lo scenario più interessante è in Giappone, il paese dove se ne vendono di più in assoluto, e in cui nel 2009 ben 6 dei primi 10 bestseller venivano da edizioni per *keitai* (cellulare). Il grosso merito di questa tendenza va ai manga perché sono loro che trainano il mercato del libro digitale occupandone il 90%, secondo quanto riporta la ICv2 Masaaki Shimizu, General Manager International Business Strategy di Bitway, sussidiaria della Toppan (secondo stampatore al mondo) e azienda leader nel manga digitale, con oltre 30.000 titoli che generano circa 25 milioni di download al mese. Secondo Shimizu, il mercato degli ebook nel Sol Levante si aggira intorno agli 800 mln di dollari di cui 654 mln sono manga. Gli scenari futuri secondo Impress R&D, istituto di ricerca giapponese di internet media, prevedono una crescita costante fino al 2013, soprattutto grazie alla diffusione dei tablet, considerando che la stima del 2010 della vendita di manga nota un aumento del 16% generato dai download da cellulari e del 20% da iPad e vari tablet.

I più scettici e spaventati della diffusione degli ebook sono soprattutto le piccole case editrici e gli autori. Nella conferenza *"Quale fumetto per il futuro"* tenutasi nell'edizione Sloworld di Monza – Salone del Turismo Slow e del Fumetto di qualità – sia Alfredo Castelli, autore di fumetti fra cui *Martin Mystère*, sia Laura Scarpa, direttrice della rivista *Animal's* di Coniglio Editore, ritengono che il commercio su piattaforme digitali favorisca le *major* da una parte perché hanno maggiore disponibilità di fare investimenti nonostante gli scarsi margini di guadagno, basti notare che una *"storia"* di un fumetto d'autore costa in libreria 14 € mentre su iPad una *"storia"* Marvel 1 € e dall'altra sfavorisca gli autori perché la diffusione dei formati digitali è direttamente proporzionale alla pirateria e quindi alla violazione del diritto d'autore, impedendo i dovuti introiti che gli spetterebbero di diritto. Quest'ultima considerazione non è valida per quelli che scrivono per le *major* perché *"vendono"* i loro diritti alla casa editrice, quindi cedono alla *major* la paternità della storia, con il vantaggio che sono subito pagati, sia che la

Intervista Macitynet, http://www.macitynet.it/macity/articolo/Disney_Digicomics_la_rivoluzione_digitale_del_fumetto_nasce_in_Italia/aA41337

storia venga o no pubblicata, e lo svantaggio che se lo storia avrà un successo strepitoso, vedi *Superman*, non hanno diritto a nessuna percentuale sulle vendite e l'uso dei diritti d'autore (esempio: merchandising).

Certo è vero che convertire migliaia e migliaia di pubblicazioni cartacee in formato digitale richiede un'ingente e costosa forza, non è quindi un caso che i primi a fare il loro ingresso nel mercato virtuale degli ebooks siano dei colossi come la DC Comics o la Disney. Quest'ultima ha sviluppato la sua "edicola digitale" proprio in Italia e in occasione del debutto su App Store di Disney Digicomics, Gianfranco Cordata e Dario Di Zanni, dirigenti di Disney Italia che hanno gestito la creazione di Digicomics, hanno rilasciato un'intervista a Macitynet dove spiegano esaurientemente il percorso svolto dal progetto e ne illustrano gli sviluppi futuri. Di seguito un estratto dell'intervista:

Disney Digicomics: idea e progetto Made in Italy "Il progetto Disney Digicomics è nato circa un anno e mezzo fa con la creazione di una area dedicata all'interno di Disney Italia di cui sono il responsabile - spiega Gianfranco Cordata a Macitynet - l'obiettivo del progetto era quello di trovare una soluzione per traghettare i fumetti nell'era digitale. Grazie alla collaborazione con la società Mutado abbiamo realizzato Digicomics Studio, un software che permette di importare qualsiasi fumetto e di convertirlo nel nuovo formato digitale. A questo punto un editor o uno sceneggiatore lavorano tavola per tavola decidendo l'effetto di transizione da applicare, inserendo gli effetti audio, di fatto creando un nuovo story telling per il fumetto". L'evoluzione della progetto e lo studio sono stati particolarmente curati per essere "universali". [...] La piattaforma Digicomics è stata progettata per essere versatile, un unico strumento per convertire qualsiasi fumetto per portarlo in formato digitale non solo su iPhone e touch, iPad, PSP, Nintendo DS ma anche sugli altri tascabili e smartphone più diffusi, inclusi quelli che arriveranno in futuro. [...] Secondo i due dirigenti Disney grazie all'invenzione di App Store, Disney ha potuto abbandonare le ipotesi di come realizzare un sistema di acquisto e di pagamento per proporre direttamente i fumetti digitali, potendosi invece concentrare sui contenuti e sulla conversione al digitale.

L'editoria tradizionale e il passaggio al digitale [...] "Il passaggio al digitale risulta un passo necessario una volta preso atto dei cambiamenti nella dieta di media da parte delle persone. Secondo il nostro parere l'editoria non è morta. Oggi gli editori devono pensare come raggiungere i lettori e, dettaglio fondamentale, come mantenere il rapporto con i lettori". Dario Di Zanni che segue il marketing dell'operazione Digicomics offre un paragone illuminante: "Una volta inventata la ruota non significa che l'andare a piedi non ha più futuro: si tratta di due modi

diversi di procedere, utili in differenti occasioni e così editoria digitale ed editoria tradizionale non si elidono". Un'allegoria che, comunque, lascia intendere i profondi cambiamenti che l'editoria tradizionale oggi sta vivendo, con la necessità di individuare un nuovo ruolo che le spetta nell'era dell'informazione digitale e dei dispositivi tascabili.

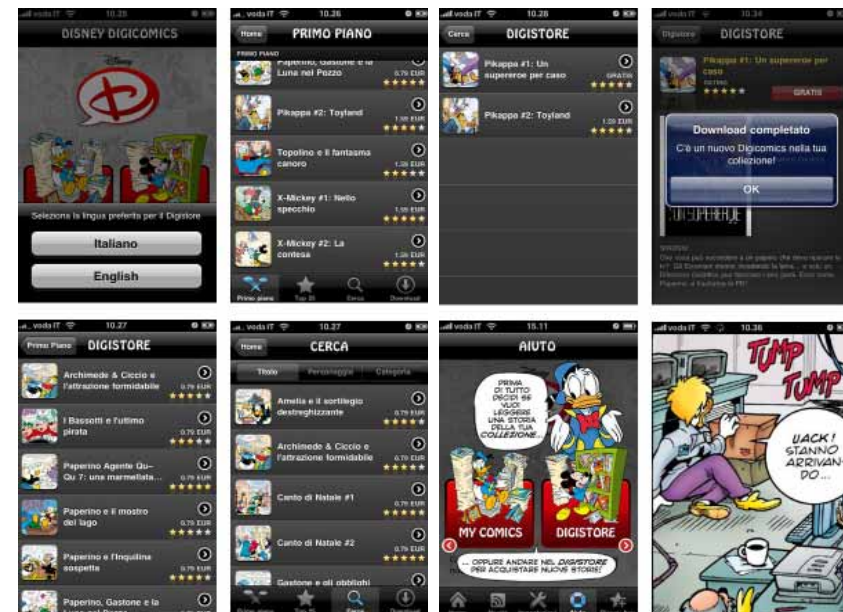


Fig. 38- Snapshots Iphone Disney Digicomics

Le funzioni di Digicomics su iPhone/touch e le novità del 2010 [...] Il negozio in-App di Digicomics propone oltre 40 storie disponibili per l'acquisto e 5 nuove storie saranno aggiunte ogni settimana. Principalmente si tratta di classici e storie di successo che gli appassionati hanno già conosciuto sulla carta, ora in versione digitale pronte per essere sempre disponibili in tasca e lette ovunque. Il costo di 79 centesimi, come noto, non è frutto di una scelta di Disney che avrebbe pensato anche a prezzi più bassi (e probabilmente su altre piattaforme arriveranno fasce di prezzo diverse), ma il costo minimo di un prodotto su App Store è dettato da Apple. Il discorso è interessante perché si riallaccia al punto di vista diametralmente opposto degli sviluppatori: fin dai primi giorni di App Store i creatori di giochi e software per iPhone/touch hanno lamentato una gara al ribasso dei prezzi, in parte anche incolpando Apple per un prezzo minimo troppo basso. Ora con l'approdo non solo di giochi e programmi ma anche di contenuti editoriali, informazioni il discorso si ripropone. Cordata e Di Zanni ammettono che "Lavorare sulle nuove piattaforme e App Store è entusiasmante ma che si tratta di un territorio nuovo, ancora da esplorare. Disney osserverà i risultati e si muoverà di conseguenza" [...]

“Disney dispone di un repertorio di oltre 50.000 mila storie in fumetto: all'inizio ci siamo concentrati su come traghettare tutto questo materiale sui dispositivi digitali, ma stiamo lavorando anche per realizzare nuove storie e contenuti che sfrutteranno maggiormente le funzioni rese possibili dalle piattaforme mobile disponibili”.

In conclusione la domanda di rito: come accoglie Disney il tablet di Apple? I due dirigenti non hanno alcun problema nel rispondere anche a questa domanda: “ I legami esistenti tra Apple e Disney sono tali da richiedere la massima precisione in merito. [...] Noi stiamo già sbarcando anche su questo, ma si tratta di una semplice speculazione”.

Note:

I Coconino Press è una casa editrice italiana di fumetti con sede a Bologna fondata, tra gli altri, dall'ex membro del gruppo Valvoline Igort nel 2000. Pubblica opere di qualità del fumetto mondiale, tra cui gli americani Daniel Clowes, Jason Lutes e Adrian Tomine, i canadesi Seth e Chester Brown, i francesi David B., Baru ed Emmanuel Guibert, i giapponesi Jiro Taniguchi e Suehiro Maruo. Non mancano autori italiani come Gipi, Davide Revati, Francesca Ghermandi, Davide Toffolo, Sergio Ponchione e lo stesso Igort.

La caratteristica della casa editrice è la sua estrema cura editoriale e la ricerca continua di nuovi autori da proporre al pubblico anche grazie alla rivista contenitore Black. In generale, la Coconino si è contraddistinta per essere stata tra le prime case editrici ad importare in Italia il modello dei volumi a fumetti, in un momento in cui tale modello era molto meno diffuso e conosciuto di oggi. Ha inoltre permesso la conoscenza e la diffusione di autori poco o per niente conosciuti in Italia.

Tra le iniziative più interessanti la collana Ignatz, inaugurata nel gennaio 2005 e volta a promuovere la sperimentazione del linguaggio fumetto. I volumi della collana sono frutto di coedizioni con case editrici di Stati Uniti, Spagna, Olanda, Germania e Francia. La casa editrice ha tre formati di base che cerca di non modificare, per evitare di creare confusione nei lettori o problemi di lavorazione alla tipografia, in vista della fedeltà alle caratteristiche grafiche che identificano un libro a marchio Coconino. Il 21,5 x 29 cm è usato per tavole di ampio respiro e a colori. Il 17 x 24 cm e il 15 x 21 cm sono invece utilizzati per i prodotti americani e i *manga*, che sono dotati anche di sovraccoperta con bandelle e si strutturano graficamente in maniera diversa, pur rimanendo tra loro fortemente riconoscibili. Le tirature si aggirano mediamente sulle 4-5mila copie e i resi delle librerie di varia finiscono nel magazzino arretrati, per soddisfare le richieste delle fumatte, oppure all'estero. Coconino Press dispone infatti di un distributore per il mercato francese, svizzero e belga (che è Comptoir des Indépendents), e di uno per quello americano (Diamond).

Nel 2006 Coconino ha curato un'importante iniziativa editoriale in collaborazione con il Gruppo editoriale L'Espresso: una collana intitolata Graphic Novel, composta da 10 volumi dedicati a varie opere a fumetti, fra cui Maus di Art Spiegelman, vendute in allegato a La Repubblica e a L'Espresso.

Affermazione del fumetto come nona arte

03

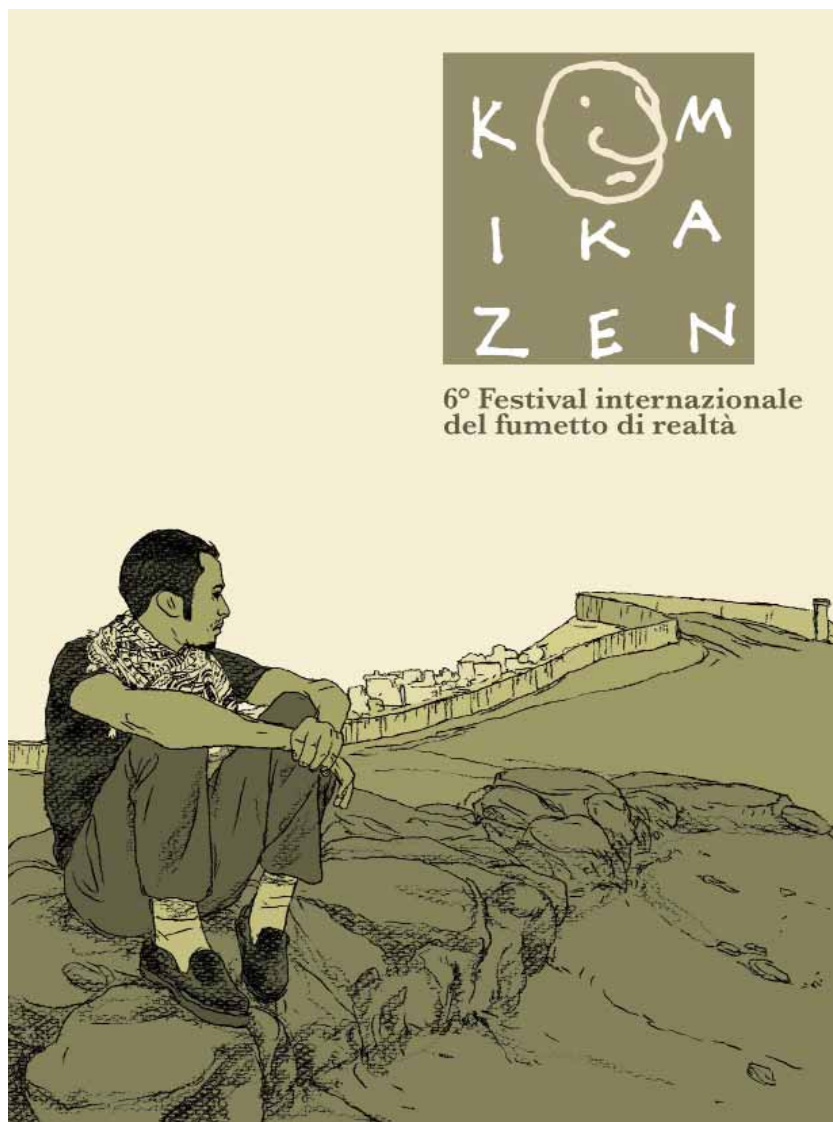
Il fumetto ha iniziato a tentare di esprimere contenuti letterari negli anni sessanta, spinto dall'onda della rivoluzione culturale. Dagli anni sessanta in poi ci si chiede se il fumetto sia in grado di affrontare temi "seri". La domanda negli anni diventa sempre più insistente, nascono i primi festival, il movimento *underground* americano contamina gli spiriti degli autori di tutto il mondo, Will Eisner conia il termine "Arte sequenziale" come definizione e nuova titolazione di "fumetto".

Negli ultimi quaranta anni il fumetto è riuscito a conquistare il titolo di "Nona Arte", ad accaparrarsi sempre più scaffali nelle librerie e nelle biblioteche, ad occupare spazi espositivi sia privati che pubblici, ad invadere sempre più città con festival e musei.

Oggi il fumetto offre un'esperienza culturale di diversi spessori. Gli stessi festival si differenziano fra loro per genere e pubblico. Per esempio a Ravenna nasce nel 2004 il "Komikazen – Festival Internazionale del fumetto di realtà", partito grazie alle prime mostre organizzate dall'Associazione culturale Mirada su Joe Sacco e Marjane Satrapi oggi vanta l'attenzione e la partecipazione di editori di diverse testate giornalistiche e riviste che cercano spazi di rappresentazione diversa del reale e nuove vene narrative, di ONG e organizzazioni umanitarie che necessitano di strumenti per attività sul campo o nuove vie per raccontare i temi che costituiscono il cuore del loro lavoro.

I visitatori e gli autori del festival, provenienti da tutto il mondo, si riuniscono nella città romagnola forti della loro consapevolezza che il *graphic journalism* ha un enorme potenziale, ovvero essere più struggente ed esaustivo di un foto-reportage, affrontare temi "scomodi" come la guerra, la malattia e la miseria in modo così intimo e profondo ma allo stesso tempo semplice da scatenare reazioni e forti riflessioni nel lettore.

Fig. 39- Locandina Komika-zen, Festival Internazionale del fumetto di realtà, 6° edizione, 2010



Sempre di spessore ma meno circoscritto è il Bilbolbul – Festival Internazionale di Fumetto che si tiene a Bologna, città già famosa in tutto il mondo per “La fiera internazionale del libro per ragazzi” (Prima edizione 1963), un evento imperdibile per tutti quelli che si occupano di contenuti culturali per ragazzi, dagli illustratori agli insegnanti. BilBOLbul - Festival Internazionale di Fumetto è un progetto dedicato al fumetto d'autore che presenta le opere di grandi artisti e di giovani talenti della scena nazionale e internazionale.

BilBOLbul nasce a Bologna nel 2001 come iniziativa culturale proponendo,

lungo tutto il corso dell'anno, una serie di attività sul fumetto. Questa esperienza e la rete che sviluppa costituiscono i presupposti per la realizzazione del festival, la cui prima edizione si svolge nel 2007. Attraverso una programmazione trasversale di mostre, incontri, proiezioni, performance e laboratori, BilBOLbul mette in relazione il fumetto e gli altri linguaggi della cultura contemporanea. Accanto alle iniziative di divulgazione del fumetto, BilBOLbul investe nella formazione di nuovi lettori attraverso attività laboratoriali e di promozione della lettura nelle scuole e nelle biblioteche.



Fig. 40- Logo Bilbolbul, Festival Internazionale di fumetto, Bologna



Fig. 41- Bilbolbul - Festival Internazionale di fumetto, interno mostra, Bologna

Nel 1998 apre il Napoli Comicon, un'altra tipologia di festival. A differenza di Ravenna e Bologna, il Napoli Comicon ha uno stampo meno intellettuale e di nicchia ma più concentrato sul fumetto seriale e popolare, anche se non

manca spazio a concorsi e mostre dedicati al fumetto d'autore. Questo festival vede la presenza di grandi case editrici come la Bonelli e la Disney, eventi d'intrattenimento fra cui le sfilate dei *Cosplayer* (vedi p. 4.04), e sezioni dedicate all'animazione e ai videogames, al contrario del BILBObul e del Komikazen interamente o quasi dedicati al fumetto.

Fig. 42- Logo Napoli Comicon



Fig. 43- Napoli Comicon interno mostra, Napoli



Non solo durante l'esposizioni nei festival è possibile ammirare e/o acquistare tavole, disegni, bozzetti originali.

Le gallerie d'arte e gli spazi espositivi che si dedicano al fumetto sono in aumento. In Italia si può trovare a Perugia la graziosa Galleria Miomao, tra le poche gallerie d'arte contemporanea europee unicamente dedicate al disegno, fondata nel 2007 da Maria Cristina Maiocchi, storica dell'arte specializzata nel contemporaneo, l'attività della Galleria si concentra soprattutto sul fumetto di ricerca e sul binomio disegno/sequenza, oltre che sulla proposta di giovani artisti europei.



Fig. 44- Logo Galleria Miomao



Fig. 45- Galleria Miomao, interno mostra, Perugia, Italia

Sulla stessa scia si trova una delle gallerie punto di riferimento per il mercato dell'arte dell'illustrazione e del fumetto, la parigina Galleria Martel, fondata nel 2008 da Rina Zavagli-Mattotti, che vanta nella sua lista vendita pezzi dei più rinomati illustratori e fumettisti a livello internazionale fra cui Art Spiegelman, Lorenzo Mattotti, Robert Crumb, Alberto Breccia, Gabriella Giandelli e Thomas Ott. La galleria è specializzata in esposizioni dedicate esclusivamente ad un illustratore o ad un fumettista; il progetto della fondatrice prevede inoltre punti d'incontro e contatto con gallerie italiane, europee e americane.



Fig. 46- Galleria Martel, interno mostra, Parigi, Francia

È così dato per assodato e dimostrato che il fumetto è reputato un po' meno infantile e puerile di cinquant'anni fa, ma se oggi il fumetto è considerato un'arte molto deve a tre città che hanno fatto del mondo delle nuvole parlanti parte della loro identità culturale: Angoulême, Bruxelles, Lucca. Queste città, ognuna a loro modo, ha contribuito all'affermazione del fumetto come nona arte: la prima ospita il più importante festival del fumetto d'autore a livello internazionale; la seconda è ritenuta la "Capitale del Fumetto" ed è la prima che ha creato un'istituzione per il fumetto; la terza è sede di uno dei primi importanti festival del fumetto ed è la sede del primo Museo del Fumetto in Italia.

Di seguito focalizziamo lo sguardo sulle tre "città del fumetto" appena citate.

3.1 ANGOULÊME

3.1.1 Città

Angoulême è una piccola città di circa 40 mila abitanti ubicata nella parte centro-occidentale della Francia fra Bordeaux e Orléans a circa due ore di treno da Parigi. La città era centro dell'industria francese della carta nel XVII sec., tradizione che mantiene tutt'oggi come principale centro di produzione del fumetto francese. Non è un caso che le insegne, i muri, le strade, i bus trasudano fumetti, parlano attraverso i ballon e che nella città coesistono il museo della carta e quello del fumetto. Quest'ultimo, assieme ai suoi eventi correlati attira migliaia di persone da tutto il mondo, fino a centomila presenze durante i giorni del festival della BD (Bande Dessinée, fumetto), tanto che il nome museo non basta più, qui si parla di Cité de la Bande Dessinée, ovvero una rete di luoghi, spazi, eventi e servizi legati al fumetto, come "La maison des Auteurs", dove risiedono gli artisti e gli ospiti del museo, "Le bâtiment Castro", sede dei festival, esposizioni temporanee, eventi, il festival internazionale della BD, quest'ultimo diretto fautore della istituzione del museo.

Fig. 47- Angoulême, mura-
les su una delle vie della città



3.1.2 Festival International de la Bande Dessinée d'Angoulême

La prima edizione del Festival Internazionale della Bande Dessinée d'Angoulême è nel 1974, data che segna l'apice della decennale ascesa del fumetto francofono. È il più importante festival d'Europa e anche nel mondo per quanto riguarda il fumetto d'autore, infatti, ha ospitato i più grandi autori e assistito agli esordi della nuova guardia francese poiché, altra peculiarità, si distingue soprattutto per far emergere nuovi talenti. È questo il festival dell'esordio d'autori nuovi come Joan Sfar e Marjane Satrapi.

L'evento dura quattro giorni e si svolge durante l'ultima settimana di gennaio presso "Le bâtiment Castro" e in vari spazi diffusi per tutta la città (vedi Mappa del Festival).

Inizialmente i premi sono chiamati "Alfred" poi nel 1989 "Alph-Art Award".

Nel 2003 il nome "Alph" viene definitivamente abbandonato per essere sostituito semplicemente da "Les Palmarès Officiel du Festival International de la bande dessinée".

Il premio è rappresentato dalla statua della mascotte del festival, le Fauve, un simpatico gatto selvatico creato nel 2007 da Lewis Trondheim, l'allora presidente del festival; per il premio più rinomato ed ambito, "Miglio Album", il premio è rivestito d'oro. Nel 2007 c'è un'altra novità, le sezioni sono riorganizzate, la selezione degli album in gara sale da 40 a 60 e sono aggiunti dei premi e dei concorsi:



Fig. 48- Mappa Festival
Internazionale della Bande
Dessinée d'Angoulême, 38°
edizione, 2011

COMPÉTITION OFFICIELLE (COMPETIZIONE UFFICIALE)

- Sélection Officielle (selezione ufficiale)
- Sélection Patrimoine (selezione giuria)
- Sélection Jeunesse (selezione giovanile)

AUTRE PRIX (ALTRI PREMI)

- Prix des École (premio scuole)
- Prix des Collégiens (premio università)
- Prix BD Alternative (premio fumetto alternativo)
- Prix du public (Premio del pubblico)

CONCORSI

- Anim'Ton Fauve (anima il tuo gatto, la mascotte)
- Jeune Talents (giovani talenti)
- Concours de la BD Scolaire (concorso per i fumetti scolastici)
- Révélation Blog (rivelazione blog)
- Concours Agora (concorso creazione storyboard)
- Marktapage (segnalibro)

Il festival è molto più di una mera competizione, anzi, è un'occasione unica per autori, case editrici, professionisti, che insieme contano circa seimila presenze, per incontrarsi, farsi conoscere, crescere e progettare gli obiettivi e l'esperienze future. Inoltre, sono allestite mostre, organizzati eventi, presentazioni e incontri diffusi per tutta la città. Il festival è il motore rinvigorente, sia economicamente che culturalmente, di una cittadina che altrimenti sarebbe dimenticata e sperduta fra le colline francesi.



Fig. 49- Allestimento di una delle mostre del Festival della BD
 Fig. 50- Vie della città durante il festival della BD
 Fig. 51- Locandina Festival della BD



Fig. 52- Musée de la bande dessinée, Angoulême, interno



3.1.3 Cité de la Bande Dessinée



Fig. 53- Mappa Cité de la Bande Dessinée, Angoulême

La “Cité de la Bande Dessinée” è stata inaugurata nel giugno 2009, frutto della rifunzionalizzazione e recupero di un sito industriale di circa 5000 mq, ed è composta da tre edifici:

le musée de la bande dessinée (museo del fumetto), *le bâtiment Castro* e *la Maison des auteurs* (la casa degli autori). Il progetto è stato affidato all'architetto Jean-François Bodin il quale ha mantenuto l'aspetto storico della fabbrica addolcendone però le tonalità di colore e i percorsi. Ha inoltre architettato delle finestrature e un sistema d'illuminazione che permettono un uso controllato della luce solare.

Il *museo della bande dessinée* ha a disposizione per esporre le sue collezioni (circa 8 mila tavole e disegni originali) una superficie di 1300 mq carichi di un'atmosfera sobria, elegante, volta alla valorizzazione delle opere.

Le regole di conservazione delle “opere di carta” obbligano il museo a non esporre per più di tre mesi consecutivi le tavole originali, quindi ogni tre mesi le collezioni permanenti all'interno del museo cambiano ciclicamente e le tavole esposte sono messe al buio per almeno tre anni. Un visitatore desideroso d'ammirare tutta la collezione del museo, dovrà recarsi qui ogni tre mesi per tre anni ma potrà anche visitare le mostre temporanee in corso, partecipare a conferenze e laboratori.

Le mostre temporanee sono dedicate o ad un autore di livello internazionale o ad un tema, mentre i percorsi permanenti, ma con rotazione delle opere esposte, sono due:

- Uno è un percorso storico che parte dalle opere di Rodolphe Töpffer fino ad oggi, diviso in quattro grandi sezioni cronologiche dove sono messi in parallelo il fumetto francese e quello americano, sottolineando come quest'ultimo abbia esercitato una forte influenza in tutto il mondo e in modo particolare in Francia. Il percorso offre anche l'occasione di soffermarsi su un cospicuo numero di autori, personaggi e esplorare lo straordinario patrimonio di un'arte che, in poco più di un secolo, si è imposta poco a poco nell'immaginario collettivo come una cultura comune molto forte, tanto da riflettere, spesse volte, l'evoluzione della società attraverso il cambiamento dei gusti dei lettori negli anni;

- L'altro percorso è dedicato all'approccio verso le tecniche di creazione del fumetto, dalla elaborazione della sceneggiatura alla colorazione delle tavole. Ogni singola tappa è descritta in modo dettagliato ed è mostrato come questa può essere eseguita in modo personale dai singoli autori. L'approccio del percorso può sembrare a volte troppo tecnico ma lo scopo è svelare la natura eterogenea del fumetto, la fatica che comporta e la sua originalità.

Fig. 54- Museo del Fumetto, Angoulême



Le *bâtiment Castro* ospita diversi festival organizzati durante l'anno nella città d'Angoulême, fra cui quello del fumetto e quello del cinema. Nel palazzo convivono diverse attività fra cui la biblioteca del fumetto e dell'immagine, la sala del cinema, un ottimo ristorante e postazioni di lavoro.

È situato nella sponda opposta del fiume rispetto al museo, quest'ultimo rimane lo stesso visibile dalle finestre del *Castro* creando un collegamento fra i due edifici sia concettuale/funzionale sia visivo/esperienziale.



Fig. 55- Bâtiment Castro, Angoulême

La *Maison des auteurs* è una palazzina di fine Ottocento ristrutturata e dedicata, dal luglio 2002, al soggiorno di professionisti e allievi del mondo del fumetto e dell'immagine, ad offrire servizi di stampa, consulenza, formazione sia per i residenti che non, mettere a disposizione spazi ed attrezzature per svolgere la propria professione o i propri studi, come una sala lettura, sala riunioni, computer e tavoli. Lo scopo della *Maison* è offrire un ambiente di lavoro ottimale per la creazione di un progetto, il che significa costruire un luogo dove le diverse figure della professione possano incontrarsi, scambiarsi opinioni e consigli e soprattutto presentare una vetrina dei progetti realizzati e sentirsi sicuri che la propria proprietà intellettuale è tutelata e difesa anche fuori dalle mura della *Maison*. Oggi la struttura ospita più di cento artisti e più di una cinquantina d'autori locali beneficiano dei suoi numerosi servizi.



Fig. 56- (a sx) Maison des auteurs, Angoulême

Fig. 57- (a dx) Vista città di Angoulême

3.2 BRUXELLES

3.2.1 Città

La città detiene il titolo di “Capitale del Fumetto” ed è vero, basti sapere che questa nazione è patria di più di 700 autori di fumetti, la più alta densità di disegnatori per chilometro quadrato. Qui sono nati alcuni fra i più famosi personaggi del fumetto francofono come *Tintin* di Hergé e gli *Schtroumpfs* (i puffi), si è formata la scuola della *ligne claire* e sono state aperte le porte del primo centro del fumetto in Europa in un edificio prestigioso, opera del concittadino Victor Horta.

A Bruxelles, e in tutto il Belgio francofono (la Vallonia), i muri, le strade, le stazioni, le scuole, i negozi, i bar, parlano e trasudano fumetti. Nella stazione sud (Gare du Midi) un Murales alto 7 metri e largo 5 raffigurante *Tintin* in una delle sue avventure ha il compito di dare il benvenuto e presentare la città ai suoi ospiti. Gli amministratori della città belga hanno deciso di rendere le *bandes dessinées* parte integrante dell'architettura cittadina realizzando la *Comic street Route*.

Quando si passeggia per il centro storico di Bruxelles, non si vedono solo edifici antichi e moderni, monumenti e palazzi, ma anche trenta grandi murales che rendono omaggio ai tanti personaggi dei fumetti creati dagli autori belgi: da *Tintin* ad *Asterix*, da *Lucky Luke* a *Gaston Lagaffe*. Alcuni sono dei veri e propri *tromp d'œil* che giocano con l'ambiente urbano creando illusioni ottiche impressionanti e divertenti.

Fig. 58- Bruxelles, murali sulla via della Bande Dessinée



Fig. 59- Bruxelles, murali sulla via della Bande Dessinée



Invece in molti pub l'arte della birra e quella del fumetto s'incontrano; i gestori mettono a disposizione dei clienti una piccola biblioteca di fumetti dei personaggi più o meno celebri della BD che possono essere tranquillamente consultati durante la prelibata degustazione di una delle birre più buone al mondo.

Bruxelles è meta e casa per molti giovani aspiranti fumettisti provenienti da tutte le parti della Francia, della Svizzera e del Belgio grazie alle numerose e valide scuole di fumetto, come la ERG, la ESA-St Luc, e al fumettistico clima che si vive.

3.2.2 CBBB – Centre Belge de la Bande Dessinée



Fig. 60- Logo e facciata del Centro del Fumetto Belga, Bruxelles

Il CBBB – Centro Belga della bande dessinée è situato nel centro di Bruxelles a pochi passi dal museo di Belle Arti. Nato il 6 gennaio 1989, ha sede nel meraviglioso palazzo stile Art Nouveau progettato da Victor Horta nel 1906 per i grandi magazzini di tessuti Waucquez e conta circa 200 mila visitatori all'anno. Il centro riunisce su una superficie di più di 4000 mq tutto ciò che riguarda il fumetto, dalle sue origini sino ai più recenti sviluppi, attraverso esposizioni permanenti e temporanee, una biblioteca, sala lettura di libero accesso (stipata di 30 mila titoli in quindici lingue diverse), un centro di documentazione, una libreria, una birreria.



Fig. 61- Interno del Centro del Fumetto Belga, Bruxelles

Le esposizioni permanenti sono dedicate una all'architetto Victor Horta, una ai metodi di creazione di un fumetto, un'altra al racconto di una delle opere fumettistiche più profonde, complesse e rare, *St Roch – Le Trésor* (a rotazione sono esposti, centocinquanta per volta, documenti originali, schizzi, manoscritti ecc...), e l'ultima è "il museo dell'immaginario" che percorre gli anni dell'ascesa del fumetto belga dal 1929 al 1959 attraverso i suoi autori e personaggi.

Per quanto riguarda le esposizioni temporanee è dedicato tutto il primo piano, e hanno notevole rilievo anche a livello internazionale, tanto d'attrarre visitatori da tutta Europa. Sono dedicate o ad un singolo artista, o ad una corrente, un tema o ad uno dei numerosi eroi del fumetto belga con l'esposizione di schizzi, tavole originali, modellini o corrispondenza e altro ancora. La mission del CBBB è molto semplice e chiara *"promouvoir la bande dessinée et sauvegarder la chef-œuvre architectural qui l'accueille"* (*"promuovere il fumetto e salvaguardare il capolavoro architettonico che l'accoglie"*) – dice Guy Dessicy, uno dei fondatori del centro oggi attuale presidente.

Fig. 62- Interno del Centro del Fumetto Belga, Bruxelles



3.3 LUCCA

3.3.1 Città

Lucca è il più importante centro del fumetto Italiano per quanto riguarda sensibilità, cultura ed eventi. In questo contesto è cresciuta una forte cultura del fumetto tanto che le istituzioni locali sostengono pienamente il MUF-Museo del Fumetto e dell'Immagine e il Festival Lucca Comics&Games, riconoscendo l'arte del fumetto come un'occasione di crescita sia culturale sia economica della città intera.



Fig. 63- Città di Lucca con Cosplayers

3.3.2 Lucca Comics&Games

Fig. 64- "Invasione" del festival di una chiesa scon-sacrata, Lucca



Il festival di Lucca è uno dei primi nella storia del fumetto italiano ed europeo. Il primo è il festival di Bordighera nel 1965 mentre Lucca apre le porte alla sua prima edizione nel 1966. Da quella data fino ad oggi resta ancora l'appuntamento più importante in Italia vantando una presenza costante di circa centomila persona con la differenza però che se ad Angoulême i giorni della manifestazione sono dedicati esclusivamente al fumetto, Lucca deve il merito del cospicuo numero alla presenza, oltre a quella del fumetto, dei videogiochi, dell'animazione e dei *cosplayer* (vedi p. 4.4), al contrario quest'ultimi sono banditi dalla cittadina francese. A conti fatti, vince Angoulême .

Fig. 65- Cosplayer all'interno di un palazzo storico, Lucca



Fig. 66- Allestimento mostra, Lucca

Il Lucca Comic&Games si svolge l'ultima settimana d'ottobre, dura quattro giorni, e coinvolge tutta la città con le sue strade e le sue piazze. L'assetto medievale di Lucca ben si presta a questi tipi di eventi perché riesce con facilità a creare con una leggera azione allestitiva a raccogliere in un *unicom* i vari spazi, sia temporanei (come padiglioni e stand) sia stabili (come palazzi, sale), dedicati alla manifestazione. Il festival è un'occasione per molte case editrici e autori di conoscere direttamente il proprio pubblico attraverso incontri, banchetti e presentazioni. Inoltre in questi giorni sono allestite diverse mostre nei palazzi più prestigiosi di Lucca, oltre al Museo, come al Palazzo Guinigi, alla camera di Commercio, piazza Anfiteatro, stuzzicando la curiosità con maggior spontaneità e naturalezza di quelle persone che non si sono mai interessate di fumetti.



Fig. 67- Allestimento mostra, sotterranei delle mura, Lucca

Quindi, tanto più è rinomato il festival in eguale misura lo sono anche i suoi premi, nel caso di Lucca i Gran Guinigi (nome della rinascimentale signoria di Lucca). Le sezioni in gara sono:

- Miglior Storia Lunga
- Miglior Storia Breve
- Miglior fumetto seriale
- Miglior iniziativa editoriale
- Miglior autore unico
- Miglior disegnatore
- Miglior sceneggiatore
- Maestro del fumetto

Fig. 68- Gran Guinigi, premio Lucca Comics&Games



Il Lucca Comics&Games ospita ogni anno i più rinomati autori italiani e stranieri e ha il pregio d'essere il luogo dove sono presentati gli albi e le mostre più interessanti e "nuove" del territorio italiano.

Fig. 69- Performance all'interno del festival



3.3.3 MUF - Museo Italiano del Fumetto e dell'Immagine



Fig. 70- Mappa MUF, Museo del Fumetto e dell'Immagine Lucca

Nel cuore di Lucca, nel prestigioso edificio dell'ex Caserma Lorenzini, si trova il Museo Italiano del Fumetto e dell'Immagine inaugurato e ufficializzato definitivamente nel gennaio 2008: una favola che narra di uomini, eroi e nuvole parlanti. Imponenti porte scorrevoli, a forma di scudo, segnano l'ingresso nel museo, dove il passato accompagna nel presente in un continuum culturale-emotivo all'insegna della piacevolezza.



Fig. 71- Facciata esterna MUF, Museo del Fumetto e dell'Immagine Lucca

La prevalenza di strutture in ferro grezzo e le pareti nere come l'inchiostro ricreano l'atmosfera della "vecchia fabbrica", al tempo stesso intrisa di modernità sotto un cielo di pannelli luminosi dai colori camaleontici e sospesa in un sottofondo sonoro.

Fig. 72- (in alto sx) Sala

Andrea Paziienza

Fig. 73- (in alto dx)

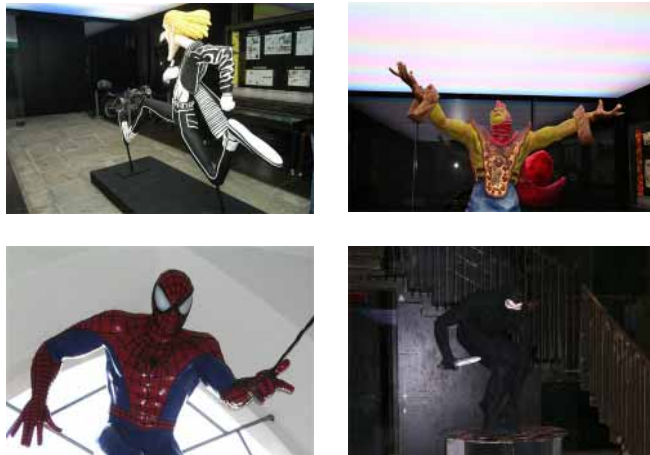
Dettaglio soffitto
dell'allestimento

Fig. 74-- (in basso sx) Statua

Spiederman all'ingresso del
Museo

Fig. 75- (in basso dx) Statua

Diabolik



Il museo, che è comunale e ha un ordinamento principalmente nazionalistico, si snoda in varie sale.

Il primo gruppo è dedicato alle origini del fumetto italiano dove nella prima sala si trovano i lavori di Sergio Tofano e al suo Signor Bonaventura. Dopo questa sala ce ne sono altre dedicate tutte a fumetti d'epoca, quali: Frugolino, Novellino, Corriere dei Piccoli e anche spazi dedicati ad autori come Antonio Rubino. Si possono trovare, inoltre, anche alcuni primi numeri di Topolino giornale.

Il secondo gruppo è composto da sale dedicate a fumetti e autori più recenti, si va dalla sala dedicata a Federico e Luciano Pedrocchi a quella che chiude il percorso con Tex, Diabolik e con la sala dedicata al mondo Disney e a Jacovitti.

Un terzo gruppo, che costituisce un percorso interattivo volto a coinvolgere attivamente il visitatore, comprende "Le case dove vivono i sogni", Lupo Alberto che insegna come nasce un albo e il Laboratorio di Art Attack.

Per quanto riguarda le mostre temporanee, il MUF, organizza ogni anno una serie di nuclei espositivi, eventi e iniziative basati su un tema ricorrente per quell'anno. Per il 2011, in occasione dei 150 anni dell'Unità d'Italia il MUF con il Comune di Lucca, e patrocinato dal Ministero Beni Culturali, Ministero Pubblica Istruzione, Comitato Nazionale celebrazioni 150 anni dall'Unità d'Italia, Rai, Regione Toscana,

Provincia di Lucca, propone la mostra itinerante "150 anni dall'Unità d'Italia - Un lungo viaggio di gente comune per costruire una nazione". L'evento espositivo si compone di un'esauritiva rassegna di quanto è stato realizzato in Italia nel fumetto, nell'illustrazione e nel cinema d'animazione dedicato al Risorgimento ed a temi legati ad importanti accadimenti degli ultimi 150 anni di storia italiana.

Il fumetto, l'illustrazione ed il cinema d'animazione quali innovative formule comunicative per diversamente rappresentare al grande pubblico l'Unità della nazione italiana. Fra le diverse sezioni che compongono l'esposizione figurano:

- le 6 inedite storie ed illustrazioni che compongono i 2 volumi "150 storie d'Italia" editi dal Giomolino in collaborazione con il MUF - le storie, su testi di Francesco Artibani, sono state realizzate dagli autori Sergio Toppi, Ivo Milazzo, Corrado Mastantuono, Pasquale Frisenda, Giorgio Cavazzano, Marco Nizzoli, Carlo Ambrosini, Sergio Tisselli e Renzo Calegari per oltre 200 tavole originali esposte;
- l'inedita storia "Otto regine - storia e storie del risorgimento Umbro" realizzata su testi di Francesco Artibani da Giuseppe Palumbo per la Provincia di Perugia e l'associazione Amici del fumetto di Città di Castello";
- 48 tavole della storia "1848" di Pericoli/Pirella realizzata per la rivista Linus negli anni '70;
- 110 tavole della "Storia del risorgimento italiano" delle edizioni Treves realizzate da Edoardo e Fortunino Matania;
- n. 103 tavole della storia "Garibaldi ed i suoi tempi" delle edizioni Treves realizzate da Edoardo Matania;
- una ricca selezione (oltre 480) d'immagini relative alle copertine della Domenica del Corriere dal 1899 agli anni '70;
- 20 immagini riguardanti le regioni d'Italia realizzate da Sergio Toppi per il Corriere dei Piccoli negli anni '60;
- Una serie di fantasiose immagini d'Italia realizzate da Adelchi Galloni negli anni '80;
- Il mediometraggio animato "La lunga calza verde"; realizzato nel 1961 per la Rai dalla Gamma Film di Milano in occasione delle celebrazioni per

i 100 anni dall'Unità d'Italia;

- Tutte le immagini incluse negli album di figurine riguardanti la storia di Garibaldi e del Risorgimento italiano realizzate tra il 1950 e il 1970 dalle edizioni Spada e Panini;

- Una ricca selezione (oltre 300) di vignette satiriche dedicate ai vizi e virtù italiane realizzate da Alberto Fremura per i giornali *il Telegrafo*, *la Nazione*, *Il Resto del Carlino*;

- Le serie complete dei soldatini del risorgimento e degli eserciti italiani realizzate per il *Corrierino dei Piccoli* da Dino Battaglia, Sergio Toppi, Giorgio Trevisan, Leo Cimpellin, Francesconi.

Nel corso dell'esposizione, sia durante il periodo di soggiorno a Lucca come in quello nelle altre città (circa una decina hanno fatto richiesta) che nel corso del 2011 ospiteranno la mostra stessa, le sezioni si arricchiranno di ulteriori apporti.

Nel 2005 è stata inaugurata la seconda parte del museo, dopo lavori di restauro della struttura. Stessa cosa vale per la terza parte del museo inaugurata invece nel 2006. Le sculture in vetroresina all'interno del museo e le scenografie sono state realizzate da Renzo Pardini e Roberta Traversa in collaborazione con gli autori dei personaggi dei fumetti.

Fig. 76- Sala Lupo
Alberto, Museo del Fumetto
e dell'Immagine Lucca



Fenomeni satelliti al fumetto

Il fumetto esce dalla cornice

04

Del fumetto si può dire di tutto: giocoso, puerile, serio, superficiale, ecc. ma non che sia egoista. Artisti, designer, registi, onlus si sono spesso ispirati al fumetto e hanno preso in prestito, in diverse occasioni, il suo potere comunicativo, le storie e la forma per le loro creazioni o le loro campagne. Il fumetto ha inoltre creato attorno a sé fenomeni culturali come quello dei *Cosplayer* e sfruttato canali commerciali come il merchandising e il collezionismo per finanziarsi e diffondersi. Negli anni si è sviluppata anche una forma di critica nei suoi confronti sempre più colta e sistematica, segno del raggiungimento di una maturità che lo aggiudica al titolo di "Nona Arte".

Questo capitolo offre una panoramica dei rapporti che il fumetto ha con il mondo esterno fra cui l'arte e il design, e dei fenomeni culturali, sociali e commerciali che è in grado di causare e, talvolta, persino comandare.

4.1 IL FUMETTO COME MEZZO DI COMUNICAZIONE SOCIALE E CULTURALE

Il fumetto ha offerto il suo potere comunicativo per campagne di sensibilizzazione sociale e promozione culturale, quindi non è per nulla sorprendente che i personaggi escano dalle gabbie anguste costituite dalle vignette che li inquadrano per accompagnare a riflettere su aspetti della vita particolarmente importanti.

Una campagna sociale non include soltanto la pubblicità ma anche ogni altra attività di comunicazione sviluppata dal soggetto promotore che può essere un'organizzazione non profit, la pubblica amministrazione e le imprese. Tali attività sono le relazioni pubbliche, eventi speciali, marketing diretto, promozioni e punti

vendita, sponsorizzazioni e partnership con le aziende. I personaggi del fumetto trasmettono il messaggio a volte "dal di dentro" delle storie che li vedono protagonisti, come è stato evidenziato dalla mostra "Cielo di Piombo – fumetti e satira contro l'inquinamento", organizzata nel 1996 dalla società Umanitaria di Milano, altre, sostenendo con la loro immagine un appello o una campagna d'informazione sociale o culturale.

I temi affrontati sono diversi, dalla lotta al cancro alla difesa degli animali e dell'ambiente (Lega nazionale per la difesa del cane, LIPU, Greenpeace, ecc...), dalla sensibilizzazione dei diritti umani (Medici senza frontiere, Amnesty, ecc..) alla promozione del patrimonio culturale (Assessorati alla cultura provinciali, comunali, regionali, FAI, ecc...). Per le case editrici prestare i loro personaggi per queste tipologie di comunicazione è anche un'occasione per farsi pubblicità e allargare la loro visibilità, cosicché la beneficenza, oltre ad essere un atto di solidarietà, è, cinicamente parlando, uno scambio di favori.

Molti esempi interessanti ed esaurienti si trovano nelle campagne di prevenzione contro l'AIDS.

Nel 1991 il ministero della Sanità, la Commissione Nazionale per la lotta contro l'AIDS diffondono nelle scuole un opuscolo di 55 pagine creato da Silver (Guido Silvestri), padre di Lupo Alberto, che spiega cos'è l'AIDS, come si trasmette e come prevenirla con un linguaggio semplice ma tagliente

Fig. 77- Commissione nazionale lotta AIDS e ministero della sanità italiana, *Come ti frego - Il Virus*, Lupo Alberto, Silver, Italia 1991



Nel 1998 è la volta di Dylan Dog, un amatore disinvolto, scelto come testimonial sul virus: DYLAN DOG, UN PLAY BOY CONTRO L'AIDS "Proteggi il tuo amore". Con questo slogan, Dylan Dog invita, da un manifesto, a prendere le opportune precauzioni contro il contagio dell'Aids, nel quadro di una campagna promossa dal Comune di Milano.

In Francia, nel 2004, alcuni celebri personaggi della DC Comics, fra cui Superman e Wonder woman, vengono assunti dall'organizzazione "For Aides" per una delle campagne contro l'AIDS più apprezzata nel mondo dell'advertising, diffusa a livello internazionale. Lo slogan è "L'AIDS ci fa tutti uguali"



Fig. 78- For Aides, Aids makes us equal, Superman, DC comics, Francia 2004



Fig. 79- For Aides, Aids makes us equal, Wonder Woman, DC comics, Francia 2004

Questi esempi rappresentano il potenziale comunicativo che un fumetto racchiude, ovvero il potere di narrare temi scomodi e a volte anche complessi in modo diretto, semplice, comprensibile a persone di qualsiasi età ma senza minimizzare il soggetto e il messaggio della campagna.

4.2 MERCHANDISING

Il personaggio dei fumetti più anziano preda del sistema del merchandising è la francese *Bécassine* di Caumey e Joseph Porphyre Pinchon, nata nel 1905 sulla "Semane de Suzette". Quando nel 2005 lei compì cento anni le bamboline, le penne, i quaderni, le magliette, i giocattoli con l'immagine o le sembianze della giovane cameriera bretone, un po' pasticciona, ebbero un gran successo sia di vendite sia d'immagine nonostante l'agguerrita competizione fra supereroi come *Batman*, *Superman* e curiosi personaggi come *Tintin*.



Fig. 80- Esempio gadget merchandising Bécassine

Ma prima di affrontare il discorso sul merchandising specifico del fumetto è utile sapere cosa sia precisamente il merchandising.

Secondo la legislazione italiana, il contratto di merchandising è un contratto atipico, vale a dire non espressamente disciplinato dal codice civile. Deriva pertanto dall'autonomia contrattuale delle parti riconosciuta dall'art. 1322 c.c.: *"Le parti possono liberamente determinare il contenuto del contratto nei limiti imposti dalla legge (e dalle norme corporative). Le parti possono anche concludere che non appartengono ai tipi aventi una disciplina particolare, purché siano diretti a realizzare interessi meritevoli di tutela secondo l'ordinamento giuridico."*

La figura contrattuale che più si avvicina al fenomeno preso in considerazione è quella della locazione, regolata dall'art. 1571 c.c.: *"la locazione è il contratto con il quale una parte si obbliga a far godere all'altra una cosa mobile o immobile per un dato tempo, verso un determinato corrispettivo"*, che, quando ha come oggetto un bene immateriale si denomina "licenza" (autorizzazione all'utilizzo temporaneo di un bene a fronte di un pagamento).

Con il contratto di merchandising, nel dettaglio, il titolare (licenziante) di un diritto di esclusiva su beni immateriali (immagine, marchio, emblema, nome, ecc.) cede, dietro corrispettivo, l'uso di questo diritto ad un soggetto (licenziatario) che potrà utilizzarlo e sfruttarlo al fine di pubblicizzare i suoi prodotti o accrescerne la notorietà.

Facciamo un esempio completo e fra i più redditizi nel campo del fumetto: la Marvel assume un autore per scrivere una storia di *Spider-man*. Nel contratto è previsto un compenso forfetario, che l'autore riceverà sia se la storia venga pubblicata sia se non lo viene, che include il diritto d'autore. In pratica la Marvel acquista la storia, diritti e licenza compresi, e poi è lei e solo lei che decide come sfruttarla. A questo punto nel contratto di merchandising la Marvel è il titolare (licenziante).

Nel 2000 circa bussava alla porta della Marvel la Sony Pictures Entertainment che vuole fare un film colossale su *Spider-man*, chiede quindi la licenza. Secondo il contratto di merchandising, la Sony Pictures Entertainment è il soggetto (licenziatario). La Marvel vende la licenza a Sony e probabilmente vorrà una percentuale sugli incassi. Sony firma, accetta e fa il film. Il 3 Maggio 2002 esce nelle sale americane *Spider-man* diretto da Sam Raimi, incassa a livello internazionale 821.700.000 \$, il film più visto nel 2002 (dati Castle Rock 25-10-2007), vince due MTV-Movie-Awards. Ora, non si sa qual è la percentuale che la Marvel abbia chiesto alla Sony, ma in ogni caso ha fatto un bell'affare: supponendo che la percentuale sia del 1%, sono più di 8 mln di utile che va nelle casse dell'azienda senza alcuno sforzo aggiuntivo. Oltre a questo, c'è un'interessante coincidenza che si propone ogni volta che una casa di fumetti rilascia una licenza ad una cinematografica (come nel caso presentato), o a una ditta d'abbigliamento, di ar-

ticoli di cartoleria, casalinghi ecc... le vendite del tal fumetto quasi raddoppiano per un paio di mesi. In conclusione, l'investimento iniziale della Marvel ha fruttato, solo in questo caso, 8 milioni di dollari, aumento delle vendite, più una mole di pubblicità gratuita.

Il meccanismo appena illustrato vale per tutti i prodotti/soggetti, sia fisici, come gadget, abbigliamento e accessori, sia intellettuali, come film, romanzi, pubblicità e permette a molte major (DC, la Disney, Marvel, ecc.), case editrici (Astorina con *Diabolik*, Bonelli con *Dylan Dog* o *Tex*), syndication (King Features Syndicate con *Braccio di Ferro* e *Betty Boop*) e autori (o i loro famigliari se morti: la famiglia Crepax con *Valentina*, la famiglia Pratt con Corto Maltese) una rendita fissa nel tempo, per alcuni tanto cospicua da sanare debiti e scongiurare il fallimento.



Fig. 81- Esempio di merchandising, Slip di Batman

4.3 COLLEZIONISMO

“Non c'è miglior modo di incoraggiare i collezionisti che numerare ogni volume”

Motto della casa editrice di fumetti Cupples and Leon, 1910

Una buona collezione è ben organizzata, catalogata ed attrattivamente esposta, e segue un filone tematico. Anche il collezionismo di fumetti segue le stesse regole.

Di seguito, è proposto un frammento di un post tratto dal blog di un collezionista di fumetti, Chico (<http://chico-fumetti.blogspot.com>), che da un suo giudizio:

“I collezionisti sono da generazioni assuefatti ad un concetto di collezionismo secondo il quale la “grandezza” della collezione, intesa nel senso materiale di “quantità di albi”, è un fattore molto importante. Possedere una collezione di svariate migliaia di albi è motivo di prestigio. Se poi la raccolta segue anche un filo conduttore particolare (20.000 fumetti Disney o 15.000 fumetti neri) il prestigio è doppio. Per questo i collezionisti tradizionali hanno accettato negli anni una suddivisione del materiale collezionistico in macro-aree di interesse (anteguerra, neri, Disney, supereroi, ecc.), hanno stabilito cosa rientra nella classificazione e cosa no - definendo in tal modo i limiti della propria raccolta - e si sono messi a raccogliere il materiale prescelto. Per tutta una serie di ragioni questo modo di collezionare non funziona più e la collezione sta diventando sempre più mirata e circoscritta ad una quantità di albi notevolmente minore.

Dalle parole di Chico si comprende che nel collezionismo canonico le categorie sono: fumetti anteguerra e postguerra, fumetti americani (Disney, DC, Marvel), fumetti neri o noir (fumetti come Diabolik), fumetti d'avventura, supereroi, case

editrici, autori, tavole/disegni originali.

I mercati sono, oltre alle fumetterie e le annesse sezioni dedicate all'usato, le fiere del fumetto, librerie per collezionisti, case d'asta, gallerie d'arte e internet dove esistono migliaia di Forum, blog, riviste on-line, E-shop creati dagli stessi collezionisti.

Fig. 82- Copertina "Pinocchio avvocato e Topolino imputato", esempio di fumetto da collezione



Quando si osserva una tabella con le quotazioni (Tab. 4) di un fumetto salta subito all'occhio una serie di lettere o parole "in codice" (E, Mag., B, ecc...), rappresentano le classi di conservazione del volume (vedi Tab. 5); poi si guarda l'edizione e la sua data, il numero e infine il prezzo. Per "fare" il prezzo si valutano principalmente tre indici: uno è *lo stato di conservazione*, il secondo è la *rarietà*, il terzo è la *richiesta di mercato*. Tanto più un volume è conservato, raro e ricercatissimo, tanto più è il suo valore e prezzo; sono semplici regole di mercato alla fine.

Tab. 04- Listino prezzi Galleria "LittleNemo", via Montebello 2/d, 10124 Torino

Titolo	Prezzo
PANTERA BIONDA. Arc, 1948. Completa nn. 1/108 Mag.	□3.200
PECOS BILL. Mondadori, 1960. Formato libretto. Completa nn. 1/117 O	□750
PICCOLO AVVENTUROSO (IL). Nerbini, 1936. Seq. nn. 1/30 E/Mag	□900
PICCOLO SCERIFFO (IL). Torelli, 1949-50. A.O. nn. 1/46 E	□4.000
TEX n. 37 1^ serie, 1948 / B	□75

Cod.	Stato	Descrizione
M	Mediocre	Fumetto che ha subito gravi danni, come l'assenza di copertina o retro, carta che si sbriciola, macchie fortemente invalidanti, abrasioni estese sulle copertine, ecc. Pezzo considerato non collezionabile.
D	Discreto	Fumetto che ha subito danni evidenti, ma che non pregiudicano troppo l'integrità generale del pezzo. Può presentare segni di biro, pieghe diffuse in copertina, frammenti mancanti, segni di nastro adesivo, ecc. E' il primo livello in cui un fumetto è considerato come collezionabile, ma la tendenza del mercato è quella di sostituire tali pezzi danneggiati.
B	Buono	Fumetto che presenta difetti diffusi in quanto è stato letto più volte. Può presentare pieghe in copertina, piccoli frammenti mancanti, segni di umidità, piccoli segni di biro, lievi tracce lasciate da nastro adesivo, pagine ingiallite, ecc. E' fondamentale che ci sia un'integrità generale del pezzo e che i difetti, benché diffusi, non siano troppo marcati.
O	Ottimo	Fumetto che non presenta difetti particolarmente visibili, ma che è stato letto almeno una volta e conservato con cura. Può presentare una leggerissima piega di lettura, lievi ingiallimenti della carta, minimi strappetti senza mancanze, ma non devono esserci segni di biro o nastro adesivo ed il fumetto deve apparire con i colori ancora freschi, come quasi nuovo.
E/Mag	Eccellente	È il cosiddetto stato da Edicola o da Magazzino, come ultimamente molti usano definire i fumetti perfetti sotto qualsiasi aspetto. Il pezzo non deve presentare difetti di alcun genere, se non quelli che possono essere intervenuti all'origine, come piccole sfrangiature dovute alla taglierina, lievi fuori-quadro delle copertine, ecc. Nel giudicare un fumetto eccellente bisogna anche tenere conto dell'età del pezzo che si esamina e del fatto che la carta ha un suo processo irreversibile di invecchiamento, per cui un lievissimo ingiallimento può essere tollerato se il fumetto ha molti decenni alle spalle.

Tab. 05- Categorie degli stati di conservazione

Tab.06- Indici rarità.....

Indice	Descrizione
Introvabile	F fumetti di cui non solo esistono pochissime copie in senso assoluto, ma anche un buon numero di aspiranti che se le contendono; non è possibile esprimere una stima attendibile e precisa, poiché non escono praticamente mai sul mercato, ma passano generalmente di mano attraverso trattative riservatissime. Pochissimi fortunati li possiedono, di solito grandi collezionisti. Sono albi o giornali di ottimo pregio e di elevato valore economico. Es. <i>Topolino contro Wolp - Zenit Gigante</i> 1ªserie n.2
Rarissimo	È il caso di fascicoli non introvabili, ma di altissima rarità. Il numero di copie esistenti è basso e assai di rado si trovano sul mercato. Assiduamente ricercati, mancano nella gran parte delle collezioni e non è affatto detto che si riescano a reperire. Es. <i>TEX Gigante</i> 1ªserie n.6 - <i>Almanacco Topolino</i> 1938
Raro	S sono fascicoli rari, molto difficili da reperire, ma comunque alla portata di chi sa aspettare e ha denaro da spendere. Si trovano col tempo, perchè molto rarefatti, ma si potrà pur sempre ambire a possederli. Es. <i>Tex striscia</i> 1ªserie n.1 - <i>Nel Regno di Topolino</i> n.92
Non comune	Sono i cosiddetti numeri "difficili", quelli che per primi notiamo mancare nelle disponibilità dei migliori commercianti e nelle mancoliste dei collezionisti, ma, impegnandosi nella ricerca, si riescono a reperire in tempi ragionevoli. Sono molto ricercati e spesso rappresentano i numeri "chiave" delle collezioni non rare. Segnano il passaggio dalla categoria dei fumetti comuni a quella dei fumetti rari. Es. <i>TOPOLINO</i> libretto n.1 - <i>ZAGOR Zenith</i> n.52
Discretamente comune	Si reperiscono con facilità discontinua, nel senso che pur essendo comuni spesso si fa difficoltà a venirme in possesso nel momento in cui li si desidera acquistare. E' il caso di molti fumetti "comuni" del periodo anteguerra. Es. <i>TOPOLINO</i> giornale n.250 - <i>TOPOLINO</i> libretto n.47
Comune	Fascicoli che, sebbene non diffusissimi, sono reperibili con facilità e in breve tempo. Generalmente vengono collezionati e apprezzati solo se in eccellente stato di conservazione. Es. <i>TEX Gigante</i> 2ªserie n.100 - <i>ZAGOR Zenith</i> n.151
Comunissimo	È il caso di quei fascicoli che si reperiscono in qualsiasi momento li si desidera. Si tratta di fumetti ad altissima tiratura o che comunque sono stati assiduamente ben conservati dai lettori e dai collezionisti fin dagli esordi della collana. Sono generalmente ricercati solo nel migliore stato di conservazione possibile. Es. <i>DYLAN DOG</i> n.1 - <i>TOPOLINO</i> libretto n.1000

Il collezionismo, sul lungo periodo, può diventare anche una forma d'investimento. Oggi il primo numero della prima edizione di Tex vale, in ottimo stato, 3200 € (quotazione galleria *Little Nemo*, Torino), il primo numero di Diabolik, prima edizione, può arrivare a 2000 € (dati *Astorina*), la prima serie di *Capitan America*, in eccellente stato (o da edicola), vale sui 2500€ (quotazione galleria *Little Nemo*,

Torino). In sé per sé non sono cifre esorbitanti soprattutto se messe in confronto a quelle del mercato dell'arte ma se si pensa al loro costo primordiale, bassissimo, (circa 2 € di oggi), e si fan due conti, in cinquant'anni quel primo numero di Tex (stato conservazione eccellente) è cresciuto del 1600%. Gli esempi fatti riguardano fumetti di larga distribuzione e perciò fra quelli più facilmente reperibili, se ci si avvicina a fumetti che, per un motivo o per l'altro, non hanno avuto ristampe o lunga vita e di conseguenza meno diffuse, le quotazioni si alzano esponenzialmente rispetto agli altri. Alcuni fumetti sono così rari che sono stampate copie camuffate e illegali per spacciarle nei mercatini o in internet. Un esempio è il manga *Nausicaä nella valle del vento* n.23 di Miyazaki: in Italia ci sono due edizioni, la prima da parte dell'editore Granata Press, la seconda da parte di Panini. L'edizione Granata consta di ventitrè sottili albi. Gli ultimi sono pubblicati quando la casa editrice è prossima al fallimento e il numero 23 è distribuito in pochissime copie, tanto che molti lettori, non solo non possono comprarlo, ma non sanno nemmeno che esiste. Per questo, per diverso tempo, si diffuse la leggenda che il fumetto si concludeva con l'albo numero 22. Il numero 23 raggiunge cifre notevoli in ambito collezionistico, tanto che si giunge a farne delle ristampe anastatiche da vendere a prezzo di speculazione.

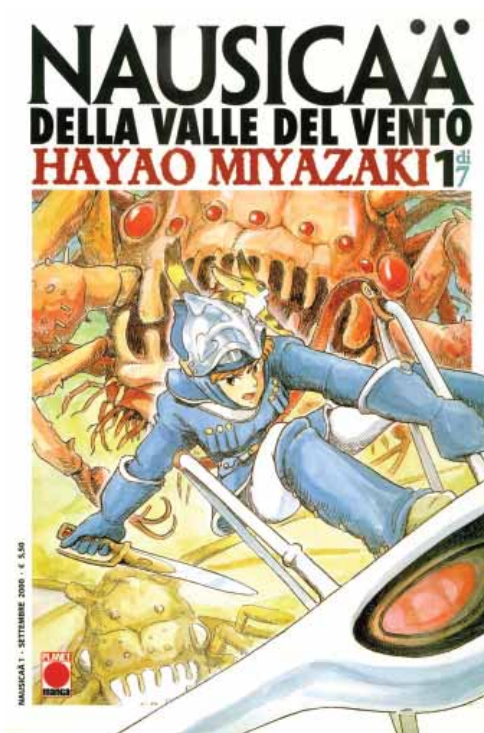


Fig. 83- Nausica della Valle del vento, Hayao Miyazaki

Fino adesso si è accennato a casi dove un volume nato “popolare” diventa, nel tempo, da collezione. Ma esistono anche diverse pubblicazioni che nascono per essere pezzi da collezione. Ci sono delle piccole e piccolissime case editrici che riescono a non fallire proprio grazie a questo processo. Queste, accettate che non possono più competere con le grandi case, si sono specializzate nell’edizione di volumi pregiati, in serie limitata. Una di queste è l’indipendente *Passanger Press*, fondata nel 2007 dai giovani Christian G. Marra e Marco Andreoletti, che nel 2009 pubblica una edizione di lusso *The Passanger Album Limited Edition 2009*: una serie di 300 copie numerate a mano, 88 pagine, 5 tipi di carta, 4 diversi formati, più di 35 artisti di tutto il mondo, 1 DVD, costo 55 € neanche tanto; il volume si trova solo nelle fiere, festival del fumetto e contattando i fondatori della casa editrice attraverso il loro blog; ha vinto il premio per *migliore stampa alternativa* al Festival di Angoulême 2009. Insomma, è un pezzo d’alta qualità e unico che acquisterà ancor più valore nel tempo.

Questo ultimo tipo di collezionismo è molto prossimo a quello dedicato alle tavole e ai disegni originali degli autori. I collezionisti che possiedono tali opere sono persone che cercano il pezzo unico, il vero e l’affare, un aspetto del fumetto e del suo collezionismo che si lega molto con il mondo dell’arte pittorica.

Fig. 84- Magnus, Kue-to/Studio per le 110 pillole, tecnica mista su carta vergatina con studio al retro cm 37x25,5/ €800,00



4.4 COSPLAY

Il *Cosplay*, contrazione dei termini inglesi “costume” e “play”, è un fenomeno nato in Giappone e consiste nel travestirsi da personaggi dei fumetti, dei videogame, dei cartoon e dei film. Una moda giovanile nata negli anni Settanta nelle strade della capitale giapponese ed esplosa grazie a internet anche nelle metropoli americane e europee.

Il popolo dei *Cosplayer*, sempre più numeroso, ritrova il suo habitat sfilando a fiere, eventi, e recitando a volte piccole scene sotto gli occhi di sfrenati sostenitori che farebbero invidia persino a Lady Gaga, mentre i volti di quelli che credono nell’intellettualità del fumetto e disprezzano fronzoli e balletti, sono pieni di sdegno..

“Tutto è cominciato a Tokyo e dintorni alla fine degli anni Settanta, quando alcuni ragazzi presero a vestirsi come Lamù, protagonista di una serie animata”

spiega Francesca Dani, fra le cosplayer italiane più note, in un’intervista rilasciata a Repubblica. Poco meno di trent’anni, a capo di un’azienda di pelletteria con la sorella, nel 2007 ha vinto il Cosplay Summit di Nagoya, una sorta di campionato mondiale, Francesca è uno dei tanti esempi di *Cosplayer*.

“La moda però si è diffusa, anzi è esplosa, negli ultimi anni complice internet e le sue potenzialità. Fra i più bravi in assoluto ci sono i giapponesi, ma brasiliani e americani non sono da meno. E anche noi italiani ci difendiamo bene”

continua Francesca. Nel libro *Otacool 2*, uscito nelle librerie online per Kotobui-



Fig. 85- Cosplayers

kiya, sono racchiusi i migliori spettacoli e usi e costumi del mondo *Cosplay* con lo scopo di raccontare la diffusione di una pratica che furoreggia fra i ventenni negli Stati Uniti come a Singapore, in Messico, Australia, Polonia o Thailandia. Questo libro è una valida guida sia per gli appassionati che cercano l'ispirazione per il prossimo vestito, sia per quelli alle prime armi. *Otacool 2* è il secondo volume di una serie di una collana dedicata alla cultura *otacool*, neologismo giapponese frutto dell'unione di *otaku* e *cool*: *otaku*, è una parola giapponese un tempo usata in maniera dispregiativa per definire chi dai giochi elettronici o dai manga è ossessionato, ora sfoggiata con orgoglio. *Cool* è la parola inglese che in questo caso sta per "successo".



Fig. 86- Cosplayers

Il curatore del volume Danny Choo, figlio di Jimmy Choo, stilista anglo-malese amato dalle protagoniste di *Sex and the City*, è colui che ha scovato un prolifico mercato nel mondo della cultura *otacool* grazie alla sua passione per il *cosplay*. Arrivato in Giappone nel 1999, Danny ha iniziato la sua brillante carriera come addetto ai siti web: *Jal*, *Amazon*, *Microsoft*. Dal 2007 ha un suo blog dove si parla di *action figures* (miniaturre) con tre milioni di utenti unici al mese. Nel frattempo fornisce consulenze a compagnie del calibro di *Google*, *Disney*, *Nhk*, *Mozilla*, *Bandai*, continuando a danzare per le vie di Tokyo come *cosplayer*. Le sue perfor-

mance su YouTube le guardano in quasi quattro milioni. Danny Choo è una persona che ha l'abilità di monetizzare le proprie passioni sfruttando la teoria della coda lunga ("long tail"), i mercati di nicchia che sulla Rete diventano di massa.

Ma non tutti i cosplayer sono tutti come lui e lo conferma anche Francesca Dani:

"Bene che vada si viene inviati in fiere importanti dedicate ai fumetti, dove i cosplayer sono una presenza fissa. Il nostro è solo un hobby che, salvo eccezioni, non fa guadagnare soldi, Anzi, direi di più: è un hobby relativamente costoso".

Un vestito richiede dalle due settimane al mese di lavoro, per una spesa compresa fra i duecento e i millecinquecento euro. Ovviamente ci sono negozi online che vendono costumi già fatti. Non è il caso per chi ambisce ad essere pubblicato su *Otacool* o sul blog di Danny Choo, o ad essere invitato alle fiere. Quelli, a modo loro, sono professionisti del settore.



Fig. 87- Copertina Otacool 2, Danny Choo

4.5 LA CRITICA

In teoria è possibile parlare, da un punto di vista critico, di qualunque forma di espressione e infatti di articoli e testi critici sui fumetti ne sono stati scritti molti dagli anni Sessanta a oggi. Oltre ai dizionari, ci sono critici che hanno analizzato il fumetto all'interno di ambiti più ampi, come Umberto Eco, che nel 1964 con il saggio "Apocalittici e Integrati" si sofferma sull'osservazione degli aspetti positivi e negativi della società industriale, del consumismo e soprattutto sulla "informazione di massa" riservando una parte al fenomeno del fumetto; altri che hanno ripercorso le tappe della sua storia, come Favari o Raffaelli, quest'ultimo nel 1997 concentra le sue ricerche sui formati del fumetto nel saggio "Il Fumetto"; altri ancora che si sono occupati di particolari scuole o settori, come Becattini e Boschi, ma i libri sul linguaggio del fumetto che più hanno contribuito ad analizzare le peculiarità, le radici e le potenzialità di questo media, sono quelli scritti da chi i fumetti li realizza, come Will Eisner, Alfredo Castelli, Alan Mooere o Scott McCloud.

Nel fumetto ci sono molti aspetti che richiamano le altre arti che di conseguenza si riversano nelle forme della sua critica. Daniele Barbieri, semiologo e studioso di fumetti, nel suo saggio "I linguaggi del Fumetto", ha evidenziato come nei fumetti esistano componenti che appartengono a molte forme d'espressione diverse dall'illustrazione alla musica, dal cinema alla letteratura. Secondo Andrea Cantucci, fumettista e membro fondatore della C.U.E.A. (Centro Umanista di Espressione Artistica), quello che ancora manca, semmai, è un linguaggio critico che tratti il fumetto come un insieme articolato di tutte le sue componenti e che studi come queste interagiscono tra loro, producendo qualcosa che va al di là della semplice somma delle parti. In molti casi, sembra che ogni critico tenda a

guardare il fumetto con l'ottica di un diverso media alla volta.

Fig. 88- Scott McCloud,
Understanding comics



Ad esempio, Pierre Fresnault-Deruelle, autore di "I fumetti: libri a strisce" e "Il linguaggio dei fumetti", ha applicato al fumetto lo stesso approccio critico che Vladimir Propp, linguista e antropologo russo, aveva usato nel suo "Morfologia della fiaba". Pur non essendo un approccio divertente, essendo molto rigido e schematico, dimostra che si può trattare il fumetto come letteratura.



Fig. 89- Copertina "Eisner-
Miller: interview conducted
by Charles Brownstein"

Una forma di critica opposta a quella di Fresnault-Deruelle è rappresentata dai dialoghi di Will Eisner con altri fumettisti, come Miller in "Eisner-Miller: interview conducted by Charles Brownstein", dove autori attivi nello stesso settore cercano di portare allo scoperto ciò che normalmente resta dietro le quinte delle loro opere, per far capire un po' di più come siano arrivati a realizzarle.

In ogni caso, per dire se uno studio critico sia efficace o no, occorre prima di tutto chiarire quale sia l'obiettivo, che può essere un'analisi schematica di singoli elementi o un discorso fra più soggetti.

4.6 FUMETTO E ANIMAZIONE

Più che di “rapporto” fra fumetto e animazione è meglio definirlo “legame”, perché le loro storie sono intrecciate, sono un continuo scambio d'idee e influenze come se fossero l'uno figlio dell'altro. Il loro legame è la base per l'elaborazione contenutistica e formale della maggior parte dei disegni animati.

Questa stretta relazione fra cinema d'animazione e arti figurative è sottolineata dal fatto che i primi a cimentarsi con questo nuovo mezzo espressivo sono proprio gli illustratori, i caricaturisti e i primi fumettisti, tanto è vero che cinema d'animazione e fumetto nascono praticamente insieme: il cinematografo è brevettato nel 1895 da Auguste e Louis Lumière e nello stesso anno nasce Yellow Kid.

Così nella storia dell'animazione si ritrova il legame con il fumetto. Non a caso le nazioni che hanno sviluppato maggiormente il cinema d'animazione, soprattutto a livello quantitativo, sono quelle con l'industria del fumetto più grande: USA, Giappone, Francia.

Affrontare il discorso di come ogni paese, fra quelli citati, ha sviluppato il cinema d'animazione in rapporto al fumetto sarebbe troppo ampio e confuso da svolgere in questa sede. Quindi si è scelto di illustrare un singolo caso, abbastanza esaustivo, dove il legame fumetto/animazione è particolarmente forte (e frequente): l'animazione giapponese.

Non si può tracciare la storia del cinema d'animazione giapponese senza accennare alla relazione che c'è fra i manga, che apparvero ufficialmente nel 1905 nell'inserito domenicale del quotidiano “Jiji Shinpo” realizzato da Rakuten Kitaza-

wa, chiamato "Jiji Manga", da cui trae origine la generalizzazione del termine (manga), e i *senga eiga*, linee disegnate, (così si chiamavano i cartoni in Giappone prima che subentrasse il termine *anime* contrazione di *animation*). Quando appaiono i primi disegni animati quella dei manga è una tradizione ormai consolidata e vari autori attingono a questo ricco deposito d'idee.

Oggi le anime e i manga giapponesi sono frutti soprattutto della cultura *Ot- acool*, (*Otaku+Cool*, *Otaku*: parola giapponese un tempo usata in maniera dispregiativa per definire chi dai giochi elettronici o dai manga è ossessionato, *Cool*: di successo, in inglese) conseguenza dell'occidentalizzazione del paese, soprattutto da parte della popolazione giovanile. Al contrario, in origine i *senga eiga* e i manga s'ispirano a storie popolari e al teatro tradizionale (*kabuki*).

Di seguito scopriamo il cammino di questo capovolgimento che rispecchia l'evoluzione che ha attraversato in questo ultimo secolo la cultura giapponese.

La storia del cinema giapponese ha inizio nel 1917. È in quell'anno infatti che viene proiettato il primo filmato in animazione interamente realizzato in Giappone.

Si tratta di Imokawa Mukuzo Genkanban no *Maki* (Il portinaio Imokawa Mukuzo) di Hekoten Shimokawa (1892-1973), vero e proprio esperimento che l'autore - vignettista del giornale satirico *Tokyo Puck* - realizza da autodidatta, "inventandosi" le tecniche dell'animazione e usando quale unica fonte di ispirazione la visione dei cartoni realizzati negli Stati Uniti. Queste antiche pellicole giapponesi raccontano storie affascinanti che si ispirano al teatro *kabuki* e a leggende popolari.

Il primo mediometraggio in animazione, *Momotaro no Umiwashi* (Momotaro l'aquila dei mari), arriva nelle sale solo nel 1943.



Fig. 90- Momotaro no Umiwashi, 1943, fotogramma

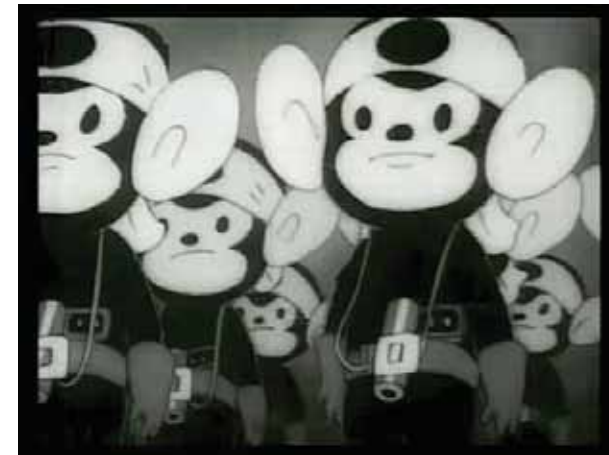


Fig. 91- Momotaro no Umiwashi, 1943, fotogramma

Sarà seguito un anno dopo, nel 1944, dal primo lungometraggio giapponese, *Momotaro Umi no Shimpei* (Momotaro il divino marinaio), ancora in ritardo rispetto agli Usa (*Biancaneve e i sette nani* è del 1937).

Entrambi i film di *Momotaro* sono firmati da Mitsuyo Seo (1911) e si rifanno ad un personaggio mitologico giapponese. *Momotaro* nella tradizione è un fanciullo divino nato da una pesca gigante e destinato a sconfiggere gli oni (demoni giapponesi), mentre in questi *senga eiga* combatte contro i nuovi demoni affrontati dai giapponesi: le truppe bianche statunitensi. La propaganda militare ha dunque messo le mani sulla nascente industria animata, dal 1937 infatti il Ministero dell'Esercito e il Ministero della Marina Militare iniziano a commissionare cortometraggi animati (così come fanno gli americani dall'altra parte dell'oceano) dando così il primo forte impulso alla nascita di studi locali.

Dopo la guerra circa cento professionisti si riuniscono nello *Shin Nihon Doga*, che un mese dopo cambierà il nome in *Nihon Manga Eiga* (la parola *manga* indica i fumetti).

Alcuni animatori che resistono alle difficoltà del dopoguerra fondano la *Nichido Eiga*, che riesce a realizzare alcune opere per la casa di produzione cinematografica Toei, come *Hakujaden* (La leggenda del serpente bianco) nel 1958, prima di essere assorbita da quest'ultima cambiando il proprio nome in *Toei Doga* o *Toei Animation*.

Nasce il primo gigante dell'animazione nipponica, che comincia a produrre un lungometraggio animato l'anno per poi allargarsi negli anni Settanta fino a realizzare migliaia di ore di film e serial televisivi tratti dai manga. Proprio la televisione è responsabile della nuova rivoluzione e della nuova spinta commerciale e creativa dell'animazione giapponese. Nel 1963 parte la prima serie televisiva in an-

imazione, Tetsuwan Atom (*Atom dal braccio di ferro*) sulla Fuji Television. Si tratta di una serie destinata a durare ben 210 episodi, a cadenza settimanale (termina nel 1966), in bianco e nero e della durata di 30 minuti ciascuno. A produrla è la *Mushi Production*, casa fondata da Osamu Tezuka (1928-1989) che di *Tetsuwan Atom* è anche l'autore del manga nato nel 1952. Questo prolifico si guadagna l'appellativo di *manga no kamisama* (dio dei manga) dopo essere arrivato al successo nel 1947 col manga *Shintakarajima* (La nuova isola del tesoro).

Il rapporto fra l'animazione (anime) e il fumetto (manga) è quindi fondamentale nell'industria giapponese, così come lo è in quella statunitense. Proprio con *Tetsuwan Atom* viene messa in pratica una tecnica dell'animazione definita di "semianimazione" o "animazione limitata" che consiste nell'utilizzo di un numero limitato di disegni e nel riciclo di sequenze animate. In questo modo i movimenti divengono più rigidi e scattosi ma allo stesso tempo è possibile risparmiare disegni da utilizzare invece nelle sequenze più movimentate e dinamiche. Questa particolare tecnica, applicata in seguito a tutte le produzioni, fa nascere un vero e proprio codice narrativo e linguistico esclusivo dell'anime che gli permette di distinguersi fra le produzioni di tutti gli altri paesi ma allo stesso tempo lo conduce ad essere ingiustamente criticato.

Fig. 92- Tetsuwan Atom



Negli anni Settanta si afferma il genere che per molto tempo identifica l'animazione e il manga giapponese all'estero: una fantascienza di robot giganti e combattimenti spaziali. Le serie televisive *Mazinga* (Mazinger Z, 1972) e *Atlas Ufo Robot Goldrake* (Grendizer, 1975) entrambe tratte da fumetti di Go Nagai sono gli esempi più noti. Queste serie acquistate dalla RAI e trasmesse alla fine degli anni Settanta in Italia riscuotono un notevole successo ma sconvolgono anche il pubblico, abituato ai cartoni statunitensi dal tono decisamente più "tranquillo". Ecco come ne parlò l'animatore e regista Bruno Bozzetto:

"hanno portato delle grosse innovazioni, hanno sfruttato in maniera fantastica, cinematografica, l'angolazione e l'inquadratura. Inquadrature dal basso, piedi in primo piano, inquadrature dall'alto, ombre. Tutto questo non si era mai visto nei cartoni di serie".

Bruno Bozzetto

Oltre alle serie di ambientazione fantascientifica, nell'animazione e nel manga giapponese ricorrono una gran varietà di generi e una loro disinvolta contaminazione con elementi tipici della cultura giapponese, come la magia, le storie di spiriti o le arti marziali.



Fig. 93- Mazinga

A cavallo tra gli anni ottanta e novanta, tuttavia, se la produzione *home video* si consolida, l'animazione seriale televisiva conosce, al contrario dei manga, un declino anche per la prepotente crescita del mercato dei videogiochi da casa. Dopo alcuni anni i creativi dell'animazione nipponica trovano un'efficace risposta alla crisi di idee, dai più individuata nella serie *Shin Seiki Evangelion* (Neon Genesis Evangelion) di Hideaki Anno, che nel 1995 impone con successo i canoni della cosiddetta "Nuova Animazione Seriale" giapponese. In quest'opera è, infatti, pos-

sibile riscontrare paradigmaticamente tutte quelle innovazioni che hanno consentito la rinascita tecnica ed artistica dell'anime televisivo, ossia una maggiore autorialità, la concentrazione delle risorse in un minor numero di episodi (13 o al massimo 26), un'impostazione registica ancora più vicina alla cinematografia dal vero, un drastico ridimensionamento del rapporto di dipendenza dai soggetti dei manga. È nell'ambito di questo rilancio che quindi emergono nuovi talenti e figure di riferimento quali, il già citato Hideaki Anno, Satoshi Kon, Shinichiro Watanabe e Hayao Miyazaki.



Fig. 94- Hayao Miyazaki, Il castello errante di Howl, 2004, fotogramma

4.7 FUMETTO E CINEMA

“Il mondo dei fumetti potrà prestare generosamente al cinema le sue scenografie, i suoi personaggi, le sue storie, ma non la sua suggestione più segreta, ineffabile, che è quella della fissità, l'immobilità delle farfalle trafitte da uno spillone”

Federico Fellini

Cinema e fumetto hanno sempre avuto un forte rapporto d'interscambio che, nel corso degli anni, si è rinforzato sempre più.

Nel campo del non dichiarato molti fumetti si sono ispirati a film e viceversa. Mauro Antonimi nel suo libro “Cinema e Fumetti” ha analizzato il rapporto tra i due medium, cinema e fumetto, prendendo individualmente in esame ogni film tratto da un fumetto. Dal cinema muto fino all'attuale rivoluzione digitale. Questo paragrafo offre una panoramica sulle diverse tipologie di rapporto che esistono fra fumetto e cinema. Tali tipologie sono sostanzialmente tre:

La prima, meno conosciuta nonostante sia la più diffusa, è quella che vede diventare grandi illustratori del fumetto veri e propri concretizzatori d'idee. Macchine, scenografie, mostri, creature, costumi, sono tutti elementi che dalla sceneggiatura devono poi essere concretizzati in un'immagine per poi poterle realizzare cinematograficamente.

Ed ecco che personaggi come i francesi Moebius e Druillet danno vita all'immaginario che tanto ha affascinato in film come *Aliens*, *Star Wars*, *Il quinto elemento*, *Dune*, *Blade Runner*, e autori come l'arcaico Geoff Darrow danno vita ai complessi macchinari di *Matrix*. Altro caso sono i disegnatori di fumetti contattati per realizzare graficamente il testo della sceneggiatura, ovvero realizzando lo storyboard, che altro non è che una versione a vignette della stessa, dove le

vignette diventano l'inquadratura della cinepresa. Purtroppo questa figura è in calo perché si sta lentamente facendo sopraffare dall'avanzamento della computer graphic.

Fig. 95- Esempio di Storyboard



La seconda via è lo "scambio" di artisti. In alcuni casi ci sono fumettisti che si sono dati alla carriera cinematografica (come Neil Gaiman), e molti registi o sceneggiatori cinematografici (o televisivi) sono passati al mondo del fumetto (come Strazinsky, realizzatore del serial televisivo di fantascienza *Babylon V*). Il tutto senza contare eccezioni illustri come ad esempio Alejandro Yodorosky, uno dei più grandi sceneggiatori di fumetto francese famoso soprattutto nel campo della fantascienza in coppia con Moebius, che è anche regista, romanziere e autore teatrale.



Fig. 96- Locandina Babylon

La terza via è invece quella delle trasposizioni: film che diventano fumetto, fumetti che diventano film.

Il primo caso è una consuetudine in America mentre in altre parti del mondo è più sporadica. Film di gran richiamo hanno una loro diretta trasposizione a fumetti, ovvero viene realizzato un albo che riporta esattamente la storia così com'è nel film, un po' come capita con i romanzi tratti da film.

Per esempio, una casa editrice americana, la Dark Horse fa dei diritti sui personaggi cinematografici la sua forza: prende personaggi creati nel grande schermo e comincia a fargli vivere altre avventure nei fumetti. Il caso più imponente è quello di due creature del cinema di fantascienza: *Alien* e *Predator*. Dark Horse, coadiuvata di volta in volta dagli autori più disparati, realizza serie, miniserie e volumi autoconclusivi con protagonisti questi personaggi, in storie che indagano via a via mondi e situazioni diverse spingendosi oltre i film ma senza mai snaturarne il concetto di base. In Italia si può trovare qualche albo con protagonisti le razze aliene in cui incontrano eroi del mondo dei fumetti, come *Superman* o *Batman*.

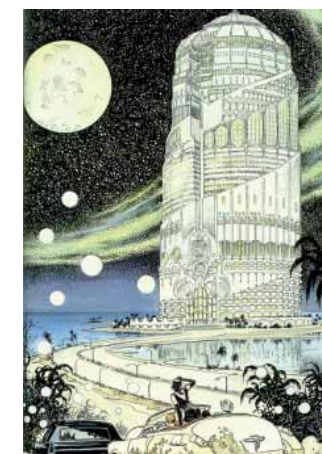


Fig. 97- Milo Manara, Approdo a Tulum

Gli incontri meglio riusciti sono *Le Neverland – Approdo a Tulum* a fumetti di Fellini e Manara, magnifica opera di trasposizione e piena di poesia, e i tre volumi su *Aliens* pubblicati da Phoenix di Bologna: *Kidnapping* (rapimento), *Labyrinth* e *Salvation*.

Fig. 98- Federico Fellini



Il secondo caso rispetto al primo è un metodo molto più usato. Fino alla fine degli anni novanta sono pochi i film di un certo interesse tratti dai fumetti. Batman ha funzionato nei primi due, *Batman* e *Batman Return* diretti da Tim Burton. Storia analoga per *Superman*. I casi più interessanti da un punto di vista stilistico e di sceneggiatura sono usciti dalla fine degli anni Novanta ad oggi. Ad esempio *Men in Black*, diretto da Barry Sonnenfeld (1997), *V for Vendetta*, regia James McTeigue (2005), *Sin city*, diretto da Robert Rodríguez e l'autore del fumetto Frank Miller, *From Hell* (La vera storia di Jack lo squartatore) interpretato da Johnny Depp e diretto dai fratelli Hughes (2001).

From Hell, fumetto di Alan Moore pubblicato in cinque volumi da Magic Press, grazie alla sua versione cinematografica ha dato il coraggio ad altri registi e produttori di adottare un'interpretazione dell'opera fumettistica più profonda, intima e concettuale. Il film, *From Hell*, è un'opera dove sceneggiatura e disegno si sposano con una melodia incredibile, dove la realtà storica, in questo caso l'età vittoriana inglese, viene dipinta e cesellata con una capacità di realismo unica, il tutto su di un prodotto fumettistico di alto livello intellettuale.

Oggi i progetti di film tratti da fumetti sono una quantità esorbitante e con-

tinueranno ad esserci, fino a che Hollywood non svuoterà il paniere, cosicché il rapporto fra cinema e fumetto si fa sempre più stretto e biunivoco, nel bene e nel male.



Fig. 99- Alan Moore, From Hell, fumetto



Fig. 100- From Hell, Locandina film

4.8 FUMETTI E MODA

Il mondo del fumetto e la moda spesso trovano dei punti in comune. I loro linguaggi, apparentemente così diversi, sono in realtà molto simili. Entrambi hanno il potere di disegnare i propri eroi, di vestirli e donargli un'identità. Per certi aspetti il ricco mondo della moda è anche un sostenitore dello squattrinato fumetto. Andrea Pazienza disegnava le stampe per Diesel. Guido Crepax nel 1967 presenta al pubblico i suoi tessuti a fumetti e i suoi foulard di seta con le avventure delle sue eroine, fra cui *Valentina*, sono distribuiti alla Rinascente. Chanel ha assunto Milo Manara per ritrarre la topmodel Shalom Harlow per la linea *Précision Beauté Iniziale*, creando un catalogo che è una vera e propria opera d'arte.

La Hogan di Della Valle ha invece ingaggiato il disegnatore di Los Angeles J. Scott Campbell, che ha firmato una serie di pieghevoli, distribuiti durante la collezione Primavera-Estate 2008, in cui è raccontata una spy story le cui protagoniste indossano borsette e scarpe Hogan. Insomma, si potrebbe andare avanti all'infinito con esempi del genere ma senza capire il fascino che il fumetto esercita sulla moda e l'attrazione che l'una prova per l'altro.

Chi fa un tentativo per capire questo "sentimento" è la mostra che nel 2008 è ospitata dal Metropolitan Museum of Art di New York: "*Superheros: Fashion and Fantasy*". La mostra, celebrata dal Costume Institute del Metropolitan Museum, cerca di svelare le simbologie e le metafore che legano la moda e i personaggi di fantasia dai superpoteri attraverso l'esposizione di circa settanta abiti di diversi stilisti internazionali. L'esposizione è organizzata per aree tematiche, individuando nei costumi e nei superpoteri propri di ogni eroe, lo spunto per riflettere sul concetto del supereroismo e delle sue varie declinazioni nel campo della moda.

Le aree sono:

- The Graphic Body (Corpo Grafico)
- Patriotic Body (Corpo Patriottico)
- The Virile Body (Corpo Virile)
- The Paradoxical Body (Corpo Paradossale)
- Armored Body (Corpo Armato)
- The Aerodynamic Body (Corpo Aerodinamico)
- The Mutant Body (Corpo Mutante)
- The Postmodern Body (Corpo Postmoderno)

Fig. 101- Banner Mostra
Superheroes fashion and
fantasi



Graphic Body

La "S" marchiata sul petto di *Superman* è il simbolo/logo della sua identità e del suo compito. Molti altri supereroi portano simili marchi sul costume, come *Spiderman*. La metafora del *Graphic Body* è presentata dai meravigliosi abiti di John Galliano (Primavera-Estate 1997), Giorgio Armani (Primavera-Estate 1990), Julien MacDonald (Autunno-Inverno 2003-2004), Moschino (Autunno-Inverno 2006-2007).

I più rappresentativi sono l'abito blu cobalto ispirato a *Superman* realizzato per la collezione Primavera-Estate 2006 da Bernhard Willhelm e decorato con un'emblematica "S" rossa e gialla, e il sofisticato abito lungo con preziosi inserti di strass ispirato a *Spiderman* realizzato da Jean Paul Gaultier per la collezione Primavera-Estate 2003.



Fig. 102- Spiederman

Fig. 103- Giorgio Armani,
collezione Primavera-Estate
1990

Patriotic Body

I supereroi patriottici, come *Captain America's* e *Wonder woman*, non rappresentano solo gli ideali e i valori della società Americana ma riflettono anche come questi prendono forma nella popolazione. Christian Dior Haute Couture riprende la figura emancipata di *Wonder Woman* nella sua collezione Primavera-Estate 2001 con bikini più corsetto abbinato agli slip, Bernhard Willhelm reinterpreta nelle tinte bianche, nere e grigie, le stelle e strisce che costellano i costumi di *Capitan America* nella sua collezione Primavera-Estate 2006.



Fig. 104- Wonder Woman

Fig. 105- Christian Dior
Haute Couteure, collezione
Primavera-Estate 2001

Virile Body

Nella sezione *Virile Body* è analizzata la metafora della potenza maschile rappresentata da personaggi come Hulk. La moda trae, come ispirazione, l'esaltazione del fisico maschile tanto da "gonfiarlo" e "corazzarlo". Gli stilisti esposti sono Wild&Lethal Trash by Walter Beirendonck (collezione Primavera-Estate 1996), Bernhard Willhelm (Autunno-Inverno 2004-2005), John Galliano (Primavera-Estate 2008), Alexander McQueen (Primavera-Estate 2005).

Fig. 106- Hulk



Fig. 107-Joe Galliano, collezione Primavera-Estate 2008

Paradoxical Body

Fig. 108- Catwoman



Fig. 109- Thierry Mugler, collezione Autunno-Inverno 1996-1997

Catwoman con i suoi costumi ad alta carica erotica hanno ispirato tante creazioni moda in PVC, gomma e pelle. Il Feticismo è un ingrediente lampante nel guardaroba di *Catwoman*. Molti stilisti, come Thierry Mugler (Autunno-Inverno 1996-1997), Christian Dior Haute Couture by John Galliano (Primavera-Estate 2001), Dolce&Gabbana (Primavera-Estate 2007), Versace (Autunno-Inverno 1992-1993), sono stati attratti da questo associandolo alla liberazione sessuale femminile.

The Armored Body

Il mondo dei supereroi è fondato da due figure paradigmatiche: l'eroe dai superpoteri, come *Superman* e quello senza, come *Batman*. Nel primo caso la forza è nel corpo stesso, nel secondo la forza è nella sua armatura e nelle sue abilità fisiche e intellettuali. Gli stilisti, fra cui Thierry Mugler (Primavera-Estate 1991), Pierre Cardin, Nicolas Ghesquiere per Balenciaga (Primavera-Estate 2007), Rudi Gernreich, hanno tratto ispirazione dal rapporto che questi personaggi, come *Batman* e *Iron-man*, hanno con il loro corpo e la tecnologia reinterpretando forme e materiali della robotica.

Inoltre, *Batman* ha sempre ispirato collezioni dal sapore gotico misto ad un retrogusto avveniristico come l'abito di Gareth Pugh della collezione Primavera-Estate 2007.



Fig. 110- Batman

Fig. 111- Gareth Pugh, collezione Primavera-Estate 2007.

The Aerodynamic Body

La maggior parte dei supereroi ha diversi superpoteri mentre altri ne hanno solo uno. È questo il caso di *Flash* che il suo potere è la super-velocità. Il suo corpo e il suo vestito evocano aerodinamicità e alcuni stilisti l'hanno usato come metafora di libertà, intesa anche come libertà dalle leggi della fisica sfidando sia i principi dell'aerodinamica sia la legge di gravità. Gli esempi mostrati sono i tessuti tecnici e tute per nuotatori o pattinatori create da Nike nel 2004, Speedo nel 2008, *Muscle Suit* di Eiko Ishioka for Descente nel 2002 e altri più "poetici" come Jean Paul Gaultier (collezione 1995-1996) e Hussein Chalayan (collezione 1999-2000).

Fig. 112- Flash



Fig. 113- Tute tecniche per competizioni di velocità di pattinaggio su ghiaccio, Speedo 2008

The Mutant Body

Fig. 114- X-Men



Fig. 115- Thierry Mugler Haute Couture, collezione Autunno-Inverno 1997-1998

I supereroi mutanti come *X-men* impersonano l'angoscia della trasformazione e vivono con disagio il loro potere. Sono così metafora del pregiudizio, dell'intolleranza e dell'oppressione. Diversamente dal fumetto, la moda celebra ed esalta la loro diversità e interpreta i corpi mutanti degli *X-men* come accettazione ed estetizzazione delle imperfezioni. Da questi spunti hanno preso forma gli abiti di Alexander McQueen (collezione 2007-2008), As Four nel 1999, Thierry Mugler Haute Couture (Primavera-Estate 1997 e Autunno-Inverno 1997-1998).

The Postmodern Body

I supereroi postmoderni hanno la caratteristica di vivere nel confine fra bene e male. *The Punisher* è un uomo che combatte i criminali e uccide i suoi nemici per spirito di vendetta nei confronti di chi ha assassinato crudelmente la sua famiglia. La stessa crudeltà è da lui adottata per uccidere. Un forte sentimento di rabbia e morte pervadono il fumetto e la figura della testa di scheletro e il suo costume "metallico" ne sono l'emblema. L'aspetto del metallo associato alla morte ha trovato risonanza negli abiti di John Galiano (collezione Primavera-Estate 2008), Thierry Mugler (collezione Primavera-Estate 1992) e Alexander McQueen (collezione Autunno-Inverno 2001-2002).



Fig. 116- The Punisher

Fig. 117- John Galiano, collezione Primavera-Estate 2008

La mostra ha consacrato un rapporto prolifico e sempre in aggiornamento che fa riflettere su come la moda, come il cinema, coglie nel fumetto nuovi spunti e idee per il suo racconto dell'uomo contemporaneo e dell'identità della società odierna.

4.9 ARTE E FUMETTI

L'arte e i fumetti vivono un rapporto che somiglia a quello che c'è fra un fratello maggiore, l'arte, con il suo fratellino, il fumetto, ovvero momenti di conciliazione frammentati da litigi che però aiutano entrambi ad imparare qualcosa in più su loro e su ciò che li circonda.



Fig. 118- Roy Lichtenstein,
Hopeless 1963

Uno dei grandi “litigi” fra arte e fumetto avviene per colpa di Roy Lichtenstein. Lichtenstein il fumetto l’ha letteralmente fatto a pezzi (grandi, piccoli, piccolissimi, “microscopici”) non solo perché staccando dalla striscia la singola vignetta ne distrugge la logica narrativa (che è arte sequenziale), ma anche perché del fumetto gli interessa analizzare la struttura tecnica che sostiene e lega insieme, nella scena dinamica, le figure e le parole, sicché, procedendo per successive dilatazioni e penetrazioni (più si accentua l’ingrandimento di un’immagine più essa si sgrana e porta allo scoperto gli elementi primari che la strutturano), scopre le linee e i puntini del retinato.

La lezione è ricordarsi che un quadro o un fumetto prima di essere *Topolino*, *Batman*, *Wonder Woman* o qualunque altro supereroe, è essenzialmente una superficie piana ricoperta da linee e puntini combinati in un certo ordine. Imparata la lezione si tratta di applicare il metodo del retinato molecolare con il rigore, il distacco e la freddezza sentimentale di una macchina. Inventa così, partendo dal fumetto, un nuovo puntinismo astratto ripassando la storia dell’arte attraverso la nuova macchina retinatrice, toglie ogni aura ai capolavori della pittura contemporanea (che rielabora scegliendoli fra i più conosciuti e culturalmente “consumati”) mentre li ripropone nella veste estetica degna della reclame di un supermercato, scombinando l’ormai consolidata abitudine percettiva del pubblico che non aveva mai visto così un’opera d’arte, che non aveva mai visto così un cartellone pubblicitario.



Fig. 119- Roy Lichtenstein,
Still life with Picasso, 1973

Di fumetto come modello tipico di una cultura di massa da rielaborare si erano occupati qualche anno prima anche i Situazionisti, con intenti più politici che estetici. Lo scopo è quello di sovvertire, di detournare (detourner = deviare, da cui l’agghiacciante italianizzazione “deturnante”, “deturnato”) il senso comunemente attribuito ai segni e ai comportamenti massificati, creando situazioni insolite, anticonvenzionali, liberanti, quindi capaci di sollecitare una visione critica della vita quotidiana e dei media che la affliggono. Fra questi media c’è il fumetto e il modo situazionista di usarlo sovvertendolo consiste nello scegliere vignette o intere “strisce” che per i personaggi o le scene rappresentate siano in grado di acquisire un senso nuovo e provocatorio nel momento in cui le parole contenute nel balloon vengono sostituite da slogans.



Fig. 120- Manifesti Situazionisti, Francia 1968

Certa affinità con la struttura dei comic hanno poi le opere di artisti contemporanei che assumono nei loro quadri modalità costruttive o espressive proprie del fumetto. E i modi sono innumerevoli. David Salle, ad esempio, ricorre ad un sistema di sovrapposizione e giustapposizioni di riquadri, vignette, immagini spesso copiate da riviste o giornali che si richiamano ai sistemi compositivi dei fumettisti.

Il sudafricano William Kentridge, invece, per la preparazione dei suoi *Drawings for projection* disegna in sequenza moltissime vignette sviluppando una sorta di story board “dinamico” per i suoi film animati.

L’artista non adopera il sistema tradizionale (un foglio per ogni disegno), ma utilizza uno stesso foglio per disegnarvi a carboncino e matite una prima scena, la riprende con videocamera, quindi la cancella alla buona e passa a disegnare la scena successiva lasciando che rimangano tracce sbiadite della precedente, altra ripresa e così di seguito. L’esito di tale processo è un disegno animato “palpitante” che cresce d’intensità si “carica” e si scurisce fino al limite della leg-

gibilità. Altri segni fumettistici li troviamo nelle composizioni di Basquiat, Haring e i Graffitisti, o nei quadri manifesto di Barbara Kruger o nelle opere grafiche dalla "Beehive Design Collective" gruppo americano di graphic artist del Maine che vogliono denunciare le repressioni operate nei paesi del Sud-America, raccontando vicende di aggressione e di resistenza simbolicamente vissute da un insetto.



Fig. 121- David Salle, To be titled #1, 1998, Oil, acrylic on canvas 228,9 x 459,6 cm Daimler Art Collection

Nelle opere di questi artisti capita di scoprire delle vere e proprie "scene piene di racconto", momenti molto intensi, vignette come "scene-madri" di una storia che non può non avere un prima e un dopo. Così, anche il palermitano Bazan dipinge spesso vere e proprie "scene avventurose", che sembrano tratte da fotogrammi cinematografici o da brani ritagliati da una *graphic novel*.

Dall'alto versante, ci sono molti fumettisti o fumettisti illustratori che si ispirano all'arte contemporanea (la pittura soprattutto), riprendendone cifre stilistiche o inserendo nei loro racconti citazioni di opere di artisti famosi. Fra i primi, raffinatissimi esempi, il *Little Nemo* stile Liberty di Winsor Mc Cay, fra i più recenti i

lavori del fumettista americano Jeffrey Jones che inserisce fra le sue illustrazioni citazioni che vanno dalla pittura vittoriana a Klimt a Boecklin. Venendo agli italiani, inevitabile il richiamo al Poema a Fumetti di Dino Buzzati, singolarissimo ibrido di liriche didascalie e figure riprese (e assai rivisitate) dai più vari panorami artistici, per raccontare di nuovo il mito di Orfeo ed Euridice.



Fig. 122- William Kentridge, Drawings for projection



Fig. 123- Beehive Design Collective, Coalfield citizens' rights

Crepax ha destrutturato profondamente il sistema-fumetto, mandando in frantumi la tradizionale pagina disegnata per ricomporre poi i suoi frammenti con l'apparente casualità ragionata e armoniosa propria della musica jazz e sottili riferimenti alla pittura dell'americano Ben Shan. Poi, Sergio Toppi e il suo evidente interesse per il *nouveau* del Secessionismo viennese o il più giovane e geniale

Fig. 124- Gipi, *È il mondo moderno*, acquarello

Lorenzo Mattotti e il suo furente espressionismo spinto fino all'astrazione nei suoi straordinari "Fuochi", e Gipi (Gianni Pacinotti), esponente di quella schiera di fumettisti che sono in varia misura debitori del disegno "sgrammaticato" di Mattotti ed elaborano personalissimi stili "espressionisti".



Non c'è dubbio che la fratellanza fra fumetto e arte resisterà a lungo e cambierà ancora, seguendo il flusso delle inarrestabili interrelazioni che sempre più strette e frequenti si consumano fra le arti e tutti quei fenomeni esteticamente rilevanti che ruotano attorno al loro indefinito territorio.

**Museo del
Fumetto di
Milano** **02**

“Tutt el mond a l'è paes, a semm d'accòrd, ma Milan, l'è on gran Milan.”

Gioann D'Anzi

In questo capitolo è analizzato il ruolo che il fumetto ricopre per la città. Prima di tutto è stilata una mappatura delle manifestazioni, fumetterie, case editrici, gallerie d'arte, associazioni, archivi, fondazioni e centri, che operano nel territorio milanese. Poi, sono illustrate tre riviste di fumetto storiche nate e cresciute a Milano che hanno “fatto scuola” sia a livello nazionale che europeo. Segue una parte dedicata agli autori e ai personaggi milanesi. Infine, è proposto uno sguardo mirato alle esposizioni sul fumetto degli ultimi anni.

5.1 MAPPATURA FUMETTO MILANO

In questa parte della tesi si tratterà una mappa delle varie realtà che trattano il fumetto nel territorio milanese con lo scopo di tessere una rete che aiuti a mostrare la diffusione, la rilevanza e la struttura della nona arte all'interno della città.

5.1.1 Mappa eventi e manifestazioni 2011

Il panorama milanese degli eventi e manifestazioni legati al fumetto è abbastanza ricco e ben distribuito su tutto l'anno solare. Il fatto che molte manifestazioni siano rivolte ad un pubblico di nicchia e non consentano un'apertura a nuovi utenti o l'attrazione dei “curiosi” risulta una criticità. Questo per diverse ragioni: una è la location, spesso si tratta di posti scomodi da raggiungere, lontani dalla

città, o, nel caso dell'AtaHotel, ristretti, "diffidenti" e selettivi con ingresso a pagamento (10/15€); di conseguenza la seconda riguarda il bacino d'utenza, ristretto e "omologato"; terza ragione è legata a defezioni organizzative, soprattutto dal punto di vista della promozione, del graphic design e del progetto espositivo; ultima, ma non per importanza, è la carenza di risorse e sostentamento da parte di enti locali, statali e privati.

LEGENDA:

- 1.** 7° FESTIVAL DEL FUMETTO-MILANO
Sabato 5 e domenica 6 febbraio 2011
Parco Esposizioni Novegro, Milano Linate
- 2.** 35ma FUMETTOPOLI
Salone internazionale del fumetto MILANO, sabato 19 e domenica 20 febbraio 2011 AtaHotel Executive Viale Sturzo, 45 (Stazione FS Garibaldi).
- 3.** 8ma CARTOONICS MILANO
11 - 13 marzo 2011 Fumetti, cartoons, collezionismo e games, con incontri, mostre, mercato del fumetto nei padiglioni di FieraMilanoCity. La manifestazione milanese è affidata ad Italia Crea srl in collaborazione con la Fondazione Franco Fossati.
- 4.** 2a MILANO COMIC-CON
MILANO, sabato 28 e domenica 29 maggio 2010
Spazio Concept, Via Forcella, fermata Metro Porta Genova, zona Tortona.
- 5.** 5a MI FAI
MATTI INCONTRI FATTI-FUMETTI ALL'IDROSCALO.
"PIACERE, PARLO A FUMETTI".
Circolo Magnolia, Parco idroscalo, Milano, 3-4-5 Giugno 2010
Festival del fumetto indipendente MI FAI, all'interno del Festival di musica indipendente "MIAMI". Diretto da Davide Toffolo.
- 6.** 2a SLOW WORLD COMICS CONVENTION
Monza, 16 - 18 settembre 2011
All'Autodromo di Monza, Salone mondiale del fumetto "slow", in contemporanea con la manifestazione Slow Tourism. Organizzato dalla Fondazione Franco Fossati, in collaborazione con Cartoomics.
- 7.** 37ma FUMETTOPOLI

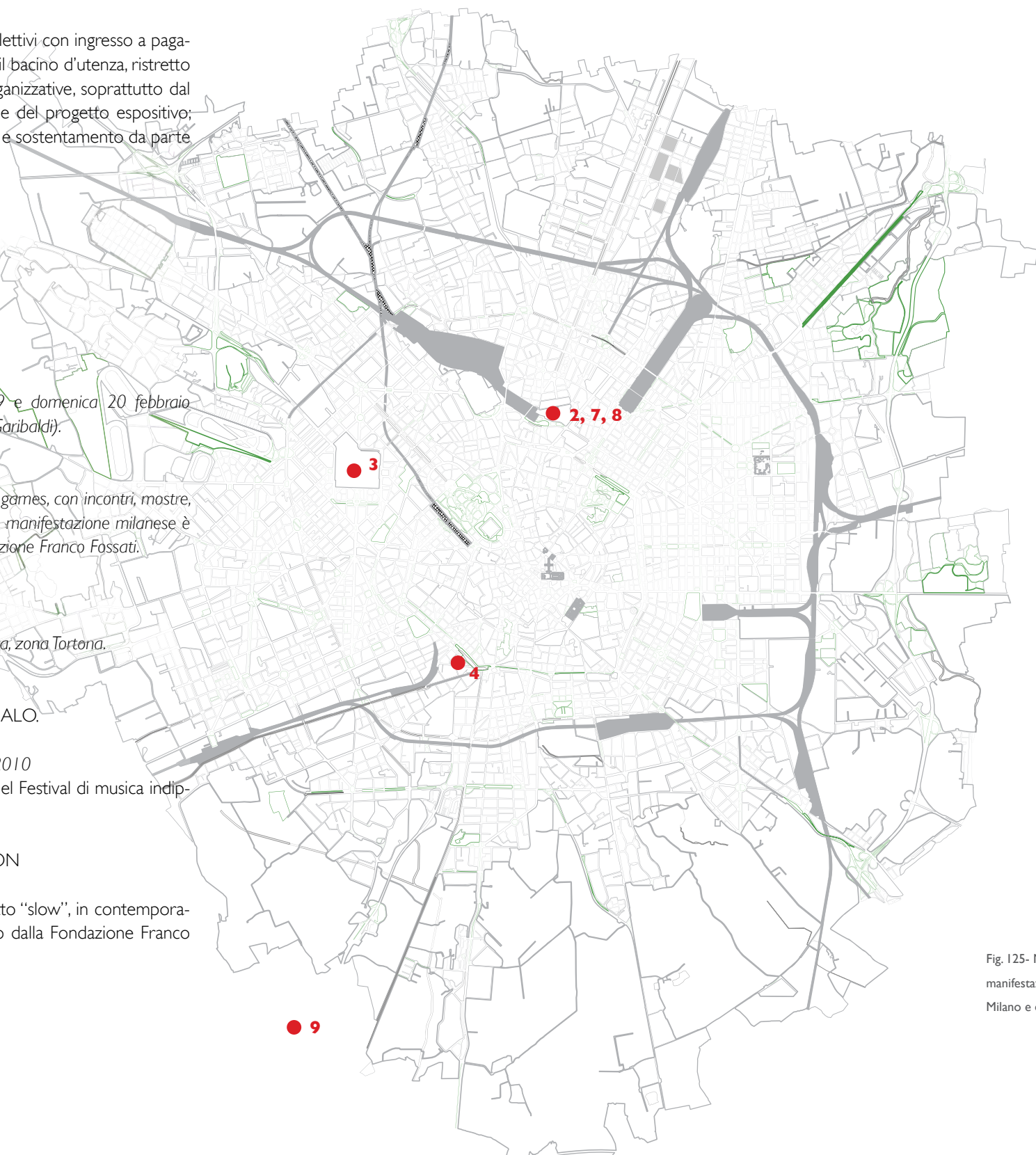


Fig. 125- Mappa eventi e manifestazioni sul fumetto Milano e dintorni

Salone internazionale del fumetto MILANO, sabato 24 e domenica 25 settembre 2011 | AtaHotel Executive Viale Sturzo, 45 (Stazione FS Garibaldi). Orario continuato 10,00 - 20,00 Info: www.fumettopoli.com

8. 1a SILVER AGE (ex COMICONVENTION) MILANO
8 ottobre 2011 | AtaHotel Executive Viale Sturzo, 45 (Stazione FS Garibaldi).
Mostra mercato del fumetto, edizione speciale fumetto d'antiquariato, tavole originali, collezionismo.

9. 38ma FUMETTOPOLI
Salone internazionale del fumetto MILANO; 25 - 27 novembre 2011 | PalaForum di Assago

5.1.2 Mappa gallerie

Nel territorio milanese sono attive diverse gallerie d'arte che si dedicano all'illustrazione e al fumetto.

Esse sono molto importanti per il sostentamento degli autori di fumetti e d'illustrazione sia per il ruolo promozionale e decisionale che rivestono, sia per il tramite fra autore e collezionista.

LEGENDA:

1. Galleria d'arte Nuages
Via del Lauro, 10
20121, Milano
note: illustrazioni e fumetti.

2. The Don Gallery
Via Cola Montano, 15 (zona Isola)
20159 Milano

3. Antonio Colombo Arte Contemporanea
Via Solferino, 44 (zona Moscova)
20121 Milano

4. Hublab Gallery
Via Sartirana 2
20144 Milano

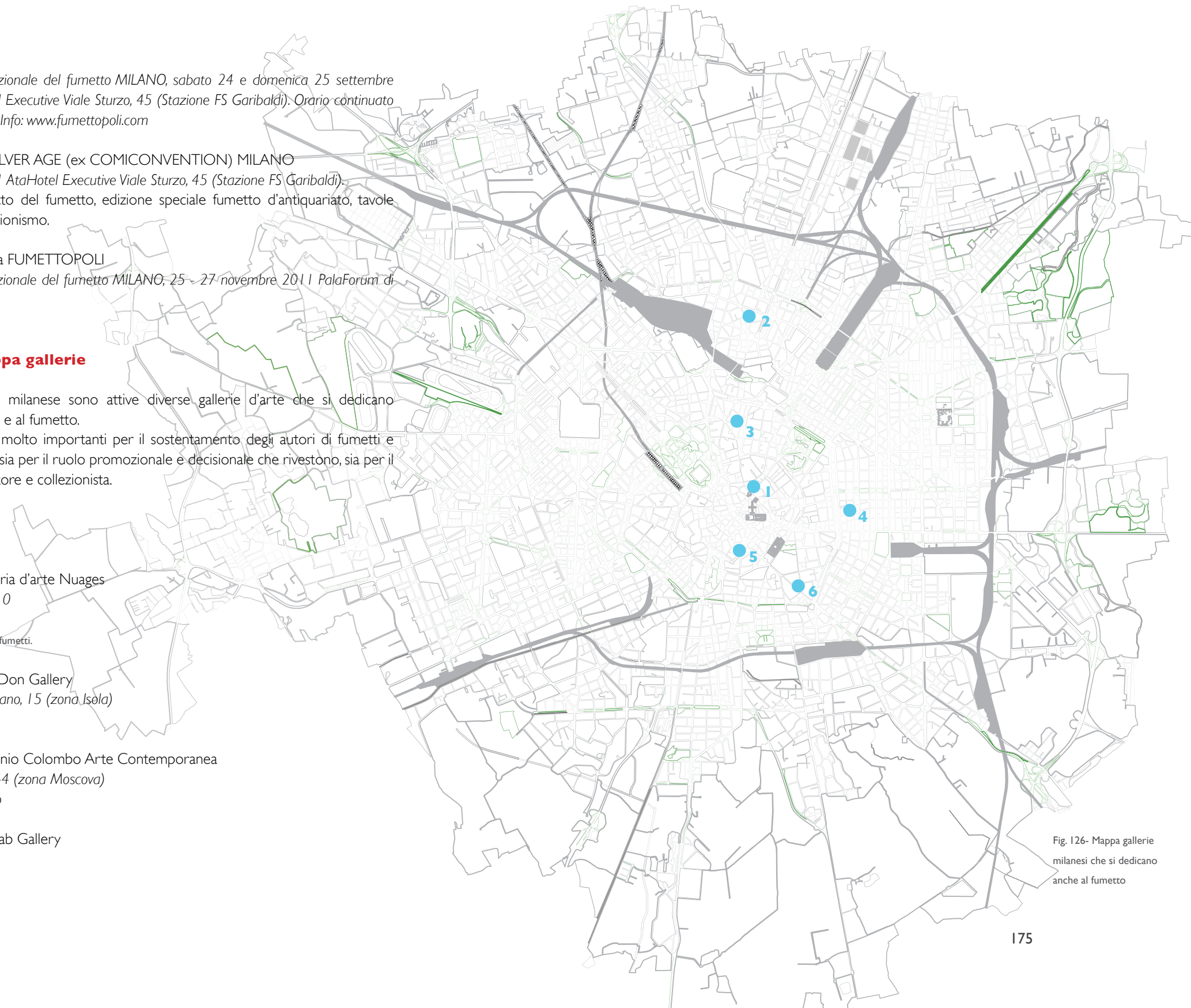


Fig. 126- Mappa gallerie milanesi che si dedicano anche al fumetto

5. Galleria l'Affiche
Sede Via dell'Unione 6
20122 Milano

6. Spazio Figuræ (Ex-Musei di Porta Romana)
Viale Sabotino, 22
20135 Milano

5.1.3 Mappa Fumetterie milanesi

Le fumetterie, come visto nel capitolo 2, offrono un servizio molto più qualificato rispetto alle librerie e all'edicola: sono da considerarsi dei piccoli centri del fumetto. Dal 2007 è attiva l'A.Fu.I. (Associazione Fumetterie Italiane), fondata da un piccolo gruppo di gestori di fumetterie, per la tutela dei loro diritti. Negli anni sta acquisendo sempre più rilevanza all'interno del sistema di distribuzione editoriale.

LEGENDA:

1. American Bookstore
Via Manfredo Campiero, 16

2. Associazione Culturale Lennox
Via Lecco, 15

3. Athos Arnhold
Via A.Cesalpino, 45

4. Avalon
Viale Settembrini, 20

5. La Borsa del Fumetto
Via Lecco, 16

6. Cartolibreria Thiella
Via Soderini, 55

7. Defcon
Via Muzio, 1

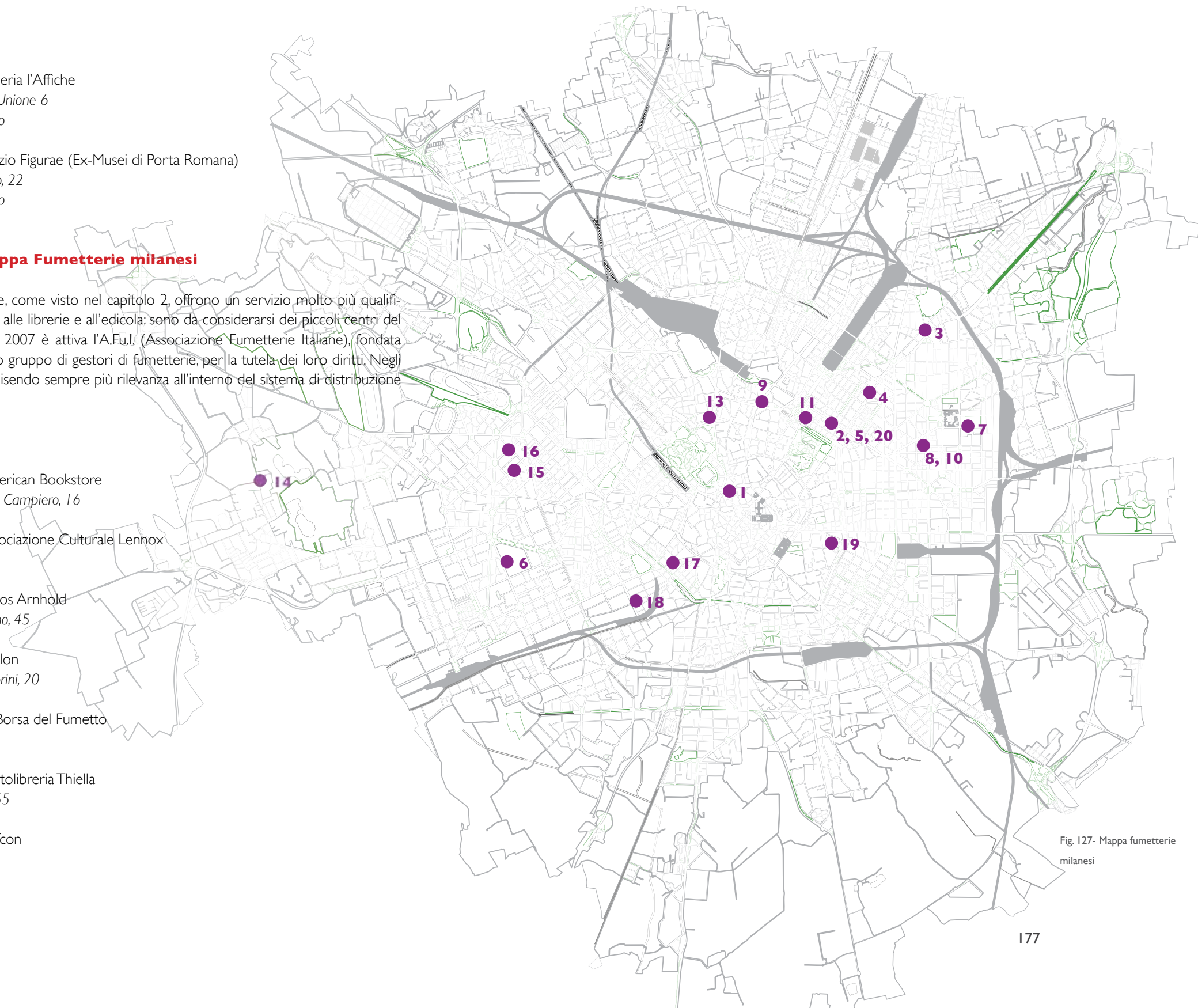


Fig. 127- Mappa fumetterie milanesi

- 8.** Infinity Comics
Via Enrico Noe, 8
- 9.** Japan&Project Shop
Via Melchiorre Gioia, 77
- 10.** Legend
Via Anguissola, 21
- 11.** il Libraccio
Viale Vittorio Veneto, 22
- 12.** Libreria dello Spettacolo
Via Terraggio, 11
- 13.** Milano Fumetto
Via Volta, 20
- 14.** Mondial Fumetti 1993
Via S. Apollinare, 1
- 15.** Mondo Fantastico
Via Osoppo, 13
- 16.** Paperi & Kryptonite
Via Capecelatro, 19
- 17.** Star Shop via
Carriccio, 6
- 18.** Super Gulp!
Via Ripa di Porta Ticinese, 57
- 19.** Ultimate Art
Via Lattuada, 20
- 20.** Yamato Libreria
Via Lecco, 2

5.1.4 Mappa Case Editrici

Secondo l'Annuario del fumetto 2010 (supplemento della rivista «Fumo di Chi-na», in cui l'inserto Pagine Gialle fornisce un elenco, completo di indirizzi, di tutte le realtà che riguardano il fumetto) le case editrici che si dedicano al fumetto, presenti in Italia, sono 105. La maggior parte di esse, il 68,8%, si trova al Nord, il 21,9% al Centro e il 7,6% al Sud. La regione con il numero più alto di editori è la Lombardia con 37 case editrici (35% del totale), seguita dall'Emilia Romagna con 16, il Lazio con 10, Piemonte con 9 e la Toscana con 7. La città col maggiore numero di editori è Milano, 26, seguita da Bologna e Roma, 9. In base ai numeri, Milano è la città italiana più importante per l'editoria del fumetto, soprattutto per il fumetto seriale e popolare con la *Bonelli*, l'*Astorina* e la *Walt Disney*, ma anche d'autore grazie a grandi case editrici come la *Mondadori* e altre più piccole ma comunque importanti come la *Hazard*.

LEGENDA:

Legenda rete distribuzione:

E: Edicola

L: Libreria

F: Fumetteria

A: Altri (mercato usato, internet, fiere ...)

1. Arnoldo Mondadori Editore
Via A. Mondadori, 1
20090 Segrate (MI)
distribuzione: L+F+E
note: Grande casa editrice

2. Astorina
Via Boccaccio, 32
Milano
distribuzione: E+F+A
note: Casa editrice di "Diabolik" (vedi pr. 5.3.2)

3. Baldini & Castoldi
Via Mario Pagano, 36
20145 Milano
distribuzione: E
note: Pubblica la rivista "Linus"

4. Bonelli Sergio Editore
Via Buonarroti, 38, Milano
distribuzione: E+F+A

5. Dardo
Via Mameli, 31
20129 Milano
distribuzione: E+F+A

note: Pubblica Capitan Miki, considerato un "cult"

6. Ediperiodici
Via Barigozzi, 12
20138 Milano
distribuzione: E

note: Pubblica riviste e albi a fumetti

7. Edizioni BD
Via Moncucco 20/22
20142 Milano
distribuzione: L+F

8. Epierre
Via Andrea Solari, 12
20144 Milano
distribuzione: L+F

note: Specializzata in libri per l'infanzia

9. EssEff Edizioni
Via Savona, 10
Milano
distribuzione: A+F

note: Edizioni Scuola del Fumetto

10. Foxtrot Edizioni
Via S.Pellico, 5b
20010 Bareggio (MI)

11. Hazard
Via Pastrengo, 14
Milano 20159
distribuzione: F+A

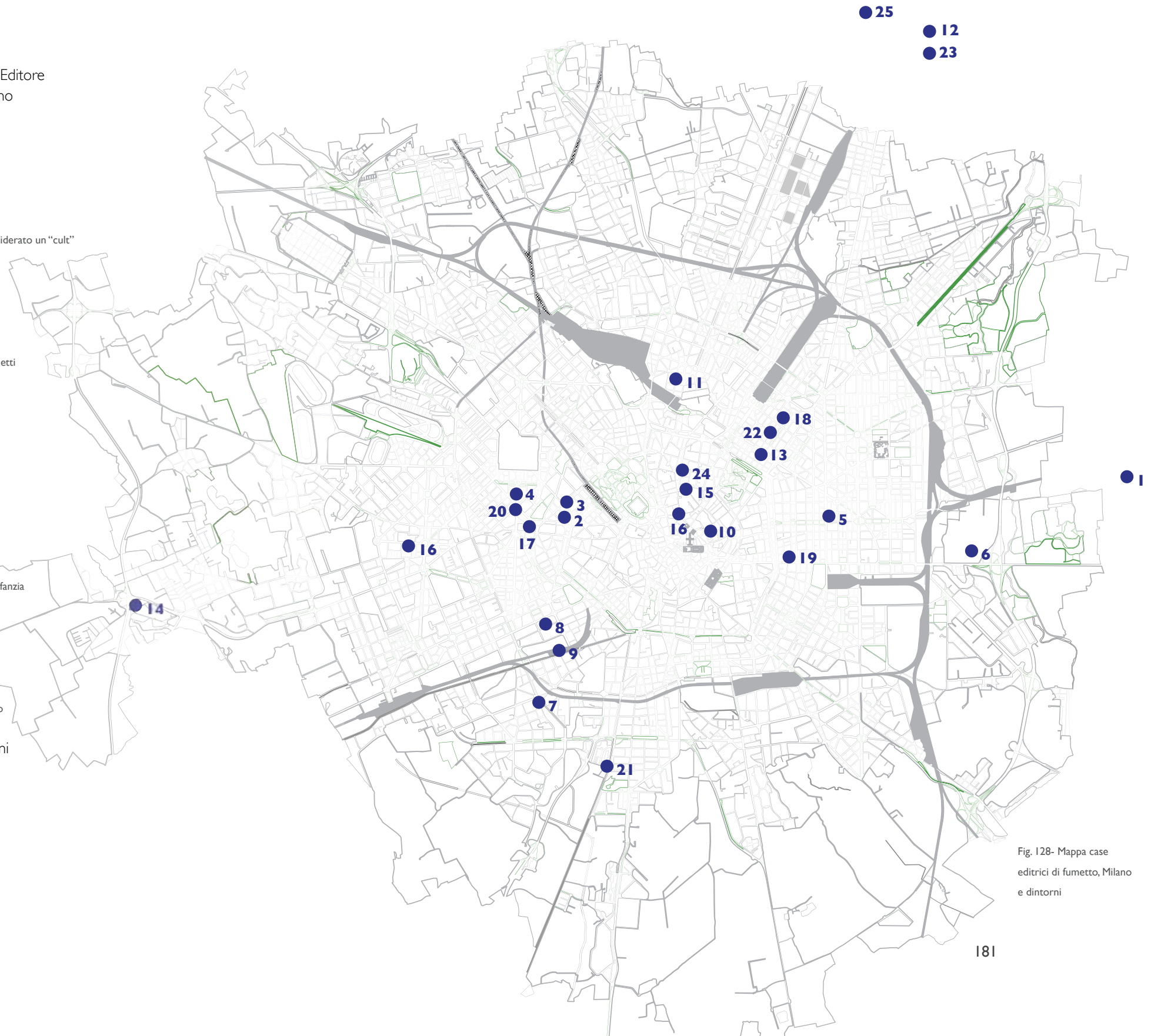


Fig. 128- Mappa case editrici di fumetto, Milano e dintorni

note: specializzata fumetto d'autore italiano e internazionale. Svolge attività di: promozione d'iniziativa culturali, organizzazioni incontri, allestimento mostre sull'illustrazione e il fumetto.

12. Hobby & Work Italiana Editrice

Via Gounod, 23
20092 Cinisello Balsamo (MI)
distribuzione: E

13. Libreria dell'Immagine

Via Lecco, 16
20124 Milano
distribuzione: F

note: Casa editrice all'interno della fumetteria "La Borsa del Fumetto"

14. Macchia Nera

Via F. Ferruccio, 15
20145 Milano
distribuzione: E

15. Max Bunker Press

Via Fatebenefratelli, 15
20121 Milano
distribuzione: E

16. NED 50

Via Berna, 114
20147 Milano
distribuzione: E

17. Nuages

Via del Lauro, 10
20121, Milano
distribuzione: A+F

note: Casa editrice e galleria d'arte specializzata in opere d'arte, illustrazioni e fumetti.

18. Paoline Edizioni

Via Giotto, 36
20145 Milano
distribuzione: A

note: Casa editrice cattolica

19. R.C.S. Rizzoli Periodici

Via Settembrini, 29
20124 Milano

distribuzione: L+E

note: Ha rilevato la "Milano Libri"

20. Renzo Barbieri Editore

Via G. Donizetti, 39
20122 Milano
distribuzione: E

note: Specializzato in fumetti e racconti erotici formato tascabile

21. San Paolo Gruppo Periodici Official

Via Giotto, 36
20145 Milano
distribuzione: A+E

note: Pubblica "Il Giornalino"

22. Topolin Edizioni albi popolari edicola

c/o Jorge Vacca
Via Spaventa, 19
distribuzione: E

23. Unicorn

Via S. Gregorio, 12
20124 Milano
distribuzione: E

24. Universo edicola

Via Margherita De Vizzi 35
20092 Cinisello Balsamo (MI)
distribuzione: E

25. Walt Disney Company Italia

Via Sandro Sandri, 1
20121 Milano
distribuzione: A+E

note: Sede fondamentale, nel campo del fumetto, per la Walt Disney soprattutto a livello creativo

26. Yamato albi fumetto giapponese

Via Solferino, 41
20035 Lissone (MI)

note: Specializzata nel fumetto giapponese

5.1.5 Mappa Associazioni, Scuole, Centri e Fondazioni

Di seguito sono illustrate le associazioni, scuole, centri e fondazioni rivolte al mondo del fumetto presenti sul territorio milanese, fatta eccezione per la Fondazione Franco Fossati e il Centro Andrea Pazienza, e attive a livello nazionale e internazionale.

LEGENDA:

- 1. AI – Associazione Illustratori



Fig. 129- Logo Associazione Illustratori

Fondata il 6 marzo del 1980, l'Associazione Illustratori è composta da professionisti e artisti dell'illustrazione, del fumetto e dell'animazione. L'Associazione è retta da un Consiglio Direttivo che resta in carica per tre anni ed è affiancato da un organo di controllo, il Collegio dei Probiviri. Ogni direttivo ha perseguito i due principali scopi per cui l'Associazione è stata creata: la promozione dell'illustrazione italiana e la tutela della categoria professionale degli illustratori, fornendo assistenza soprattutto per quanto riguarda la contrattazione con la committenza e i diritti fondamentali sanciti dalla Legge sul Diritto d'Autore.

L'Associazione fa parte del Forum Europeo degli Illustratori (EIF), organo di coordinamento che al momento raccoglie 20 associazioni di illustratori in 14 paesi, con la finalità di diffondere il patrimonio dell'illustrazione europea nel mondo.

L'Associazione Illustratori è da anni presente alla Fiera internazionale del libro per ragazzi di Bologna con uno stand in condivisione con l'EIF dove presenta iniziative, corsi, concorsi e le sue preziose pubblicazioni, tra tutte l'Annual Illustratori, volume che seleziona ogni anno il meglio dell'illustrazione italiana, edito da Fausto Lupetti Editore. Lo stand è punto di riferimento per gli associati di tutta Italia ed è animato da varie attività, incontri con autori, corsi sulla professione e approfondimenti su tematiche quali la promozione personale, le problematiche

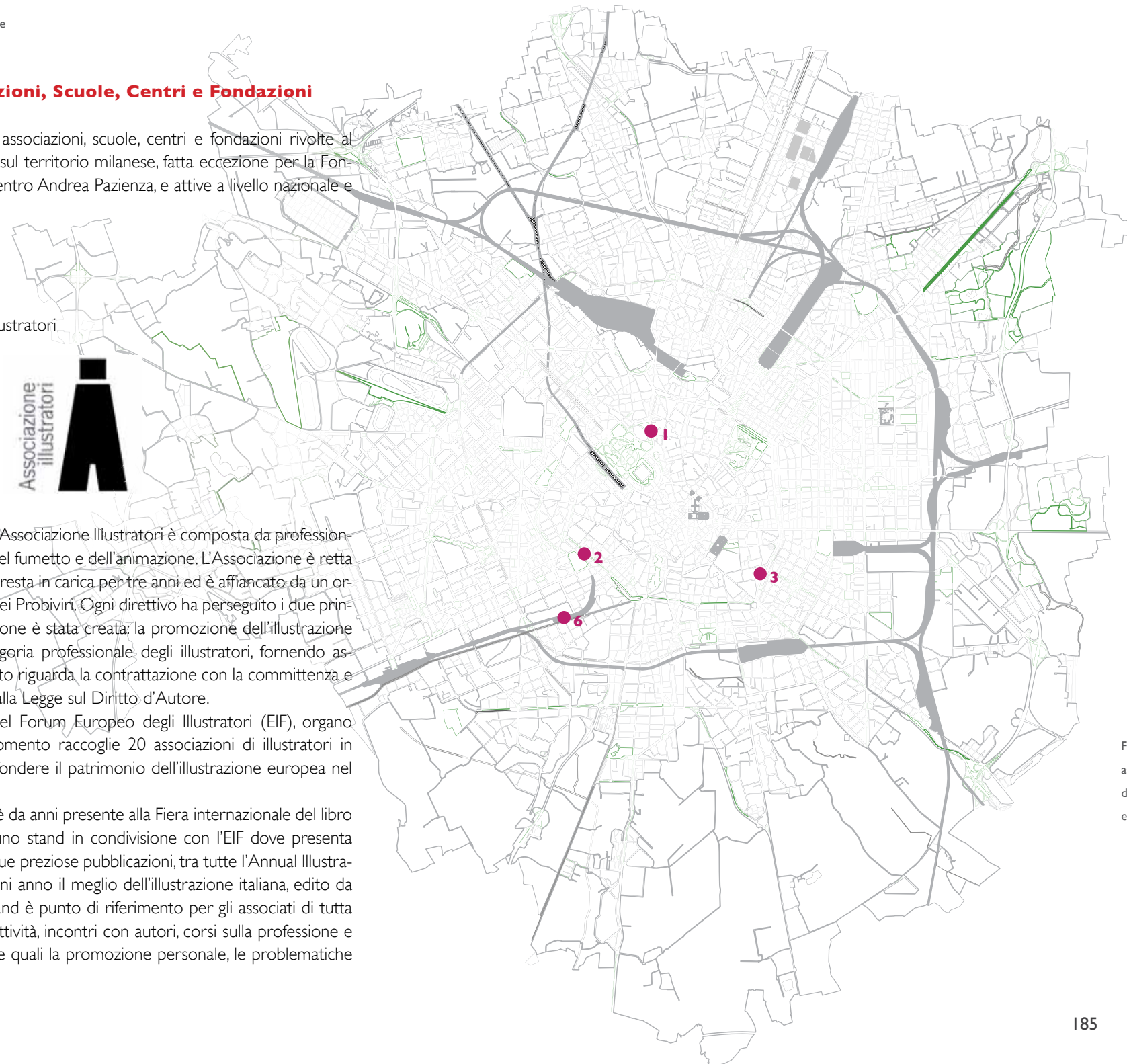


Fig. 130- Mappa dei centri, associazioni, fondazioni dedicate al fumetto, Milano e dintorni

legate al diritto d'autore e le novità a livello Internazionale.

2. Anonima fumetti – Associazione italiana professionisti del fumetto



Fig. 131- Logo Anonima Fumetti

L'Associazione culturale di Autori di Fumetti "Anonima Fumetti" è attiva dal 1982 per promuovere il fumetto come linguaggio mass-media, espressione artistica e strumento culturale in quanto narrativa disegnata e per aiutare i nuovi autori a presentarsi professionalmente sul mercato.

3. CENTRO APICE e Fondo GANDINI

*Archivi della parola, dell'Immagine e della comunicazione editoriale
Università Degli Studi Di Milano*



Fig. 132- Logo centro Apice

Il Centro APICE è nato nell'ottobre 2002 con la finalità di raccogliere, conservare e valorizzare fondi bibliografici e archivistici di particolare pregio e rarità. A partire dal primo nucleo di opere già di proprietà universitaria, come il fondo Alfieri, il Centro Apice ha acquisito biblioteche ed archivi di importanti case editrici del XX secolo, che accanto alle raccolte provenienti da collezionisti privati documentano la storia dell'editoria libraria e giornalistica dell'età moderna e contemporanea, così come dei suoi creatori: scrittori, grafici, illustratori, tipografi, stampatori, critici, editori.

Attualmente Apice conserva circa 60.000 volumi e numerosi archivi, e costituisce un importante patrimonio bibliografico, archivistico e iconografico disponibile per lo studio, la ricerca e l'attività didattica.

Nel 2006, tra i fondi e le collezioni del Centro Apice, si è inserito l'Archivio di Giovanni Gandini, fondatore della rivista "Linus". La struttura archivistica è formata da quattordici serie. La parte predominante dell'intero complesso è

rappresentata da materiale grafico originale (fumetti, disegni, illustrazione, tavole), e da materiale di carattere più strettamente editoriale, come stamponi, pellicole, progressive, materiali preparatori delle riviste.

4. CFAPAZ

Centro Fumetto Andrea Paziienza, p.zza Giovanni XXIII 1, Cremona



Fig. 133- Logo CFAPAZ, Centro Andrea Paziienza

Fig. 134- Una delle esposizioni organizzate all'interno del CFAPAZ



Fig. 135- Esposizione dei lavori realizzati durante uno dei workshop rivolti ai bambini, cortile interno del CFAPAZ

Il Centro Fumetto Andrea Paziienza è nato nel 1988 in collaborazione tra il Progetto Giovani del Comune di Cremona e l'Arcicomics in memoria di Andrea Paziienza, geniale autore di fumetti morto prematuramente il 16 giugno 1988 all'età di 32 anni. Nel Luglio 2001 il Centro si è trasformato in Associazione. Il Centro Fumetto è senza fine di lucro ed ha come scopo la valorizzazione e la diffusione del fumetto. Il Centro gestisce una ricchissima biblioteca di fumetti, pubblica nuovi autori e organizza molte altre attività aperte e partecipate da

tutta la città fra cui workshop, rassegne, aperitivi a tema, esposizioni. Collabora strettamente con il Museo del Fumetto di Lucca con cui promuove la “SelfArea”, risultato dell’esperienza “Selfcomic.it”.

Fig. 136- Biblioteca
CFAPAZ



5. Fondazione Franco Fossati
Monza, via S. Gottardo 104

La Fondazione Franco Fossati (FFF), senza fini di lucro, trae origine dalla memoria e dal patrimonio del critico e giornalista Franco Fossati, scomparso prematuramente nel 1996. Si tratta di circa 500.000 pezzi: enciclopedie, libri di saggistica e narrativa, manuali tecnici, portfoli di autori, rassegne bibliografiche, albi a fumetti, disegni originali, documenti e oggetti di ogni tipo e un vastissimo archivio di pubblicazioni e articoli, messi insieme con passione nel corso di cinquant’anni di vita – e oltre trenta anni di brillante carriera giornalistica – da uno degli esperti di comunicazione visiva e popolare.

Amici e colleghi, con il fratello Furio, hanno voluto così un centro di documentazione internazionale dove condividere materiali introvabili, ricordando una persona nota e amata in Italia e all’estero.

L’immensa quantità di materiale, in gran parte riordinato e in corso di catalogazione, comprende *media* come il fumetto, il cinema e la televisione, generi come la fantascienza e il giallo, settori come la pubblicità e il giornalismo, temi come viaggi, invenzioni, storia, medicina e scienza, libri e documenti sulle emigrizioni e sull’America Latina. La FFF partecipa materialmente a esposizioni e a eventi culturali, ne organizza direttamente, crea percorsi inediti o presta opere per iniziative coerenti con il suo statuto. Il sito internet, in continua espansione, offre una documentazione ricca e qualificata, anche in collaborazione con opera-

tori di altri Paesi. Nel 1997 è stata costituita l’Associazione Franco Fossati, che dopo circa dieci anni di attività ha dato origine nel 2007 alla Fondazione Franco Fossati.



Fig. 137- Logo Fondazione
Franco Fossati

Fig. 138- Attività di
laboratorio nella sede della
Fondazione Franco Fossati

6. Scuola del Fumetto snc
20144 Milano (MI) - Via Savona, 10



Fig. 139- Logo Scuola del
Fumetto

La Scuola del Fumetto, nata nel 1980, è stata la prima in Italia ad affrontare didatticamente la preparazione dei nuovi disegnatori secondo le esigenze del mercato.

Oggi la Scuola è una realtà ben inserita nel mondo del mercato: cura diverse collaborazioni con società private, agenzie di pubblicità, studi, case editrici, ecc.

Dal 1995 la Scuola del Fumetto è diventata Casa Editrice, per permettere ai propri allievi di sviluppare progetti editoriali che vengono poi editati e messi in vendita nelle librerie specializzate e non.

La Scuola è presente nelle maggiori manifestazioni fieristiche del fumetto e dell’illustrazione a Lucca, Milano, Bologna e Torino.

Sono attivi i seguenti corsi: fumetto, fumetto amatoriale, illustrazione, umoristico, sceneggiatura

5.1.6 Una rete senza attracco

Dall'analisi delle diverse mappe si nota che il mondo del fumetto milanese ha un'ampia diffusione sul territorio: dalle vie più patinate del centro fino alle strade dei quartieri di periferia è presente un "qualcosa" che crea, vende, supporta o studia le nuvole parlanti. La nota negativa è data dal fatto che tutti questi elementi, la maggior parte di piccole dimensioni, sono scollegati fra loro e risentono della mancanza di un centro aggregante valido, sono come "nodi di una rete senza attracco". Come si è visto inizialmente, gli eventi e le manifestazioni milanesi non riescono a colmare questa lacuna, a conferma di ciò basta rilevare l'assenza di gallerie d'arte e di diverse case editrici.

Milano possiede un gran potenziale per diventare un punto di riferimento per il fumetto, non solo dal punto di vista dell'editoria, ma anche della cultura e della ricerca. Un primo passo per accendere connessioni assopite fra gli elementi (fumetterie, case editrici, associazioni ecc...) è la creazione di un punto focale all'interno della città che funga da crocevia e attracco per tutti gli elementi in modo tale che, tramite l'incontro e il dibattito, si crei una rete attiva su tutta la città di scambio di saperi e competenze.

5.2 TRE RIVISTE STORICHE

A Milano sono nate e cresciute un numero considerevole di riviste e periodici dedicati al fumetto, alcuni hanno avuto successo altri no. In questo paragrafo sono illustrate tre riviste fondamentali per la storia del fumetto italiano (“Il corriere dei piccoli”, “Topolino” e “Linus”) che sono nate e cresciute nella città e continuano ancora oggi ad essere fra le più autorevoli e diffuse finestre sul mondo del fumetto.

5.2.1 Corriere dei piccoli

Nascita:

27 Dicembre 1908, Milano

L'uscita del primo numero de “Il corriere dei piccoli”, il 27 Dicembre 1908, segna la nascita ufficiale del fumetto in Italia. Supplemento per bambini del giornale della borghesia colta settentrionale, il “Corriere dei Piccoli” mantiene dalla nascita sino ai primi anni settanta un tono mediaticamente conservatore. Non solo perché nel palinsesto del giornale affianca alle storie per immagini lunghe pagine di narrazione verbale, ma anche e soprattutto per l'assoluta esclusione dei ballon e la consuetudine di accompagnare ogni immagine con una didascalia di riferimento o con coppie di versi rimati a suggerire un andamento da cantastorie.

Il primo e più importante autore che ha lavorato nel “Corrierino” è Antonio Rubino, padre di numerosi personaggi e storie a cui più o meno tutti gli autori del “Corrierino” sono tenuti in seguito a rifarsi: da *Quadratino* a *Viperetta*, a *Pierino*

e l'odiato burattino. Altro importante autore per la rivista fu Sergio Tofano (o Sto, 1886-1963), autore de *Il Signor Bonaventura* (prima apparizione 28 Ottobre 1917), un eroe due volte a rovescio: se il prototipo dell'eroe del "Corrierino" è *Fotunello* (*Happy Hooligan*) a cui vanno tutte storte, Bonaventura è un vero antieroe, perché nonostante gliene capitino di tutte i colori, e lui contribuisca non poco ai propri disastri, le sue avventure sono sempre ossessivamente a lieto fine, con l'elargizione nei suoi confronti del fatidico *milione*, in segno di gratitudine da parte dei suoi beneficiati.

Fig. 140- Prima tavola del Corriere dei Piccoli, 27 dicembre 1908



Nonostante che sul "Corrierino" hanno pubblicato le proprie storie i migliori autori italiani, il sistema di narrazione imposto ha contribuito in maniera sostanziale all'idea che il fumetto sia, in generale, un prodotto editoriale destinato unicamente al consumo infantile. Questo pregiudizio si è così radicato in Italia che è ancor oggi difficile parlare pubblicamente di fumetti colti senza dover spiegare che il fumetto non è solo un prodotto per bambini, mentre in Francia e Belgio la consueta pubblicazione sotto forma di libro ha sempre fatto passare come piuttosto ovvio che di fumetti, come di romanzi, ce n'è per tutte le età e per tutti i settori del consumo culturale.

5.2.2 Topolino

Nascita:
1932, Milano

Quando, nel 1932 l'editore Nerbini pubblica *Topolino*, la rivista non conteneva solo personaggi Disney come oggi. Nel 1935 Mondadori diventa il nuovo editore e inserisce, per prima, il personaggio di Donald Duck (Paperino). Il formato che conosciamo oggi (piccolo e tascabile) venne istituito nel 1951, anno in cui la rivista cambia la sua strategia editoriale: il mondo dei fumetti Disney è diventato sufficientemente ampio da riempire l'intera rivista.

Il successo di Topolino è immediato e duraturo tanto che nel 1948 il materiale prodotto negli Stati Uniti inizia a scarseggiare rispetto alla richiesta del pubblico italiano, e comincia così a prendere campo la consuetudine di produrre nuove storie in proprio sino alla formazione di una vera e propria scuola italiana. Quando i grandi maestri americani lasciano il campo, tra gli anni sessanta e i settanta, è la scuola italiana a rappresentare la produzione di fumetti Disney più vivace e interessante, e anche quella commercialmente più appetibile.

Nel 1986, allo scadere della convenzione, la Disney toglie i diritti alla Mondadori. A tutt'oggi la produzione di fumetti Disney è distribuita in numerosi paesi del mondo, con una certa preminenza della scuola italiana ed è letta soprattutto da un pubblico infantile ma anche dagli adulti.

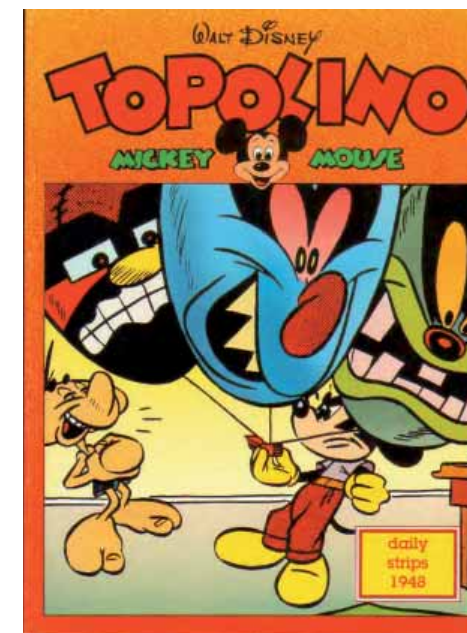


Fig. 141- Esempio di copertina della rivista Topolino

5.2.3 Linus e Alter Alter

Anno:

1 Aprile 1965, Milano

Fondatore:

Giovanni Gandini

Linus, testata che prende nome da uno dei protagonisti dei Peanuts, striscia di Schulz, Linus van Pelt, è una rivista italiana di fumetti che ha in un certo senso imposto un linguaggio, non solo una moda culturale, radicandosi fin da subito nel cuore dei lettori non più solo ragazzi ma anche e soprattutto adulti. Grazie a Linus, il fumetto, in Italia, non è più rivolto al solo pubblico infantile.

Nel primo numero la rivista mostra il suo carattere indipendente tanto da diventare campo di scontri intellettuali, come ad esempio l'intervista di Umberto Eco a Elio Vittorini e a Oreste del Bono. Il sottotitolo della testata è "Rivista dei fumetti e dell'illustrazione". L'editoriale esordisce: "Questa rivista è dedicata per intero ai fumetti". Il criterio di scelta è quello della qualità e poco importa se sono mescolati fumetti moderni (i Peanuts) a classici e inediti. Durante la direzione Gandini esordiscono in Italia fumetti sia europei sia statunitensi che han fatto la storia come Peanuts, Pog, Krazy Kat, Valentina, Dick Tracy, Corto Maltese.

Nel 1972 la direzione passa da Giovanni Grandini a Oreste del Buono, OdB per gli estimatori, il quale porta nella rivista il calore della politica e del dibattito culturale dentro e fuori la sinistra, e la satira, creando un rapporto nuovo tra linguaggio del fumetto e il mondo. In questi anni vengono pubblicati nella rivista i primi fumetti di Andrea Pazienza, Igort, Mattotti, Matticchio, Altan, Vauro e altri nomi importanti della storia del fumetto. Linus si conferma in Italia come la rivista cardine del panorama del fumetto internazionale.

La direzione di Oreste del Buono termina nel 1981 e passa a Fulvia Serra che continua il lavoro dei suoi predecessori di "ricerca di fumetti di qualità" e inizia una serie di "acquisizioni" di tutto rispetto: Michele Serra, Davide Riondino, Piervittorio Tondelli, Stefano Benni, Elle Kappa, Alessandro Baricco e propone per la prima volta in Europa il lavoro di un autore destinato al premio Pulitzer, Art Spiegelman con Maus – Racconto di un Sopravvissuto.

Nell'Aprile 1995, trentesimo compleanno di Linus, ritorna al comando del giornale Oreste del Buono, che dal 1997 diventerà direttore responsabile non profit. In questi anni ritornano autori come Igort e Jori, i primi europei a pubblicare sui manga giapponesi e fanno il loro esordio le strisce Get Fuzzy, Robotman, Mutts, Zitts, Dilbert.

Il sottotitolo della testata cambierà nel corso degli anni, dall'originario "Rivista dei Fumetti e dell'illustrazione" (che in realtà durerà ben poco, lasciando la cop-

ertina priva di questa indicazione) seguirà "Rivista di fumetti e d'altro" e successivamente dal Luglio 1996 "Rivista di fumetti e diversità".

Con il passaggio al nuovo secolo, Linus si apre anche alla dimensione della Rete, con la pubblicazione della rubrica "Digital Graffiti" e l'apertura di un blog. La testata, attualmente diretta da Stefania Rumor, è un luogo dove grazie ai fumetti è possibile seguire da vicino i diversi movimenti culturali e sociali dell'era globale, dalla cooperazione comunicativa attraverso le reti alla riprogettazione del territorio e dell'ambiente, dall'analisi critica dei nuovi assetti giuridici sovranazionali allo scontro con gli organismi che governano i processi economici mondiali, tracciando i contorni di una nuova opposizione sociale.

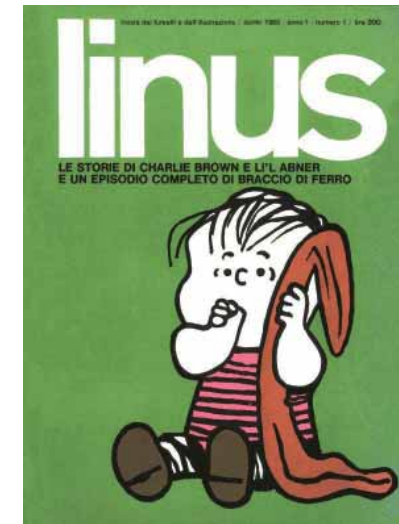


Fig. 142- Copertina primo numero della rivista Linus, Aprile 1965

Linus vanta di aver creato intorno a sé una notevole flotta di riviste satelliti, fra "supplementi" e "almanacchi" che proponevano ai lettori tutto il patrimonio di "letteratura disegnata" che Linus non era in grado di ospitare. Così fu per gli speciali Dick Tracy e Jeff Hawke e tutti i supplementi degli anni '60, storia analoga per la rivista Alterlinus, in seguito AlterAlter, che iniziò ospitando i rivoluzionari fumetti di fantascienza del gruppo francese Humanoides Associés (Moebius, Caza, Bilal e altri) e successivamente tutto il fumetto colto italiano e europeo, da Valvoline agli autori spagnoli. Furono inoltre varate due riviste parallele: Snoopy, per bambini, e Corto Maltese, dedicata ai viaggi e all'avventura, sotto la supervisione di Hugo Pratt.

Oggi, diverse di queste riviste non sono sopravvissute alla crisi editoriale e alla concorrenza ma rimangono un'importante testimonianza di come la cultura italiana del fumetto sia negli anni cambiata, da strumento di puro oblio a foriero di contenuti e riflessioni sul presente.

5.3 AUTORI E PERSONAGGI MILANESI

Milano è casa per molti autori di fumetto. Di seguito è proposta una selezione strettissima di autori e personaggi, nati a Milano, molto rilevanti per la storia del fumetto italiano odierna e futura. A malincuore, si è reso necessario fare una ferrea selezione basata sulla natalità degli autori e il loro contributo, escludendo così autori più giovani come Adriano Barone e Paolo Castaldi, e maestri come Mattotti, Andrea Pazienza, Hugo Pratt, Dino Battaglia, Gipi ecc... ma purtroppo questa non è sede per ulteriori approfondimenti, reperibili tramite il libro *"Il secolo del fumetto: lo spettacolo a strisce nella società italiana, 1908-2008"* Di Sergio Brancato, Alberto Abruzzese edito da Tunué srl, Latina 2008.

5.3.1 Personaggi Bonelli

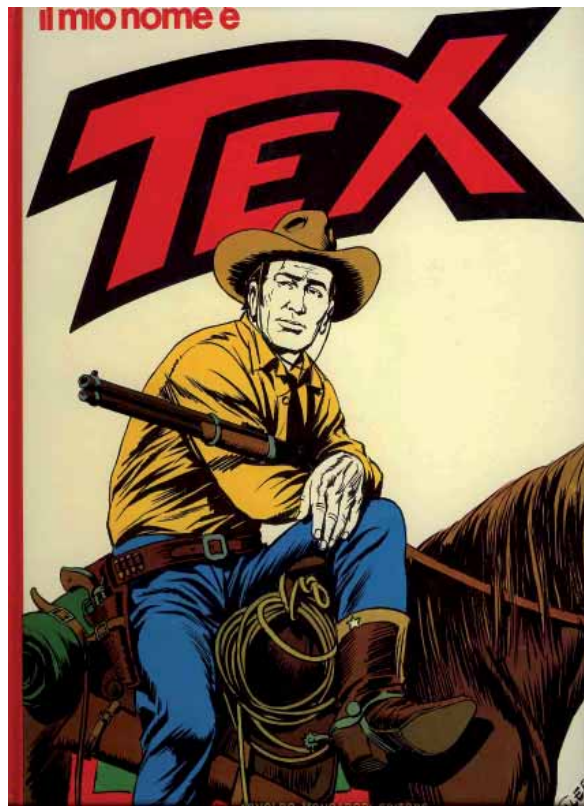
Sergio Bonelli Editore S.p.A. è presente sul mercato del fumetto italiano fin dagli anni quaranta ed è la casa editrice indiscussa leader del settore in Italia, con oltre 25 milioni di copie vendute annualmente. *Tex* e *Dylan Dog*, le due testate più famose della Casa editrice, vendono ogni mese oltre 800 mila copie (dati BVZM).

La storia della casa editrice ha inizio con la figura di Gian Luigi Bonelli (padre dell'attuale editore), sceneggiatore e futuro ideatore di *Tex Willer*, che nel 1940 rileva da Dante Traini la testata "L'Audace" fondando così le Edizioni Audace. Il primo numero del nuovo corso è il 331 datato 18 gennaio 1941, "L'Audace" (che dal numero 385 del 13 febbraio 1942 aveva mutato nome in Albo Audace) chiuderà i battenti nel 1944 con il numero 467.

Finita la guerra, la testata riapre nell'agosto/settembre del 1945 sotto la guida di Tea Bonelli, ex moglie di Gian Luigi. Negli anni successivi la produzione della casa editrice è particolarmente fiorente, e personaggi sempre nuovi si alternano con grande velocità.

Il primo vero successo, duraturo e redditizio dell'editrice, è *Tex*, che nasce nel 1948 dalla penna di Gian Luigi Bonelli, il quale rimane d'ora in poi legato al suo personaggio sceneggiandolo per tutta la vita, e dalla matita del disegnatore Aurelio Galleppini. Durante gli anni cinquanta la Bonelli, elaborandolo a partire dalla vecchia "striscia", adottò un nuovo formato, ideando uno standard tuttora chiamato "formato Bonelli": albi squadrate, in bianco e nero, con lunghe storie dalle 96 alle 300 pagine: dei veri romanzi a fumetti.

Fig. 143- Tex, Bonelli Editore



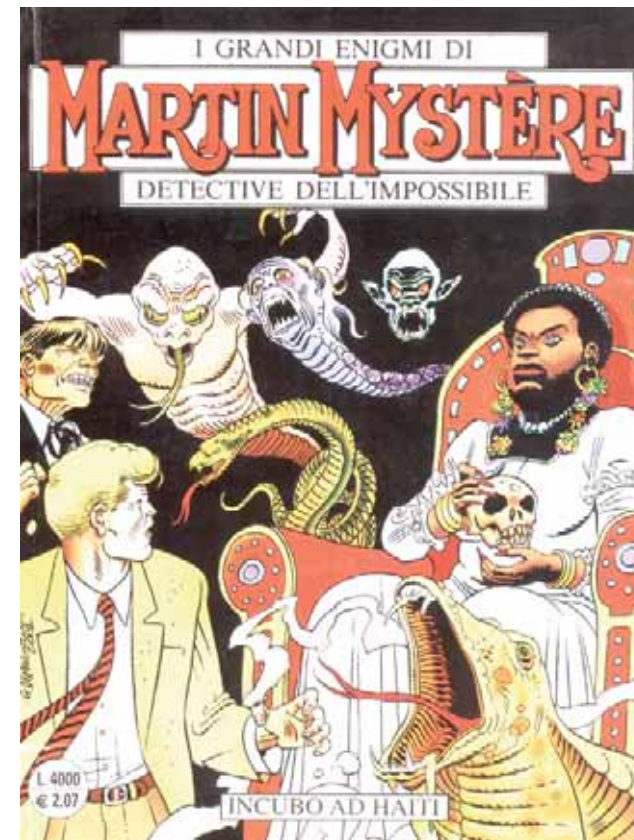
All'inizio degli anni sessanta la direzione passa infine a Sergio Bonelli. *Mister No* nasce nel 1975 e chiude nel 2006 dopo oltre 30 anni di pubblicazione.

Nel 1977 l'uscita nelle edicole di *Ken Parker* (creato da Giancarlo Berardi e Ivo Milazzo) mette in crisi, per la prima volta, la tradizionale divisione della critica tra fumetto d'autore e fumetto seriale. Grazie all'estrema cura artistica di sceneg-

giatura e disegni e alla novità dei contenuti, questo "western" atipico e originale attua una vera e propria rivoluzione narrativa del fumetto popolare italiano. La serie di *Ken Parker* viene interrotta nel 1984, in quanto la qualità delle storie mal si concilia con la quantità della produzione mensile, per riprendere in modo tormentato nel 1996.

Nel 1982 esce *Martin Mystère*, di Alfredo Castelli, fumetto di successo considerato il punto di passaggio tra le serie classiche della Bonelli (*Tex*, *Zagor*, *Mister No*) e quelle del nuovo corso (*Dylan Dog*, *Nick Raider*, *Nathan Never*), sia per le tematiche trattate che per aver aperto la strada a nuove iniziative di carattere editoriale.

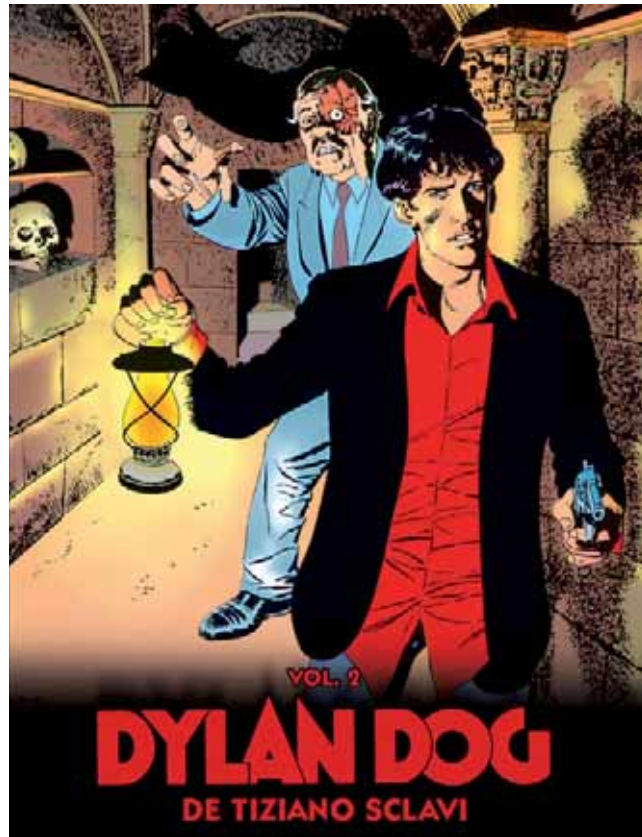
Fig. 144- Martin Mystère, Alfredo Castelli, Bonelli Editore



Nel 1986 esce la serie probabilmente più popolare degli ultimi decenni in Italia, destinata a diventare un "caso" anche all'estero: *Dylan Dog*, creato da Tiziano Sclavi, un fumetto horror destinato a raggiungere per la prima volta la tiratura di 800mila copie mensili, grazie ad un personaggio fortemente originale rispetto ai

vecchi eroi dalla Bonelli. In seguito al successo di *Dylan Dog*, molte case editrici hanno cominciato a pubblicare fumetti nello storico formato bonelliano 16 x 21 cm con foliazione di 100 pagine in bianco e nero. I critici etichettano questi albi con il termine "bonellide". Nel 1998 dal pennino di Giancarlo Berardi nasce *Julia – Le avventure di una criminologa*. Il fumetto appartiene al genere poliziesco e narra i casi di sequestro, omicidi seriali, dinamitardi e affini che la criminologa *Julia Kendall* risolve grazie alla sua spiccata sensibilità che le permette di "entrare" nella mente dei criminali e sconfiggerli.

Fig. 145- *Dylan Dog*, Tiziano Sclavi, Bonelli Editore



Nel maggio 2005 viene avviato l'esperimento delle miniserie con *Brad Barron*. Le miniserie bonelliane sono serie dalla durata predeterminata, generalmente breve. Visto il buon successo, nel 2006 si prosegue con *Demian* e nell'ottobre del 2007 con *Volto Nascosto*.

Nel giugno del 2007 con *Dragonero* parte un'altra iniziativa innovativa per il parco testate dell'editore: i "Romanzi a fumetti Bonelli", con cadenza annuale e albi di

robusta foliazione, che contengono storie autoconclusive di varia ambientazione e genere. Il successo ottenuto da *Dragonero* (35 mila copie vendute) spinge la Casa Editrice a potenziare questa collana aumentando le uscite da una all'anno a due.

5.3.2 Le sorelle Giussani e Diabolik

Il 1° novembre del 1962, con un logo studiato da Remo Berselli, appare nelle edicole italiane il primo numero di *Diabolik* (titolo evocativo: IL RE DEL TERRORE, sottotitolo: "Il fumetto del brivido") al prezzo di 150 lire. I testi sono di Angela Giussani, i disegni di Zarcone.

Rileggendo oggi quel primo episodio si può dire che l'impostazione del personaggio era già perfettamente delineata: *Diabolik* è un ladro di un'abilità e un'ingegnosità fuori dal comune, capace di assumere diverse fisionomie grazie a maschere di plastica sottilissima che lui stesso inventa e provvede a realizzare. Il ruolo d'avversario è rivestito dall'ispettore Ginko, poliziotto integerrimo che, da allora, dedica tutta la sua vita professionale alla caccia dell'inafferrabile ladro.

Il fumetto *Diabolik* è inizialmente un giallo, ma ha in sé anche tutte le caratteristiche del "nero": presto i lettori si rendono conto che il loro eroe è un criminale, certo, ma stranamente non privo di alcuni principi etici.

Un personaggio fuori dalla società, comunque non peggiore di certi elementi che in quella stessa società occupano posizioni di potere e di prestigio. Una formula di sicuro successo perché, per citare Umberto Eco, "

Si prova una soddisfazione non del tutto pacifica (ma per questo più eccitante) nel parteggiare per il cattivo."

Diabolik, il primo eroe negativo, capostipite delle future generazioni di fumetti neri, nasce grazie alla genialità di due giovani signore, le sorelle Angela e Luciana Giussani. Entrambe milanesi, hanno dedicato tutta la loro vita lavorativa al ladro in calzamaglia nera.

Angela nasce a Milano nel 1922, e sposa, poco più che ventenne, Gino Sansoni, un piccolo imprenditore che aveva fondato la Casa Editrice Astoria e comincia a collaborare con il marito, costruendosi in breve una solida esperienza professionale. Nel 1961 si sente pronta per un'esperienza autonoma, fonda una sua casa editrice e la chiama, modestamente, Astorina.

Esordisce con un fumetto di importazione americana, le avventure di un boxeur chiamato Big Ben Bolt. La serie non ha però il successo sperato, e allora Angela decide, come racconta Luciana, di "farsi un fumettino per conto suo", *Diabolik*

appunto.

Dalla nascita del "Re del Terrore", Angela è sempre al timone della Casa Editrice fino al giorno della sua scomparsa, avvenuta nel febbraio 1987.

Fig. 146- Diabolik, Astorina



Luciana nasce a Milano nel 1928 e, dopo il diploma magistrale, inizia a lavorare come impiegata. Ma agli inizi degli anni 60 viene chiamata dalla sorella Angela ad affiancarla nella redazione di soggetti e sceneggiature per il neonato personaggio *Diabolik*. Un'attività che l'appassiona da subito e che porta avanti anche da sola,

dopo la morte della sorella. L'ultimo episodio da lei firmato risale a pochi mesi prima della sua scomparsa, avvenuta nel marzo del 2001.



Fig. 147- Luciana e Angela Giussani

5.3.3 Il maestro Sergio Toppi

Sergio Toppi è nato l'11 ottobre 1932 a Milano, dove vive e lavora ancora oggi. Abbandona gli studi di Medicina per seguire la passione per il disegno, e nel 1954 esordisce come professionista con alcune illustrazioni sull'"Enciclopedia dei Ragazzi" della Mondadori. Tre anni dopo inizia a lavorare per gli Studi Pagot, collaborando per il decennio successivo alla realizzazione di numerosi caroselli. Dal 1960 pubblica sulle pagine del "Corriere dei Piccoli" racconti con tratto caricaturale come *Mago Zurlì* e *l'ipercubo* (1961) su testi di Carlo Triberti. Successivamente inizia la collaborazione con Mino Milani che segna la svolta di Toppi verso temi storici, rappresentati con tratto già sicuro ma ancora poco personale e influenzato da altri autori, tra i quali Battaglia e Uggeri. Nel 1974 grazie alla lungimiranza di padre Colasanti, direttore del "Messaggero dei Ragazzi", Toppi può godere di una libertà assoluta che gli permette di sviluppare il suo stile ab-

battendo con il disegno la cornice tradizionale della tavola. Arrivano così i premi, come il prestigioso “Yellow Kid” da parte del Salone Internazionale dei Comics di Lucca nel 1975, primo di una lunga serie di riconoscimenti.

Fig. 148- Sergio Toppi



45

La nuova strada è aperta: lo stile-Toppi si manifesta nella collana “Un uomo, un'avventura”, edita dalla Cepim, nei due racconti scritti da Decio Canzio “L'uomo del Nilo” (1976) e “L'uomo del Messico” (1977), e in “L'uomo delle paludi” (1978) dove Toppi è autore unico. Di questi anni sono anche le storiche copertine per il periodico “Sgt. Kirk”. Negli anni Settanta collabora quasi in contemporanea con il settimanale cattolico “Il Giornalino”, per il quale realizza numerosi fumetti con tematiche spesso legate ad attualità e religione, e con le Edizioni Milano Libri

su richiesta di Oreste del Buono. È l'inizio del filone fantastico “toppiano” che si sviluppa su “Alter Alter”, oppure ancora su “Corto Maltese” e “Comic Art”.

Da segnalare inoltre la collaborazione con “L'Eternauta” su cui pubblica le avventure de “Il Collezionista”. Nel corso degli anni Novanta Sergio Toppi ha disegnato anche per il fumetto seriale italiano, realizzando episodi di “Nick Raider” e “Julia” della Sergio Bonelli Editore, e un racconto breve di “Martin Mystère”. Negli ultimi anni l'autore ha perseguito instancabilmente la sua ricerca stilistica, tra gli ultimi lavori: “Ticonderoga” (Nuages, 2002) secondo volume di “Sharaz-de” (Mosquito, 2005), il racconto “L'heritier” (Mosquito, 2007), il catalogo di illustrazioni “Città serena” (Tricromia, 2008), i racconti illustrati per “Diari illustrati senza eroi” (2008, testi di Angelo Nencetti).

5.3.4 Grazia Nidasio



Fig. 149- Grazia Nidasio, Valentina Mela Verde

Grazia Nidasio (Milano 1931, vive a Certosa di Pavia), dopo gli studi al Liceo Artistico e all'Accademia di Brera (dove studia scultura con Francesco Messina), contribuisce, dal 1953 e per oltre 35 anni, al “Corriere dei Piccoli”, storico settimanale di cui fa parte insieme a Dino Battaglia, Sergio Toppi, Hugo Pratt, ed altri grandi pionieri del fumetto italiano degli anni Cinquanta. Realizza nella sua carriera una decina di personaggi, fra cui la strip *Micino Film* (1955-1961), *Il Diario*

di *Gigi* (1956-1957), *Nonno Roby* (1957-1959), fino ad arrivare agli importanti *La Famiglia Violante* (1960, testi Guglielmo Zucconi), *Dottos Oss* (1965-1969, testi Mino Milani) e *Valentina Mela Verde* (1969-1976). Fin da ragazza, si specializza nell'illustrazione, contribuendo a libri per l'infanzia editi da Marzocco, Einaudi, Rizzoli, Salani ed altri. Per Mondadori, è direttore artistico del periodico *Mondo Junior*. Collabora a programmi televisivi Rai e Mediaset.

Da ormai due decenni collabora con la pagina culturale del quotidiano "Corriere della Sera". È presidente per alcuni anni dell'Associazione Illustratori italiani. Luciano Tamagnini, storico del fumetto popolare italiano, afferma che quando la Nidasio arriva al "Corrierino" nel 1953, nascono gli spazi letterari e grafici dedicati alle giovani lettrici, a cominciare dai suoi primi personaggi, *Alibella* (1953) e *Gelsomino* (1954).

5.3.5 Guido Crepax e Valentina

Nato a Milano il 15 luglio 1933 Guido Crepax inizia a lavorare nel campo dell'illustrazione e della grafica mentre frequenta la facoltà di architettura, realizzando manifesti pubblicitari e copertine di libri e di dischi.

Nel 1963 si riavvicina al mondo del suo primo amore, il fumetto, e qualche anno più tardi dà vita all'indiscutibile protagonista delle sue storie, la celebre *Valentina*, comparsa per la prima volta nel numero 3 di *Linus*, la rivista fondata e diretta da Giovanni Gandini.

Guido Crepax ha innovato e portato a livelli assai alti il fumetto d'autore. Ha destrutturato profondamente il sistema-fumetto, mandando in frantumi la tradizionale pagina disegnata per ricomporre poi i suoi frammenti con l'apparente casualità ragionata e armoniosa propria della musica jazz.

Il suo inconfondibile segno rimane personalissimo. La sua maniera di disegnare, a prima vista dimessa, con il pennino spuntato che traccia profili sottili e disarticolati di nudi longilinei, raffinati e perversi, è stile sicuro e originale in grado di scoprire analogie grafiche e corrispondenze linguistiche con tutte le altre arti con le quali ha familiarizzato: dalla letteratura, al cinema, alla musica, alle arti figurative. Nelle sue "riduzioni" di grandi romanzi Crepax reventa un climax estremamente pertinente con il senso dell'opera madre e quando la sua *Valentina* si imbatte nel mondo delle arti abbondano le citazioni, da Manet, a Picasso a Kandinsky, a Henry Moore.

Da tempo malato, Guido Crepax è scomparso il 31 luglio 2003.

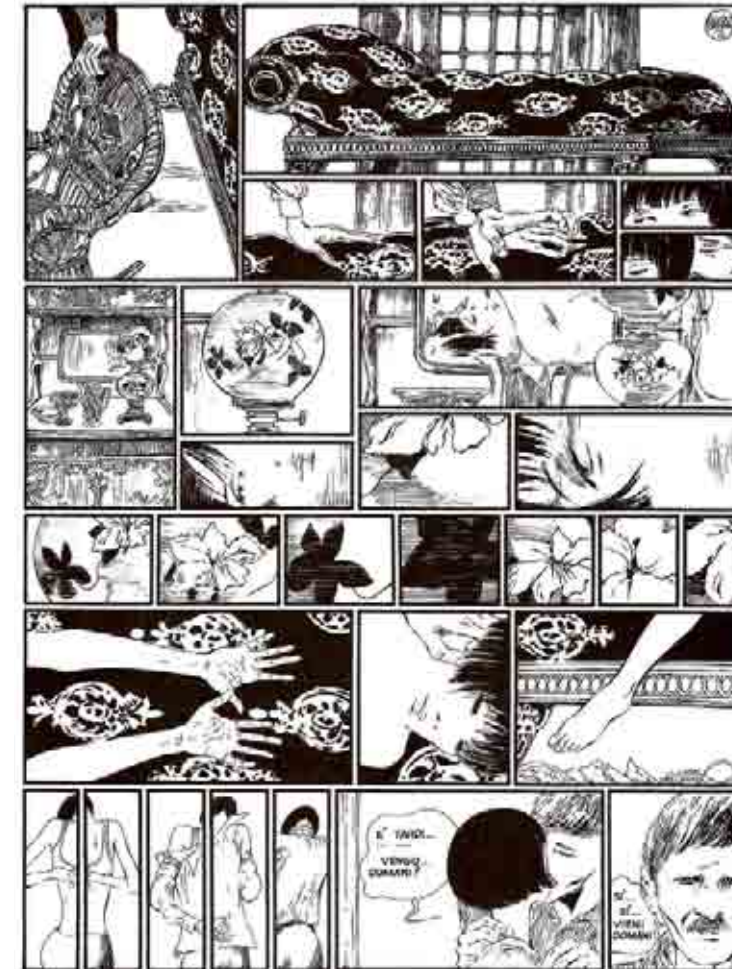


Fig. 150- Guido Crepax, *Valentina* 1972

5.3.6 Guido Scarabottolo

Guido Scarabottolo, in arte Bau, si laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1973, da quell'anno si occupa di comunicazione visiva nello studio Arcoquattro, lavorando con tutti i maggiori editori del Paese, compresa la RAI e le principali agenzie di "creativi", con collaborazioni in Giappone e Stati Uniti (New York Times).

Pur non disdegnando oggetti di design e mobili, dal 2002 cura l'ideazione di tutte le copertine per Ugo Guanda Editore e le illustrazioni sull'inserito domenicale de *Il Sole 24 ore*, tuttora considerato il miglior prodotto dell'industria culturale e letteraria legato ai quotidiani nazionali.

Premiato con la medaglia d'argento dalla prestigiosa Society of Illustrators di New York, le sue immagini visionarie appaiono su quotidiani e settimanali (Internazionale, l'Unità, Alias, Abitare), copertine di libri (Guanda soprattutto, ma anche Laterza, Einaudi, Feltrinelli), brochure istituzionali e annunci pubblicitari. Curioso il suo lavoro per *Tissue Journal* esposto in diverse mostre.

Come ha scritto la Zoboli,

“È un professionista impeccabile, una persona squisita e un disegnatore di intelligenza sopraffina. Tre doti già poco diffuse, ma pressoché introvabili nella stessa persona”.

Fig. 151- Bau (Guido Scarabottolo)



5.3.7 Lupo Alberto e Silver

Lupo Alberto è la striscia a fumetti che prende nome dal personaggio principale, nata dalla matita di Guido Silvestri, in arte Silver. *Lupo Alberto* riprende la figura dell'uomo comune, con un obiettivo nella vita, e una certa dose di sfortuna.

Cerca sempre di rubare una gallina di nome *Marta*, che è la sua fidanzata, ma

Mosè (cane bobtail da guardia) fa di tutto per impedirglielo. Proprio da questi epici scontri fra *Lupo Alberto* e *Mosè* sono nate le prime strisce della serie.

Lupo Alberto fa la sua prima comparsa nel febbraio del 1974 con delle strisce pubblicate dal giovane Silver sul “Corriere dei Ragazzi”. Poco più di un anno dopo, la Dardo pubblica il primo albo dedicato a questo personaggio. *Lupo Alberto* viene proposto come albo mensile a partire dal maggio del 1985, dopo una sfortunata serie di otto numeri editi dalla Corno a cavallo del 1983 e 84.

Il nome di *Lupo Alberto* deriva da quello di Alberto Lupo, celebre attore di sceneggiati televisivi.



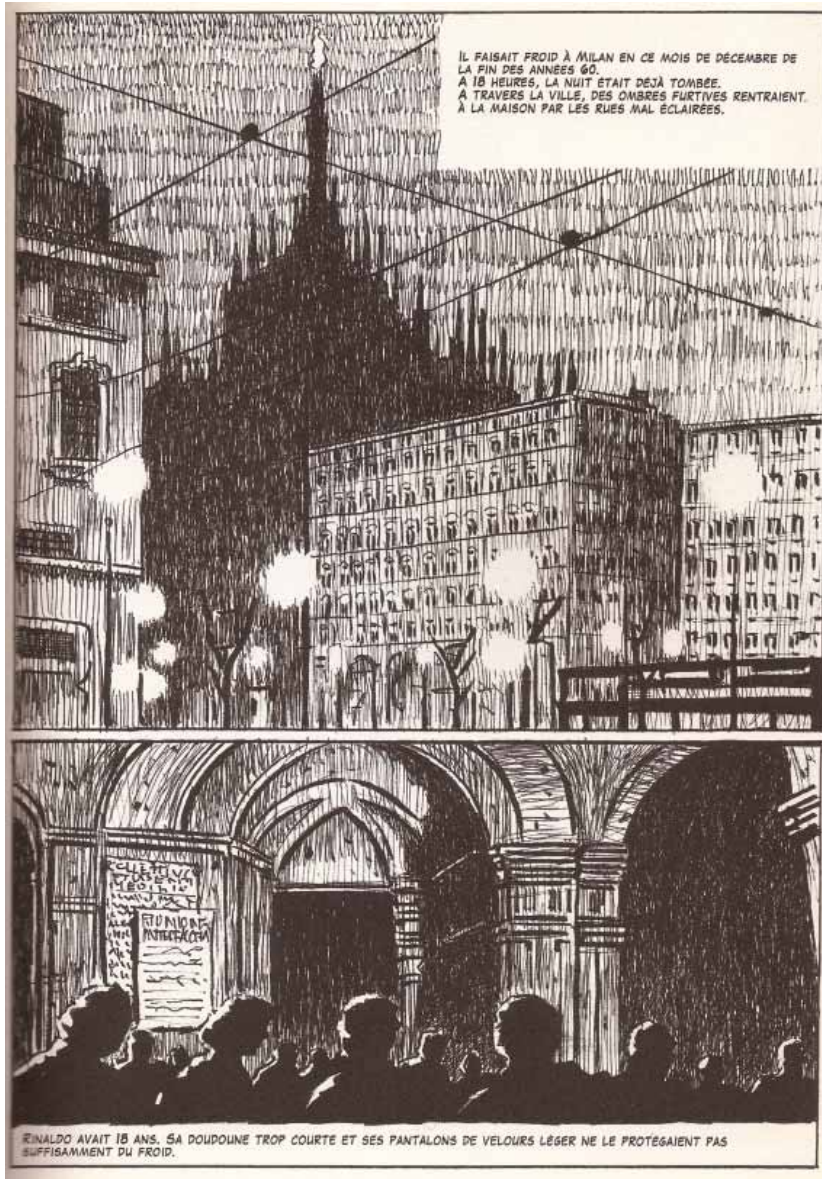
Fig. 152- Silver, Lupo Alberto

5.3.8 Elfo (Giancarlo Ascari) e Milano

Giancarlo Ascari, 1951, vive e lavora a Milano. Si laurea in architettura presso il Politecnico di Milano nel 1976. Dal 1977 pubblica con lo pseudonimo di Elfo illustrazioni e fumetti su testate italiane e straniere: *Alteralter*, *Linus*, *Corriere dei Piccoli*, *Pilote* (Francia), *Epix* (Svezia), *Babel* (Grecia), *Linea d'Ombra*, *La Repubblica* e altri.

È giornalista pubblicitista, ha scritto per *Alfabeta*, *Linea d'Ombra*, *La Gola*, *Domus*, *Abitare*, *L'Unità*, *Diario*. Nel 1979 fonda con altri la cooperativa “Stories-trisce” mentre nel 1988 è tra i fondatori e i direttori della rivista “Tic”. Ha illustrato libri per Mondadori e Garzanti e insegnato all'Istituto Europeo di Design di Milano. Pubblica nel 2005 per Coconino Press il romanzo a fumetti “Love Stores”, edito in Francia nel 2005 da Les Enfants Rouges e nel 2008 per Garzanti il romanzo a fumetti “Tutta colpa del 68”. Sempre nel 2008 realizza immagini per Multiplicity.lab nell'esposizione “La vita nuda” alla Triennale di Milano ed espone immagini ispirate a “Tutta colpa del 68” alla galleria Nuages di Milano.

Fig. 153- Elfo (Giancarlo Ascari), Tutta colpa del '68, 2008



5.3.9 Gabriella Giandelli

Gabriella Giandelli è nata a Milano nel 1963 dove vive e lavora. Nel 1984 pubblica i suoi primi fumetti sulla rivista Alter Alter e successivamente su Frigidaire, Dolce Vita, Strapazin, L'Echo des Savanes e altre riviste.

Ha pubblicato libri a fumetti per editori italiani e stranieri: "Interiorae" per Coconino Press, Vertige Graphic, Fantagraphics; "Sous les feuilles" per Seuil; "Silent Blanket" per Seuil e Sinsentido; "Hanno aspettato un po' e poi se ne sono andate per mano" sempre per Seuil.

Parallelamente svolge attività di illustratrice collaborando con quotidiani, settimanali e case editrici tra cui La Repubblica, Il Manifesto, Il Sole 24 Ore, Internazionale, Feltrinelli, Einaudi, Seuil, MinimumFax, Condè Nast e Mondadori.

Da qualche anno si occupa di illustrazioni per l'infanzia. Per l'editore Mondadori ha creato il personaggio *Milo*, un piccolo coniglio protagonista di molti libri illustrati e di recente anche di una serie animata in programmazione su Rai 3 e France 5.

È attiva anche come designer, ha disegnato tappeti e tessuti per Alchimia e Memphis e oggetti per Alessi e Swatch.



Fig. 154- Gabriella Giandelli, Interiorae, Coconino Press 2010

5.4 ESPOSIZIONI

Nel 1950 Milano nel Palazzo di giustizia ospita la prima esposizione in Italia dedicata al fumetto. Da quella data in poi, pian piano il fumetto entra nelle librerie, si diffonde per le strade delle città attraverso i festival, s'insinua negli spazi espositivi e nelle gallerie d'arte della città. Di seguito sono illustrate due esposizioni sul fumetto, tenutesi ultimamente a Milano, interessanti dal punto di vista dell'allestimento e dei loro contenuti:

- *Fumetto International – Trasformazioni del fumetto contemporaneo.*

18 Maggio – 27 Agosto 2006, Triennale Milano

- *Guido Crepax -Valentina, la forma del tempo.*

21 Settembre 2008 – 01 Febbraio 2009, Triennale Bovisa

5.4.1 Fumetto International – Trasformazioni del fumetto contemporaneo

18 Maggio – 27 Agosto 2006, Triennale Milano

Progetto allestimento: Denis Santachiara

La mostra *Fumetto International. Trasformazioni del fumetto contemporaneo*, presenta i due terreni decisivi della trasformazione che ha visto il fumetto "cambiare tutto insieme": al di là di tradizioni americane, europee o asiatiche, il fumetto contemporaneo non ha più lo stesso volto di prima perché la Graphic Novel Art ed una Asian Wave hanno cambiato lo scenario ovunque. Di conseguenza, la mostra

di compone in queste due sezioni principali. La prima, Graphic Novel Art, vuole presentare una ricognizione della ricchezza e della molteplicità, estetica, narrativa, editoriale, geografica, di quelle opere a fumetti che hanno fatto della forma romanzesca la loro bandiera, in una sfida contro l'involuzione formale e l'abuso di stereotipi che osservatori sbrigativi e pubblici poco avvertiti avevano creduto di poter attribuire all'intero medium. La seconda sezione, Asian Wave, offre invece uno scorcio sulle conseguenze espressive e editoriali di quello che è il fenomeno geopolitico più dirompente nella storia del fumetto, e più in generale dei media: la rapida diffusione di prodotti e immaginari asiatici a partire dalla cosiddetta "Japan invasion" che investì l'Occidente televisivo e fumettistico

Fig. 155- Fumetto International, allestimento di Denis

Santachiara, Foto 1

Fig. 156- Fumetto International, allestimento di Denis

Santachiara, Foto 2

Fig. 157- Fumetto International, allestimento di Denis

Santachiara, Foto 3

Fig. 158- Fumetto International, allestimento di Denis

Santachiara, Foto 4



Per raccontare la necessità di un nuovo sguardo al fumetto, sotto la lente della contemporaneità, questa mostra si offre infine come un laboratorio di idee. Momenti di riflessione e di scambio (attraverso un nutrito programma di presentazioni, tavole rotonde e un seminario di studi) si accompagnano a proposte utili per ripensare anche alcune questioni espositive, a partire dall'affiche (realizzata da Paolo Bacilieri, secondo un processo creativo che ha ibridato creatività del fumetto e procedure della grafica digitale) e dal catalogo (in versione cartacea e digitale) fino all'allestimento, progettato da Denis Santachiara, che mira a disegnare un ambiente complessivo, che possa rendere gli spazi non solo ospiti di un prodotto altro ed esterno, e toccare alcune corde di un'esperienza estetica, quella del fumetto e della sua lettura, "fisica" ed immaginifica al contempo.

Il percorso è composto da una "nuvola", realizzata tramite struttura gonfiabile, che si estende lungo l'asse centrale dello spazio espositivo dividendo in due parti principali l'allestimento: esterno ed interno della nuvola. L'esterno, dedicato

alla sezione Graphic Novel Art, avvolge tutte le parti della "nuvola", presenta degli elementi scenici sovradimensionati che si possono definire "nuvolette", sempre realizzati tramite struttura gonfiabile con illuminazione integrata, una serie di binari che corrono lungo le pareti verticali dove sono appese, tramite fili d'acciaio, tavole e bozzetti. Lungo questi due percorsi laterali esterni s'incontrano, oltre alle tavole appese, anche dei "punti libro" dove albi a fumetti galleggiano nell'aria grazie al sostegno di fili d'acciaio fissati al soffitto e dei "punti teca" che racchiudono modellini, statuine o gadget.

L'interno della "nuvola", dedicato alla sezione Asian Wave, offre un'esperienza immersiva grazie all'atmosfera creata dall'illuminazione diffusa e dalla forma tondeggiante dello spazio. In questa sorta di "tunnel fumettoso" sono proiettati tavole e video con interviste ai singoli autori affrontati nella mostra e cortometraggi d'animazione. In generale l'ambiente dell'allestimento risulta omogeneo, di facile comprensione e d'impatto sia a livello visivo che emozionale.



Fig. 159- Fumetto International, comunicazione e grafica, Foto 1

Foto 1



Fig. 160- Fumetto International, comunicazione e grafica, Foto 2

Foto 2

5.4.1 Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo

21 Settembre 2008 – 01 Febbraio 2009, Triennale Bovina.
Progetto allestimento: Caterina Crepax

La mostra Guido Crepax. Valentina, la forma del tempo è l'occhio alla contemporaneità tramite il tratto di Crepax, autore abituato a raccontare le inquietudini e i cambiamenti di Milano invecchiando insieme al suo personaggio.

La sintassi della mostra giove delle intuizioni dei curatori che sono stati in grado di mettere in scena il personaggio di Valentina utilizzando due espedienti narrativi che la pongono in forte relazione con il visitatore. Il primo ha a che fare con un ordinamento delle sale in grado di scandire in modo immediato il rapporto del personaggio con il tempo: Valentina è celebre per essere stato uno dei primi soggetti di fumetto, se non il primo, a invecchiare di pari passo con il proprio creatore, incarnandone l'accresciuta maturità e consapevolezza derivante anche dall'anagrafe.

Il secondo espediente è averla immaginata in dimensioni "innaturali", iperboliche, grandi come le sue proiezioni nella nostra immaginazione.

Il percorso riprende la struttura della casa borghese milanese, per l'appunto la casa dell'autore, suddivisa in diverse stanze. Ogni stanza rappresenta un diverso modo di intendere e vivere il tempo. *La forma del tempo* ovvero il tempo nelle sue diverse forme. Tra gli aspetti distintivi dell'allestimento c'è la *multimedialità*, con elaborazioni video, punti interattivi e ambienti sonori che riproducono e amplificano l'attualità delle invenzioni linguistiche di Crepax e il suo ininterrotto dialogo col cinema; e una particolare *relazione con il visitatore* che, grazie alle gigantografie dei disegni sulle pareti, alla proiezione di immagini e a speciali invenzioni interattive, danno l'impressione di entrare fisicamente nello straordinario mondo creato dalla fantasia di Crepax.

Fig. 161- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, allestimento di Caterina Crepax, Foto 1



La mostra è articolata in sezioni tematiche (stanze), in cui le tavole originali dei fumetti si alternano a elaborazioni e interpretazioni multimediali.

Nel corso del tempo

In questa stanza, dopo un ingresso surrealista, si svelano le origini di Valentina, unica donna del fumetto a invecchiare con il suo autore. Diverse gigantografie della sua "biografia a fumetti", una selezione di tavole originali tratte da *Valentina intrepida* e *Funny Valentine* e il famoso carteggio tra Crepax e la diva Louise Brooks.

Il tempo reale: a Milano, lo studio di Valentina

Valentina viene ambientata nella sua città, Milano, che percorre in metropolitana, automobile e bicicletta. Alle pareti, la Milano che Crepax ha rielaborato spesso in chiave fantastica, si specchia in quello che la città è stata e che è oggi, compresi suoni e rumori. Inoltre, viene ricostruito lo studio di Valentina e il set fotografico in cui lavora. Valentina è testimone di trent'anni di cambiamenti e trasformazioni nella moda con ingrandimenti e sagome delle sue modelle che riprendono i ritagli di Elle o di Vogue che Crepax seguiva con attenzione per vestire i suoi personaggi.



Fig. 162- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, allestimento di Caterina Crepax, Foto 2
Fig. 163- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, allestimento di Caterina Crepax, Foto 3

Oltre il tempo: dal sottosuolo allo spazio

Come nelle storie di Crepax, l'altro mondo, oltre il tempo, sbuca all'improvviso anche in questa mostra. Nel corso di tre stanze, il visitatore viene prima calato nel mondo dei Sotterranei, il "lato oscuro" dell'autore, poi trascinato nell'ambiguo incontro con la strega Baba Yaga, acerrima antagonista di Valentina, e infine proiettato nello spazio del Crepax prima maniera, con sorprendenti anticipazioni e puntuali citazioni da film di fantascienza: da *2001 Odissea nello spazio* a *Guerre*

stellari, fino a presagire *Pirati dei caraibi*, mai visto dall'autore.

Il tempo onirico

A volte Valentina evade dalla realtà rifugiandosi nel sogno, altre è il sogno che "fa la storia", inserendosi nello svolgimento della trama. Tra i sogni disegnati e in alcuni casi interpretati in chiave multimediale, sogni veri, raccontati a fumetti dall'autore, e sogni inventati o ripresi dal mondo delle fiabe (*Il gatto con gli stivali*, *La Sirenetta*, *Biancaneve*) e da quello del mito.

Il tempo ritrovato

Questa stanza contiene le molte trasposizioni a fumetti di opere letterarie e classici dell'erotismo realizzati da Crepax nella sua maturità artistica fra cui *Justine* di De Sade, e *Dracula* di Bram Stoker. Movimentano la sezione porte a sorpresa con indicibili immagini proibite da scrutare "attraverso il buco della serratura".

Il tempo della memoria: lo studio dell'autore e la sua passione per le citazioni

Lo studio di Guido Crepax, vero centro della mostra, è fedelmente ricostruito con pezzi originali (come la sua scrivania, la seggiola Thonet, la custodia del violoncello del padre Gilberto, primo violoncello della Scala) che si alternano a elementi disegnati dall'autore. Sono esposti anche alcuni teatrini di carta realizzati durante l'infanzia e i suoi primi tre albi a fumetti disegnati e rilegati a 12/13 anni. Un sottofondo con la musica, classica e jazz, che Crepax amava ascoltare mentre disegnava, anima questa sezione, facendo sentire il visitatore nel luogo delle "generazioni" (sia in concreto che in senso metaforico). In una stanza attigua, le citazioni pittoriche e musicali prendono forma con storie dedicate alle opere dello scultore Henry Moore o del pittore Vassili Kandinsky e ai generi musicali più amati.

Sala video

Interviste all'autore e ad artisti a lui molto vicini (dall'amico Claudio Abbado al sassofonista Jerry Mulligan); spezzoni dei film che ne hanno ispirato l'opera e una galleria di manifesti pubblicitari d'autore, animano questa stanza di passaggio prima del gran finale.

Il tempo della storia

Crepax, amante della storia, è un fedele riproduttore di avvenimenti, ma anche suggeritore di intelligenti metafore, corsi e ricorsi della storia. Il tema della passione politica di Valentina è affrontata in una fedele ricostruzione della rivoluzione russa (*Viva Trotskij*) e col poderoso affresco cinquecentesco *La caduta di Mac Similiano XXXVI*, metafora della guerra del Vietnam. Esposti anche alcuni dei manifesti politici disegnati da Crepax in quegli anni.

Il tempo dei giochi

Alla fine dell'università Crepax elabora il progetto delle battaglie storiche, che realizza nei momenti liberi nell'arco di quasi dieci anni. Non sono soltanto divertimenti estetici, ma giochi giocabili su grandi cartoni che raffigurano paesaggi, città e villaggi, secondo le regole inventate dall'autore che prevedono l'ausilio dei dadi. Anche in questa sezione le gigantografie e un campo di battaglia proiettato sul pavimento fanno sentire il visitatore dentro il "grande gioco". Questa sezione si completa con disegni e pezzi originali degli altri giochi a sfondo sportivo: dal pugilato, al ciclismo risalendo all'automobilismo.

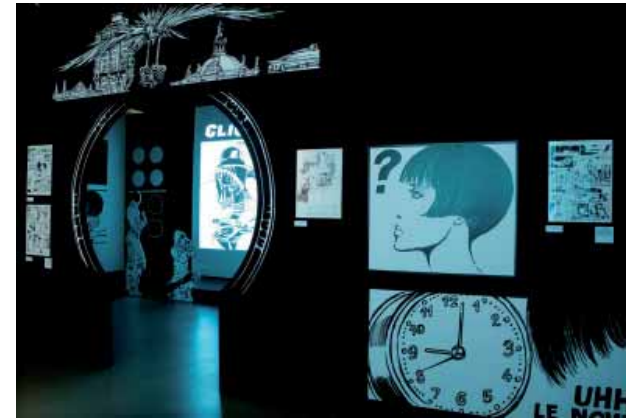


Fig. 164- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, allestimento di Caterina Crepax, Foto 4



Fig. 165- Guido Crepax - Valentina, la forma del tempo, allestimento di Caterina Crepax, Foto 5

La storia del Museo del Fumetto di Milano inizia nel 2008 quando in occasione del centenario della nascita del fumetto in Italia si crea il “Comitato Nazionale Un Secolo di Fumetto Italiano”. Tale comitato organizza una serie d'eventi e iniziative volte alla diffusione culturale del fumetto. Fra le idee più “utopiche” c'è quella di creare un museo del fumetto a Milano, sede della maggior parte delle case editrici italiane di fumetto come Bonelli e Astorina, e città natale di celebri personaggi come Tex e Diabolik. Il comitato arruola per il progetto l'onlus Italia Nostra e la Fondazione Franco Fossati. Inizia la stesura della proposta per il nuovo museo e nel 4 Giugno 2009 è segnata la prima tappa del percorso: nell'Aula Magna dell'Università degli Studi di Milano si tiene l'incontro pubblico organizzato dalla Fondazione Franco Fossati e da Italia Nostra onlus-Milano sul progetto di istituire a Milano uno spazio dedicato al fumetto. Gli ottimi risultati e consensi avuti durante e dopo il convegno permettono di presentare la proposta in via definitiva al Comune di Milano.

La seconda tappa del percorso è l'approvazione da parte del Comune e la definizione della location. Nel luglio 2009 l'assessore alla cultura Massimiliano Finazzer annuncia pubblicamente l'avvio del progetto per il museo del fumetto nel ristrutturato ex-deposito dei tram ATM in viale Campania 12, Milano.

La terza tappa si compie nell'aprile 2010 quando La Fondazione Franco Fossati risponde positivamente alla “richiesta di interesse” pubblicata dal Comune di Milano per l'assegnazione della gestione di una struttura finalizzata a un “centro del fumetto” dato che la fondazione è risultata idonea ai requisiti richiesti.

Quarta tappa, ancora da raggiungere, è il progetto della sede espositiva. Quinta: “messa in moto” e inaugurazione, prevista inizialmente a gennaio 2010, poi spostata a primavera 2010, autunno 2010 e infine, pare, primavera 2011.

Nel museo è così prevista la collezione permanente “Franco Fossati”,

l'organizzazione di mostre temporanee supportate sia dalla collezione permanente, sia dalle collezioni private, degli autori e delle case editrici.

In questo capitolo sono raccolti alcuni comunicati stampa, articoli e interviste che documentano le peculiarità e le tappe del percorso sulla nascita del museo del fumetto di Milano e sulla sua collezione permanente. Fondamentale è il comunicato stampa del convegno tenutosi il 4 giugno presso l'Università Statale degli Studi di Milano dove sono illustrate le motivazioni e le intenzioni su cui verrà successivamente basato il *brief* di progetto.

Fig. 166- Locandina conferenza, Verso un Museo del Fumetto a Milano



6.1 COMUNICATO STAMPA 4 GIUGNO 2010

“Verso un Museo del Fumetto a Milano per la tutela e la valorizzazione della Nona Arte”, Fondazione Franco Fossati e Italia Nostra Onlus

“Milano è la capitale del fumetto italiano e per questo merita un museo stabile in grado di esporre e valorizzare una straordinaria produzione più che centenaria che ha visto protagonisti artisti di primissimo livello e vasta popolarità, sia con stile realistico (da Guido Crepax a Walter Molino, Mario Uggeri, Sergio Toppi, Dino Battaglia, Paolo Piffarerio, Gino D'Antonio, Roy Dami...) sia umoristico (da Antonio Terenghi a Umberto Manfrin, Gino Gavioli, Tiberio Colantuoni, Egidio Gherlizza, Sergio Tofano, Carlo Peroni...) e operare le maggiori case editrici e testate, da Bonelli (da Tex a Dylan Dog, Zagor, Nathan Never, Martin Mystère) ad Astorina (Diabolik) e Disney (Topolino) fino all'indimenticato Corriere dei Piccoli e Il Giornalino. Il boom del fumetto del dopoguerra ha visto sorgere a Milano le edizioni Alpe (Cucciolo e Tiramolla), la Dardo (da Kinowa a Gim Toro e Amok). E ancora la Casa Editrice Universo (Monello, Intrepido). Senza contare che proprio a Milano, al Palazzo di Giustizia, nel 1950 si tenne la prima esposizione del fumetto in Italia. Insomma, un valore straordinario di opere e uomini che Milano sembra essersi un po' dimenticata e che solo l'istituzione di un Museo stabile può degnamente riportare sulla ribalta che merita. Per concentrare l'attenzione delle istituzioni e dei media sul tema, quanto mai d'attualità visto il grande successo riscosso dalle manifestazioni dedicate al settore, la Fondazione Franco Fossati e Italia Nostra hanno organizzato un convegno aperto al pubblico e agli addetti ai lavori per avviare un vero tavolo di lavoro diretto alla realizzazione di un sogno di carta che troverebbe nell'Expo 2015 il momento migliore per presentarsi al mondo intero.

All'incontro parteciperanno esponenti di primo piano come Giulio Giorello, Silver, Alfredo Castelli e Luca Boschi, che spiegheranno i perché del Museo del fumetto a Milano, e saranno presenti Mario Gomboli, Sergio Bonelli, Roberto Renzi, Sergio Toppi e tante altre firme importanti del mondo del fumetto, non solo milanese."

6.1.1 Il Fumetto, medium mondiale

"Il Fumetto ha avuto ormai adeguato riconoscimento in tutto il mondo e ovunque sono sorti musei dedicati a questo importante medium, a partire dalla Francia, dal Belgio e dal Portogallo, fino agli Stati Uniti, al Giappone e alla Korea. Dai musei tradizionali (come il Museo d'arte moderna di New York) ai centri di attività culturale di più ampio respiro (come il Centre Pompidou a Parigi) tutti riconoscono al fumetto la qualifica di Nona Arte. Come il Cinema e la Fotografia, anche il fumetto ha un'enorme diffusione e ha contribuito per oltre un secolo a costituire l'immaginario di tante generazioni. Anche il fumetto è uno specchio della realtà sociale e culturale, e per le sue caratteristiche è un testimone assolutamente unico e prezioso.

Non è un caso se gran parte dei soggetti cinematografici, soprattutto ai vertici della diffusione sul piccolo e grande schermo, sono ispirati a questo linguaggio. La Fondazione Franco Fossati, che a Milano opera da anni nel campo del fumetto mettendo a disposizione la sua straordinaria collezione per organizzare mostre e iniziative, si candida ora per far nascere un Museo del fumetto anche a Milano, in questo sostenuta da Italia Nostra Milano che vede in questo medium un Bene culturale di grande importanza sociale, da tutelare e promuovere al pari delle altre opere dell'ingegno umano. "E' tempo, assolutamente, perché si crei il Museo del fumetto di Milano" dichiarano i presidenti della Fondazione Fossati e di Italia Nostra Milano, Luigi Bona e Luca Carra. "Per questo è auspicabile l'intervento degli enti pubblici direttamente chiamati in causa per la loro responsabilità nella gestione del territorio, e il Comune di Milano prima di tutti gli altri, per stabilire dove e quando si possa realizzare la struttura fisica di un Museo che già esiste, e aspetta soltanto di avere una casa adeguata".

6.1.2 Perché a Milano?

"Per tanti motivi, che è bene ricordare. Milano è stata ed è la capitale dell'editoria, anche a fumetti. Qui Mondadori ha pubblicato *Topolino*, l'editoriale del *Corriere della sera* il *Corriere dei piccoli*, la *Milano Libri Linus*, l'*Alpe Cucciolo* e *Tiramolla*, *Bianconi Geppo*, *Braccio di ferro* e *Nonna Abelarda*, la *Dardo Capitan Miki* e *Blek*

Macigno, la *Cenisio Rin-Tin-Tin*, *Lassie*, *Tom & Jerry* e *Silvestro*... Oggi Milano vede ancora nascere le testate Bonelli (*Tex*, *Martin Mystère*, *Mister No*, *Dylan Dog*, *Nathan Never*) - e Tex ha festeggiato 70 anni di successo in edicola. Hanno casa qui sia il milanesissimo Diabolik delle sorelle Giussani sia Lupo Alberto di Silver. Qui hanno sede i Periodici S. Paolo, il cui *Giornalino* compie 80 anni. A Milano nel 1950 è stata inaugurata la prima esposizione del fumetto in Italia, immortalata dalla Settimana Incom dell'Istituto Luce; un autore dell'evento, Roberto Renzi, è tra i soci fondatori della Fondazione Franco Fossati e tra i primi sostenitori del Museo.

A Milano hanno avuto sede alcune delle più importanti agenzie del dopoguerra: l'Opera Mundi (King Features Syndicate), la Disney, la Marka, la Quipos di Marcelo Ravoni, eccetera. Milano ha generato alcuni dei maggiori studi di produzione del fumetto (come lo Studio Dami) e del cinema d'animazione (i fratelli Pagot, Cavadoli, De Mas, i fratelli Gavioli, eccetera). Milano è una città attenta alle possibilità future. Qui è la Fiera, questa è la città della moda, qui ci si interroga sull'evoluzione dei media. Il fumetto si propone come una possibilità eccezionale di evoluzione comunicativa, e non a caso qui è nata 30 anni fa la prima Scuola del fumetto italiana.

Milano è facilmente raggiungibile, con ogni mezzo pensabile, da tutto il mondo. Crocevia culturale, turistico, di studio e di lavoro, offrirebbe con il museo una ricchezza in più da visitare per ogni classe di età e, contemporaneamente, una potenziale ricchezza per un ampio indotto. Non a caso la Fondazione ha già sviluppato dei rapporti con organizzazioni importanti per lo sviluppo del territorio, come per esempio la Confartigianato Alto Milanese.

Milano universitaria è sempre più attenta al Fumetto, come dimostrano le tesi di laurea, l'interesse dei docenti di Statale, Cattolica, Politecnico, IULM. Ma anche studenti provenienti da altre città o paesi europei trovano normale venire a Milano per incontrarci e trovare risposte alle loro richieste."

6.1.3 Perché adesso?

"L'occasione dell'EXPO 2015 sembra coincidere con la possibilità concreta di realizzare il Museo del fumetto a Milano. I temi dell'evento sono stati fatti propri dalla Fondazione e già inseriti in modo efficace in alcuni percorsi di ricerca, in esposizioni ed eventi organizzati sul territorio. Creare un nuovo Museo moderno, in sinergia con tante realtà locali e anche già inserito in una rete di rapporti internazionale, non può che essere un contributo positivo all'immagine della città e alla riuscita dell'evento del 2015, per di più a costi estremamente contenuti."

6.1.4 Quale museo?

“La Fondazione Franco Fossati ha ampiamente dimostrato in questi anni la ricchezza della sua offerta, rivolta sia a un pubblico esigente composto da esperti e collezionisti sia a quello dei giovani e giovanissimi. Ogni volta ha superato le barriere del pregiudizio culturale e ha trovato il modo per stupire e convincere, come dimostra l’entusiasmo con cui la stampa (quotidiani, periodici, radio e televisioni) ne accoglie ogni volta le proposte, anche le più impegnative.

La risposta di pubblico e l’eco mediatica, a fronte dell’investimentopromozionale e pubblicitario, è un risultato record assoluto nel nostro paese. Così la realizzazione del Museo del fumetto a Milano può costituire un analogo vantage straordinario per la città e per il suo hinterland. Il patrimonio di competenza, di materiali, di documentazione e di esperienza organizzativa che la Fondazione può mettere in campo sono beni fruibili da adesso. La credibilità e l’apprezzamento per il lavoro che svolge, sono integralmente trasferibili al suo progetto museale, per il quale lavora da vari anni.

Il Museo del fumetto di Milano avrà pertanto queste caratteristiche:

conservazione del patrimonio storico della Nona Arte, con possibilità di accesso diretto o mediante consultazione elettronica: disegni ed elaborati originali, soggetti e sceneggiature, giornali e periodici, libri e albi a fumetti, saggistica, articoli, registrazioni audio e video, fotografie, oggetti;

offerta di percorsi conoscitivi: accesso ai materiali conservati attraverso forme di ingresso diversificate e multimediali;

mostre permanenti: esposizioni a rotazione di materiale storico;

mostre temporanee: esposizioni a tema o su autori, anche mostre itineranti, scambi con altri musei e gallerie;

riunioni, convegni, incontri con autori e operatori del settore;

didattica: corsi e seminari dal livello minimo dell’infanzia a quello universitario e professionale, in collaborazione e sinergia con le scuole e le università;

multimedialità: possibilità di assistere a spettacoli cinematografici, musicali, teatrali anche con caratteristiche particolari (teatro delle ombre, proiezioni tridimensionali, etc.);

biblioteca, cineteca, emeroteca, audioteca: accesso multimediale agli archivi storici come alle antepreime;

multilibreria: possibilità per i visitatori di acquistare pubblicazioni, DVD, oggetti, stampe, cataloghi, disegni originali sia italiani sia stranieri, comprese edizioni normalmente non distribuite attraverso i canali normali;

editoria: proposta diretta di edizioni speciali ricavate dai percorsi di ricerca del museo e della Fondazione.”



Fig. 167- Corriere della Sera, Picasso? No Nembo Kid, 4 giugno 2009

6.2 “NASCE IL MUSEO DEL FUMETTO A CITTÀ STUDI”

di Armando Stella, Il Corriere della Sera 03 Luglio 2009

“Una casa per la Pimpa e Dylan Dog, il signor Bonaventura e Lupo Alberto. Un tetto per Cippiuti, Corto Maltese e le donne di Manara. Milano avrà il suo Museo del fumetto in viale Campania 12, zona Città Studi, già fabbrica di panettoni Motta, poi deposito dei tram Atm e infine palazzo demaniale dismesso, in attesa di rinascita da 50 anni. L'avrà. La casa dei comics nascerà in mille metri quadri, di cui 600 per le esposizioni e 130 di terrazzo, edificio già dotato di luci, aria condizionata e caffetteria. «Vogliamo dare dignità culturale a un genere che, troppo semplicemente, è stato considerato mero intrattenimento», osserva l'assessore alla Cultura, Massimiliano Finazzer Flory. «Stiamo lavorando con la Fondazione del centenario del fumetto, il Museo sta diventando un progetto concreto», aggiunge il sindaco Letizia Moratti.

Il Comune vuole trovare i partner privati dell'operazione entro settembre. Prima mostra: gennaio 2010. La nona arte. E cent'anni di storie. L'Italia raccontata dal Corriere dei Piccoli e un nuovo modo di vedere il mondo. Colorato, surreale. Vivo. Milano si assume il compito di dare ai fumetti «una nuova funzione sociale: il ludico che educa». Mettendo in mostra il Tex Willer di Bonelli e il Diabolik delle sorelle Giussani, le avventure de L'Intrepido e l'anticonformismo di Linus. Così Finazzer Flory: «Ricorderemo figure storiche ma anche fumetti impegnati sul piano sociale».

«L'edificio di viale Campania è in ordine. Non va ristrutturato. Sarà un polo vivo, anzi vivissimo — assicura l'assessore alla Cultura — capace di pungere e stimolare i nostri giovani e animare l'intera zona». L'esposizione potrebbe essere articolata in tre sezioni: una sulla storia dell'editoria, un'altra sul fumetto come lente che legge e riflette i cambiamenti dei costumi e una terza ala dedicata alla vignetta e alla satira. Uno spazio permanente sarà riservato a Giorgio Forattini, il maestro dello sberleffo: «È il più bel regalo che Milano potesse farmi».

Da questo momento «vivrò qui», ha annunciato Forattini, in una città che pur trova brutta e sciatta: «Il mio sogno è coprire le facciate di questi palazzi orribili» con le immagini di com'erano un tempo, negli anni Trenta. Stile liberty. Una casa a grandissima richiesta. Italia Nostra e la Fondazione Franco Fossati lo invocano da tempo, un Museo del fumetto. A gennaio si era spesa la Moratti: «Ci stiamo lavorando». Ora c'è l'annuncio ufficiale. Non sarà un Museo civico, ma un polo pubblico-privato. Il Comune mette la sede. Sponsor, associazioni e fondazioni si occuperanno della gestione, personale e servizi. Finazzer lancia un appello: «Gli enti interessati si facciano avanti». A settembre si sceglie il progetto. A gennaio si entra in casa."

6.3 COMUNICATO STAMPA APRILE 2010

“Verso un Museo del Fumetto a Milano per la tutela e la valorizzazione della Nona Arte”, Fondazione Franco Fossati

APRILE 2010. La Fondazione Franco Fossati ha risposto alla “richiesta di interesse” pubblicata dal Comune di Milano per l'assegnazione di una struttura finalizzata a un “centro del fumetto” ed è risultato che ha i requisiti richiesti. Ora l'ultima verifica avverrà sul progetto. Un ulteriore passo verso la realizzazione del Museo è stato dunque compiuto, mentre aumentano le adesioni al nostro progetto. Si procede con lentezza e prudenza, ma con ottimismo sul risultato.

6.4 INTERVISTA A MASSIMILIANO FINAZZES F LORY, ASSESSORE ALLA CULTURA DI M ILANO

di Rossella Minotti, Il Giorno 16 Maggio 2010

[.] " In questi anni ha avuto più soddisfazioni o delusioni?

«Soddisfazioni. Poi sarà la città a darmi un giudizio. Comunque qualche progetto speciale per Milano continuerò a seguirlo, specie sulla scena internazionale. E seguirò il museo d'arte contemporanea».

Si fa finalmente?

«Lo avremo nel 2013. A fine anno il progetto esecutivo. Sto lavorando con gallerie, collezionisti e istituzioni pubbliche per la collezione permanente».

Andiamo a ritroso. L'anno prossimo altre due novità.

«Nel 2011 aprono altri due musei: un Déhor allo Sforzesco e in primavera, sempre al Castello, l'ex ospedale spagnolo di cui stiamo facendo la copertura del tetto. Ci saranno servizi e accoglienza per gli amici della cultura. Ultima novità, in primavera inauguriamo, seppure ancora allo stadio grezzo, il Museo delle culture extraeuropee all'ex Ansaldo, appena prima della fine del mio mandato».

Torniamo ai nostri giorni. Le grosse novità ci sono in autunno mi sembra.

«La cosa più imminente è il Museo del fumetto, un grande progetto».

Perché questo progetto?

«Il fumetto a Milano è un protagonista, e poi questa è la capitale dell'editoria, e il

disegno dei fumetti è una delle forme attraverso cui la nostra editoria è diventata protagonista in Italia e nel mondo».

Come inaugurerete?

«Con due mostre. Una è dedicata ai sessant'anni di Peanuts, la striscia di fumetti di Charles M. Schulz che io trovo sia l'unica capace di tenere insieme comics e serious. In parte sarà negli spazi espositivi di viale Campania in parte avrà dieci installazioni distribuite per la città a dimensioni macroscopiche per intercettare la fantasia dei cittadini».

L'altra mostra?

«Ospiterà dieci tra i più grandi fumettisti italiani che hanno vinto un concorso per i cento anni del genere. Ognuno di loro lavorerà su un'idea della città».

Sarà il Comune direttamente a gestire il museo?

«La concessione degli spazi sarà data per cinque anni, ovviamente il gestore andrà a interagire con l'assessorato alla Cultura. Sarà un'associazione o un'istituzione legata al mondo del fumetto».

Lei ama il genere?

«Non sono un appassionato, ma capisco l'importanza del fumetto per due semplici ragioni: la prima è che, come il futurismo, il fumetto è immaginazione senza fili. La seconda è che è un montaggio di immagini e parole che credo oggi sia diventato di nuovo, clamorosamente, uno strumento di comunicazione efficace».

Pensa sia un genere educativo?

«Sicuramente. Mentre i ragazzi usano l'i-pod e spesso sono totalmente subordinati ai linguaggi tecnologici, tornare al linguaggio tradizionale mi sembra anche una sfida pubblica e di carattere culturale. I nostri giovani non sanno più leggere, o meglio, hanno icone multimediali che rimandano a se stesse. Spero che la Casa del fumetto sarà un polo di aggregazione di giovani che vogliono vivere la creatività con un approccio diverso». [...] »

6.5 LA COLLEZIONE FRANCO FOSSATI

Nel capitolo precedente si è già parlato sull'identità della Fondazione Franco Fossati¹ e le attività che svolge. In questo paragrafo è illustrata, in modo più dettagliato, la Collezione Franco Fossati, destinata ad essere permanente nel Museo del Fumetto.

Franco Fossati (1946-1996), giornalista professionista (al momento della sua morte lavorava nella redazione del mensile Focus), storico della letteratura disegnata con una lunga esperienza nello studio e nella riproduzione di fumetti, è stato a lungo, tra le tante altre cose, responsabile delle sceneggiature Disney realizzate in Italia. Ha scritto numerosi volumi sulla letteratura popolare, tra cui il Dizionario del Fumetto edito da Arnoldo Mondadori Editore, ed è stato tra i coordinatori de "La grande avventura a fumetti", enciclopedia a dispense della De Agostini. Negli anni della sua vita ha composto con passione e dedizione una collezione di circa 500.000 pezzi: enciclopedie, libri di saggistica e narrativa, manuali tecnici, portfoli di autori, rassegne bibliografiche, albi a fumetti, disegni originali, documenti e oggetti di ogni tipo e un vastissimo archivio di pubblicazioni e articoli. La catalogazione della "Collezione Franco Fossati" è articolata su diversi livelli nel seguente modo:

1° Livello: Fumetto, Cinema&TV, Animazione, Giornalismo, Musica, Fotografia, Teatro, Illustrazione, Pubblicità.

Ognuna di queste sezioni di primo livello è poi composta d'altri livelli di secondo, terzo, quarto grado e così via. Il livello "Fumetto" segue la seguente catalogazione:

Fumetto:

- Autori
- Personaggi
- Editori
- Testate
- Argomenti
- Bibliografie suddivise in:
 - Critica e saggistica: Italia 1952 – 2005, testi in francese 1970-1976, testi in tedesco 1970-1976, testi in spagnolo 1984-1994
 - Libri e Antologie;
 - Tematiche: Tecnica del Fumetto, Walt Disney e il suo impero, Cartonati Milano Libri
- Annali del fumetto

Fig. 168- Collezione Franco Fossati, Esempi di cartoncini 4x6 cm, da sinistra verso destra: H. Altuna, Bernet, A. Breccia



C'è una parte che è esule dalla catalogazione appena illustrata ma che è il fiore all'occhiello di tutta la "Collezione Franco Fossati". Si tratta della raccolta di alcune migliaia di cartoncini formato 6x4 cm, con micro-disegni originali di altrettanti autori di fumetti di tutto il mondo. Per capire la forza generatrice della collezione e lo spirito del suo creatore, di seguito è riportata parte della prefazione "Piccolo è bello, ma micro è meglio! (tutto quello che si può permettere di ignorare sulla famosa collezione Fossati di minimalia fumettistica) scritta da Gianni Brunoro, amico e collega di Franco Fossati, per il libro "Prato e dintorni nella collezione Fossati" pubblicato dall'Azienda autonoma del Turismo di Prato e da Glamour International Production nel gennaio 1987:

"Per chi avesse l'erronea convinzione che il critico sia una persona arcigna e superciliosa, sempre pronta al rimprovero, Franco Fossati ne è la più eclatante smentita. [...] Fatto sta però che Franco Fossati è un tipo vivace e spiritoso. [...] Per cui

mentre una ne fa cento ne inventa, e non è escluso che nelle future enciclopedie dei fumetti figurerà anche come l'inventore dell'"originale in formato francobollo".

Però andiamo con ordine. [...] Nel 1969 ci trovammo a collaborare a quella che fu la prima enciclopedia del settore – la "A-Z comics" curata da Claudio Bertieri – lui era già un veterano. È stato allora che gli ho scoperto un vezzo: ché infatti, a tutte le mostre di fumetti lui si portava dietro la propria copia dell'enciclopedia e ad ogni autore che incontrava, zàcchetel, lo inchiodava a una sedia, costringendolo a fargli un disegnino sui margini delle pagine.

Credo che a un'ipotetica asta di autografi, il suo libro raggiungerebbe cifre astronomiche (quasi quanto il mio, poiché, avendo preso subito il suo vizio, sono stato poi più perseverante di lui). Ma con gli anni che passavano e le mostre che crescevano, l'arte dell'estorsione di disegni agli autori è andata facendosi via via più popolare, fino a diventare un po' troppo kitch. [...] A meno che, naturalmente, non intervenga un colpo d'ala, uno scossone della fantasia. Il che è quel che ha fatto Fossati. Che in un'era di ormai imperante miniaturizzazione s'è adeguato, e ha miniaturizzato la superficie delle sue pretese. Da qualche anno, infatti, egli rifila imperativamente ai disegnatori un "francobollo" di raffinato, bianchissimo, cartoncino Schoeller. E quelli, non si sa bene se affascinati, lusingati, incuriositi, (o come penso io: ipnotizzati), o che altro, fatto sta che in un battibaleno gli disegnano spesso dei micro-capolavori. Ormai Franco Fossati deve averne quintali.

E per colmo di sfacciata fortuna date le dimensioni dei suoi "quadri" può permettersi di esporli tutti, e ancora gli avanza spazio disponibile sulle pareti.

Ora, colpito da un raptus che ha fatto breccia nella sua leggendaria tirchieria (per la quale pare abbia preso lezioni private ad altissimo prezzo da Zio Paperone), Fossati ha deciso di concedere di riprodurre una parte della sua originale collezione, che senz'altro passerà alla storia, ovviamente fumettistica, come "la più grande raccolta di piccoli originali". Di formato, s'intende. Perché in realtà, se si guarda agli autori, all'assortimento, ai temi, alle tecniche e via dicendo, si rischia anche di trovarsi di fronte a un'eccezionale campionatura di grafie fumettistiche, un vero micro-museo in formato pocket, suscettibile di differenti approcci di "lettura". Tanto che, dietro adeguato compenso, pare che Franco Fossati si stia decidendo a noleggiare questo suo materiale a chiunque intenda allestire mostre di interesse culturale."

Note:

La Fondazione Franco Fossati (FFF), senza fini di lucro, trae origine il 1996 come associazione e diventa fondazione il 7 marzo 2007 dalla memoria e dal patrimonio del critico e giornalista Franco Fossati, scomparso prematuramente nel 1996. Si tratta di circa 500.000 pezzi. Amici e colleghi, con il fratello Furio, hanno voluto così realizzare il vecchio sogno comune di un centro di documentazione internazionale dove condividere materiali introvabili che costituiscono un insieme unico al mondo e irripetibile, ricordando una persona molto nota e amata in Italia e all'estero.

Lezioni (casi studio) per il museo del fumetto

07

A seguito delle caratteristiche del museo dettate dalla Fondazione Franco Fosati, in questo capitolo sono proposti alcuni casi studio d'esperienze che riguardano la cultura visiva, dai quali trarre specifici spunti per la progettazione della sede di viale Campania, 12.

Il futuro Museo del Fumetto di Milano dovrà essere uno spazio pubblico in grado di attirare e soprattutto accogliere a sé target eterogenei, dai giovani adolescenti agli adulti, dagli anziani alle famiglie attraverso spazi ed attività che stimolino la curiosità e la creatività, in modo tale da compiere una pubblica azione educativa efficace fra i cittadini. Per capire come rendere realtà questi intenti sono stati scelti tre esempi:

1. *La biblioteca centrale OBA di Amsterdam*: è uno degli spazi pubblici più visitati della città. Oltre ad essere un edificio d'ottima architettura, oltre a possedere una quantità enorme di volumi, riviste, materiali multimediali ecc... è soprattutto interessante sapere come e perché questo luogo sia diventato uno dei passatempi preferiti dei cittadini. Si sottolinei la parola "passatempi" proprio perché il picco di presenze è la domenica pomeriggio con famiglie intere e compagnie d'amici.

2. *Il Museo di Fotografia di Cinisello Balsamo*: è un esempio ubicato non lontano da Milano che insegna quanto un museo è capace di rivalutare una cittadina dell'hinterland milanese e "abbellire" i suoi cittadini attraverso esperienze mirate al coinvolgimento attivo degli utenti, all'integrazione di nuovi gruppi e, di conseguenza, all'educazione sia della fotografia sia del vivere civile.

3. *Colori e disegni sugli edifici di Tirana*: alcuni giovani artisti albanesi disoccupati, sono stati chiamati dal sindaco di Tirana per colorare e disegnare gli edi-

fici della grigia e triste città. Questo è un esempio d'azione civica partecipata volta all'abbellimento di una città distrutta psicologicamente dalla guerra e senza risorse che grazie all'opera corale dei suoi cittadini è tornata più sorridente, speranzosa e lavorativa di prima.

Definiti gli obiettivi culturali del museo di socialità, integrazione, educazione e formazione, diffusione e "divertimento", si passa all'elaborazione della tipologia di racconto, del metodo espositivo, e dell'aspetto architettonico.

Nel capitolo quattro (Fenomeni satelliti del fumetto) si è affrontato il discorso riguardante le affinità fra fumetto e cinema, animazione, arte ecc... dimostrando le capacità mediatiche della letteratura disegnata, tanto da influenzare le altre Arti. Proprio a seguito di quest'analisi i casi scelti per trarre le tipologie di racconto all'interno del museo riguardano due esperienze museali rivolte ai *media*:

1. Museo Nazionale del Cinema, Torino 2000, François Coffino con Eric Noguès
2. KM, Zentrum für Kunst und Medientechnologie, Karlsruhe, Rem Koolhaas 1989

Nella "Collezione Franco Fossati", la parte più preziosa è quella formata dai mini fumetti originali in formato 6x4 cm (vedi cap.6), motivo per cui sono illustrati tre diverse modalità d'esposizione di opere "piccole":

1. PICASSO: ARTIST'S BOOKS : La collezione dei coniugi Brandhorst con i suoi 112 libri in edizione originale illustrati da Picasso nell'omonimo Museo Brandhorst, Monaco di Baviera, Germania, Sauerbruch Hutton architects, 2002-2009
2. Summitry Works-Words into Action, Exhibit 1995, Keith Godard
3. "Nan°arte – Vedere l'invisibile", esposizione artisti Alessandro Scali e Robin Goode a cura di Stefano Raimondi, Palazzo Frizzoni, Bergamo 2 – 21 ottobre 2007

Per quanto riguarda l'aspetto architettonico della sede museale si è scelto di analizzare degli edifici che avessero una storia e delle caratteristiche simili a quelle della sede museale di viale Campania, ovvero l'essere un'area industriale dismessa o deposito, rifunzionalizzata a spazio espositivo e con una superficie di grandezza media, fra i 1.000 mq e i 3.000 mq:

1. Fondazione Arnaldo Pomodoro, Milano 2005, Studio Cerri Associati
2. Spazio Forma, Milano 2005, Franco De Nigris

7.1 AZIONI CULTURALI PER L'EDUCAZIONE CIVICA

7.1.1 La cultura del piacere: OBA - Openbare Bibliotheek, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen

La nuova biblioteca pubblica di Amsterdam, inaugurata nel 2007 sulla Oosterdokseiland di fronte al Nemo di Renzo Piano, è la più grande d'Europa. Progettata dall'architetto Jo Coenen, è aperta sette giorni su sette dalle h10 alle h22, situata in un punto strategico della città, vicino alla stazione centrale e al centro storico. La biblioteca è l'istituzione culturale più visitata della città, più di due milioni e mezzo di visitatori all'anno. Il picco di presenze si rileva proprio la domenica, giorno festivo, quando numerose famiglie, giovani e anziani trascorrono piacevolmente il loro tempo libero in questo "grande magazzino" della cultura. La biblioteca promuove la qualità e il flusso libero dell'informazione fra i membri della comunità e non solo: sono a disposizione libri in lingua inglese, giornali, postazioni computer e servizio di caffetteria.

Così si compongono più precisamente i 28 mila mq:

- 200 dipendenti
- 1375 postazioni in spazi di grande e piccola scala
- Quick-reference counter con un esperto a disposizione
- 50 postazioni multimediali
- 110 punti cataloghi
- 26 stampanti e fotocopiatrici

- Education Room per 50 partecipanti
- 600 posti con computer collegati a internet
- 270 posti nel Library Theatre
- 6 sale riunioni da 25 fino 75 partecipanti
- Spazi d'incontro (Foyer, ristorante e 2 reading café)
- 1.200 posti auto
- 2.000 posti bici

Fig. 169- OBA - Openbare Bibliotheek, vista esterno, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen



Fig. 170- OBA - Openbare Bibliotheek, vista interno, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen



Da un punto di vista architettonico, l'incastro di volumi, di facciate compiute trattate con diversi materiali, dove ampie vetrate in curva si affiancano a brani monolitici di pietra piegati a disegnare una copertura sospesa, fanno di questa architettura una consapevole rinuncia della retorica monumentale contemporanea e celebrativa dell'edificio pubblico, offrendosi invece alla città come specchio della grammatica compositiva celata al suo interno. Sono appunto gli interni la chiave di volta del "funzionamento" dell'edificio. L'idea è quella di costruire all'interno del variegato involucro esterno un "altro" edificio seducente e in parte spettacolare luogo d'incontro dove è piacevole tornare. Una sorta di piazza coperta a più livelli in cui i libri diventano anche oggetti d'affezione da consultare liberamente in sale collettive con tavoli di studio, in piccoli studioli lignei ritagliati e circoscritti come cornici abitabili sulle ampie facciate vetrate dalla vista panoramica sulla città e il porto di Amsterdam, o da sfogliare insieme ad una ricca e aggiornata selezione di riviste in zone più informali, più vicine all'idea di lounge che a quella di una sala di lettura.

Fig. 171- OBA - Openbare Bibliotheek, postazione multimediale, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen



Al piano terreno è ubicata un'area bambini con scaffalature in curva che creano una sorta di arcipelago di isole circolari e con comode poltrone di Gaetano Pesce e grandi pouf, spazio per giocare e leggere con i più piccoli. Ogni livello, otto in totale, è dedicato ad un tema letterario mentre l'ultimo piano è occupato dalla zona ristorante e dal capiente teatro.

Nel suo insieme la biblioteca è un sistema di spazi che si collegano tra loro soprattutto dal punto di vista visivo, grazie a tagli verticali di varie altezze, o grazie alle balconate affacciate l'una su l'altra, ai collegamenti verticali meccanizzati, agli

scaloni e ai pozzi di luce, catturata generosamente anche dalle vetrate in facciata. Uno spazio pubblico, questo, che mette il piacere e l'agio al centro di tutto come azione stimolatrice alla conoscenza, alla ricerca e al vivere insieme, motivo per cui è essenziale apprenderne la lezione per progettare un museo che avrà all'interno una biblioteca condivisa dai bambini e dagli adulti.

Fig. 172- OBA - Openbare Bibliotheek, area bambini, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen



Fig. 173- OBA - Openbare Bibliotheek, postazione di studio, Amsterdam 2001-2007, Jo Coenen



7.1.2 IL MUSEO È IL PUBBLICO: Museo di Fotografia Contemporanea di Cinesello Balsamo

Il Museo di Fotografia Contemporanea occupa interamente l'Ala Sud di Villa Ghirlanda, a Cinesello Balsamo città di oltre 70.000 abitanti situata a pochi chilometri da Milano.

L'edificio di Villa Ghirlanda, complesso seicentesco di pregio architettonico e rilevanza metropolitana, è costituito da un corpo centrale con ampie sale affrescate e da due corpi laterali. Insieme al giardino storico di Ercole Silva che le si apre davanti (notevole esempio di giardino all'inglese e luogo di incontro e di attività all'aperto) la villa costituisce il cuore del centro urbano, sia in senso geografico che simbolico.



Il Museo di Fotografia Contemporanea è una Fondazione costituita dalla Provincia di Milano e dal Comune di Cinesello Balsamo nel 2005, un anno dopo l'inaugurazione della sede del museo.

Oggi articola le sue attività in più direzioni rispondendo a molteplici funzioni, volte alla promozione, allo studio, alla divulgazione della fotografia, con particolare accento sul significato delle trasformazioni tecnologiche in corso e sul rapporto fra la fotografia e le altre discipline espressive.

Le attività del museo comprendono: catalogazione, conservazione, interventi di restauro dei fondi fotografici presenti nelle collezioni; realizzazione di esposizioni nella sede del museo, nella piazza antistante il museo, in altre sedi sia italiane che straniere, eventi, performance; produzione di convegni, seminari di studio su temi teorici e storici della fotografia contemporanea; servizio educativo rivolto alle scuole di ogni ordine e grado e a gruppi sociali; attività editoriale; promozione di committenze a fotografi per lo sviluppo della ricerca contemporanea; biblioteca e archivio multimediale; premi per la promozione dei linguaggi e degli studi sulla fotografia; erogazione di servizi a istituzioni, enti, università, aziende. L'attenzione e la cura del museo verso le attività educative, rivolte sia ad un pubblico infantile e adolescenziale sia ad un pubblico adulto e anziano, sono un

Fig. 174- Museo di Fotografia Contemporanea, vista ingresso, Cinesello Balsamo (Mi)

Fig. 175- Museo di Fotografia Contemporanea, esposizione, Cinesello Balsamo (Mi)

notevole contributo per la città di Cinisello Balsamo.

Nel 2008 e nel 2009 il museo, sostenuto dalla Fondazione Cariplo, articola un progetto sul tema *Fotografia, territorio e committenza pubblica*. A conclusione del progetto, è pubblicato un libro che documenta le attività e i progetti realizzati, o in corso di svolgimento, "IL MUSEO è IL PUBBLICO" curato da Silvia Mascheroni e Diletta Zanelli, in cui nella prima parte i contributi affrontano temi specifici inerenti al rapporto tra il Museo e il pubblico mentre nella seconda sono presentate le esperienze svolte o in corso di svolgimento. Simona Bodo, ricercatrice in problematiche di diversità culturale e inclusione sociale nei musei, spiega, nel libro, quali sono i possibili modelli da seguire per porre *il pubblico al centro*:

Simona Bodo, IL MUSEO
è IL PUBBLICO, a cura di
Silvia Mascheroni e Diletta
Zanetti, Lupetti Editori,
Milano 2009.

"Affermare che "il museo è il pubblico" suona ancora oggi più spesso come auspicio (non sempre condiviso) che non come una convinta dichiarazione programmatica, per non parlare di una pratica consolidata. [...] dunque, che cosa fa di un museo un museo: le collezioni, il pubblico, o entrambi? Una possibile risposta è racchiusa nel concetto di "museo relazionale", ovvero un museo che si apre al confronto diretto con i suoi pubblici, per coinvolgerli attivamente in processi vitali quali l'acquisizione, l'interpretazione e la mediazione delle collezioni [...] La relazione che il museo sceglie di stabilire con il proprio pubblico non è una questione semplicemente metodologica, ma anche e innanzitutto politica."

Le attività del museo sono basate su questo pensiero di Simona Bodo e hanno quindi lo scopo di ottenere un coinvolgimento attivo degli individui, che si traduce nella loro opportunità di accedere al museo non solo come "pubblico", ma anche come "creatori, produttori, distributori, commentatori, decisorii". Alcune di queste esperienze sono:

- *Conoscere, fare e approfondire – Visite guidate e percorsi tematici, laboratori e incontri*: l'esperienza è rivolta ai pubblici di ogni età, in particolare agli studenti degli istituti scolastici, insegnanti ed educatori. Con la visita guidata ci si rivolge sovente a pubblici che si avvicinano per la prima volta alla specificità della fotografia, quindi la mediazione è attenta a promuovere le conoscenze essenziali suscitando il desiderio di ulteriori approfondimenti. Al termine dei percorsi è possibile cimentarsi sui temi affrontati durante la visita grazie a tre tipi di laboratori: *Storie in una fotografia, Aguzzate la vista, Identikit*.

- *Guardare e non toccare – Fotografia, territorio e committenza pubblica*: l'esperienza è rivolta ai pubblici di ogni età, in particolare agli studenti degli istituti scolastici, insegnanti ed educatori. Il Museo si è dotato di uno spazio multimediale, composto da alcuni strumenti informatici per mezzo dei quali è

possibile consultare opere d'autore, visionare documenti e video di progetti specifici, proponendo diversi livelli e linguaggi di accesso, sia per avvicinare tutti i possibili target di utenza, sia per approfondire la conoscenza del patrimonio del museo. Uno degli strumenti informatici utilizzati è il *Sensitive wall*, costituito da un monitor sensibile al movimento che permette l'esplorazione di una selezione d'immagini provenienti dalle collezioni del museo. Si tratta di un approccio semplice, immediato e divertente che soddisfa la curiosità dei più piccoli, coinvolge gli adolescenti stimolati dalla conoscenza di una tecnologia così "nuova", risponde agli interessi degli adulti di consultare parte dell'archivio fotografico del museo.

- *Al museo, a scuola:insieme*: l'esperienza è rivolta agli studenti delle classi quarte sezione A e B della Scuola Primaria "Parco dei Fiori" di Cinisello Balsamo

- *Studio e comunicazione di un'istituzione museale – Visita guidata, recitata in costume*: L'attività è svolta dagli studenti delle classi terze sezione H del Liceo Artistico Statale "U.Boccioni" di Milano

- *Studio e comunicazione di un'istituzione museale – Il sito Web Giovani*: L'attività è svolta dagli studenti delle classi terze e quarte delle sezioni di grafica D e G del Liceo Artistico Statale "U.Boccioni" di Milano

- *Ricordi? – Storie personali, memorie collettive*: in questo caso i pubblici di tale attività sono gli anziani dei Cantri di Aggregazione e dell'Università della Terza Età di Cinisello Balsamo. Il Servizio educativo ha invitato gli anziani a raccontare i propri ricordi grazie alle fotografie recuperate negli archivi familiari. Ognuno di loro ha potuto scrivere storie personali sui quaderni messi a disposizione presso alcuni bar della piazza quotidianamente frequentati, e pubblicare sul sito del museo un commento delle fotografie. L'intento era quello di trasformare i cassette privati in "finestre virtuali", evocative del passato.

- *Come mi vedo*: Rivolto a persone diversamente abili

- *Corso di fotografia per ragazzi Rom*: svolto con i ragazzi del campo nomadi di via Novara, Milano

- *Il paesaggio dalla fine del XVII secolo ai giorni nostri – Il rapporto tra le arti figurative tradizionali e la fotografia*: rivolto agli studenti delle classi quinte dell'Istituto Tecnico Statale "Artemisia Gentileschi" di Milano e del Liceo Artistico Statale "U.Boccioni" di Milano e agli studenti dei corsi post diploma di Fotografia e di Grafica del centro di Formazione Professionale "Riccardo Bauer" di Milano

- *Viaggio di andata e ritorno per immagini*: il progetto, proposto sia a persone provenienti da altri paesi sia ai cittadini di Cinisello Balsamo, chiede ai partecipanti di realizzare fotografie che comunichino l'idea del viaggio, considerato nella sua dimensione di cambiamento, di attraversamento di spazi, ma soprattutto come esperienza di vita, comune e condivisa. Il tema del viaggio si è rivelato efficace per comprendere la natura del sentimento che unisce i migranti alla propria terra, ha favorito lo scambio di esperienze e la creazione di nuove relazioni tra i cittadini di diverse culture e il museo.

Le attività educative del Museo di Fotografia Contemporanea di Cinisello Balsamo sono un valido inizio per creare esperienze formative qualificate ed efficaci volte ad "inseminare cultura" su tutto il tessuto urbano attraverso gli utenti del museo.



Fig. 176- Museo di Fotografia Contemporanea, pianta piano terra, Cinisello Balsamo (Mi)

Fig. 177- Museo di Fotografia Contemporanea, pianta piano ammezzato, Cinisello Balsamo (Mi)

Fig. 178- Museo di Fotografia Contemporanea, pianta secondo piano e piano uffici, Cinisello Balsamo (Mi)

7.1.3 L'ARTE È UN GRIDO DI SPERANZA: Cittadini attivi a Tirana, Albania

Oggi Tirana ha un'immagine tutta nuova grazie al suo primo cittadino, il pittore Edi Rama, il quale ha bonificato varie aree della città e ricoperto di colore molti edifici.

Tirana al momento sta cercando di far fronte a tutto ciò che comporta essere una metropoli in espansione: la carenza idrica, la mancanza di elettricità, la difficile gestione dei rifiuti e il crescente inquinamento. Le risorse per sistemare la situazione sono poche e probabilmente porre rimedio a tutto richiederà ancora tempo, ma il sindaco Edi Rama parte da buoni presupposti; uno su tutti, per sua stessa ammissione, è l'idea che vivere a Tirana non debba essere una punizione

ma un piacere, motivo per cui fa esplodere il colore per le vie della città. Interi quartieri, fino a poco tempo fa martoriati, hanno cambiato volto grazie ad ex studenti dell'Accademia di Belle Arti di cui lo stesso Rama è stato docente. Tutto ciò investendo un budget ridotto.

"Appena eletto avevo un budget ridicolo. Le casse del municipio erano vuote. Avevo solo i soldi per riparare un solo chilometro di strada. Potevo farlo, avrei finito i soldi e, agli occhi di tutti i cittadini che non vivono in quella strada, non sarebbe cambiato nulla. Ho preferito usare quei soldi per ridare allegria alla gente, per restituire ai cittadini di Tirana la voglia di amare la propria città. Dopo tanto dolore e delusione, volevo che la gente tornasse a credere nel potere pubblico".

Edi Rama, intervista di Andrea Pancani per Omi-bus, La7, 30 Gennaio 2007.



Fig. 179- I muri di Tirana, Albania

Compiere scelte che prediligono il gusto estetico mette Edi Rama al centro di critiche e disapprovazione eppure, se si guarda la situazione dei Paesi intorno, gli abitanti della capitale albanese dovrebbero sentirsi privilegiati. Tirana ha attraversato anni bui, ingiustizie e violenze ma adesso la ripresa è una priorità e vista la carenza di fondi statali a supporto, l'unica possibilità è incuriosire investitori stranieri che possano portare un po' di benessere. Rama ha visto nell'arte un mezzo per arrivare a ciò.

Nessuna facciata austera, nessun palazzo noiosamente grigio. È il tripudio dell'architettura creativa che ha la meglio. Ci sono Paesi in cui i politici premono sulla tradizione e sui luoghi comuni per creare coesione tra il popolo. Tirana preferisce diffondere una nuova speranza tra la popolazione attraverso lo sviluppo di un gusto estetico vivo e moderno. Edi Rama, conscio di quella che è la realtà attuale della sua città, fa sì che per Tirana inizi una nuova storia, alimentando l'idea che possa esserci un futuro.

Ci si chiede, se una città con così poche risorse come Tirana riesce a trovare nuova speranza e forza propulsiva grazie a un'esperienza così aggregante, che ha permesso agli artisti di lavorare e conoscersi invece che elemosinare per le strade carichi di rabbia e frustrazione, quanto un caso simile può giovare per Milano e il suo Museo del Fumetto? Riuscirebbe a sciogliere la densa aria d'indifferenza e individualismo che affoga la città?

Edi Rama, intervista di Andrea Pancani per Ombus, La7, 30 Gennaio 2007.

"Volevo svegliare i cervelli della gente, dare una scossa a tutta la comunità. Era difficile rianimare un corpo agonizzante. Dopo la morte della speranza che aveva colpito la popolazione albanese regnava il cinismo, l'indifferenza. Ci voleva una scossa, un segnale che rivitalizzasse le anime."

Fig. 180- Case di Tirana, Albania



7.2 ESPERIENZE DI RACCONTO DEI MEDIA

7.2.1 I PERCORSI DEL CINEMA: Museo Nazionale del Cinema, Torino 2000 François Coffino con Eric Noguès

Il Museo Nazionale del Cinema di Torino nasce nel 1941 da un progetto di Maria Adriana Prolo, collezionista e storica. Nel 1942 la città di Torino mette a disposizione del museo alcuni locali della Mole Antonelliana dove conservare ed esporre i materiali che sta raccogliendo.

Il nuovo allestimento, inaugurato nel luglio 2000 su progetto di François Coffino, è ospitato all'interno della Mole Antonelliana e ne segue l'andamento verticale, in un crescendo che la rende una delle esposizioni di cinema più emozionante.

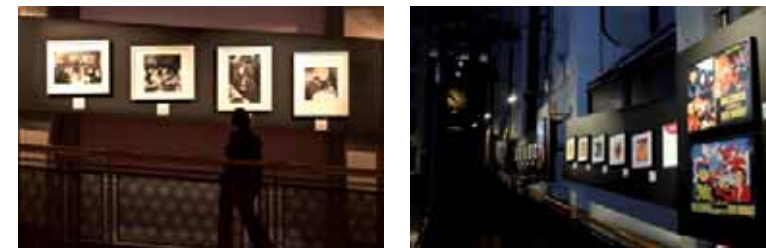


Fig. 181- Museo Nazionale del Cinema, percorso circolare, François Coffino con Eric Noguès, Torino 2000

Fig. 182- Museo Nazionale del Cinema, percorso lineare, François Coffino con Eric Noguès, Torino 2000

L'esposizione occupa una superficie di 3200 metri quadri, disposti su cinque livelli, raggiungendo i 167 metri di altezza. Il grande spazio sottostante la cupola è il cuore dell'allestimento, realizzato per cappelle dedicate a grandi temi della

storia del cinema.

Il Museo, considerato tra i più importanti al mondo per la ricchezza delle sue collezioni, conta, fra l'altro, più di 7.000 film, 9.000 oggetti d'arte, stampe antiche, dipinti, apparecchiature per la visione e la ripresa, 130.000 documenti fotografici e 200.000 manifesti.

Fig. 183- Museo Nazionale del Cinema e la Mole Antoneliana



Fig. 184- Museo Nazionale del Cinema, percorso circolare, François Coffino con Eric Noguès, Torino 2000



L'aspetto interessante del museo è il sistema dei percorsi. Uno verticale e uno orizzontale. Quello verticale è guidato dalla virtuosa passerella elicoidale che risale il grande vuoto della mole, la salita è accompagnata dalla esposizione corrente. Il percorso orizzontale è invece meno vincolato. Il visitatore passa da una stanza all'altra senza seguire un percorso obbligato. Si creano così due tipologie principali di spazio. Una aperta/esterna, che è la passerella verticale, l'altra racchiusa/intima, che sono le varie stanze, ognuna con un suo tema espositivo, che però "affacciano" nella "piazza", che altro non è che l'atrio centrale. Tale eterogeneità di sale più o meno intime offre una possibile tipologia di fruizione degli spazi nel Museo del fumetto: da una parte un percorso/spazio vincolato e guidato, dall'altra zone diffuse svincolate da una successione prestabilita.

7.2.2 SPETTACOLO MEDIA: ZKM- zentrum für Kunst und Medientechnologie, Karlsruhe, Rem Koohlas 1989

Nato nel 1989 con l'obiettivo di offrire un dibattito critico e creativo sugli sviluppi della cultura mediatica, lo Zentrum für Kunst und Medientechnologie di Karlsruhe in Germania rappresenta l'interesse del governo tedesco verso tutte le nuove tecnologie multimediali. Le sue attività sono volte alla ricerca e allo sviluppo delle tecnologie visive, non tralasciando quelle musicali.

In una struttura avveniristica, attraente, dalla facciata accattivante, che parla, comunica e attira l'esterno attraverso una parete/display luminosa che riprende un po' i sogni di Piano e Rogers per il Beaubourg, si trovano larghi spazi mai conclusi definitivamente perché sempre in divenire e di ambienti futuristici di ampio respiro. Il progetto della fondazione ZKM consiste in:

- Un laboratorio culturale e artistico per l'era digitale;
- Un museo dei media
- Un museo di arte contemporanea
- Un'area esibizioni
- Una libreria mediatici con una delle più estese collezioni di musica contemporanea, video e letteratura sull'arte del XX secolo
- Cinque istituti (Media Visuali, Musica e Acustica, Film, Ricerca di base e Media ed economia) per la formazione degli studenti che si volessero specializzare in queste discipline nell'ambito di una cultura artistica e mediatici di base.

Diverse sezioni all'interno della struttura articolano le attività del centro. Ognuna di esse occupa di un singolo aspetto del rapporto tra produzione artistica e nuovi media. Tali sezioni sono:

- Medienmuseum: ha lo scopo di studiare e documentare il funzionamento dei nuovi media e dei mass media tradizionali. Si basa su oggetti, filmati, installazioni interattive, sale con videogiochi
- Museum für Neue Kunst: presenta al pubblico una collezione di opere di Media Art. L'essenza della collezione è costituita da video, videoinstallazioni, videoculture, opere digitali. Annessa vi è anche la sotto-sezione con un insieme di straordinarie collezioni private in prestito per un periodo di medio o lungo termine
- Mediathek: è una vasta collezione di nastri registrati, video, CD, DVD, libri che documentano la sperimentazione artistica, acustica, musicale e multimediale. È dotata di postazioni che consentono di riprodurre i vari tipi di supporto

- Institut für Bildmedien: permette agli artisti che partecipano a un programma "artists in residence" di produrre opere multimediali e multidisciplinari. Offre materiale documentario, strumentazione, software, set virtuali per la generazione ed elaborazione di immagini, e per attività di post-produzione

- Institut für Musik und Akustik: svolge in campo musicale una funzione analoga al precedente.

- Institut für Medien und Wirtschaft: si occupa del rapporto tra la cultura, produzione artistica, nuovi media ed economia. È attivo attraverso un centro studi che promuove convegni e dibattiti.

Uno degli aspetti più innovativi e interessanti di questa "macchina spettacolare della cultura", utili per la progettazione della fruizione dei contenuti multimediali del Museo del Fumetto, è il progetto dell'interazione con il pubblico. La facciata e l'ingresso sono la prima scena di un percorso dove l'interazione avviene non solo negli spazi vuoti, riempiti di volta in volta dalle creazioni ospiti, ma anche nell'area dedicata al Museo dei Media dove si interagisce virtualmente con le installazioni d'arte digitale. L'interattività è interpretata soprattutto come rapporto diretto con il pubblico, attore protagonista all'interno dello spettacolare edificio, che ha l'occasione di conoscere e sperimentare le grandi potenzialità dei nuovi media.

Fig. 185- Museo ZKM, esterno, Rem Koolhaas, Karlsruhe 1989

Fig. 186- Museo ZKM, interno 1, Rem Koolhaas, Karlsruhe 1989

Fig. 187- Museo ZKM, interno 2, Rem Koolhaas, Karlsruhe 1989

Fig. 188- Museo ZKM, interno 3, Rem Koolhaas, Karlsruhe 1989



7.3 MOSTRARE IL PICCOLO

7.3.1 GRANDE MUSEO E "PICCOLE OPERE" - PICASSO: ARTIST'S BOOKS.

La collezione dei coniugi Brandhorst con i suoi 112 libri in edizione originale illustrati da Picasso nell'omonimo Museo Brandhorst, Monaco di Baviera, Germania, Sauerbruch Huttoarchitects, 2002-2009

Il museo Brandhorst

Il museo Brandhorst si trova a Monaco di Baviera, nella zona dei grandi musei del Kunstareal (zona musei). Inaugurato il 18 Maggio 2009, ospita la collezione "Udo ed Anette Brandhorst" formata da più di 700 opere in cui risulta evidente l'attenzione dei coniugi Brandhorst per le opere letterarie fatte dalla collaborazione tra pittori e poeti. Si hanno ad esempio 112 libri in edizione originale illustrati da Picasso che rappresentano un punto culminante dell'intera collezione; opere su carta di artisti come Malevic, Schwitters ed altri. Nel museo però sono privilegiate le opere d'arte che vanno dal 1945 in poi e l'artista al quale è dato maggior rilievo è Twombly, a lui è dedicato un intero piano dell'edificio (dati complessivi museo: 5.000 mq di cui 3.200 mq è superficie espositiva).

Dal punto di vista architettonico, il museo sorge in un contesto, quello del Kunstareal (zona musei), contraddistinto da un'architettura importante ed austera,

Fig. 189- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Huttoarchitects, esterno

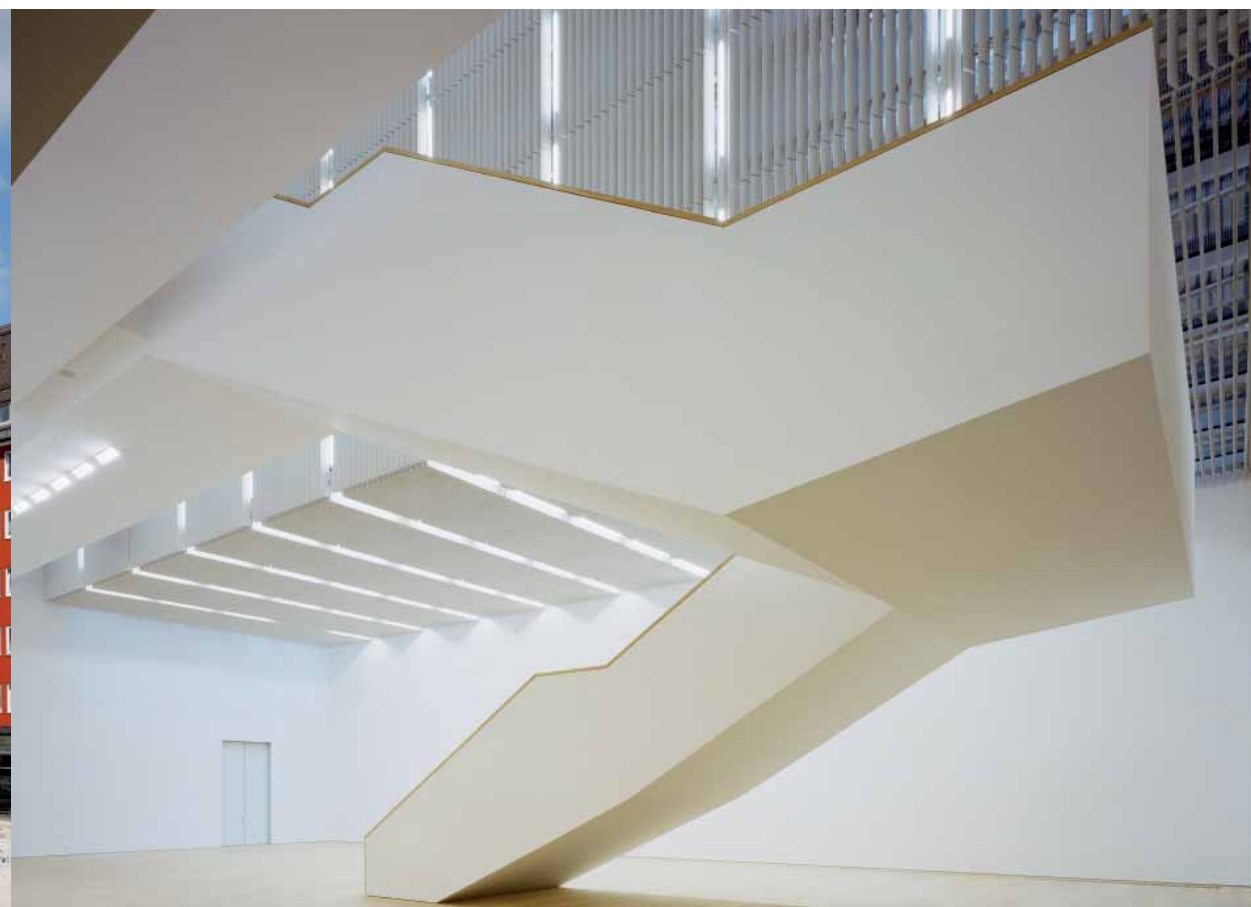
dove Matthias Sauerbruch e Louisa Hutton sono intervenuti con decisione e senza mimetismi. Hanno progettato un edificio i cui prospetti sono rivestiti da un involucro caratterizzato da una peculiare e movimentata policromia, indipendente dall'apparato murario, costituita da vari strati.



Quello più esterno è formato da 36.000 listelli di ceramica colorati sui tre lati, disposti verticalmente (4x4x110 cm) ed ancorati internamente ad una lamina metallica traforata che assorbe il rumore del traffico e offre, inoltre, uno sfondo bicolore alla successione cromatica. I colori utilizzati per dipingere i listelli sono 23, raggruppati in modo da comporre diverse campiture che, a loro volta, grazie all'accurato assemblaggio di toni, creano le tre superfici cromatiche che definiscono le facciate. L'alternanza dei colori suscita un'impressione di oscillazione delle pareti esterne che, da vicino, sembrano vibranti e tridimensionali, mentre, da lontano, si percepiscono come superfici piane e omogenee.

La parte esternamente visibile del Museo è costituita da due volumi, uno longitudinale (98x18x17 m) lungo la Tuerkenstrasse e uno più alto (34x17x23 m) con angoli ottusi rivolti verso la città. I due volumi sono collegati da una finestra "a nastro" che percorre tutto l'edificio, dividendolo visivamente in due piani.

Fig. 190- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Huttoarchitects, scala interna



Gli spazi espositivi sono collocati tra i due estremi dell'edificio: l'ingresso da una parte, gli uffici e i servizi dall'altra. Sono organizzati su tre livelli collegati da una imponente scala ricoperta in legno proveniente dalla Danimarca. Le sale sono di forme e dimensioni differenti e hanno un modo distinto di ricevere la luce naturale a seconda della quota che occupano. Nell'ultimo piano, sale di grandi dimensioni (ricavate in 450 m² di superficie) usufruiscono di luce omogenea; in testata, sopra l'ingresso dell'edificio, una galleria poligonale è progettata appositamente per esporre una serie di dodici dipinti di Cy Twombly. Al piano terra, altri ambienti più piccoli (tra 55 e 100 mq) si susseguono illuminati da una luce

filtrata da grate con lamelle che attraversa la lunga vetrata ritagliata sul fronte longitudinale. Nel piano interrato, un grande spazio (460 mq) riceve la luce da un'apertura protetta inserita a filo di terreno, mentre 6 piccole stanze, 5 destinate all'esposizione di fotografie e opere di carta (fotografie e opere di carta) e una sala "buia" per video e arte elettronica, sono illuminate artificialmente.

Singolare ed accattivante è il forte contrasto che esiste tra l'interno e l'esterno del Museo Brandhorst. La particolare colorazione dell'involucro rende l'edificio un elemento unico, conferendogli un raffinato protagonismo nell'impegnativa scena urbana in cui è inserito. Al contrario, gli spazi interni sono caratterizzati da ambienti di grande neutralità, dove l'accuratezza della luce, insieme all'eleganza dei materiali naturali e all'utilizzo di colori tenui, è rivolta a creare le condizioni ottimali per accogliere e valorizzare in modo assoluto le opere d'arte esposte.

Fig. 191- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, una delle sale espositive



L'esposizione "Picasso: Artist's Books", 25 novembre 2010 – 6 marzo 2011

Il museo ha previsto una serie di sei mostre dedicate ai libri d'artista della collezione "Udo ed Anette Brandhorst". La prima, inaugurata il 25 novembre 2010 ubicata nelle sale del piano interrato, mostra circa 85 libri originali frutto della collaborazione di Picasso con vari scrittori fra cui, André Breton (*Anthologie de l'humour noir*), Georges Hugnet (*Non Vouloir*), Comte de Buffon (*Histoire naturelle*), Pierre Reverdy (*Le chant des morts*), Pierre-André (*Benoit, Meurs*), Honoré de Balzac.

Nell'allestimento, progettato dagli stessi architetti del museo Sauerbruch Hutton architects, il contrasto di colori divide in due le pareti, le cornici autoportanti in

acciaio satinato color nero definiscono lo spazio, le luci sono puntuali sui libri. Il progetto cerca un equilibrio armonico la grande scala dello spazio espositivo e quella piccola delle opere, in modo tale che queste ultime siano valorizzate e mostrare quanto e più meritano. Negli espositori l'illuminazione è integrata, il fondo, sia orizzontale che verticale, diventa una discreta e omogenea base su cui posare l'opera, la protezione è garantita grazie alla schermatura della cornice. Risultato: i libri sembrano magicamente galleggiare e danzare nel buio dello spazio.



Fig. 192- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, mostra "Picasso Artist's Books", foto 1



Fig. 193- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, mostra "Picasso Artist's Books", foto 2

Il percorso si articola in sei sezioni organizzate in base allo stile, alle tecniche grafiche e ai materiali di supporto usati dal pittore spagnolo nei libri. Queste sono distinguibili nell'allestimento grazie alla differente colorazione delle pareti di ognuna di esse. Nel percorso si incontrano anche due *mise-en-scènes*, una di un'arena e l'altra di una biblioteca, che hanno lo scopo di immergere il visitatore nell'emozionante incontro fra arte e letteratura, passione e metodo.

Fra tutti questi elementi eterogenei, le sezioni e le ambientazioni, gli architetti hanno affidato, con successo, ad una sovradimensionata lanterna luminosa di carta il compito di unificare percettivamente tutta la mostra.

L'allestimento degli architetti Sauerbruch Hutton insegna al Museo del Fumetto come il piccolo possa risaltare e spiccare nel grande grazie ad un'appropriata scenografia.

Fig. 194- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, mostra "Picasso Artist's Books", foto 3



Fig. 195- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, mostra "Picasso Artist's Books", foto 4



Fig. 196- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, mostra "Picasso Artist's Books", foto 5



Fig. 197- Museo Brandhorst, Monaco di Baviera 2009, Sauerbruch Hutton architects, mostra "Picasso Artist's Books", foto 6

7.3.2 MOSTRARE E CONSULTARE: Sumitry Works- Words into Action, Exhibit 1995 Keith Godard

L'allestimento della mostra itinerante fu commissionata a Keith Godard dall'UNICEF. La mostra racconta, attraverso documenti, tavole, opuscoli, libri e video, i vari vertici mondiali (vertice sui diritti umani, vertice sull'economia mondiale, ecc.), dove si svolgono, come quando e perchè.

Godard ha pensato che invece di creare un'esposizione dove ci fossero libri dentro delle teche o documenti incorniciati e fissati su pannelli verticali, fosse meglio far sì che le persone potessero sedersi per consultare e toccare il materiale "con mano" e magari relazionandosi e confrontandosi con gli altri visitatori.



Fig. 198- Sumitry Works- Words into Action, Exhibit 1995, Keith Godard

La mostra è così composta da sei tavoli fissati a terra che altro non sono che delle grandi tessere di un puzzle. Il puzzle rappresenta il mondo e quindi ogni tessera/tavolo rappresenta uno dei sei vertici delle Nazioni Unite. Ipoteticamente, se il mondo fosse unito e perfetto le parti del tavolo potrebbero essere unite.

I tavoli sono inseriti dentro lo scheletro di una struttura luminescente di una stanza. Sui di essi ci sono fotografie retroilluminate, libri da consultare, monitor dove i visitatori possono cercare informazioni o vedere dei video. In ordine dall'alto al basso (vedi pianta) i tavoli sono dedicati:

1. New York, vertice sui diritti dei bambini
2. Rio de Janeiro, vertice sull'ambiente
3. Vienna, vertice sui diritti umani
4. Cairo, vertice sulla popolazione
5. Copenhagen, vertice dell'economia
6. Beijing, vertice sui diritti della donna

La mostra ha viaggiato da diverse località della Danimarca alla Svezia, infine è stata allestita a New York all'UNICEF House Visitor's Center.

La consultazione di documenti e albi nel bel mezzo delle esposizioni di fumetti è un momento che merita di essere sfruttato in tutto il suo potenziale all'interno delle esposizioni del Museo.

7.3.3 OPERE NANOMETRICHE: "Nan°arte – Vedere l'invisibile", esposizione artisti Alessandro Scali e Robin Goode a cura di Stefano Raimondi, Palazzo Frizzoni, Bergamo 2 – 21 ottobre 2007

Viaggio nel nanocosmo, per scoprire per la prima volta la potenza che l'arte può sprigionare in un milionesimo di millimetro, grazie alle potenzialità di quella che è considerata la tecnologia che rivoluzionerà il XXI° secolo.

In occasione di BergamoScienza 2007, dal 2 al 21 ottobre 2007, è allestita al Palazzo Frizzoni del Comune di Bergamo, la mostra "Nan°arte", che esplora la nascita di una nuova forma d'arte che utilizza la nanotecnologia (termine con il quale si indica un nuovo approccio scientifico capace di studiare,assemblare e manipolare la materia su scala nanometrica: un nanometro, ossia un milionesimo di metro o un milionesimo di millimetro) per esprimere un'idea inedita del contemporaneo.

Curata da Stefano Raimondi, critico e curatore d'arte interessato agli sviluppi e alle potenzialità artistiche messe a disposizione da questa nuova tecnologia,

"Nan°arte" pone l'attenzione sul tema attraverso l'opera d'arte vista come strumento semplice e immediato. La mostra presenta le prime opere d'arte della nuova corrente artistica realizzate dagli artisti Alessandro Scali (Italia) e Robin Goode (Sudafrica), che operano insieme a Torino, e dal tedesco Grit Ruhland.

Con l'aiuto di personale competente, il pubblico osserva e interagisce con l'opera a grandezza nanometrica attraverso microscopi e altre apparecchiature ottiche.



Fig. 199- Nan°arte – Vedere l'invisibile, Bergamo 2007, foto 1

Fig. 200- Nan°arte – Vedere l'invisibile, Bergamo 2007, foto 2

La nanoarte si propone di essere il superamento di una frontiera, di un confine, di una necessità, quella dell'arte visibile e percepibile direttamente dall'occhio umano, giocando sul paradosso estetico di sperimentare idee, concetti e opere d'arte invisibili, ma non per questo inesistenti o irreali.

Nan°arte non è una semplice riproduzione fotografica di dettagli nanometrici ma creazione originale di opere che, usando e ponendo il medium tecnologico come imprescindibile veicolo di significati artistici, riflette e offre spunti di riflessione sulla società contemporanea. Al tempo stesso la mostra esplora le possibilità offerte all'arte dalla scienza, e viceversa.

Sono opere che proprio perchè infinitesimamente piccole sorprendono e disorientano per la capacità di trasformare i paradossi in realtà.

Il percorso della mostra è caratterizzato dalla successione lineare e puntuale di piedistalli bianchi su cui è poggiato un microscopio con la sua relativa opera inserita, e da schermi che documentano cosa si vede attraverso il microscopio.

Il visitatore "gioca" e si diverte con l'opera, ingrandendo o diminuendo, mettendo più o meno a fuoco grazie alle capacità dello strumento, e al tempo stesso

sperimenta una diversa metodologia di conoscenza e d'apprendimento.

Questa estremizzazione del “piccolo”, dove lo strumento diventa parte dell'opera al fine di “viverla”, è un ulteriore spunto per la fruizione e valorizzazione di opere “piccole” come quelle della “Collezione Franco Fossati”.

Fig. 201- Nan°arte – Vedere
l'invisibile, Bergamo 2007,
foto 3: una delle opere
esposte



7.4 RIVALUTARE L'ARCHITETTURA DELLA CITTÀ NEL RIUSO DI EDIFICI DISMESSI

7.4.1 Officina dell'arte: Fondazione Arnaldo Pomodoro, Milano 2005 Studio Cerri Associati



Fig. 202- Fondazione
Arnaldo Pomodoro, Studio
Cerri Associati, Milano 2005

La sede milanese della Fondazione Arnaldo Pomodoro, museo delle opere dello scultore, aperto all'incontro con altri artisti, è accolto nel complesso delle ex officine Riva&Calzoni, inaugurato nel 2005. Nella ristrutturazione architettonica, dello Studio Cerri Associati, è stata mantenuta l'originaria configurazione dell'edificio in due navate, separate da una struttura di passerelle a tutta altezza che permettono di accedere ai livelli superiori. All'ingresso, nella navata minore, si trovano i servizi di biglietteria, bookshop e guardaroba, mentre il restante spazio al piano terra è dedicato all'esposizione delle opere, con grande libertà di circolazione per i visitatori e ampia scelta per le possibilità di allestimento. La maggiore altezza della navata principale è sfruttata con un sistema di piattaforme espositive in quota che, attraverso l'utilizzo di carroponete, possono essere spostate sia in orizzontale che in verticale.

Questa macchina espositiva di 3.000 mq è come se visse ancora dello spirito delle vecchie officine. Gli artefici meccanici adottati, come le piattaforme espositive, il grande vuoto interrotto solo dalle opere d'arte e la luce naturale zenitale raccontano creano un'atmosfera religiosa, dove passato, presente, futuro si scrutano e si scambiano.

È un elemento prezioso ai fini del progetto mantenere la storicità e la memoria dell'edificio di viale Campania 12 attraverso un linguaggio in bilico fra memoria e modernità.



Fig. 203- Fondazione Arnaldo Pomodoro, Studio Cerri Associati, Milano 2005

7.4.2 IL MUSEO NEL DEPOSITO DEI TRAM: Spazio Forma, Milano 2005
Franco De Nigris

La sede museale di viale Campania 12 nasce nelle mura di un ex-deposito di tram ATM. A Milano si trova un edificio con una storia molto simile alla struttura che ospita il Museo del Fumetto: lo Spazio Forma. Ricavato all'interno dello storico deposito dell'ATM, visibile al visitatore attraverso un pannello di vetro a tutta altezza da una delle sale, questo complesso architettonico si segnala all'esterno per la presenza di un grande atrio vetrato che vuole costituire una "lanterna" accesa sulla città, l'avvio del percorso attraverso il quale accedere, in modo indipendente, alle sale espositive, alla sala riunioni del piano soprastante, alla terrazza che si affaccia sulla piazza alberata, alla print room.

L'area espositiva, dei 1700 mq di superficie totale, occupa circa 800. La Sala Bianca, un'area più contenuta per mostre di particolare atmosfera, anticipa le due sale più grandi normalmente riservate ad appuntamenti di grande respiro, la Sala delle Colonne e la Sala della Vetrata. Infine si accede ad uno Spazio Laboratorio, perfetto per esporre lavori più condensati, estemporanei interventi d'autore o piccoli "gioielli".

Fig. 204- Spazio Forma, Franco De Nigris, Milano 2005, esterno



Al piano superiore FORMA mette a disposizione due aule didattiche riservate agli incontri e ai seminari della propria scuola di fotografia. La Sala delle Capriate è sovente utilizzata per conferenze, incontri con artisti e fotografi, presentazioni e dibattiti. Sotto le sue magnifiche travi a vista, questa sala ospita fino a 100

persone. La struttura architettonica rende quindi possibile organizzare diverse iniziative e ospitare più eventi simultaneamente. Sempre al secondo piano, sono ubicate due aule didattiche che sono spesso luogo di tavole rotonde, incontri formativi e laboratori didattici per grandi e bambini.

Lo Spazio Forma ha dimostrato dal momento stesso della sua prima apertura ad un pubblico curioso ed attento, ma non meno preparato e critico, la capacità ad assolvere la sua funzione comunicativa, formativa ed espositiva mantenendo un vivo dialogo con l'architettura circostante e inglobante.



Fig. 205- Spazio Forma, Franco De Nigris, Milano 2005, sala espositiva sottotetto



Fig. 206- Spazio Forma, Franco De Nigris, Milano 2005, pianta piano terra

Fig. 207- Spazio Forma, Franco De Nigris, Milano 2005, pianta primo piano

8.1 INQUADRAMENTO

Il Museo del Fumetto di Milano sorgerà nella palazzina di viale Campania 12, zona est di Milano, sulla strada per l'aeroporto di Linate. Il quartiere è ricco di attività eterogenee: negozi, uffici, locali notturni, bar, residenziale ed è in pieno clima di trasformazione urbana.

Attualmente un grande buco fa da sovrano nel paesaggio del quartiere. Tale buco corrisponde, in parte, alle fondamenta della B.E.I.C. (Biblioteca Europea di Informazione e Cultura) degli architetti Peter Wilson, Julia B. Bolles, che purtroppo, a causa di mancanza di fondi ma soprattutto di inadempienza e interesse da parte degli amministratori, pare che il sogno non verrà più edificato pur essendoci il progetto esecutivo pronto, approvato e pagato. Insomma, Milano perde l'occasione di riportare alto l'interesse per la cultura e la stima nei suoi progetti. Al suo posto, dopo che sono già stati spesi soldi e forze per: bandire un concorso internazionale, redazione del progetto preliminare, definitivo ed esecutivo, scavi per fondamenta, probabilmente sorgeranno edifici residenziali, centro commerciale, uffici, parcheggio, come si suole dire, "il solito".

L'utopica BEIC fa parte del masterplan dello scalo Porta Vittoria. Il progetto di recupero dell'area dell'ex scalo ferroviario, compreso tra i viali Umbria e Mugello, prevede una volumetria complessiva di 55.866 mq, suddivisa in residenza (16.760 mq), terziario (13.580 mq), albergo (11.000 mq), cinema multisala (5.300 mq), attività commerciali di dettaglio con superficie di vendita minore di 400 mq (4.926 mq) e di media dimensione compresa tra 400 e 2.500 mq (4.300 mq): i parcheggi sono previsti su due e tre piani interrati.

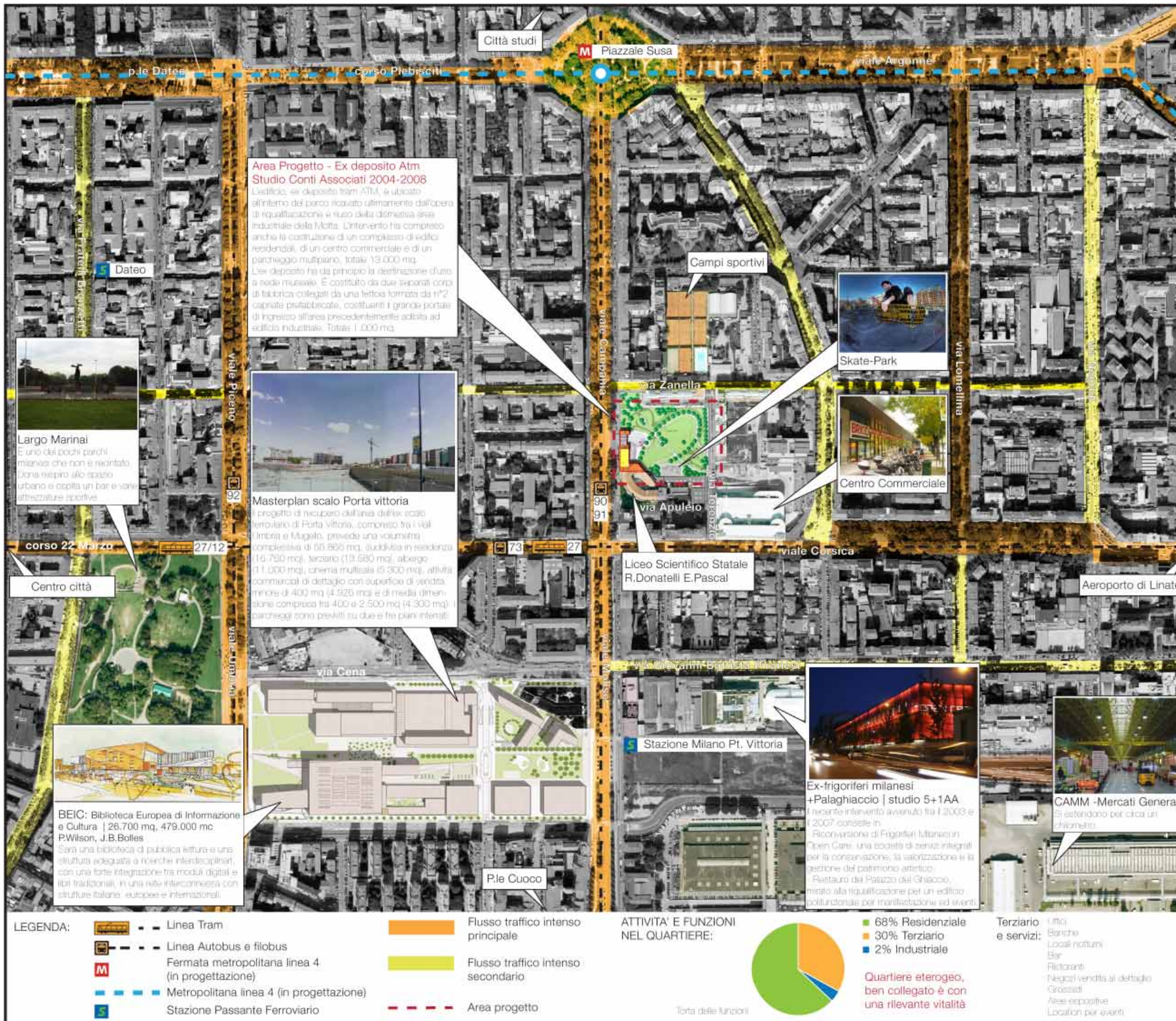


Fig. 208- Inquadramento zona di progetto

Il macro isolato si suddivide in più elementi: l'albergo é il primo edificio in altezza che si affaccia su viale Umbria definendo l'allineamento sulla via Cena; segue un secondo blocco a destinazione mista (piano terra commerciale con multisala al primo piano ed un edificio in altezza con residenza e terziario); un terzo elemento é caratterizzato dalla piastra commerciale con un edificio lineare in altezza di terziario che affaccia verso la BEIC ed un altro edificio terziario più basso che chiude il fronte sul prolungamento della via Cervignano.

In futuro è probabile che la palazzina di viale Campania 12 orbiterà in un punto d'alta concentrazione e interesse, mentre per quanto riguarda la sua storia prima di essere acquisita dalla Motta nel 1960, l'area su viale Campania, fra il Liceo Donatelli e la via Zanella, era occupata da un deposito ATM costruito nel 1926 per ospitare i tram (poco più a Sud fu costruito il Deposito di viale Molise, utilizzato per i filobus e tuttora in funzione). L'androne è del 1938 e la palazzina era destinata ad uffici di portineria ed ospitava anche un punto ristoro. Nel 2004 l'area è sottoposta ad un intervento di riqualificazione affidato allo Studio Conti Associati. L'entità di progetto è di 13 mila mq commissionati sia dal Comune di Milano sia da società private. L'intera area è stata trasformata da industriale a diverse destinazioni d'uso fra cui terziario con l'edificazione di un centro commerciale munito di parcheggio, residenziale con quattro palazzi di nuova costruzione di 9 nove piani ciascuno, parco pubblico, con il giardino che va a sostituire la fila di capannoni usati in precedenza per lo stoccaggio dei prodotti Motta e sede museale con la ristrutturazione della palazzina che affaccia su viale Campania. Quest'ultima è per l'appunto la sede designata per il Museo del Fumetto e conta una superficie utile di circa 1000 mq.

Il progetto ha permesso di inserire i nuovi edifici in modo gradevole e armonioso: diminuendo l'imponente massa che prospetta viale Corsica; collegando trasversalmente l'isolato attraverso un percorso pedonale; prospettando il vuoto urbano esistente costituito da un circolo di tennis; rapportando le altezze dei nuovi edifici con i fabbricati esistenti; inserendo le nuove volumetrie in maniera progressiva all'interno dello spazio a verde.

Inserire Prima parte mappa+ foto tavola 1.....

8.2 TARGET

Per definire il target del Museo è utile capire chi legge i fumetti. A tale scopo ci si è affidati ad un'indagine svolta dalla webzine di fumetti "uBC", di seguito ne è proposta una parte:

Chi legge uBC? Ovvero, la validità del campione del sondaggio

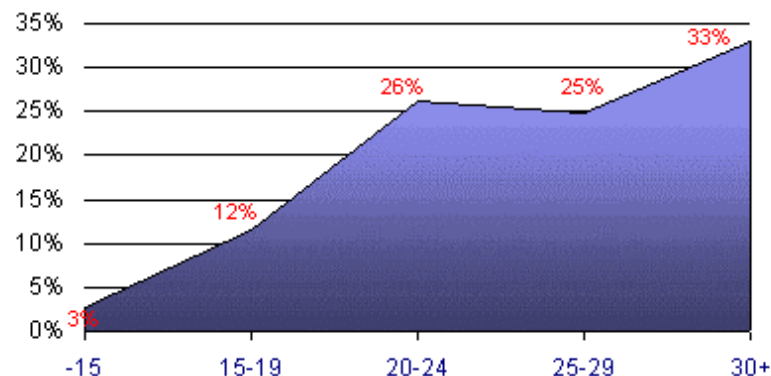
"Per valutare la validità dei risultati è necessario esaminare le caratteristiche di chi ha risposto al sondaggio da noi proposto. uBC ha ogni mese 50.000-60.000 accessi complessivi e guardando il log degli accessi si vede che ogni utente legge in media 10 pagine. Questo ci porta ad una stima di circa 5000-6000 lettori.

Il sondaggio ha avuto 314 risposte, quindi si è espresso circa il 6% dei lettori di uBC: un campione statisticamente più che qualificato.

uBC si dedica, più che altro, ai fumetti bonelliani, ma pensiamo che i risultati possano essere interessanti per tutto il quadro del fumetto italiano, visto che il fumetto Bonelli rappresenta buona parte del mercato.

Età del campione

Graf. 03- Età del campione



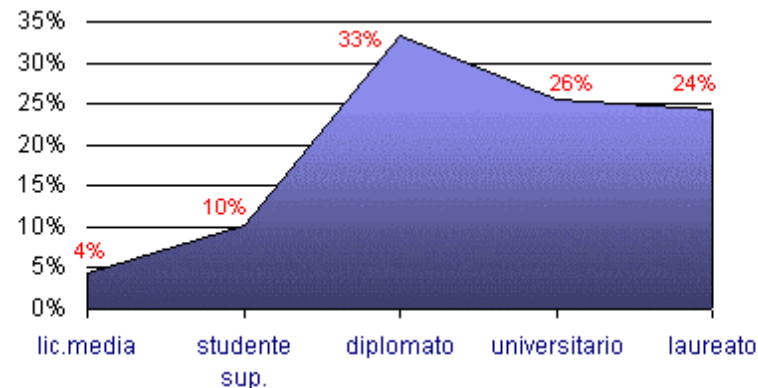
Come leggere il grafico. E' indicata la distribuzione per fasce di età di chi ha risposto al sondaggio.

Interpretazione del grafico. La distribuzione rispecchia quella della popolazione italiana in internet (vedi ad esempio gli studi dell' Osservatorio Internet Italia della Bocconi o le ricerche Publitalia).

Rispetto alla popolazione italiana è chiaramente ridotta in rete la presenza di bambini sotto i 14 anni (che in Italia sono intorno al 14%). Ci sono quindi alcune considerazioni da fare: nella fascia sotto i 14 anni i risultati sono meno affidabili, ma mantengono comunque una loro validità sebbene il numero degli interpellati sia ridotto.

Istruzione del campione

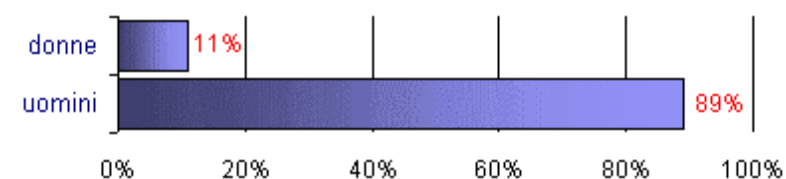
Graf. 04- Istruzione del campione



Come leggere il grafico. E' indicata la distribuzione per tipo di istruzione di chi ha risposto al sondaggio.

Interpretazione del grafico. Anche in questo caso è rispettata la distribuzione presente in internet: rispetto alla popolazione italiana è presente un livello di istruzione mediamente più alto. Già rispetto ad un anno fa le differenze vanno però diminuendo al crescere del numero complessivo degli utenti (ormai intorno ai 2 milioni), la percentuale di universitari e laureati è ancora superiore alla media italiana.

Sesso del campione



Graf. 05- Sesso del campione

Come leggere il grafico. E' indicata la distribuzione per sesso di chi ha risposto al sondaggio.

Interpretazione del grafico. E' noto che in Internet è più rappresentato il sesso maschile. Le ricerche dicono che la presenza femminile in rete è intorno al 20-30% (fortunatamente in crescita). L'11% ottenuto dal nostro sondaggio rispecchia la classica tendenza secondo la quale il fumetto ha un pubblico in prevalenza maschile.

Quadro complessivo. Guardando ai dati di età ed istruzione possiamo dire che il campione rappresenta in modo abbastanza valido il target bonelliano.

Unica nota da tener presente è che il lettore di uBC sembra essere acquirente di più testate rispetto alla norma (vedi cross-letture). Questo perchè chi legge più fumetti è sicuramente più interessato ad un sito sui fumetti di chi legge solo una testata."

In conclusione, il quadro che si ottiene dal complesso dei dati di questa indagine è che il lettore tipo dei fumetti sta "invecchiando" visto la difficile presa di un mezzo non multimediale sui giovanissimi.

Questo non vuol dire che in seguito i giovanissimi non si possano avvicinare

al fumetto. Quindi il fumetto può riuscire a mantenere ben salde le sue posizioni nelle fasce d'età successive: una volta catturato un lettore nel settore degli studenti delle superiori, è facile che questo continui anche in seguito a leggere fumetti.

Infine, guardando il grafico dell'età, si vede come ci sia un calo di interesse nella fascia 25-29: questo significa che chi conosce il fumetto intorno ai 14-25 anni spesso perde interesse per poi riavvicinarsi ai fumetti dopo i 30 anni.

Uno degli obiettivi del Museo sarà quello di attirare e "convincere" i potenziali futuri target, fra cui gli adolescenti presenti nella zona grazie al liceo R. Donatelli E. Pascal e allo skatepark all'interno del parco, affollato punto di ritrovo, con il progetto di un Museo che evochi e stimoli le seguenti sensazioni ed esperienze:

- Mondo Fantastico
- Nuovi Incontri
- Esplorare e navigare
- Sentirsi a proprio agio .



Fig. 209- Moodstrip

8.3 ATTIVITÀ E LAYOUT DEL MUSEO

Le attività designate per il Museo sono molteplici rispetto alla superficie disponibile. Secondo la Fondazione Franco Fossati, gestore del Museo, sono previste:

- Mostre temporanee
- Mostre permanenti
- Percorsi conoscitivi
- Conservazione
- Corsi di formazione
- Zona multimediale
- Biblioteca
- Casa editrice
- Multilibreria
- Promozione e divulgazione
- Conferenze

L'edificio è costituito da due separati corpi di fabbrica collegati da una tettoia formata da due capriate prefabbricate, costituenti il grande portale di ingresso all'area precedentemente adibita ad edificio industriale, ora ristrutturata.

Gli spazi interni sono piuttosto rigidi anche se partizionati al minimo.

Per assolvere gran parte delle esigenze funzionali del Museo in rapporto alla sua architettura è necessario che gli spazi accolgano più funzioni temporaneamente e si plasmino in base alle esigenze correnti. La soluzione più adatta è partizionare le diverse aree funzionali con segni espressivi e "abitati", come librerie o teche, ubicati in un unico spazio invece che innalzare dei muri.

Fig. 210- Foto ingresso
viale Campania



Con tale spirito si opta per la seguente distribuzione funzionale:

Nel corpo di fabbrica a destra:

Piano interrato: deposito (s.p.p.) e vani tecnici;

Piano terra: ingresso (40,19 mq) con biglietteria, guardaroba, guardiana, nella grande sala (226 mq) si mescolano le attività della biblioteca, esposizione della collezione permanente e attività di laboratorio (20 mq) sia per bambini che per adulti, nel locale trasversale si accede attraversando il bookshop (19 mq) alla caffetteria (58,19 mq) ispirata ai pub belgi dove oltre a bere la birra più buona del mondo è possibile consultare una vasta scelta di fumetti messi a liberamente a disposizione dai gestori per i clienti, in questo caso la caffetteria diventa sia un'ulteriore sala lettura sia spazio per incontri e conferenze.

Piano primo: dedicato soprattutto per le mostre temporanee (226 mq) e per l'esposizione di opere che devono essere rigorosamente esposte al "buio", ovvero ad un illuminamento inferiore a 50 lux. Questo piano dovrà essere facilmente reversibile per quanto riguarda l'allestimento.

Solaio di copertura (non praticabile): impianti tecnici.

Nel corpo di fabbrica a sinistra, che rimane staccato dal resto del complesso e si sviluppa su di un unico piano fuori terra, è destinato ad aula per la didattica (21,43 mq) ed ufficio amministrativo del museo (21,69 mq).

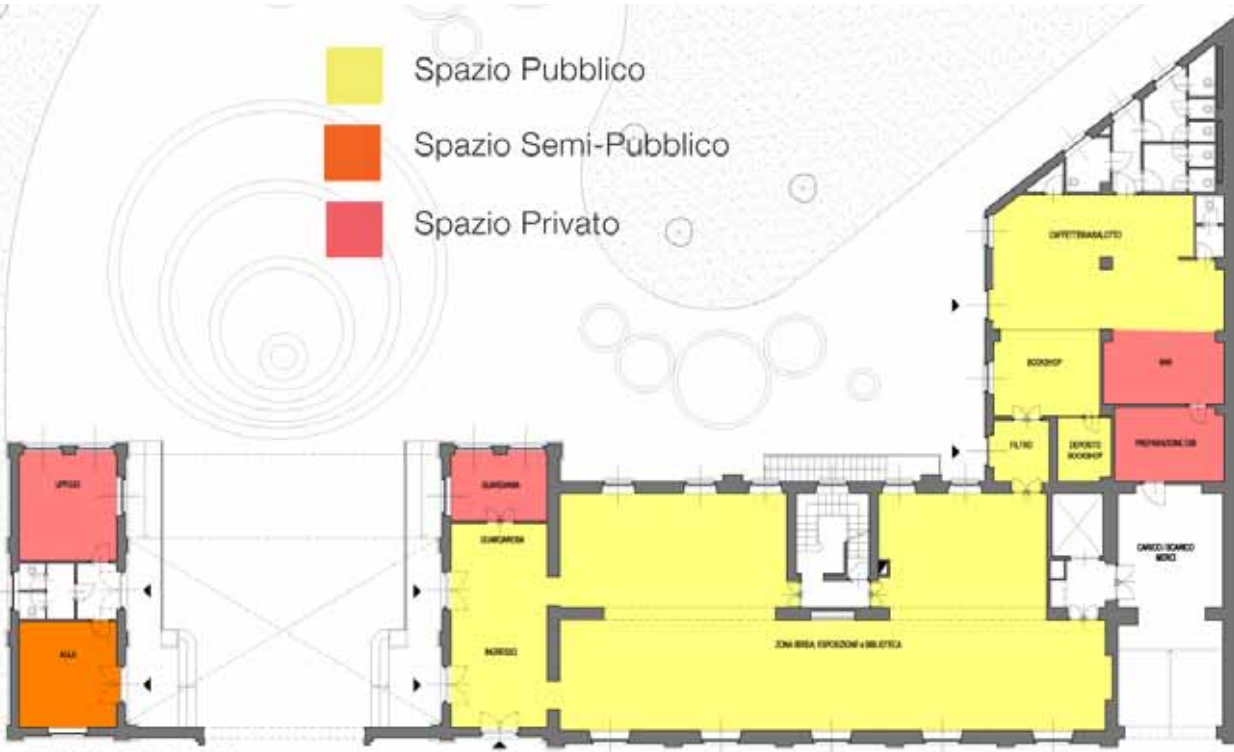


Fig. 211 - Foto ingresso
giardino pubblico

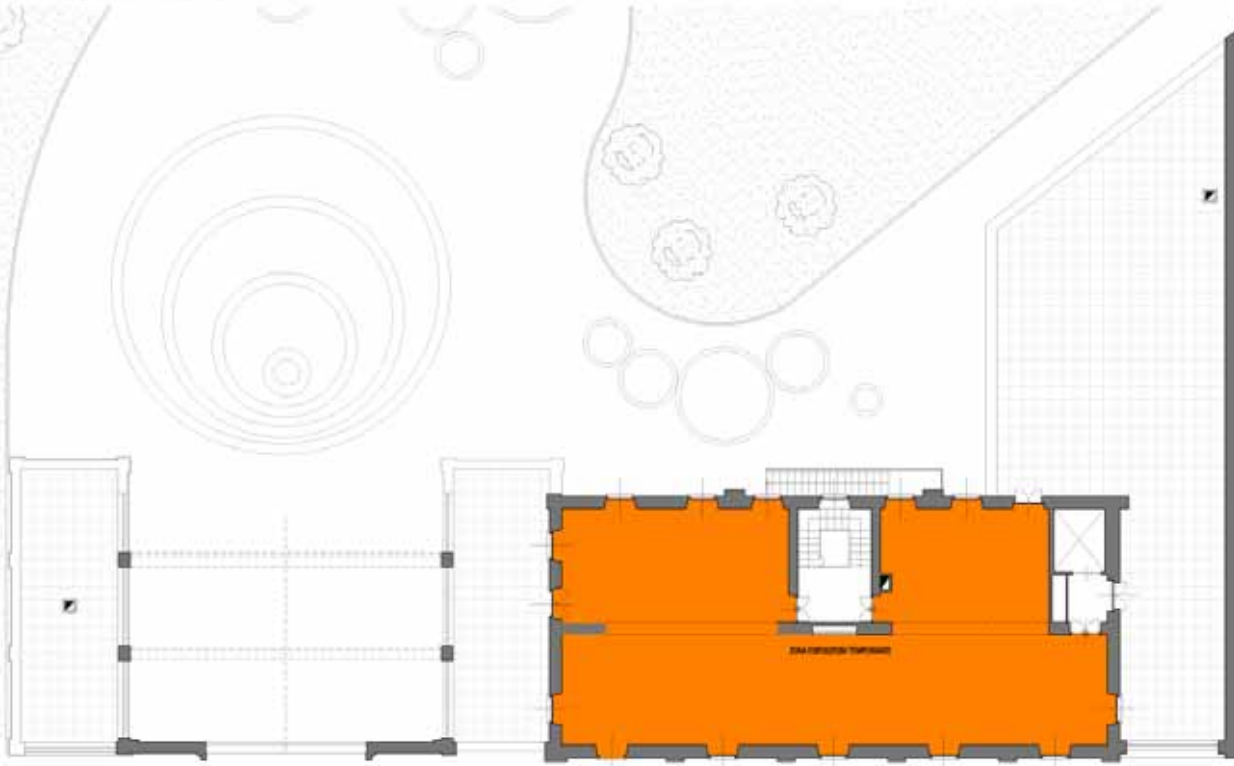
Spazio Pubblico

Spazio Semi-Pubblico

Spazio Privato



PIANO TERRA



PRIMO PIANO

Fig. 212- Piante distribuzione funzionale

9.1 ASSOCIAZIONE D'IDEE E PAROLE CHIAVE

Un punto fondante del progetto di allestimento del museo è il dialogo che s'instaura fra l'architettura dell'edificio e l'arte del fumetto. Per costruirlo un passo iniziale è mettere in relazione le peculiarità delle due entità in un percorso di associazioni logiche d'idee: la palazzina e il fumetto.

La palazzina di viale Campania 12 è un ex-deposito tram ATM. Al deposito si associa la figura del tram. Il tram è un mezzo di trasporto, quindi un contenitore di persone, che viaggia su binari di ferro e cavi di trasmissione. L'interno di un vecchio tram è prevalentemente di legno.

Da questo primo percorso è già possibile desumere delle caratteristiche del progetto, ovvero, optare per l'uso del metallo in applicazioni che evocano un'attività o una "situazione" dinamica e di spostamento, mentre per azioni e funzioni che rimandano alla riflessione, allo stazionare e soprattutto al contenere permanente, la scelta del materiale ricade sul legno.

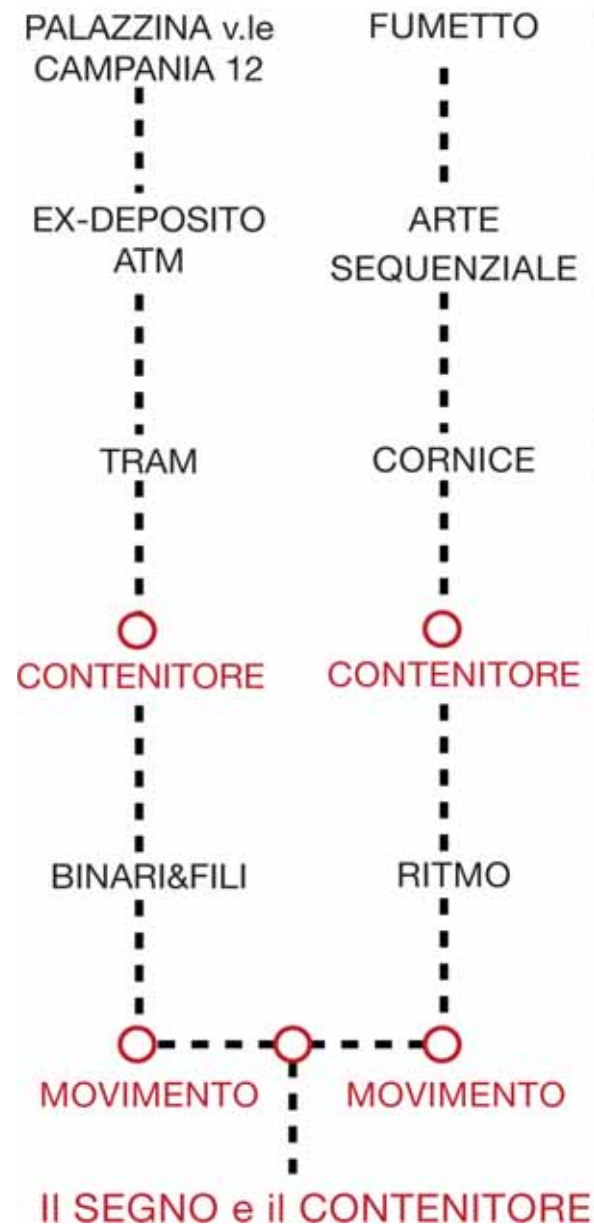
Il percorso di associazione d'idee del fumetto è invece il seguente: il fumetto è arte sequenziale. La sequenzialità nel fumetto è data soprattutto dall'uso della cornice, da come queste vengono partizionate e dimensionate nello spazio pagina e dal loro contenuto, perché la cornice è contenitore dei personaggi e delle storie e allo stesso tempo è lo strumento che scandisce il ritmo di una storia a fumetti.

Una volta affrontati i singoli percorsi d'associazione d'idee dei due elementi, palazzina e fumetto, il passo successivo è quello di metterli a confronto e trovarne

le relazioni e i punti in comune. In questo caso il risultato dell'intersezione è un gruppo di due parole chiave alla base del progetto: il movimento e il contenitore.

Definite le parole chiavi portanti, il movimento e il contenitore, l'azione successiva da svolgere è tradurle in termini applicabili nello spazio fisico.

Fig. 213- Connessioni
parole chiave

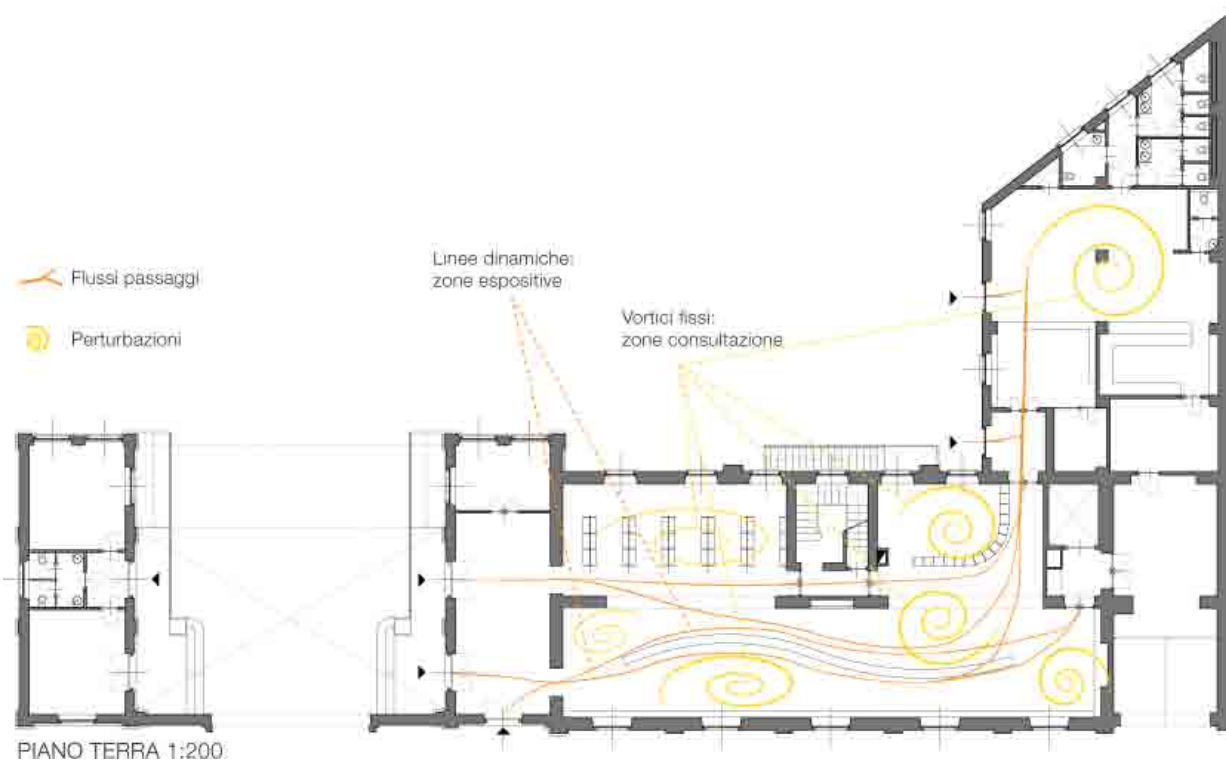
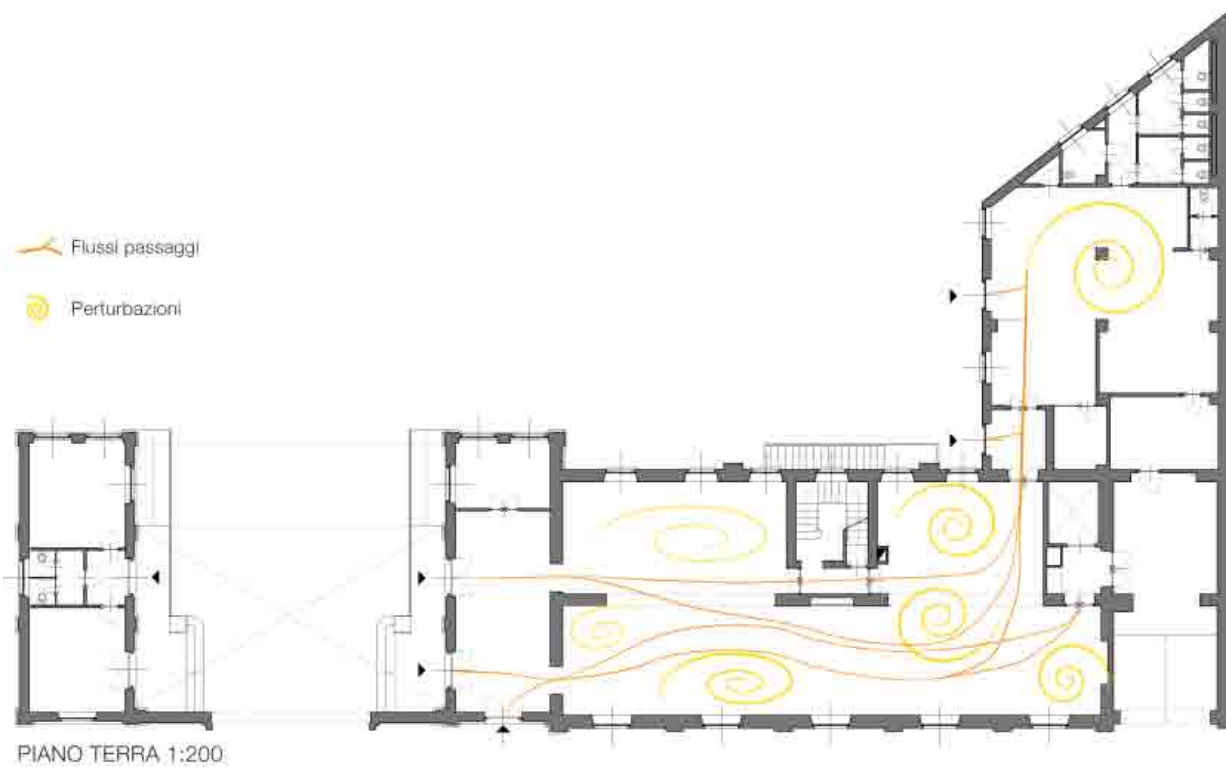


9.2 CONCEPT: IL SEGNO E IL CONTENITORE

Il concetto di contenitore ben si associa con la funzione della biblioteca e ad attività di riflessione e stazionamento che sono identificate con l'uso del legno.

Il movimento, in termini spaziali è dato dai flussi e dai percorsi di passaggio. Occorre che questi siano rafforzati ed esaltati nel progetto tanto da trasformare il movimento in segno donando carattere allo spazio. Quindi, le parole chiave "movimento" e "contenitore" sono interpretate nello spazio con il "segno" e il "contenitore".

Dall'analisi dei flussi e delle perturbazioni del piano terra si sono definite delle zone e tracciati dei segni.



9.3 PIANO TERRA: DAL CONCEPT ALL'ESECUTIVO

Il flusso di passaggio che corre lungo tutta la longitudine della grande sala si trasforma in flusso espositivo e disegna il segno caratterizzante lo spazio, ovvero la Linea Espositiva che consiste in una struttura reticolare in acciaio alta 240 cm con pannellatura di legno MDF rivestita di metallo acidato, per coerenza al significato del metallo legato al concetto di movimento, e nella quale sono ricavate delle nicchie con illuminazione integrata volte a valorizzare e risaltare le opere della collezione permanente Franco Fossati, da quelle più piccole, come i francobolli 2x2 cm fino a quelle più grandi come le tavole formato Broadsheet che possono essere aperte o chiuse sia da uno sia da entrambi i lati della Linea Espositiva.

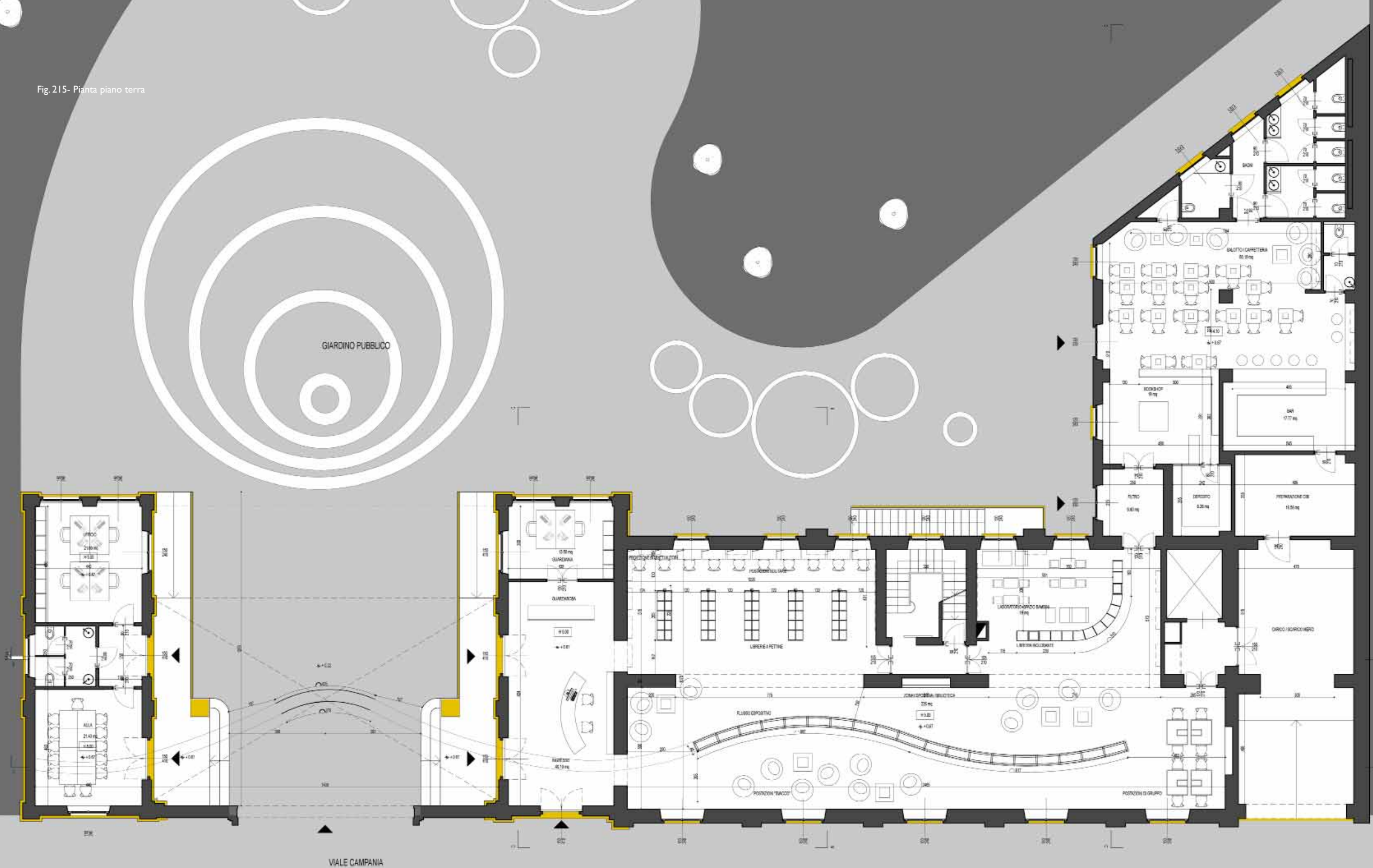
Le opere della collezione saranno esposte a rotazione in cicli trimestrali per motivi di conservazione.

Lungo la linea espositiva sono presenti le postazioni "svacco" che consistono in delle poltrone Sacco, poggiatesta e tavolini contenenti fumetti e ipad per consultare contenuti multimediali e fumetti inerenti sia alla mostra sia al materiale bibliotecario. Lo scopo è offrire diverse tipologie di fruizione sia dell'esposizione sia della biblioteca e proporre esperienze di lettura e consultazione differenti.

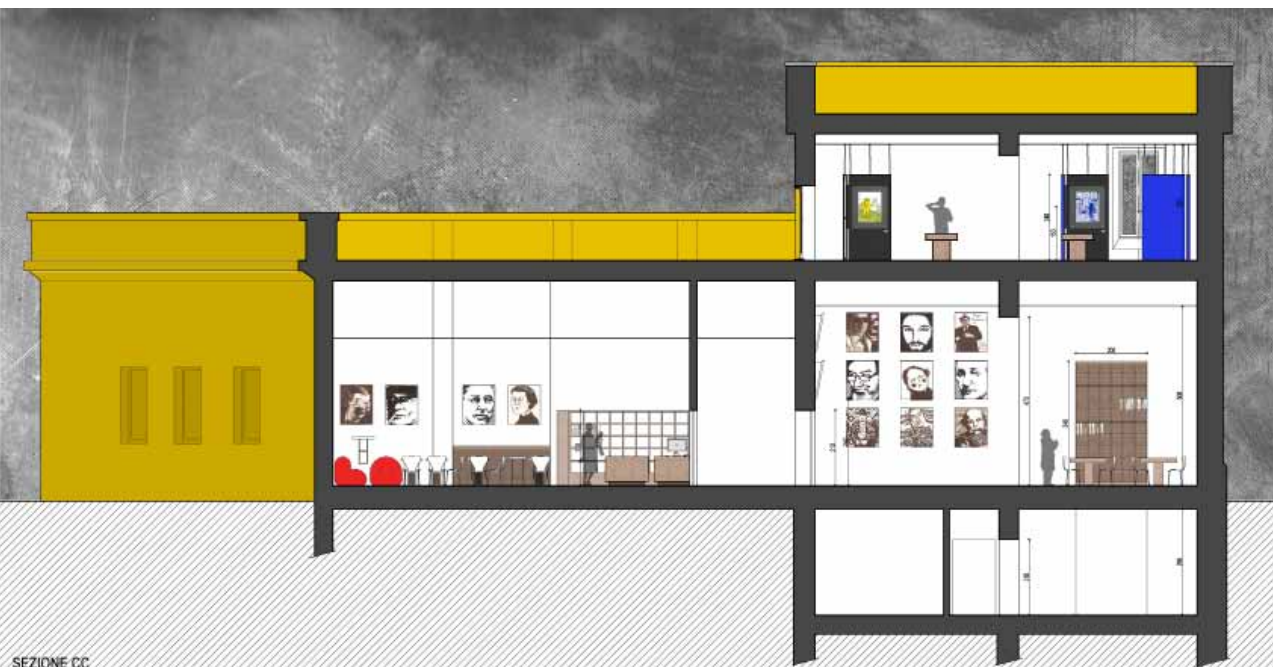
Le perturbazioni segnano le zone legate alla consultazione e allo studio, quindi legate soprattutto alle attività della biblioteca e laboratorio:

Fig. 214- Studio dei flussi, piano terra

Fig. 215- Pianta piano terra



VIALE CAMPANIA



SEZIONE CC



SEZIONE DD

Fig. 216- Sezione CC

Fig. 217- Sezione DD

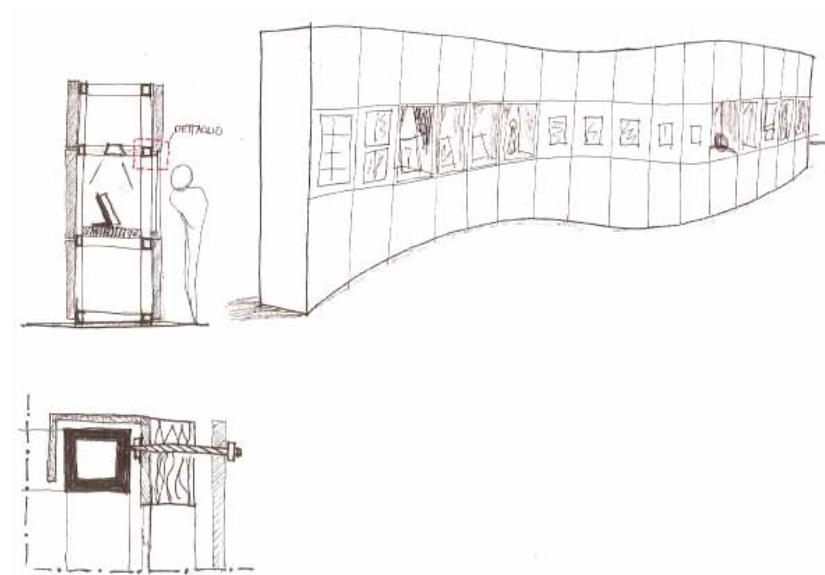


Fig. 218- Schizzo Linea Espositiva

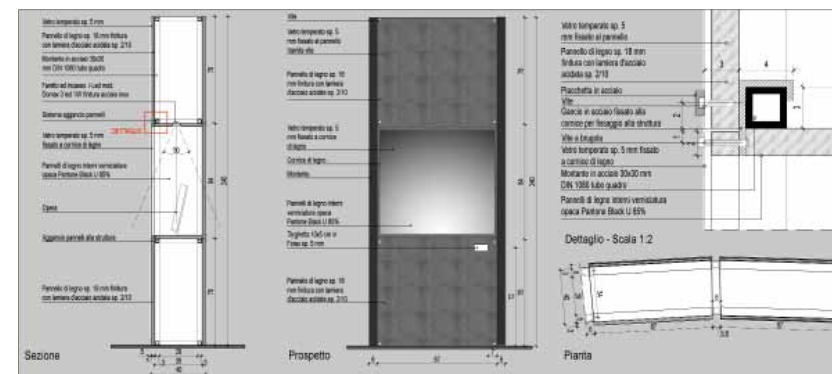


Fig. 219- Disegno esecutivo dettaglio Linea Espositiva

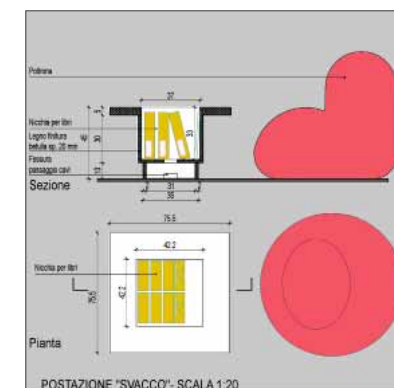
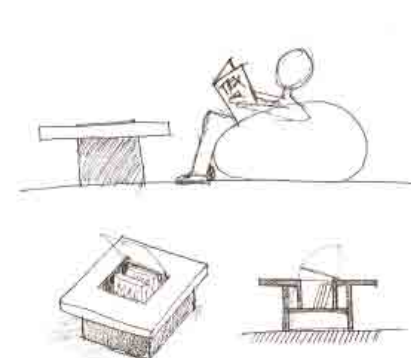


Fig. 220- Schizzo Postazione "Svacco"

Fig. 221- Disegno esecutivo Postazione "Svacco"

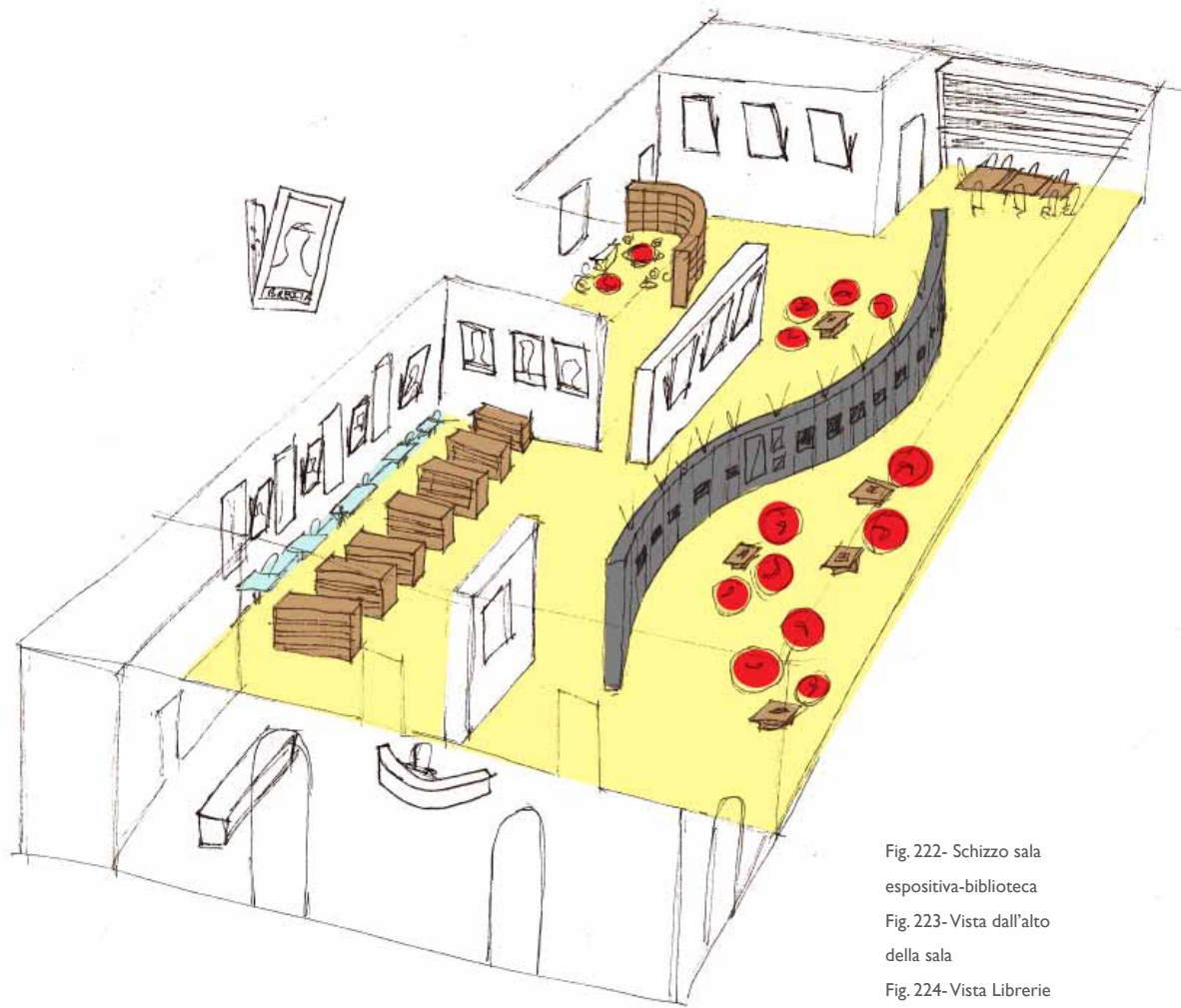


Fig. 222- Schizzo sala espositiva-biblioteca

Fig. 223- Vista dall'alto della sala

Fig. 224- Vista Librerie a Pettine e Postazioni Solitarie



Fig. 225- Vista Linea Espositiva e Postazioni "Svacco"

La prima è composta da una serie di librerie disposte a pettine alte 170 cm e profonde 60 cm che evocano la fine dei binari dei tram e dalla linea di postazioni di lavoro singole dotate di tavolo luminoso e lampada da tavolo. Alcune di queste postazioni hanno la vista sul giardino pubblico.

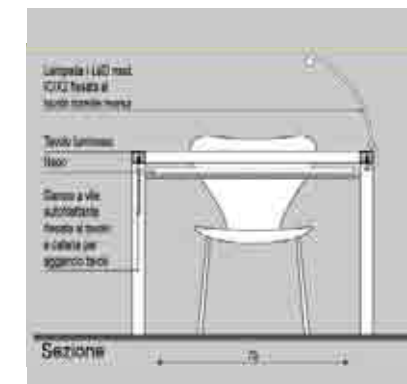
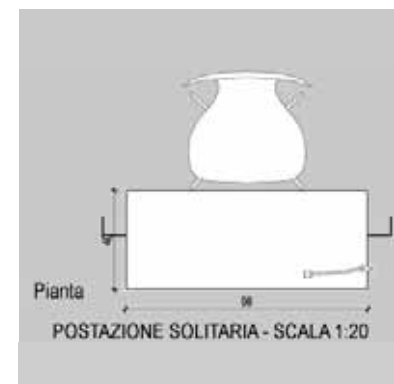


Fig. 226- Disegno esecutivo tavoli Postazioni Solitarie, pianta

Fig. 227- Disegno esecutivo tavoli Postazioni Solitarie, sezione

Fig. 228- Vista Libreria
Inglobante



Dalla seconda perturbazione è delimitata la zona dedicata alle attività di laboratorio e area bambini. La partizione dello spazio è data dalla Libreria Inglobante che contiene sia fumetti dedicati ai bambini sia scatole con i materiali da utilizzare per i laboratori. L'arredo ha l'esigenza di adattarsi sia al pubblico adulto, sia a quello infantile e deve essere facilmente spostato ed accatastato per eventuali attività di gioco. Per tali motivazioni si è scelto di adottare "ReStyle" di James Howlett che consiste in un cubo composto da soli quattro elementi che, opportunamente combinati, soddisfano alcune esigenze abitative elementari. Tavoli, sedie, postazioni di lavoro o di studio, zone relax: le possibilità sono molte e il calcolo preciso e funzionale delle proporzioni aiuta non poco a far sì che ognuno trovi da sé il modo migliore per sfruttare ReStyle.

Un altro elemento della zona laboratorio sono le lavagne scorrevoli in altezza appese al muro che evocano il movimento e i binari.

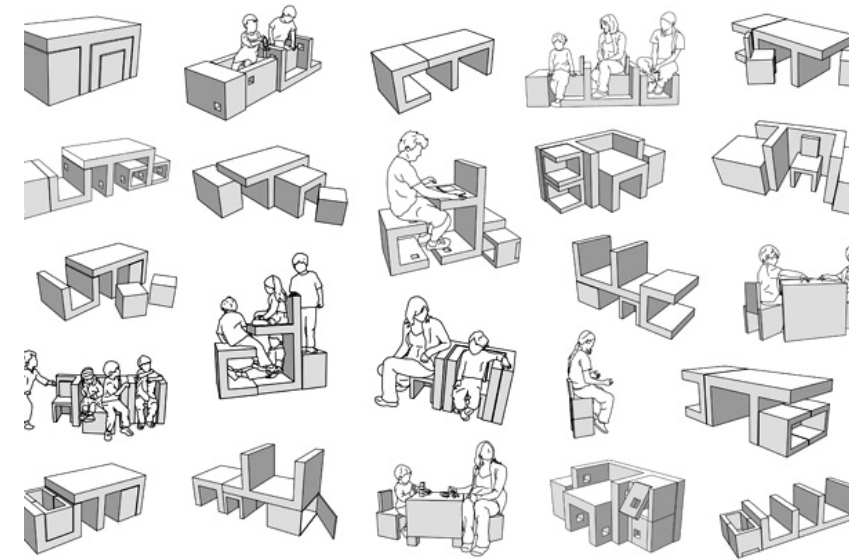


Fig. 229- Combinazioni
arredo ReStyle di James
Howlett

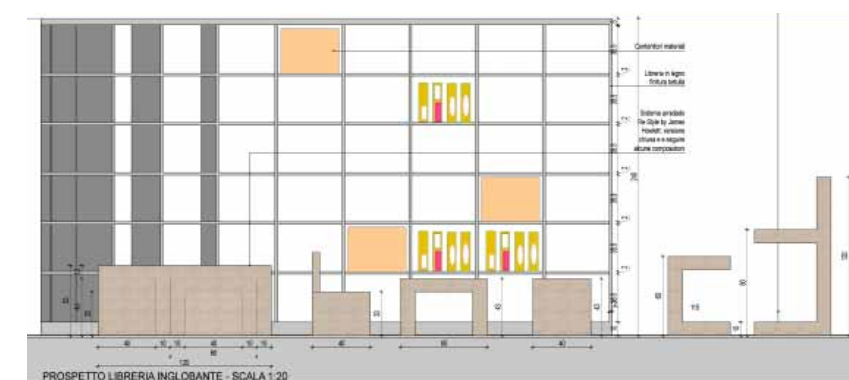


Fig. 230- Disegno esecutivo
Libreria inglobante con
arredo ReStyle



Fig. 231- Vista dall'alto



SEZIONE AA

Fig. 232- Sezione AA



SEZIONE EE

Fig. 233- Sezione EE

La terza perturbazione è situata alla fine della Linea Espositiva. Questa è la zona per le Postazioni di Gruppo composte da dei tavoli per tre/quattro persone, con struttura in legno e ripiano di vetro, muniti di sottobanco, nicchia per esposizione/consultazione fumetti e ruote ai piedi del tavolo per uno spostamento rapido e senza sforzi.

Fig. 234- Vista Postazioni di Gruppo e Linea Espositiva



Fig. 235- Disegno esecutivo tavolo-contenitore delle Postazioni di Gruppo

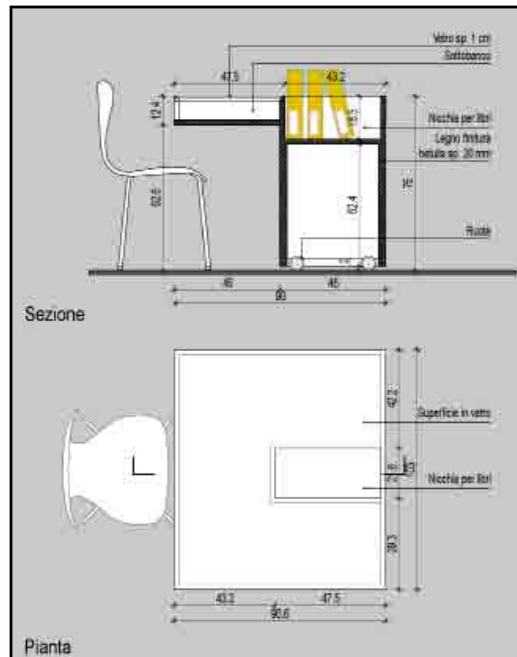


Fig. 236- Vista Postazioni di Gruppo, Linea Espositiva e quadri

Per quanto riguarda le pareti, quelle che sono il perimetro delle attività legate alla biblioteca sono decorate con quadri dedicati a ritratti, disegnati, di autori di fumetto della storia. Lo scopo è creare un legame fra quelli che furono celebri nel passato e quelli che potranno esserlo nel futuro fra i fruitori del Museo riprendendo l'idea dei quadri di famiglia delle antiche case nobiliari.

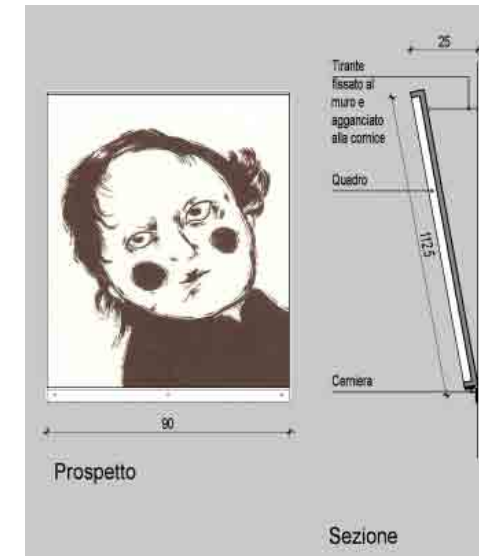


Fig. 237- Disegno esecutivo cornice e supporto quadri con ritratti autori di fumetti

Proseguendo verso il volume trasversale del corpo principale della palazzina, si accede alla Caffetteria/Salotto passando attraverso il bookshop. Anche in questo caso la divisione fra le due attività, bookshop e Caffetteria/Salotto, non è data da porte o pareti ma da una libreria alta 210 cm.

Fig. 238- Vista Bookshop



Fig. 239- Vista Caffetteria/ Salotto



L'accesso a queste due zone è possibile sia dalla sala espositiva sia direttamente dall'esterno. I tavoli e i tavolini non sono semplici ripiani ma anche contenitori di fumetti e riviste da consultare durante il caffè o in attesa di una conferenza.

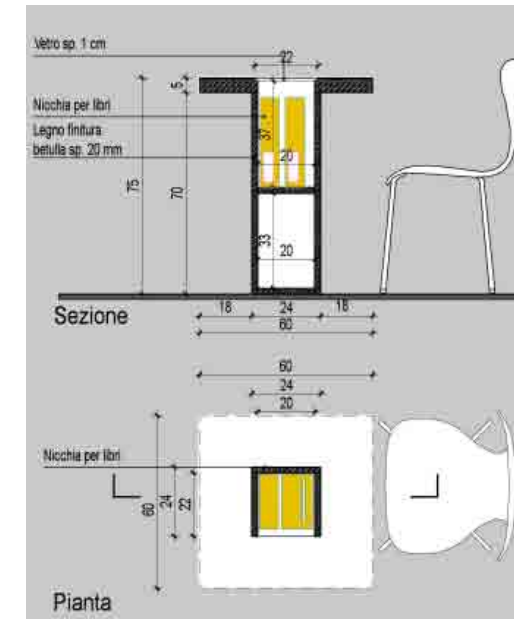


Fig. 240- Disegno esecutivo tavolini-contenitori Caffetteria/Salotto

9.3.1 Impianto elettrico e progetto luce

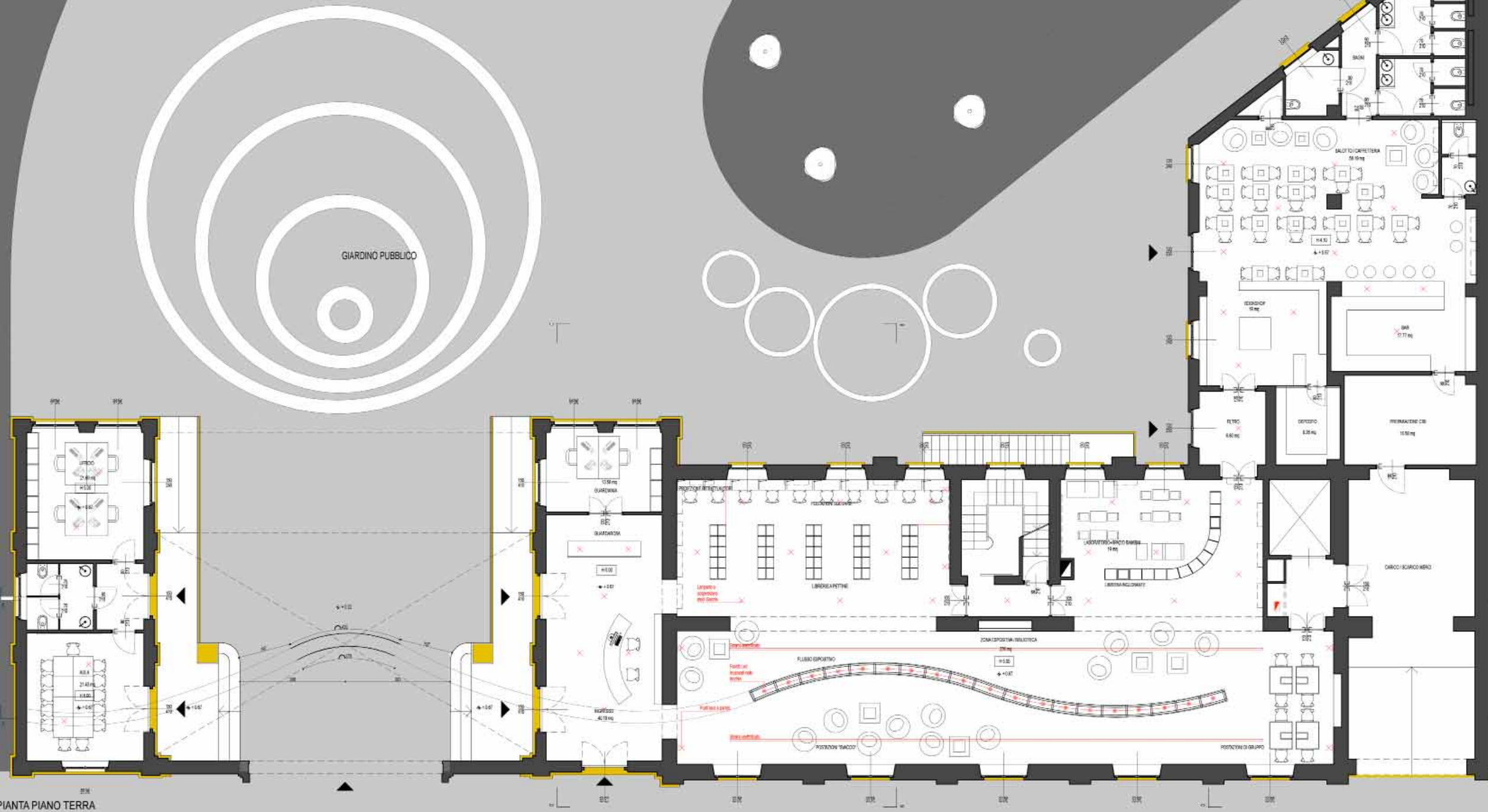
Il piano terra ha un'altezza di 5 metri. Il progetto illuminotecnico deve soddisfare due funzioni principali:

La prima è garantire un illuminamento diffuso per le attività legate alla biblioteca, alla caffetteria, laboratorio e ingresso che allo stesso tempo doni grazia e magia all'atmosfera dello spazio.

La seconda riguarda la funzione espositiva, ovvero un illuminamento appropriato e consoni della Linea Espositiva.

Per soddisfare il primo punto la scelta ricade sulle lampade sospensione "Goccia" H1 prodotte dall'azienda Rotaliana e disegnate da Andrea Branzi. La forma armoniosa della goccia, l'illuminazione diffusa che garantiscono e le dimensioni d'altezza variabile nell'intervallo di 190 cm e 100 cm sono i motivi dell'utilizzo di queste lampade.

Fig. 241 - Pianta impianto
luce



Scheda tecnica Lampada
Goccia H1 by azienda
Rotaliana, design Andrea
Branzi,

Goccia H1

Design
Andrea Branzi

Anno
2003



Descrizione	Materiali	Dimensioni	Diffusore
una lampada da sospensione a luce diffusa. La sua forma richiama quella di una goccia o di un gioiello pendente originato da due elementi sovrapposti in vetro che non mostrano discontinuità nell'eleganza e compattezza del segno. La parte superiore di forma conica riproposta nel rosone, simulando una riflessione speculare sul soffitto. In due dimensioni, realizzata interamente in vetro soffiato a bocca, con finitura lucida o satinata. La struttura interna in metallo cromato. Grazie alla forma iconica e di grande personalità, Goccia si presta ad essere usata singolarmente o in gruppo per dare carattere e originalità a qualsiasi tipo di ambiente.	Diffusore in vetro opalino incamiciato, soffiato a bocca. Struttura interna in metallo cromato. Elemento distanziatore tra i due vetri in teflon. Cavo di alimentazione trasparente. Rosone in vetro opalino incamiciato, soffiato a bocca. Certificazioni CE IP20	 Lampadine 1xE27 max 23W FBT Fluorescenza 1xE27 max 150W HSGST-C-UB Alogena ECO	Bianco Lucido 1GOH100200 Bianco Satinato 1GOH100100
	Utilizzi Sospensione		

Delle eleganti e fini lampade da tavolo, i-Léd mod. ICIX2, offrono un ulteriore illuminamento alle Postazioni Solitarie per esaudire esigenze di lavoro e studio.

La zona occupata dalla Linea Espositiva adotta invece un sistema d'illuminamento tipico delle esposizioni, ovvero l'installazione a soffitto di due binari elettrificati equipaggiati di spot e faretto regolabili d'intensità, direzione e "taglio" della luce. Le nicchie della Linea Espositiva sono illuminate grazie al faretto ad incasso mod. Domax della i-Léd.



Sede Operativa
Via della Fornace, 59 Zona Industriale
31023 Castelminio di Resana (TV) Italia
Tel: +39 0438 444826
www.linealight.com

Ufficio Vendite Italia
Tel: +39 0423 7868
Fax: +39 0423 786900
sales@linealight.com

Sede Legale & Amministrativa
Via cal longa, 7 Zona Industriale
31028 Vazzola (TV) Italia
Tel: +39 0438 444826
Fax: +39 0438 444850

Export Sales Department
Tel: +39 0423 7868
Fax: +39 0423 786999
customer.service@linealight.com

Scheda tecnica lampade
Postazioni solitarie, Icix
by i-Léd

Icix

Lampada led per luce mirata dotata di braccio flessibile con base per applicazioni a parete. Struttura in metallo, due lunghezze disponibili.



1 LED - 2 Watt - Driver compreso

Descrizione

Lampada con braccio flessibile con base per applicazioni a parete. Struttura in metallo.

Specifiche disponibili

Finitura: Cromo, Nichel spazzolato
Colore: Bianco Freddo, Bianco Caldo, Bianco Naturale, Blu, Ambra, Rosso, Verde
Ottica: 30°, 50°

Foto e disegno

Le foto sono indicative e possono non rappresentare il tipo di finitura scelta



Caratteristiche

- Potenza nominale di riferimento: 2 Watt / 600mA
- Peso dell'articolo: 0,3 Kg
- Driver compreso

Altre caratteristiche



Scheda tecnica faretto ad
incasso Domax by i-Lèd,
Linea Espositiva



Sede Operativa
Via della Fornace, 59 Zona industriale
31023 Castelmio di Resana (TV) Italia
www.linealight.com

Ufficio Vendite Italia
Tel: +39 0423 7868
Fax: +39 0423 786900
sales@linealight.com

Sede Legale & Amministrativa
Via cal longa, 7 Zona Industriale
31026 Vazzola (TV) Italia
Tel: +39 0438 444826
Fax: +39 0438 444850

Export Sales Department
Tel: +39 0423 7868
Fax: +39 0423 786999
customer.service@linealight.com

Domax

Faretto a led a ottica fissa da incasso. Applicazione con controcassa. Corpo in alluminio. Flangia in ottone o in acciaio inox. Finiture cromo, nichel, ottone e acciaio inox. Disponibili quadrati o tondi.



3 LED - 1 Watt RGB - Driver non compreso

Descrizione

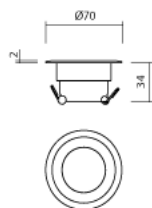
Faretto da incasso ottica fissa. Applicazione con controcassa. Corpo in alluminio. Flangia in ottone o in acciaio inox.

Specifiche disponibili






Finitura: Cromo, Nichel spazzolato, Ottone spazzolato, Acciaio inox
Colore: RGB
Ottica: 50°, 70°, 120°

Foto e disegno

Le foto sono indicative e possono non rappresentare il tipo di finitura scelta



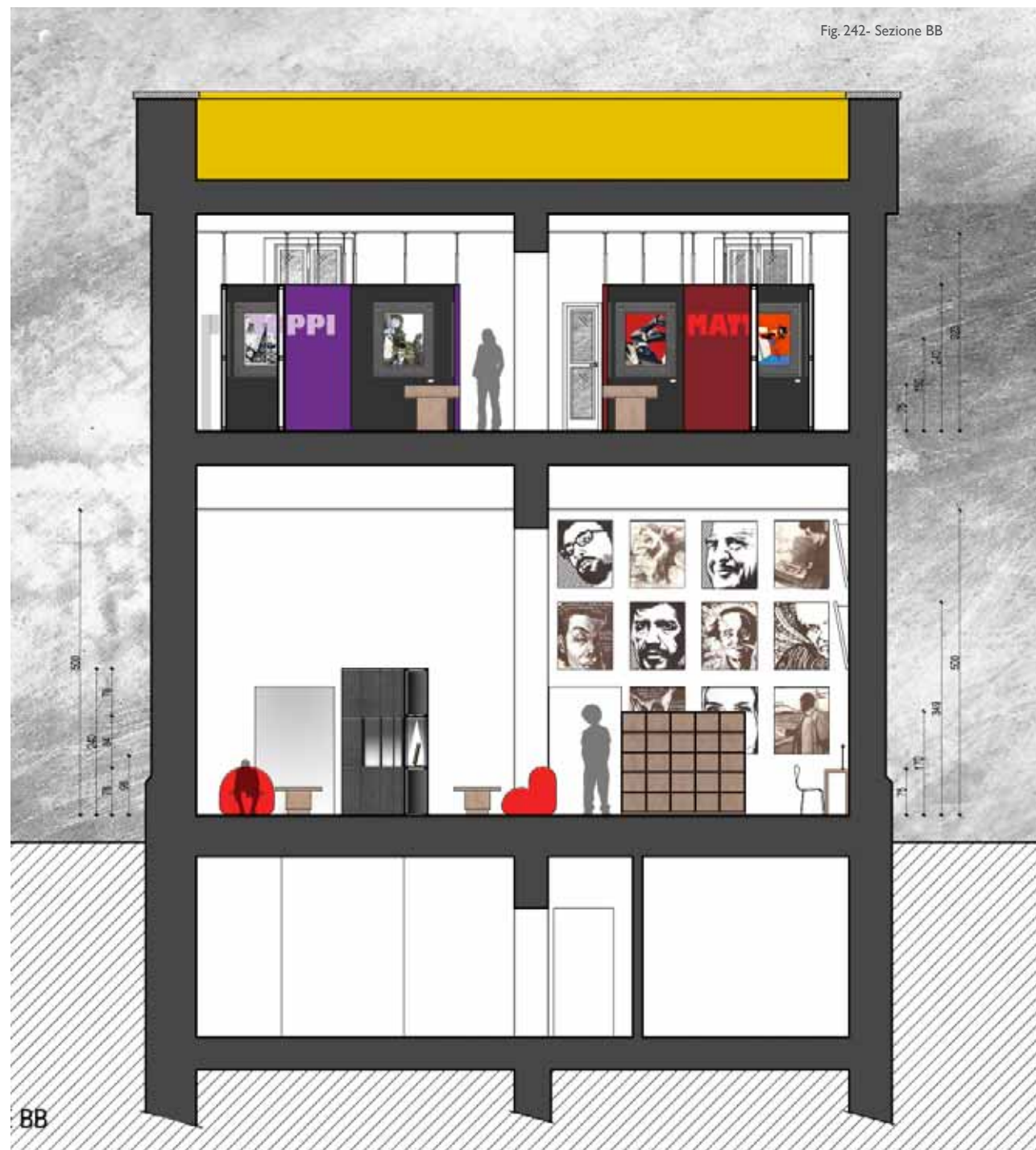
Caratteristiche

-  Dimensioni del foro da praticare:
-  Potenza nominale di riferimento:
1 Watt RGB / 350mA
-  Multichip technology
-  Peso dell'articolo:
0,17 Kg
-  Driver non compreso

Altre caratteristiche



Fig. 242- Sezione BB



9.4 PRIMO PIANO: DAL CONCEPT ALL'ESECUTIVO

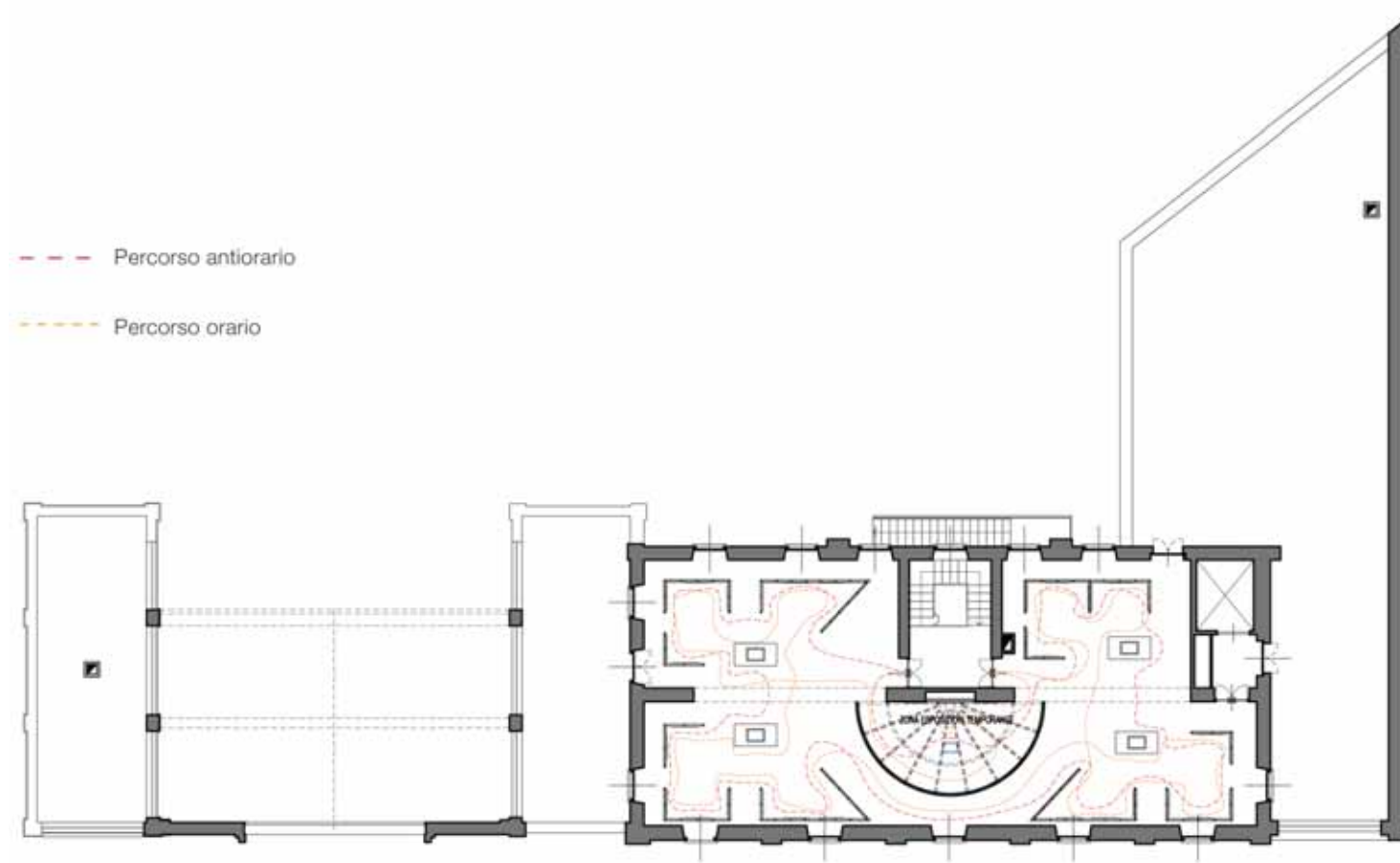
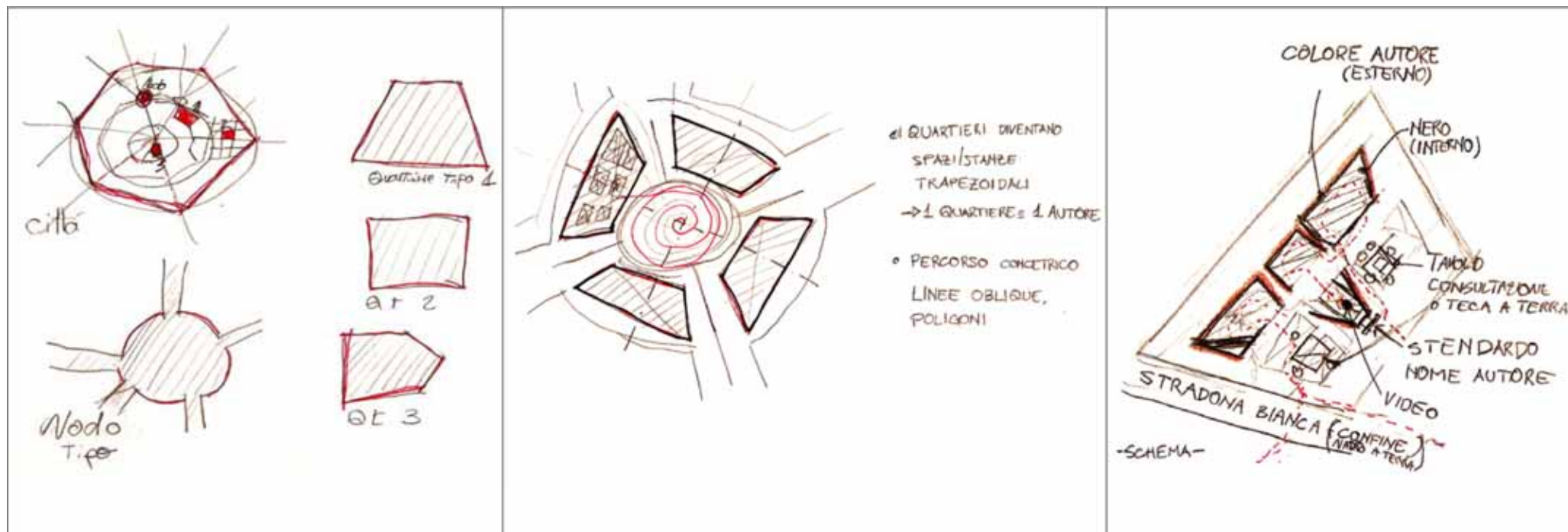
Il primo piano è dedicato alle esposizioni temporanee che ospiterà il Museo e ad una zona dedicata ad attività multimediali interattive e all'esposizione di eventuali opere che devono obbligatoriamente essere esposte al "buio", ovvero ad un livello d'illuminamento inferiore a 50 lux.

In questo caso il progetto di allestimento è basato sulla presunta prima mostra che il Museo del Fumetto di Milano ospiterà alla sua inaugurazione. La mostra ha come tema la città di Milano e quattro rinomati autori di fumetti, Lorenzo Mattotti, Sergio Toppi, Davide Toffolo e Francesco Bacilieri sono ingaggiati per disegnare otto tavole ciascuno, inedite e in formato A1, che raccontano dal loro punto di vista la città. L'esposizione delle tavole è supportata da video-interviste agli autori sul loro lavoro svolto, da alcuni bozzetti delle tavole e da un'esperienza multimediale interattiva rivolta al pubblico.

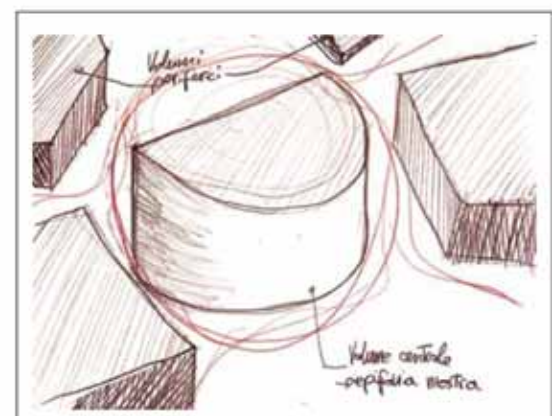
Le esigenze che il progetto deve esaudire sono quelle di creare un sistema di allestimento facilmente smontabile, non invasivo sull'architettura della sala e riutilizzabile per le successive esposizioni. Per quanto riguarda la zona "buia", i requisiti sono l'impedimento di interferenze di luce con l'esterno, accessibilità e struttura che si integri con l'architettura d'interni e smontabile, senza danni, per casi eccezionali ed occasionali dati da particolari esigenze future.

Dalla stesura dei requisiti del progetto, il primo passo è disegnare secondo il concetto di "Segno e Contenitore" delle linee direttrici che vanno a definire cinque zone. Ogni zona diventa contenitore e prende così il nome di Stanza. Nel

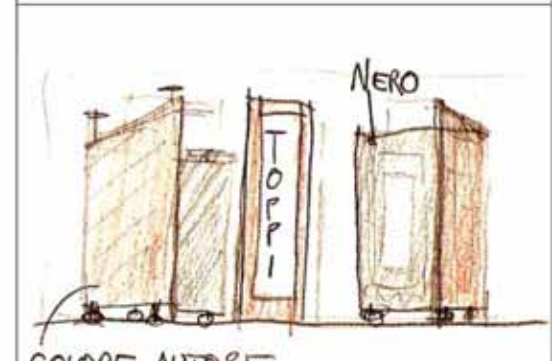
Fig. 243-Studio percorsi e schizzi di progetto



PRIMO PIANO 1:200



Studio percezioni volumetriche allestimento



COLORE AUTORE (= CARATTERE QUARTIERE)

Studio prospettive allestimento

Fig. 244- Pianta Primo Piano

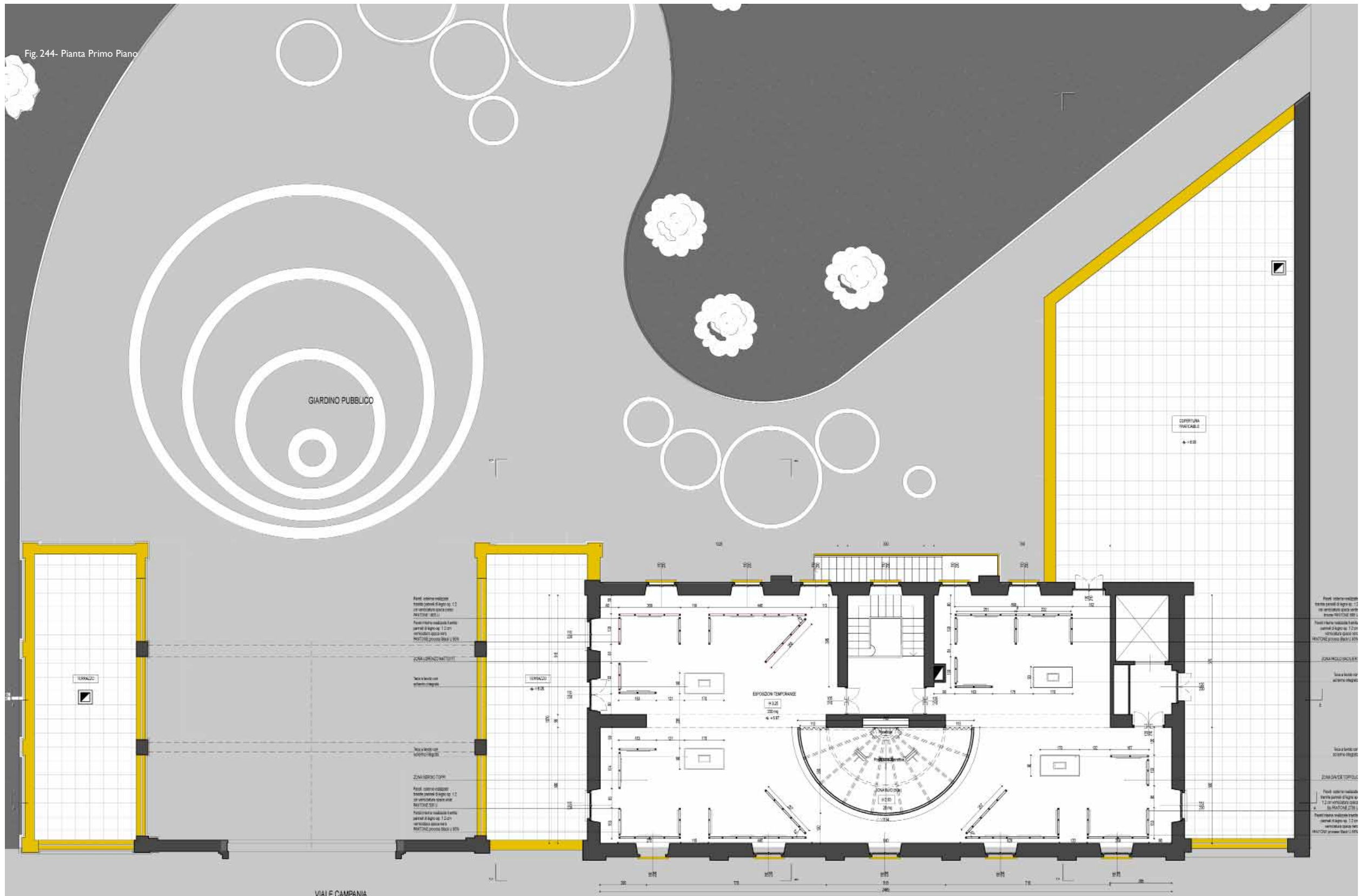




Fig. 245- Vista Stanza Mattotti



Fig. 248- Vista Stanza Bacilieri



Fig. 246- Vista Stanza Toppi



Fig. 247- Vista Stanza Toffolo



Fig. 249- Vista Centro dall'esterno

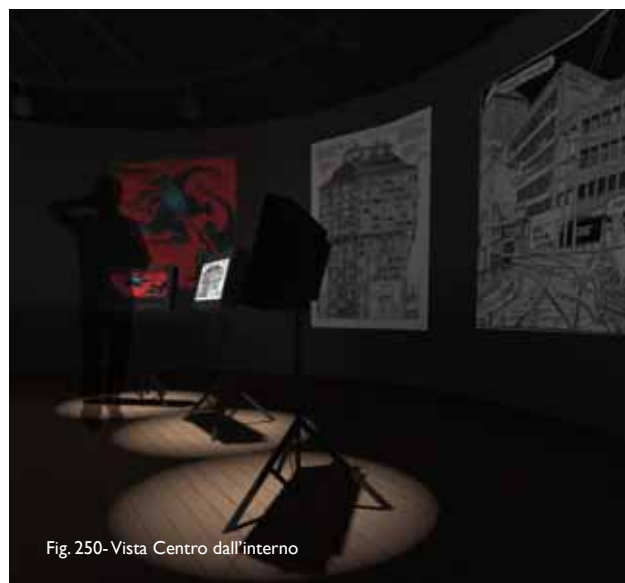


Fig. 250- Vista Centro dall'interno

caso specifico della mostra, ogni stanza conterrà le opere di un autore. La quinta stanza diventa il Centro dello spazio e corrisponde all'epifania della mostra. Qui è designata l'area "buia" riservata anche all'esperienza interattiva multimediale.



Fig. 251- Prospetto ingresso Stanza Mattotti

Il disegno delle stanze riprende il concetto di Linea Espositiva evolvendolo in quello di Pagine. Il perimetro trapezoidale della maggior parte delle stanze (tre su quattro) è nato dalla volontà di evocare il movimento delle pagine e indirizzare il flusso del pubblico ad un percorso concentrico.

Le Stanze sono composte: dalle Pagine, realizzate da pannelli in MDF verniciati opachi sostenuti da una struttura reticolare metallica appoggiata a terra e tenuta stabile grazie a dei montanti verticali che esercitano una pressione di reazione vincolare sul soffitto; dai supporti delle tavole appesi sulle Pagine formati da un

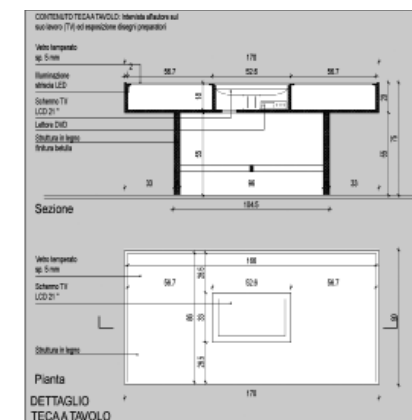


Fig. 252- Disegno esecutivo Tavolo-Teca

pannello rivestito con lamiera acidata di medesima fattura della Linea Espositiva del piano terra, la tavola aderente alla lamiera tramite calamite piatte e una lastra di protezione in vetro o plexiglass 5 mm di spessore fissata alla lamiera tramite calamite incollate verso l'interno della lastra; dal Tavolo Teca in legno e vetro, con illuminazione interna tramite una striscia di LED che corre sui lati interni, che contiene i bozzetti originali degli autori e integra uno schermo LCD che trasmette le video-interviste della mostra.

Fig. 253- Tabella colori



L'aspetto d'ogni stanza deve comunicare e distinguere una parte dello stile dell'autore interessato: per questo motivo le pareti esterne dei pannelli, o meglio dire delle Pagine, oltre a segnalarne il nome ne denotano un colore identificativo e riportano delle citazioni scritte a mano dallo stesso autore. La scelta del colore delle pareti e della scritta del nome sono definiti attraverso un semplice processo di campionatura e redazione della palette di colori maggiormente utilizzati e caratterizzanti nelle tavole esposte. Per l'interno delle Pagine si è scelto un colore che evocasse, per l'appunto, l'interno della Stanza e

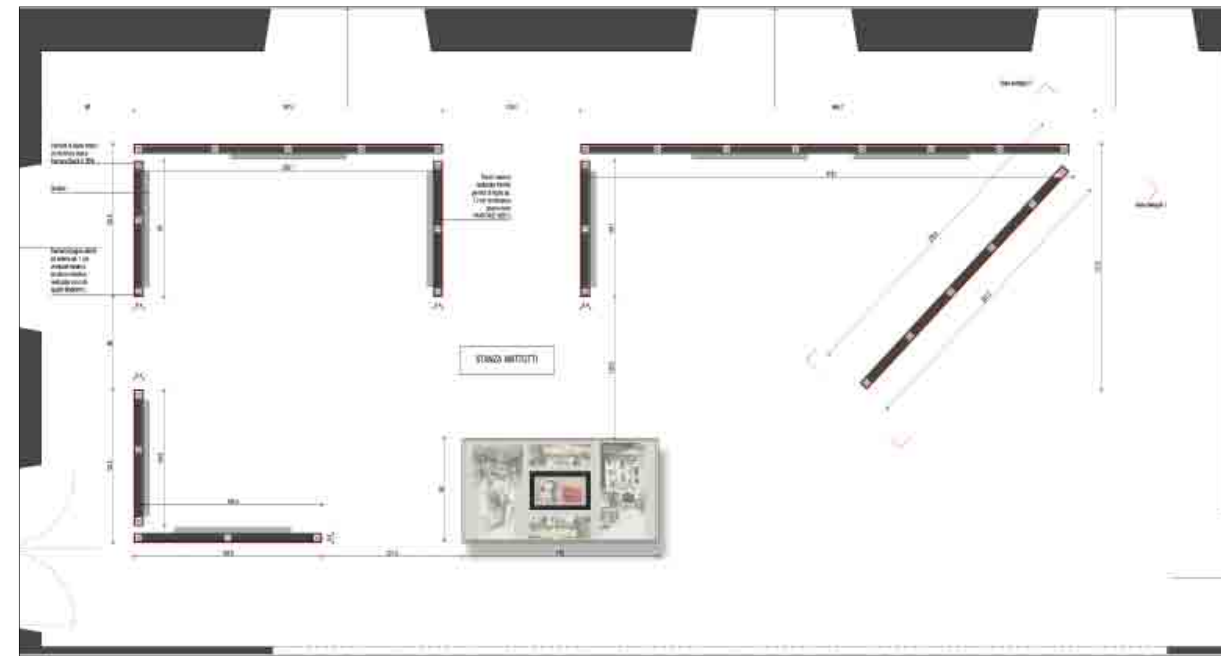


Fig. 254- Pianta dettaglio Stanza Mattotti



Fig. 255- Prospetto dettaglio Stanza Mattotti



Fig. 256- Vista Luci Stanza Mattotti



Fig. 257- Vista Luci Stanza Mattotti

Fig. 258- Disegno esecutivo grafica pannelli:: parte esterna con nome e parte interna con introduzione scritta a mano dall'autore



Fig. 259- Vista parete esterna con citazione autore che corre lungo il camminamento

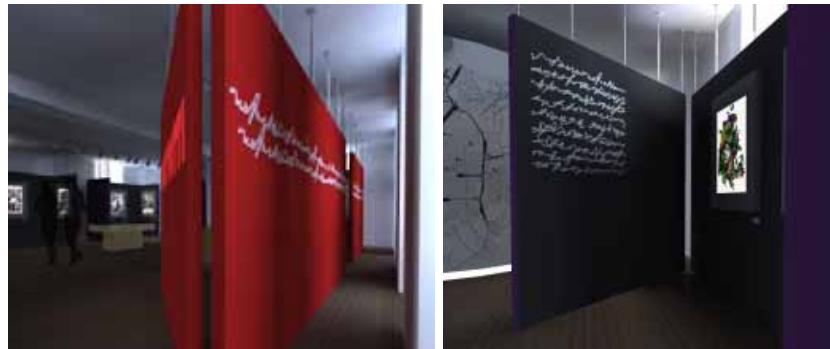


Fig. 260- Vista particolare scritta introduzione parte interna

che fosse abbastanza neutro da risaltare le opere: si è così scelto un Pantone U Black all' 85%.

Il risultato è il rosso per Lorenzo Mattotti, il viola per Sergio topi, il blu per Davide Toffolo e il verde per Francesco Bacilieri.

La fine del percorso della mostra prevede l'esperienza interattiva multimediale inserita all'interno del Centro. L'architettura del Centro consiste in un semicerchio formato da una struttura reticolare in acciaio sulla quale sono montati due strati in telo PVC occludenti di colore bianco. La struttura funge anche da sostegno e alloggiamento dell'illuminazione, sia interna sia esterna al Centro, e della strumentazione necessaria per le video-proiezioni che si tengono all'interno, ovvero i proiettori.

L'esperienza interattiva rivolta al pubblico ha come scopo quello di mettere in pratica e personalizzare i contenuti e le informazioni acquisite grazie alla mostra lasciando un ricordo unico al visitatore.

L'interno del Centro è caratterizzato da tre postazioni multimediali illuminate puntualmente dall'alto con spot. Ispirata al podio del direttore d'orchestra, la postazione tipo consiste in uno schermo touch-screen sostenuto da un leggjo collegato ad un proiettore che proietta, davanti alla postazione sul telo in PVC

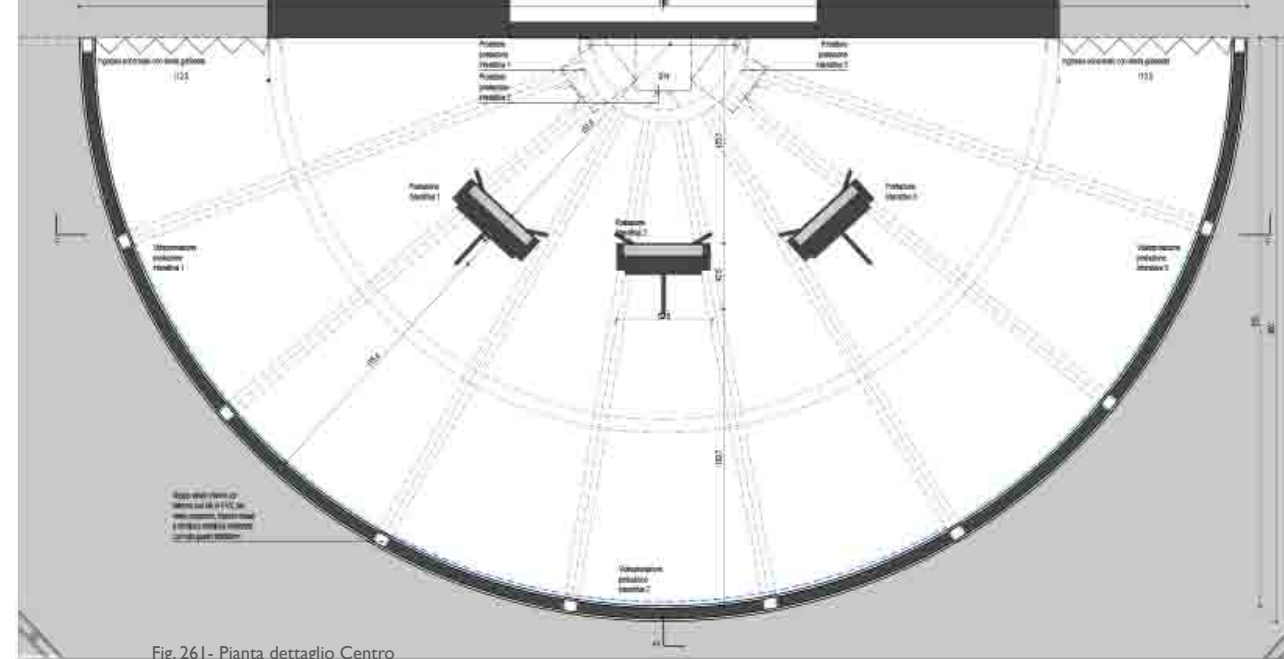


Fig. 261- Pianta dettaglio Centro



Fig. 262- Prospetto dettaglio Centro

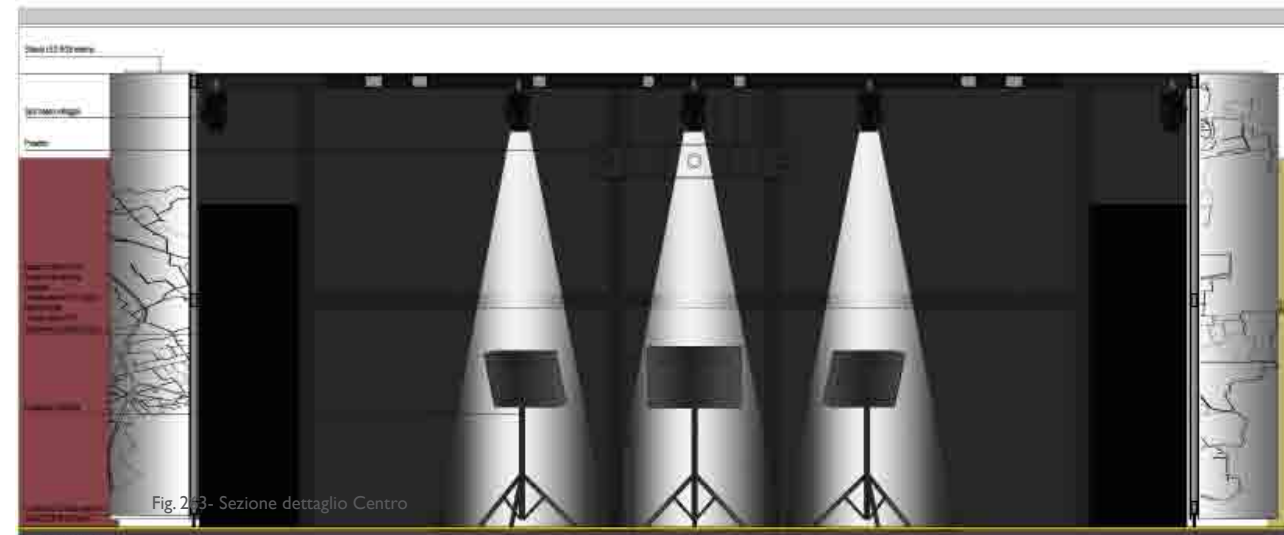


Fig. 263- Sezione dettaglio Centro

bianco, quello che accade nello schermo per mano dell'utente.
L'attività proposta è creare una tavola che rappresenti la personale interpretazione e immagine che l'utente ha della città di Milano attraverso la composizione dei singoli elementi disegnati nelle tavole degli autori in mostra, raccolti, ritagliati, digitalizzati e suddivisi nelle sezioni luoghi, personaggi, oggetti, dialoghi, trascinabili

Fig. 264- Vista Postazione Interattiva

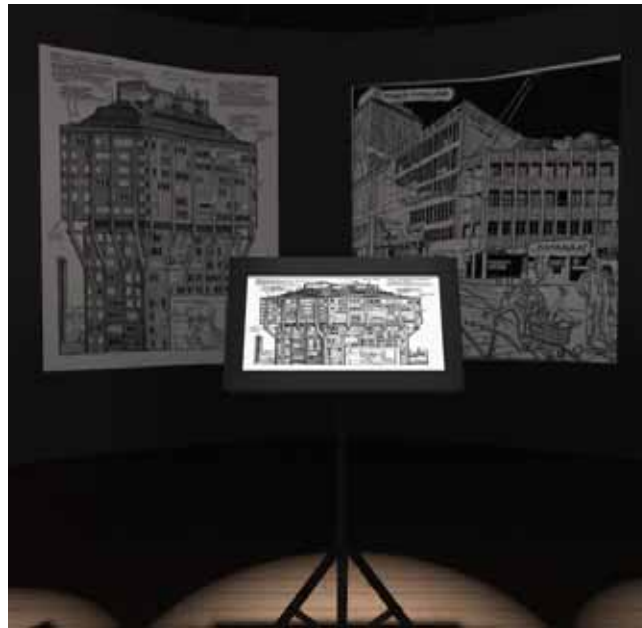


Fig. 265- Vista Postazioni Interattive e proiezioni



Fig. 266- Storyboard dell'Esperienza Interattiva

e ridimensionabili con un dito nell'area della tavola di disegno delimitata nello schermo. Quando l'utente finisce di creare la sua personale composizione può decidere di farsi stampare la sua tavola in formato cartolina e/o inviarsela via email così d'averne un ricordo unico e fatto con le proprie mani.

La grafica della pelle esterna del Centro consiste in una stampa in outline della mappa di Milano proprio per far presagire il contenuto dell'esperienza che si svolge all'interno, oltre che accompagnare visivamente il visitatore nel viaggio attraverso il capoluogo lombardo.

9.4.1 Impianto elettrico e progetto luce



Fig. 267- Prospetto corto dell'esterno del Centro

Il progetto illuminotecnico di uno spazio dedicato all'allestimento di mostre temporanee deve essere in grado di soddisfare sia le esigenze della mostra attuale ma anche di quelle future. La scelta ottimale per questo spazio risulta essere l'installazione di binari elettrificati equipaggiati di spot e farette posti in punti strategici dello spazio d'esposizione come gli assi delle zone o le parallele alle pareti. La struttura del Centro viene sfruttata sia all'interno sia all'esterno per il montaggio di binari elettrificati, farette e spot che corrono lungo la parte superiore, mentre nella parte inferiore esterna è alloggiata una striscia di LED rgb che dona leggerezza e innalzamento da terra del volume centrale.

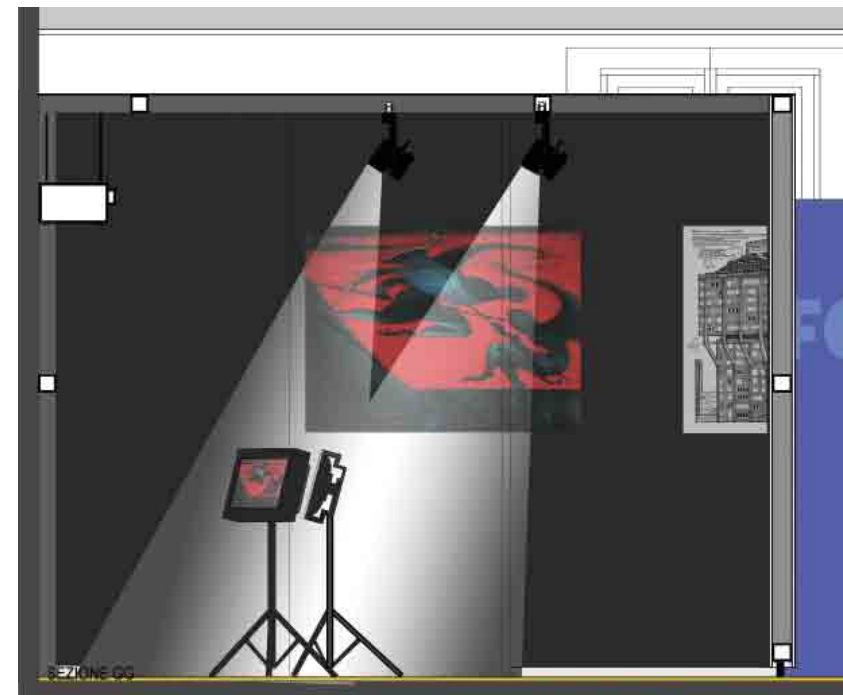
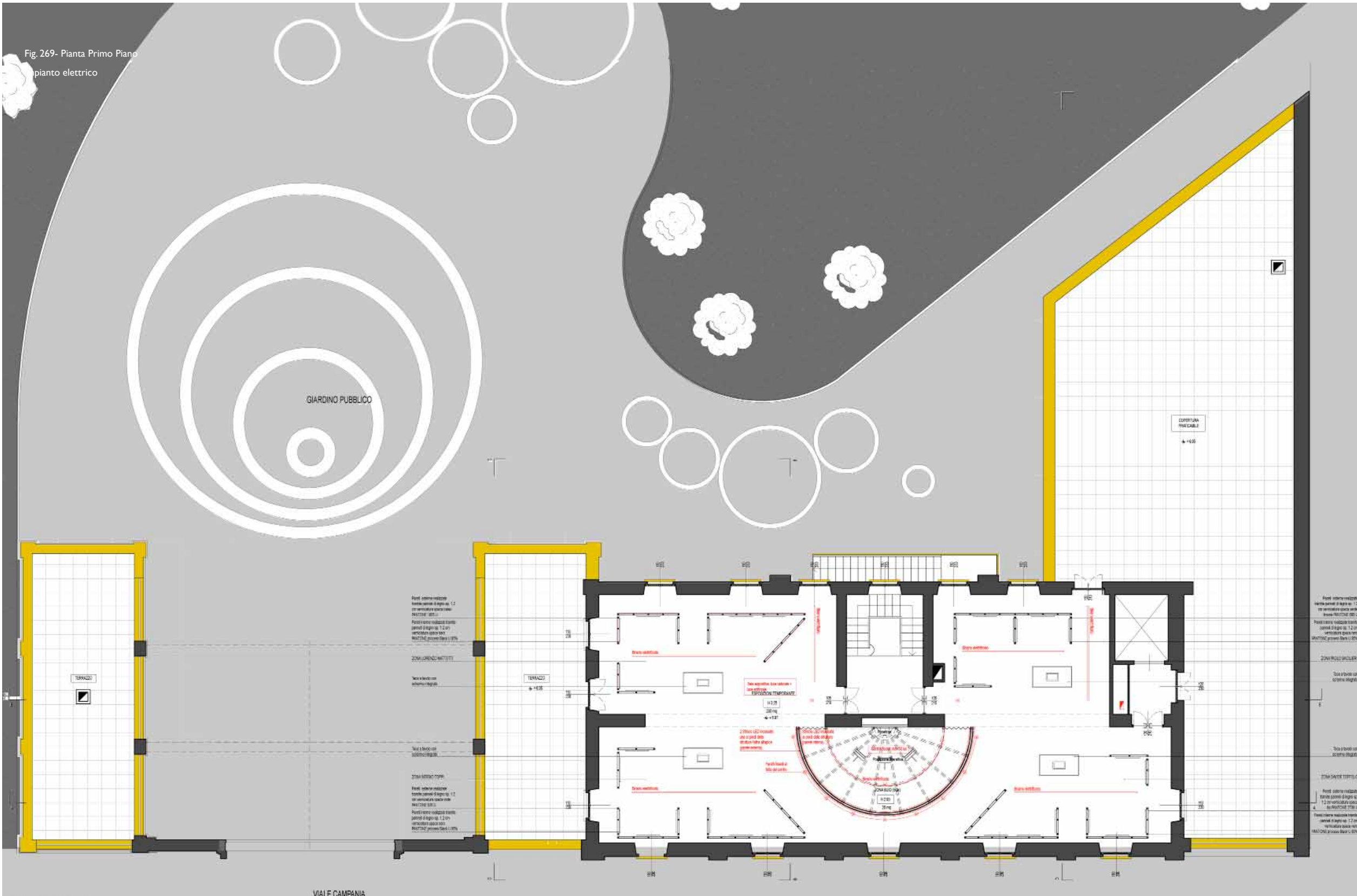


Fig. 268- Sezione Centro con postazioni illuminate con spot

Fig. 269- Pianta Primo Piano
 impianto elettrico



GIARDINO PUBBLICO

COBERTURA
 PVA CABLE
 +100

TERRAZZO

TERRAZZO

VIALE CAMPANIA

Paneli esterni realizzati
 secondo norme di legge art. 12
 con ventilazione a spinta verso
 l'ESTERNO.

200x400x200
 Tutti i finestrini con
 infissi in alluminio.

Tutti i finestrini con
 infissi in alluminio.

200x400x200
 Paneli esterni realizzati
 secondo norme di legge art. 12
 con ventilazione a spinta verso
 l'ESTERNO.

Paneli esterni realizzati
 secondo norme di legge art. 12
 con ventilazione a spinta verso
 l'ESTERNO.

Paneli esterni realizzati
 secondo norme di legge art. 12
 con ventilazione a spinta verso
 l'ESTERNO.

200x400x200
 Tutti i finestrini con
 infissi in alluminio.

Tutti i finestrini con
 infissi in alluminio.

200x400x200
 Paneli esterni realizzati
 secondo norme di legge art. 12
 con ventilazione a spinta verso
 l'ESTERNO.

Paneli esterni realizzati
 secondo norme di legge art. 12
 con ventilazione a spinta verso
 l'ESTERNO.

Bibliografia sul tema del Fumetto

- ALLEGRI MARIO, CLAUDIO GALLO, A CURA DI, *Scrittori e scritture nella letteratura disegnata*, Fondazione Arnoldo e Alberto Mondadori, Milano 2008
- ANTONINI MAURO, *Cinema e fumetti - Guida ai film tratti dai cartoon*, Dino Audino Editore, Roma 2008
- BARBIERI DANIELE, *Breve storia della letteratura a fumetti*, Carocci editore, Roma 2009
- BARBIERI DANIELE, *I linguaggi del fumetto*, Bompiani, Milano 1991
- BOLTON ANDREW ; WITH AN ESSAY BY MICHAEL CHABON, *Superheroes: fashion and fantasy - Catalogo mostra 7 Maggio - 1 Settembre 2008.*, The Metropolitan Museum of Art, New York 2008
- BRANCATO SERGIO, ABRUSSESE ALBERTO, *Il secolo del fumetto: lo spettacolo a strisce nella società italiana, 1908-2008*, Tunué srl, Latina 2008
- BUSSAGLI MARCO (CON TESTI DI FRANCO FOSSATI), *XX secolo - Fumetto*, Electa, Milano 2003
- C. MOLITERNI, P. MELLOTT, M. DENNI, *Il Fumetto: cent'anni di avventura*, Universale Electa/Gallimard, 1996
- CADIOLI ALBERTO, NEGRI ANTONELLO, CENTRO APICE A CURA DI, *Storie di fumetti. Con un inedito di Giovanni Grandini.*, Skira, Milano 2009
- CASTELLI ALFREDO, *Fumettisti d'invenzione - l'autore di fumetti nella fiction: al cinema, in televisione, nella narrativa, nella letteratura disegnata, alla radio e in altri media*, Coniglio Editore, Milano 2010
- CREPAX CATERINA, GALLERANI MASSIMO, *Guido Crepax. Valentina, la forma del tempo. Milano triennale Bovisa, 21 Settembre 2008-1 Febbraio 2009*, Cambi editore 2009/2008
- ECO UMBERTO, *Apocalittici e integrati. Comunicazioni di massa e teorie della cultura di massa*, Bompiani, Milano 1993
- EISNER WILL, *L'arte del fumetto. Regole, tecniche e segreti dei grandi disegnatori*, Bur/Rizzoli, Milano 2010
- FAVARI PIETRO, *Nuvole parlanti - Un secolo di fumetti tra arte e mass-media*, Edizioni Dedalo, Bari 1996
- HORN MAURICE, SECCHI LUCIANO, *Enciclopedia mondiale del fumetto*, Editoriale Corno, Milano 1978
- MC CLOUD SCOTT, *Reinventing Comics*, Kitchen Sink Press, New York 2000
- MC CLOUD SCOTT, *Making Comics*, Kitchen Sink Press, New York 2006
- MC CLOUD SCOTT, *Understanding Comics - The invisible art*, Kitchen Sink Press, New York 1993
- MILLER FRANK, EISNER WILL, A CURA DI BROWNSTEIN C., *Eisner/Miller - Conversazioni sul fumetto*, Kappa edizioni, Bologna 2005
- PALLOTTINO PAOLA, *Storia dell'illustrazione Italiana*, Zanichelli, Bologna 1988

RAFFAELLI LUCA, *Il Fumetto – Un manuale per capire, un saggio per riflettere*, Il Saggiatore, Milano 1997
STEFANELLI MATTEO, A CURA DI, *FUMETTO International – Trasformazioni del fumetto contemporaneo. Triennale Milano 18 Maggio – 3 Settembre 2006*, Drago Arts & Communications, Roma 2006
VOLPINI UMBERTO, *Mafalda: una bambina candida, saggia, pessimista, impertinente*, Gammalibri, Milano 1981

Bibliografia fumetti maggiormente utilizzati

BECHDEL ALISON, *Fun home: una tragicommedia familiare*, Rizzoli, Milano 2007
CREPAX GUIDO, *Valentina di Guido Crepax n.4*, Blue press, Roma 1994
CRUMB ROBERT, *Breve Storia d'America*, Comma 22, Bologna 2008
ELFO, *Tutta colpa del '68*, Garzanti libri, Milano 2008
GIANDELLI GABRIELLA, *Interiorae*, Coconino Press, Bologna 2010
GIPI, *Esterno notte*, Coconino Press, Bologna 2003
GOBLET DOMINIQUE, *Souvenir d'une journée parfaite*, Fréon, Bruxelles 2000
MARZOCCHI LEILA, *Niger #1*, Coconino Press, Bologna 2006
MATTOTTI LORENZO, *Fuochi*, Granata Press, Bologna 1991
MILLER FRANCK, *Sin City*, Mondadori, Milano 2009
MOORE ALAN, CAMPBELL EDDIE, *From Hell*, Magic Press, Bologna 1999
PRATT HUGO, *Corto Maltese*, La Repubblica e Panini comics, Roma 2003
SACCO JOE, *Palestina*, Mondadori, Milano 2006
SPIEGELMAN ART, *Maus*, Rizzoli, Milano 1995

Bibliografia inerente al tema del progetto, della museografia e museologia

A.A.V.V. NIC. *Narrazioni in corso. Laboratorio a fumetti sul raccontare storie*, Ed.Bur, Milano 2005
A.A.V.V. *Progettare mostre. 10 lezioni di allestimento*, Ed.Lybra, Milano 1991 (versione digitale)
ANGELA A. *Musei (e mostre) a misura d'uomo. Come comunicare attraverso gli oggetti*, Ed.Armando, Roma 2008
AMACI – ASSOCIAZIONE DEI MUSEI D'ARTE CONTEMPORANEA ITALIANI, *I LOVE MUSEUMS*, Carlo Cambi Editore, Firenze 2009
BARBARA A., *Storie di architettura attraverso i sensi*, Bruno Mondadori, Milano 2000
BONITO OLIVA A., *Musei che richiamano attenzione. I fuochi dello sguardo*, Ed.Gangemi, Roma 2004

CALVINO ITALO, *Le città invisibili*, Mondadori Editore, Milano 1993
CRESTI CARLO, *Museologia e museografia: Teoria e prassi*, Angelo Pontecorboli Editore, Firenze 2006
DERNIE D., *Design espositivo*, Ed.Logos, Modena 2006
FAJARDO JULIO A CURA DI, *Exhibition Design*, Daab, New York 2009
FORCOLINI GIANNI, *Lighting*, Hoepli Editore, Milano 2004
FROVA ANDREA, *Luce Colore Visione – Perché si vede ciò che si vede*, Ed.BUR – Rizzoli, Milano 2000
FRUTIGER ADRIAN, *Segni e Simboli*, Stampa Alternativa/Graffiti, Roma 1998
GODARD KEITH, *This way that way*, Lars Muller, Baden 2001
HUGERS P., *Designer di spazi espositivi*, Ed. Logos, Modena 2010
IRACE FULVIO, *Dimenticare Vitruvio*, Argo e Lampi di stampa, Milano 2008
J.PENN, E. ZALESNE KINNEY, *Microtrend – I piccoli fenomeni che cambieranno il mondo*, Sperling&Kupfer, New York 2008
MALAGUGINI M. *Allestire per comunicare. Spazi divulgativi e spazi persuasivi*, Ed. Franco angeli, Milano 2008,
MARANI PIETRO C. , PAVONI ROSANNA, *Musei: Trasformazioni di un'istituzione dall'età moderna al contemporaneo*, Marsilio, Venezia 2006
MASCHERONI SILVIA E ZANNELLI DILETTA A CURA DI, *IL MUSEO è IL PUBBLICO*, Lupetti Editore, Milano 2009
MAX HUBER / BOSONI G. CAMPANA M. VON MOOS S. *Max Huber*, Ed.Phaidon, Londra 2006,
MIGLIORE&SERVETTO, S. SAN PIETRO, *New exhibit 2 made in Italy*, Ed.L'archivolto, Milano 2003
MINUCCIANI VALERIA, A CURA DI, *Il museo fuori dal museo - il territorio e la comunicazione museale*, Lybra Immagine, Milano 2005
MUNARI BRUNO, *Design e comunicazione visiva*, Editori Laterza, Bari 1993
MUNARI BRUNO, *Il quadrato*, Corraini, Mantova 2005
MUNARI BRUNO, *Pensare confonde le idee*, Corraini, Mantova 1993
PERESSULT LUCA BASSO, *73 Musei : d'arte, archeologici, etnografici, naturalistici, scientifici e tecnologici, religiosi, tematici, aziendali, ecomusei documentati da disegni, immagini e testi contenuti nel cd-rom*, Lybra Immagine, Milano 2007
PEZZINI I. CERVELLI P., A CURA DI, *Scene del consumo: dallo shopping al museo*, Ed.Meltemi, Roma 2006
PINO TOVAGLIA / PITIS M. DELL'EDERA C., A CURA DI, *Pino Tovaglia. La regola che corregge l'emozione*, Ed.Corraini, Mantova
POLANO S. *Mostrare*, Ed.Lybra, Milano 1988
POLVERONI A. *This contemporary! Come cambiano i musei d'arte contemporanea*, Franco Angeli, Milano 2007
PURINI F. CIORRA P. SUMA S. *Nuovi musei. I luoghi dell'arte nell'era dell'iperconsumo*, Ed. Libria, Melfi 2008

RICCIARDI M. *Il museo dei miracoli. Il museo come opera d'arte e invenzione tecnologica tra cultura e impresa, comunicazione e politica*, Ed. Apogeo, Milano 2008

RIZZI ALESSANDRO, A CURA DI, *Colore e calorimetria: contributi multidisciplinari vol. II*, Centro Editoriale Toscano, Firenze 2006

SALMON C. *Storytelling. La fabbrica delle storie*, Ed. Fazi, Roma 2008

SCAGLIONE G. PINO, *Net.it – Snapshot su architettura design fotografia network in Italia*, Actar, Barcellona 2005

SPERA MICHELE, *La progettazione grafica tra creatività e scienza*, Gangemi Editore, Roma 2001

SUMA STAFANIA, *Musei 2 – Architetture 2000-2007*, Motta, Milano 2007

UNALI MAURIZIO, A CURA DI, *Lo spazio digitale dell'architettura italiana – Idee, ricerche, scuole, mappa*, Edizioni Kappa, Roma 2006

VALENTINO P.A., DELLI QUADRI L.M.R., *Cultura in gioco. Le nuove frontiere di musei, didattica e industria culturale nell'era dell'interattività*, Garzanti, Milano 2006

VERCELLONI V., *Museo e comunicazione culturale*, Jaca Book, Milano 1994

ZINGALE SALVATORE, A CURA DI, *La semiotica e le arti utili in undici dialoghi*, Moretti & Vitali Editori, Bergamo 2005

Riviste

DAM, n.6 Aprile/Maggio 2006, 149-153, *The mayor of Intervention*, Walter Bettens

INTERNI, n.601 Maggio 2010, 30-33, *Il primato degli interni*, Francesco Vertunni

LOTUS, n. 134, *Performing museums*, Ed. Skira, Milano 2008

Sitografia

CENTRE BELGE DE LA BANDE DESSINÉE, *Sito museo*: <http://cbbd.be/>

FESTIVAL INTERNAZIONALE BD DI ANGOULÊME, *Sito museo*: <http://bdangouleme.com/>

FONDAZIONE FRANCO FOSSATI, *Sito fondazione*: <http://www.lfb.it/fff/>

FUMETTO E ARTE, *Portale informativo*: <http://www.lospaziobianco.it/>

MUF DI LUCCA, *Sito museo*: <http://www.museoitalianodelfumetto.it/>

PORTALE DEI FUMETTI ON LINE, *Portale informativo*: <http://www.neurocomix.it/>

