

# IL MERCATO EDITORIALE

## ALLA SCOPERTA DEL MONDO DELL'EDITORIA DEI FUMETTI

Benvenuti e benvenute al quarto e ultimo appuntamento con le schede di approfondimento offerte da ALUCOMICS, il percorso educativo promosso per il secondo anno da CIAI (Consorzio Nazionale Imballaggi Alluminio) in collaborazione con COMICON - International Pop Culture Festival, per sensibilizzare le e i più giovani ai temi della sostenibilità ambientale e coinvolgerli in un'originale sfida: imparare i segreti della narrazione a fumetti e applicarli nella realizzazione di un elaborato con cui partecipare a uno speciale concorso educativo finale, Il mio primo Graphic Novel!

Scopri tutti i dettagli dell'iniziativa su [www.alucomics.it](http://www.alucomics.it) e su [www.scuola.net](http://www.scuola.net): COMICON 2024 ti aspetta!

Questa scheda didattica raccoglie alcuni dei contenuti sul fumetto trasmessi da **Michele Foschini** nel corso della Masterclass Alucomics **"Il mercato editoriale. Alla scoperta del mondo dell'editoria a fumetti"** che si può rivedere al link [www.alucomics.it/masterclass](http://www.alucomics.it/masterclass)

## COS'È UN GRAPHIC NOVEL?

Per poter parlare come si deve di graphic novel dobbiamo innanzitutto partire da una definizione che ne chiarisca la natura e le caratteristiche. *Il graphic novel è un'opera a fumetti autoriale dotata di un carattere unitario e distribuita in libreria.* Ma esaminiamo più nel dettaglio questa affermazione in ogni sua parte.

Per approfondire il significato e l'importanza del concetto di spazio bianco, di tavole e vignette e di tutti gli elementi che compongono un fumetto, vi consigliamo di scaricare le schede abbinata alle masterclass **Dalla sceneggiatura al disegno** di **Teresa Radice** e **Stefano Turconi** e **Fumetto: generi e possibilità** di **Alessandro Baronciani**, reperibili all'indirizzo [www.alucomics.it/masterclass](http://www.alucomics.it/masterclass).



Dunque:

1.

**Il graphic novel è un'opera a fumetti**, vale a dire un'opera che trova forma nella messa in comunicazione di parole, immagini e spazio bianco, nella natura combinatoria delle tavole e delle vignette.

2.

**Il graphic novel è un'opera a fumetti autoriale**: poiché se è vero che ogni opera è espressione dell'autore che l'ha creata, è altrettanto vero che **per molti fumetti l'autore o l'autrice rimane in secondo piano agli occhi del pubblico rispetto al personaggio protagonista**.

Basti pensare alle serie regolari di supereroi, alle serie Bonelli o alle storie Disney, che per molto tempo non hanno esplicitato il nome dei loro creatori.

**Nel graphic novel, invece, la dimensione autoriale è predominante**: il nome dell'autore o dell'autrice, il suo stile, la sua voce, la sua estetica rivestono un ruolo notevole. Compriamo e leggiamo per esempio i libri di Zerocalcare, e quei libri non potrebbero essere scritti da nessun altro.

3.

**Il graphic novel è un'opera a fumetti autoriale dotata di un carattere unitario**, ovvero caratterizzata da una certa completezza. Questo non significa che il graphic novel debba essere necessariamente composto da un unico volume, ma che anche quando è composto da una serie di libri, questi nel loro complesso devono costituire un unicum nelle intenzioni dell'autore o dell'autrice.

4.

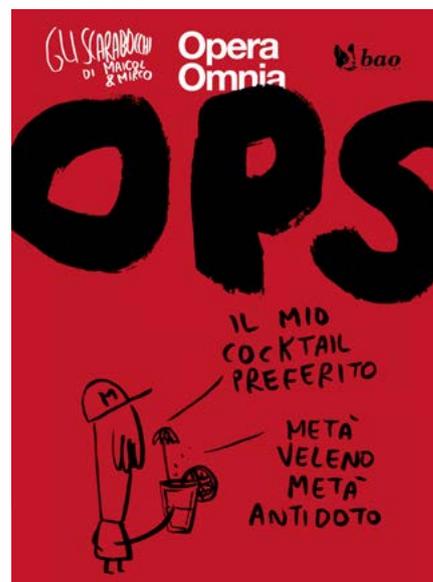
**Il graphic novel è un'opera a fumetti autoriale dotata di un carattere unitario e distribuita in libreria**. Diversamente dai fumetti venduti in fumetteria o in edicola, i graphic novel sono fumetti "a forma di libro", ovvero che rispondono a un certo range di foliazione e di formato e sono perciò vendibili in libreria perché rispondono alle esigenze della distribuzione libraria.

## UN CAMBIAMENTO DI CANALE

L'apertura delle librerie al graphic novel ha portato verso il fumetto il pubblico dei "lettori forti" - ovvero quelli che leggono almeno un libro al mese - e ha fatto sì che le realtà editoriali iniziassero a proporre un fumetto più aperto rispetto a quello da fumetteria, dove si andavano a cercare soprattutto supereroi e manga, e da edicola, dove la facevano da padrone le serie guidate da personaggi storici, come quelle bonelliane.

C'è stato anche un cambio di narrazione: gli autori e le autrici hanno cominciato a raccontare di sé. Gran parte dei nuovi lettori vuole rispecchiarsi nelle storie e ha trovato in questi fumetti un ambiente in cui sentirsi a proprio agio. Questo ha convinto anche chi non aveva mai letto prima un fumetto e si è accorto invece che certe storie potevano parlargli senza bisogno di uno sforzo di ingresso, necessario invece per immergersi in una serie di lunga durata. L'affermarsi del graphic novel ha comportato una sorta di disgregazione delle linee tematiche: il graphic novel può parlare veramente di tutto, quindi si è passati da un fumetto il cui filo conduttore erano i personaggi a uno il cui filo conduttore è l'autore e la sua voce.

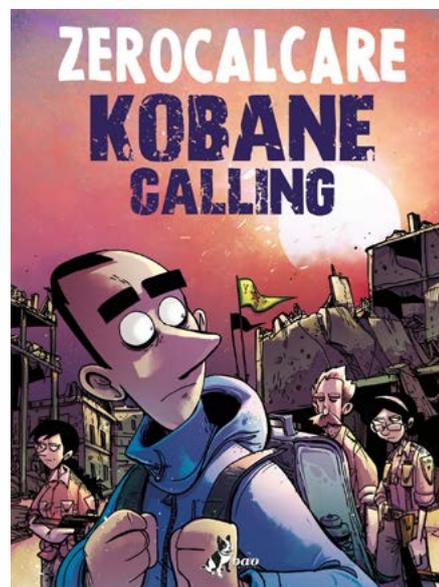
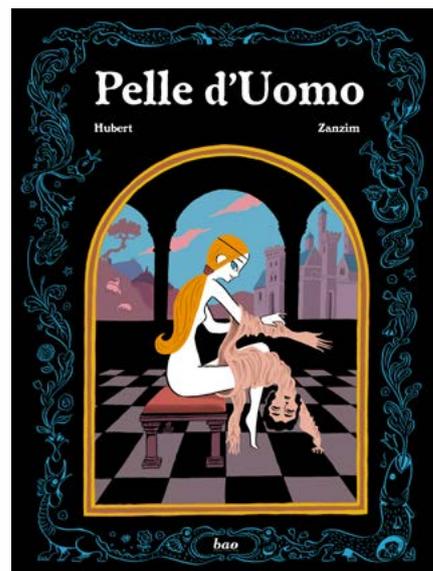
Il fatto che "il luogo del fumetto" sia diventato la libreria ha invitato gli autori ma soprattutto gli editori a crederci particolarmente, a fare fumetti per tutti. Il cambiamento di canale ha favorito la nascita di nuove opere e realtà come Bao Publishing, che ha iniziato pubblicando in Italia fumetti stranieri (perché gli altri mercati occidentali erano un po' più avanti su questo fronte rispetto al mercato italiano) ma ha successivamente arricchito il proprio catalogo di opere originali di autori italiani.



## COSA DEFINISCE LA QUALITÀ DI UN GRAPHIC NOVEL?

Portare al successo un'opera, non solo a fumetti, non è come eseguire alla lettera la ricetta di un dolce. Non esiste una formula fissa e univoca per il successo: l'efficace diffusione di un'opera, che sia a fumetti o meno, è il prodotto di numerosi fattori più e meno prevedibili, e di numerose precauzioni più o meno applicabili, e non è perciò ottenibile a comando. Tuttavia guardando al fumetto possiamo identificare almeno tre suoi possibili "superpoteri" che contribuiscono alla sua qualità: e la qualità è la prima ragione di un successo meritato. Eccoli qui!

**Un buon graphic novel ti conquista al primo sguardo.** L'"oggetto" fumetto sugli scaffali di una libreria trasmette al lettore e potenziale acquirente più informazioni - e più in fretta - di un romanzo in prosa o di un saggio. Quando infatti decidiamo di acquistare un romanzo in prosa lo facciamo nella maggior parte dei casi perché qualcuno ce ne ha parlato in precedenza o facendoci guidare da ciò che ci dice l'istinto sfogliandolo brevemente e leggendo i testi di copertina. È innegabile però che la fiducia che diamo ai romanzi acquistati non sempre è ripagata: può capitare che una volta portati a casa e letti, essi si rivelino diversi dalle nostre aspettative e non necessariamente di nostro gradimento. Per il fumetto è diverso: è composto da testo e immagini, perciò sfogliandolo ne ricaviamo molte più informazioni di quanto accada con un romanzo di solo testo. Bastano poche pagine per intuirne le atmosfere, lo stile, il genere. Il nostro sarà perciò un acquisto più convinto, più partecipato e più personale di quanto accadrebbe con un tipo diverso di opera. Questo significa che tra il fumetto e il suo potenziale lettore si instaura da subito un rapporto molto onesto: perciò, il primo superpotere che il fumetto esprime è che chi lo compra, vedendolo, si senta già solo per l'oggetto che è e per i disegni che ci sono dentro lieto di pagare la cifra che costa.



**Un buon graphic novel ti lascia qualcosa.** Una volta tornato a casa dalla libreria con il suo fumetto, il lettore di graphic novel può finalmente trovare conferma nella lettura della bontà della sceneggiatura dell'opera acquistata. E se alla soddisfazione dell'aspetto materico, formale, grafico del libro si aggiunge quella per la storia, il successo è assicurato! Un buon graphic novel lascia in chi lo legge un residuo, un sentimento: non per forza un insegnamento o una morale, ma la sensazione intrinseca di essere stato compreso.

**Un buon graphic novel ti parla di te.** Lettori e lettrici si appassionano più facilmente alle storie di protagonisti che si trovano ad affrontare difficoltà, vicissitudini, attriti e conflitti in cui riescono a identificarsi. Un termine inglese che non ha un equivalente altrettanto sintetico in italiano e che esprime

molto bene questo concetto è *relatability*: in un graphic novel *relatable*, quindi di qualità, il vissuto di chi legge e quello di chi racconta, o dei suoi personaggi, si coniuga perfettamente. Questo è il terzo superpotere del fumetto: farti provare una forte empatia verso la storia e i personaggi che racconta.



*“Non importa che ciò che viene narrato sia accaduto realmente, ma deve essere vero nell’approccio dell’autore durante la creazione e in quello del lettore durante la ricezione. Si deve sentire un’urgenza che lo rende verità, una sorta di forza sentimentale interiorizzata che emerge dall’opera. è la base di tutti i grandi romanzi.”*

da una conversazione con **Daniele Brolli** in **Fare Spazio. Riflessioni e conversazioni sul graphic novel in Italia**, a cura di Hamelin, 2022

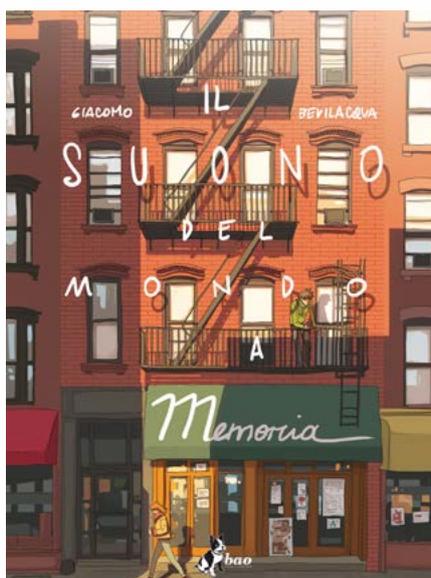


## COSA CERCA UN EDITORE DI GRAPHIC NOVEL?

Il panorama editoriale del fumetto è ampio e vario. Oltre agli editori specializzati in fumetto, sono sempre di più anche gli editori generalisti che decidono di dedicare parte del proprio catalogo alla letteratura disegnata. Per questo la domanda “cosa cerca un editore di graphic novel?” non può avere una risposta univoca e valida in ogni caso. Ma possiamo sicuramente citare almeno un’azione fondamentale da compiere nella fase di proposta di un’opera a un editore: una sintesi chiara ed efficace del racconto.

In fase di proposta a un editore è infatti raccomandabile arrivare con le idee chiare su ciò che si vuole raccontare e perché. E il modo migliore che trasmettere questa chiarezza è riuscire a riassumere la storia che si ha in mente attraverso una sintesi chiara ed efficace. Sintetizzare una storia è un processo molto complicato: se ci riuscite, significa che avete ben chiaro cosa volete raccontare e come. Un autore in grado di riassumere il proprio fumetto di 128 pagine in un’unica facciata di testo capace di appassionare e incuriosire l’editore è un autore che dimostra di avere perfetta padronanza del racconto che si accinge ad affrontare.

La perfetta “riassumibilità” dell’opera è fondamentale anche sotto un altro aspetto: la sua diffusione attraverso il passaparola a pubblicazione avvenuta. Il passaparola infatti è uno strumento di diffusione molto potente: un fumetto bellissimo è un fumetto che si ha sempre voglia di consigliare o regalare a lettura conclusa, un fumetto di cui hai bisogno di parlare. Quanto più l’opera in questione è facilmente riassumibile, tanto più facile sarà il passaparola.



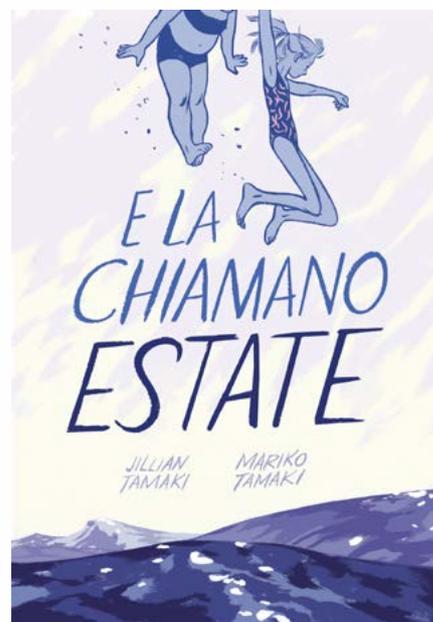
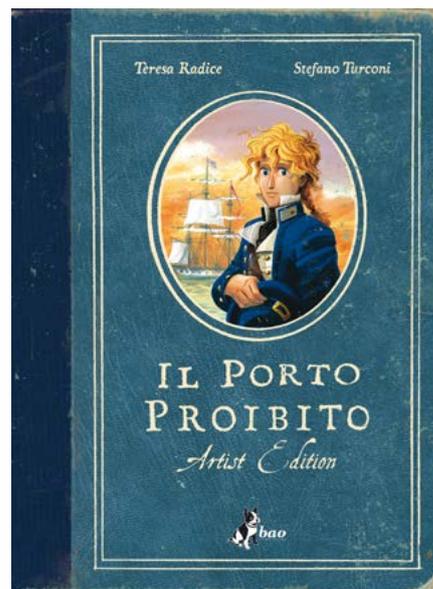
## IL LAVORO DELL'EDITOR

All'interno di ogni casa editrice che si rispetti opera un professionista che condivide con l'autore o l'autrice la responsabilità della buona riuscita di un'opera: l'editor, ovvero il principale sostegno dell'autore o dell'autrice in fase di realizzazione dell'opera. Il ruolo dell'editor prevede un'infinità di mansioni, ma per comunicare efficacemente la sua importanza faremo riferimento a un'immagine particolarmente esplicativa.

Pensiamo a un autore o un'autrice all'opera sul suo graphic novel come un artista intento a disegnare su un muro. Poniamo che la massima distanza che l'autore o autrice possa mettere tra sé e la propria opera corrisponda alla lunghezza del suo braccio: per continuare a rimanere "connesso" al proprio racconto, infatti, non può staccare dal muro lo strumento con cui stanno disegnando. Questo significa che difficilmente riuscirà ad avere una visione ampia sul proprio operato, uno sguardo reso più obiettivo da una giusta distanza, ovvero quella che permetterebbe di guardare all'opera nella sua interezza. Ecco: l'editor è il professionista che assiste l'autore o l'autrice nella realizzazione dell'opera stando sempre qualche passo dietro di loro, e precisamente a una distanza dall'opera tale da permettergli di vederla per intero, con il distacco necessario per capire se presenta difetti, proporzioni inesatte, disequilibri, zone troppo vuote o troppo piene, se è di difficile o fin troppo facile comprensione, se pecca di eccessiva complessità o al contrario di banalità, se presenta errori di contenuto o di forma.

Riportando il discorso su un piano non metaforico, l'editor è dunque la persona dotata del giusto distacco dall'opera per dare utili suggerimenti per il suo miglioramento: non interferisce mai con il lavoro dell'autore o dell'autrice, non impone le proprie idee o visioni, ma offre a chi scrive e disegna il giusto supporto per creare la miglior opera possibile.

L'editor è per esempio la persona che si accorge se un passaggio della narrazione ha problemi di ritmo, se è troppo sintetico o al contrario eccessivamente approfondito; se il racconto presenta discrepanze nei fatti narrati, incoerenze nel comportamento dei personaggi o nella rappresentazione delle ambientazioni; e in generale rappresenta l'impagabile "occhio esterno" attento ai dettagli che permettono all'opera di esprimersi al massimo della sua efficacia.



### E ORA TOCCA A TE!

Vuoi continuare a scoprire i segreti e le tecniche per ideare e realizzare un fumetto e partecipare al concorso educativo finale "Il mio primo graphic novel"?

Riguarda i video delle Masterclass su [www.alucomics.it/masterclass](http://www.alucomics.it/masterclass) e libera la tua creatività!