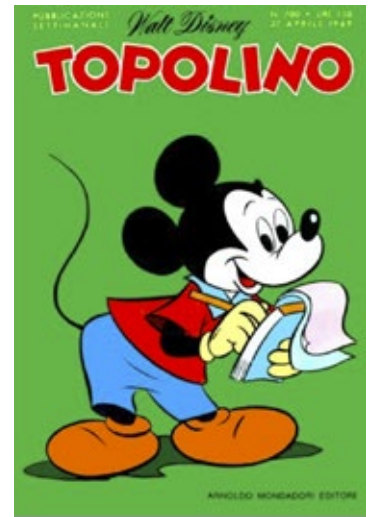


giornalisti a fumetti



quando la matita diventa reporter

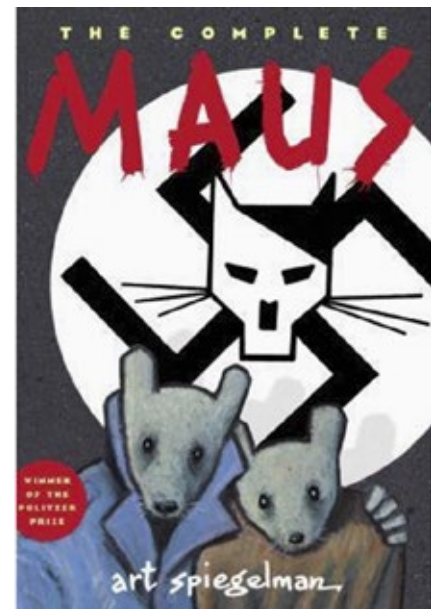
Giorgio Banchi

Fumetti, come diceva il fumettista statunitense Scott McCloud, sono immagini e figure una accanto all'altra in una deliberata sequenza, con lo scopo di comunicare informazioni. La caratteristica più importante del fumetto è il *gap*: il passaggio da una vignetta all'altra dove il lettore riempie lo spazio temporale e narrativo con la propria esperienza ed immaginazione diventando così complice dell'autore.

Il fumetto ha subito una importante evoluzione da quando, nato come fenomeno culturale del tutto marginale, si è via via nel corso dei secoli ritagliato uno spazio sempre più importante all'interno della società. Durante questo percorso, segnato da varie tappe fondamentali, il fumetto ha assunto un proprio linguaggio e dei propri mezzi espressivi, sviluppando vari stili, gusti e tradizioni; tutti elementi necessari per affermarsi nel secolo scorso come fenomeno artistico secondo a nessun altro. Se è vero che l'uomo ha sempre mescolato il disegno grafico con il

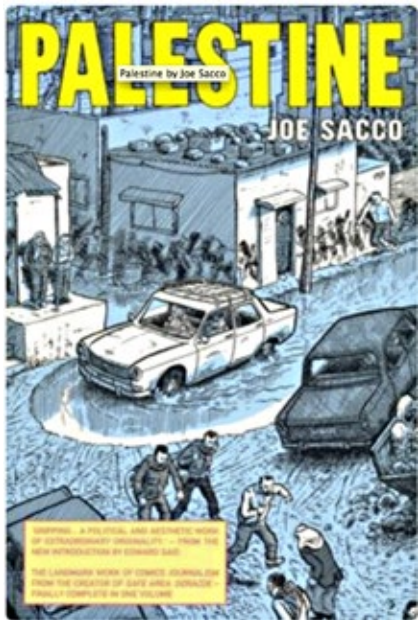
linguaggio verbale, da un certo punto in poi della nostra storia, l'incontro tra immagine e parola ha generato un fenomeno chiamato appunto "fumetto".

La data di nascita ufficiale è il 5 maggio 1895, quando, sulle pagine del primo supplemento a colori del *New York World* di proprietà di Joseph Pulitzer, apparvero le vignette del disegnatore R.C. Outcalt intitolate *Down Hogan's Alley*: si trattava di un'unica grande vignetta che dava modo all'autore di rappresentare una originale cronaca degli avvenimenti dei quartieri più malfamati con l'innovativa caratteristica di riportare i dialoghi dei personaggi racchiusi in una nuvoletta di "fumo". Il personaggio protagonista di queste vignette era Yellow Kid, un grottesco ragazzino, completamente calvo e con le orecchie a sventola, vestito con un camicione giallo lungo fino ai piedi in cui erano inserite le sue battute. Da quel momento il fumetto conobbe negli Stati Uniti una larghissima diffusione, divenendo una delle



più potenti attrattive per i lettori dei giornali quotidiani. Possedeva un potere persuasivo superiore a quello del romanzo di appendice, del quale in un certo senso aveva preso il posto, inoltre i disegni accanto agli articoli erano molto efficaci per le persone immigrate che non ancora possedevano un lessico adeguato per leggere un'intera pagina di giornale. Contribuì in maniera rilevante al successo immediato del fumetto anche il consolidarsi negli U.S.A. del potere della stampa: alla fine del 1890 si contavano più di ventimila pubblicazioni periodiche. Il secondo conflitto mondiale fece scattare l'arruolamento anche dei personaggi dei fumetti: primo fra tutti il protagonista della striscia *Terry and the Pirates* di Milton Caniff, che racconta le gesta di un aviatore americano impegnato nel Pacifico. I fumetti, con personaggi come *Captain America*, furono uno straordinario mezzo di propaganda bellica e di promozione





dell'eroismo dei soldati americani. La vera e più efficace incarnazione del sogno americano è però senza dubbio *Mickey Mouse*, conosciuto come Topolino, apparso per la prima volta il 18 novembre del 1928 nella storica prima del cortometraggio *Steamboat Willie* e approdato nella carta stampata nel 1930. Come tutti sanno *Topolino* è un eroe sempre positivo, onesto e laborioso, vera incarnazione dell'ideale americano dell'uomo che si è fatta da solo. Gli anni Trenta sono considerati l'età dell'oro del fumetto statunitense sia per la quantità che per la qualità di autori e personaggi comparsi in questo periodo. L'espressione *graphic journalism* è diffusa solo da qualche anno. La prima opera a trasmettere questa idea fu *Maus* di Art Spiegelman, uscito a puntate negli Stati Uniti tra il 1980 e il 1991. Racconta la storia di una famiglia ebrea tra la Polonia degli anni Trenta, il campo di concentramento di Auschwitz e la New York degli anni Ottanta. Una storia autobiografica, frutto di ricordi e documenti, di un realismo

inquietante. L'autore riuscì a vincere il premio Pulitzer, nel 1992: diffondendo così, nell'opinione comune, che il fumetto può essere un linguaggio adulto. Un linguaggio, quindi, non solo destinato a storie per adolescenti, supereroi o intrattenimento. Spiegelman fa un uso sovversivo dei codici del fumetto. I personaggi di *Maus* sono animali antropomorfizzati e parlanti (gli ebrei sono raffigurati come topi; i nazisti come gatti; i polacchi come maiali), nella più pura tradizione dei *funny animals* delle strip umoristiche americane (*Mickey Mouse*). Ma la storia narrata non è per nulla umoristica. Un'altra importante svolta del linguaggio giornalistico a fumetti si ha con Joe Sacco, un inviato di guerra. Realizza dei veri e propri reportage a fumetti. *Palestina* e *Gorazde area protetta* sono le sue opere principali. Con lui prende veramente forma il *graphic journalism*. La forma del reportage cambia, diventa un racconto a fumetti. Il reporter entra nell'inquadratura, Joe Sacco racconta e si disegna in prima persona. Viviamo con lui la difficoltà di fare il suo lavoro

avendo così un impatto su lettore più forte. Cerca di tirare fuori l'umanità delle persone. Il reporter non può essere un conduttore neutro di notizie, ma una persona come noi. Così può stimolare nel lettore un pensiero critico. Lettore che, grazie alle immagini, viene portato molto vicino ai fatti. Fare un reportage a fumetti richiede tempo, non è immediato come la cronaca. Non stai sull'attualità dell'evento, ma il disegnare è un secondo modo per riflettere sull'evento e sui fatti narrati. Il giornalismo è destinato a cambiare ancora nei prossimi vent'anni. E il linguaggio dei fumetti con lui. La sua composizione è l'unica cosa certa: testi più immagini. Immagini che raccontano, dove la parola non basta, e che ci portano nei luoghi dove il report è stato. Un po' come, se per un attimo, i report, fossimo noi.

