

Eureka presenta:

COME SI DIVENTA AUTORE DI FUMETTI



BIBLIOGRAFIA ESSENZIALE

Nella seguente bibliografia abbiamo elencato soltanto volumi che riteniamo di particolare interesse e *che non sono esauriti* (in modo che sia possibile acquistarli o ordinarli). In particolare i *testi stranieri* (molto numerosi, in quanto in Italia non esiste una pubblicistica specifica sull'argomento) si possono reperire presso librerie specializzate o *ordinare direttamente all'editore*. In ogni caso **non sono, purtroppo, disponibili presso la nostra casa editrice.**

I volumi sono elencati in ordine alfabetico, all'interno delle varie classificazioni. Dei volumi italiani sono indicati solo i *dati essenziali* al loro reperimento.

Volumi che trattano l'argomento in generale:

L'ART DE LA B.D.
di B. Duc
Jacques Glenat Editeur
B.P. 285/3809
Grenoble (F)
Prezzo 100 FF

THE SECRETS
OF PROFESSIONAL
CARTOONING
di Ken Muse
Prentice Hall/Englewood
Cliffs, NJ. 07632 USA
Prezzo \$ 11,95

TECNICA DEL FUMETTO
di Enrique Lipszyc
Editiemme, Milano

Parte 2*: Il background professionale

* Volumi che insegnano a organizzare le idee

COME SI FA UNA TESI
DI LAUREA
di U. Eco - Bompiani

Parte 3*: La sceneggiatura

Continua in 3° di copertina

COME SI DIVENTA AUTORE DI FUMETTI

A cura di **Alfredo Castelli** e **Gianni Bono**
della redazione di **If** - Illustrazioni di **Silver**

Nell'attuale momento di "riscoperta" del fumetto non esiste in Italia alcun volume che fornisca le basi - tecniche e professionali - a chi intende avvicinarsi come autore al mondo dell'editoria a quadretti. Come si diventa autori di fumetti cerca di colmare questa lacuna. Non pretende certo di insegnare la grammatica e la sintassi a chi intende scrivere fumetti, o la teoria delle ombre a chi intende disegnarli. Non pretende neppure di trasformare in autore chi non è portato verso questa attività. Ma indica - a chi sente una certa predisposizione per questo lavoro affascinante - una serie di "scorciatoie" attraverso

cui muoversi nella complessa realtà del mercato italiano.

*Come tutti i libri, anche Come si diventa autori di fumetti è destinato a invecchiare: dopo mesi o anni certi dati, certe informazioni perdono di attualità. Gli autori hanno dunque preferito tracciare soltanto le linee generali (seguendo le quali gli esordienti eviteranno il pericolo di dilettantesche improvvisazioni o la fatica di un lungo tirocinio) e abbinare al volume una rubrica intitolata *If* e pubblicata dal mensile Eureka. A questa rubrica gli aspiranti autori potranno rivolgersi per avere consigli, suggerimenti, informazioni aggiornate sui compensi, pareri legali sui diritti d'autore.*

*Come si diventa autori di fumetti è curato da due affermati professionisti: **Alfredo Castelli** e **Gianni Bono**. Castelli è giornalista e sceneggiatore; ha ideato molte serie di successo, tra cui *Gli Aristocratici*, ed è, con *Silver*, direttore di Eureka. Bono è sceneggiatore e manager di un'importante studio di produzione di fumetti: lo Staff di *If*. Insieme Bono & Castelli dirigono *If*, l'unica rivista professionale per gli autori di fumetti, e curano per Eureka l'omonima rubrica.*

*Le illustrazioni che corredano il testo sono di **Silver**, il creatore del popolare Lupo Alberto.*

Buona lettura. Speriamo che Come si diventa autore di fumetti costituisca un'importante tappa della vostra futura carriera.

L'Editore

© Copyright 1983 by Bono & Castelli, Editoriale Corno.
Tutti i diritti riservati.

Parte 1^a IL MERCATO

1 - L'AUTORE DI FUMETTI: UN TENTATIVO DI DEFINIZIONE

Cosa intendiamo per "Autore di fumetti"? A rigore questa definizione potrebbe comprendere anche chi disegna fumetti su fogli di quaderno per mostrarli agli amici e ai parenti. Ma, poiché il fumetto è un mezzo di comunicazione di massa e nasce per essere diffuso, noi qui definiamo "autori" soltanto coloro che producono, dietro compenso, materiale destinato alla pubblicazione.

L'autore di fumetti può avere varie "specializzazioni": può essere *soggettista/sceneggiatore* (colui che inventa le storie che verranno illustrate da altre persone); *disegnatore* (colui che le disegna) o *"autore completo"* (colui che scrive e illustra da solo le proprie storie).

L'autore può lavorare su personaggi propri (cioè su una serie che lui stesso ha impostato letterariamente e/o graficamente) oppure continuare serie inventate da altri (come i numerosissimi autori dei testi e dei disegni di *Topolino*).

Attorno agli autori ruotano altri personaggi che completano il loro lavoro: sono i *letteristi* (coloro che scrivono materialmente le parole nelle nuvolette), i *redattori* (coloro che provvedono alla revisione delle

storie, al coordinamento dei vari autori, letteristi ecc.); i direttori (che commissionano le storie in base alla "filosofia" del giornale da loro diretto), gli editori (che pubblicano i giornali). Faremo la loro conoscenza nel corso di questo volume.

Dal punto di vista fiscale, l'autore di fumetti è, generalmente, un libero professionista, con tutti i vantaggi (orario e luogo di lavoro libero, possibilità di aumentare il proprio guadagno in base alla produzione) e gli svantaggi (nessuna previdenza sociale, rischio di "fermo" per malattie o altro, vacanze non pagate) che la definizione comporta. Di rado è impiegato presso una casa editrice e percepisce uno stipendio fisso: in generale guadagna in base a quanto produce.

La professionalità dell'autore (sia esso sceneggiatore, disegnatore o "completo"), la sua attenzione alla realtà, la sua capacità di narrare attraverso le immagini, di usare particolari "mezzi" idonei a rendere al meglio il suo lavoro fanno di lui un "buon" autore o un semplice esecutore di testi o di disegni.

L'autore di fumetti non è "un artista" per definizione. Se, nella sua produzione, l'autore di fumetti riesce a dare "qualcosa di più", può diventare un artista esattamente come possono diventarlo un regista, un cantante, un giornalista, un pittore, uno scrittore o un musicista.



2 - PERCHÉ DIVENTARE AUTORE DI FUMETTI?

Fare l'autore di fumetti negli anni '80 non è una professione facile. Le vendite hanno subito un violento calo per colpa dell'introduzione delle TV private, dell'incapacità di rinnovarsi da parte degli editori, dell'inadeguatezza del sistema distributivo e di altri fattori su cui, in questa sede, è inutile dilungarsi. A causa della crisi gli editori non possono permettersi di rischiare oltre un certo limite affidandosi a "nuovi talenti" e preferiscono i vecchi collaboratori, già collaudati e "sicuri". I compensi sono discreti ma non altissimi; e, quando sono altissimi, si può star certi che la festa durerà poco, perché le vendite non basteranno a sostenere la rivista che li paga.

Tuttavia, ogni giorno, decine di aspiranti autori bussano alle porte delle case editrici. Perché?

La stampa - e in molti casi gli autori stessi - ha erroneamente diffuso la falsa immagine di un autore divo, celebre e strapagato.

Critici e giornalisti identificano (sempre erroneamente) con la parola "fumetti" *soltanto* le cosiddette "riviste di prestigio" (cioè pubblicazioni eleganti e costose, che presentano il meglio della produzione mondiale: *Linus*, *Eureka*, *Orient Express*, *Totem*, *L'Eternauta* eccetera). In realtà *tutte* queste riviste messe insieme vendono *complessivamente* ogni mese dalle 180.000 alle 220.000 copie (e siamo davvero molto ottimisti). I fumetti "sconosciuti", quelli di cui i giornali non parlano mai (i settimanali "popolari" come *l'Intrepido*, quelli per ragazzi come *il Giornalino*, i mensili erotici o "per adulti", gli albi avven-

turosi per ragazzi come *Tex*, quelli umoristici come *Topolino*, le traduzioni di fumetti stranieri) vendono complessivamente ben oltre i 12.000.000 di copie mensili.

Al di là delle considerazioni sul *contenuto* dei giornali (le riviste "di prestigio" offrono indubbiamente proposte molto interessanti), vediamo dunque che il mercato "reale" dei fumetti è ben diverso da quello pubblicizzato dalla stampa; eppure gli aspiranti autori non ne tengono conto e considerano come loro unico obiettivo quello di lavorare per le "riviste di prestigio". Per la cronaca, se queste ultime pubblicassero *esclusivamente* materiale italiano (in realtà ne pubblicano meno del 15%), esse darebbero lavoro a meno di 40 persone, tra sceneggiatori e disegnatori.

I motivi che spingono a intraprendere la carriera di autore possono essere molti e, soprattutto, possono essere *sbagliati*. Eccoli, qui di seguito. Riflettete sulle vostre risposte. Poi deciderete se continuare a leggere questo volume, o se riporlo in un alto scaffale, lontano da ogni tentazione.

Voglio diventare autore di fumetti per essere celebre

"Leggendo i giornali, ho scoperto che gli autori di fumetti sono come dei divi. Vengono intervistati, coccolati, invitati a ricevimenti e a manifestazioni in tutto il mondo".

È vero, succede anche questo, ma molto, *molto* di rado. A parte ciò che dice la stampa, i "divi" veri e propri si contano sulla punta delle dita. Anzi, di un dito solo: Hugo Pratt è l'unica autentica "star" del fumetto italiano.

Gli autori italiani sono circa 600; la stampa si occupa con frequenza soltanto di una trentina di personaggi (nessuno dei quali, comunque, abita in ville con la piscina a forma di cuore). I restanti 570 sono artigiani più o meno bravi che vivono nel più completo anonimato, conducendo una vita normalissima (o, in molti casi, addirittura squalida).

Per gli alti guadagni

"Gli autori di fumetti percepiscono milioni di *royalties* ogni mese, e possono permettersi qualsiasi lusso".

Vero, anche in Italia esiste qualche autore molto ben pagato; la tradizionale immagine del "fumettaro" affamato e sfruttato dall'editore ha fatto il suo tempo, e continua a vivere solo nella barzellettistica di serie B o nei "mugugni" di qualche autore particolarmente frustrato. Ma anche i guadagni favolosi sono rari: un autore "standard" percepisce, in media, poco più di un impiegato di prima categoria e poco meno di un dirigente: un compenso discreto ma non certo principesco.

In parecchi casi gli autori guadagnano molto meno; soprattutto gli esordienti che devono "fare gavetta" per anni prima di inserirsi solidamente nel mercato; e comunque, se è la sete di denaro che vi attira, ricordate che tra tutte le *libere professioni* (dall'avvocato, al medico, all'illustratore, al pubblicitario), quella dell'autore di fumetti è senz'altro la meno redditizia.

Per esprimere liberamente le mie idee

"Voglio diventare autore, così finalmente potrò 'dire la mia' attraverso i fumetti".

L'intento è più che lodevole, ma, attenzione! Se è vero che non bisogna mai andare contro le proprie convinzioni personali, è altrettanto vero che anche i fumetti – come tutti i prodotti giornalistici – seguono una "linea" ideologica impostata dal direttore. Con difficoltà si può arrivare a scegliere a quale rivista collaborare, e persino a inserire nelle proprie storie un pizzico di "filosofia personale"; tuttavia, per arrivare a "dire la propria" nel vero senso della parola occorrono molto tempo, molta fatica e, soprattutto, molte cose da dire.

Perché ho predisposizione

"Il mio bambino ha dodici anni e l'altro giorno ha disegnato un Paperino che era identico a quello dei fumetti. Allora ho pensato di...".

Legioni di mamme e di zie scoprono nei figli e nei nipoti misteriose "predisposizioni" per il fumetto. Se la predisposizione esiste è senz'altro molto utile, ma non è detto che ci sia davvero. Siate critici obbiettivi di voi stessi: se non sapete mettere insieme due parole o non riuscite a tracciare la "O" coi bicchiere, è inutile che sprechiate tempo ed energia.

Perché è un lavoro che chiunque può fare

"In realtà io sono un grande scrittore (pittore), anche se nessuno mi capisce. Voglio fare i fumetti perché qualunque imbecille è in grado di farlo. Ma il giorno che mi 'scopriranno' li lascerò perdere".

Incredibile ma vero, questo è uno dei motivi con cui molti aspiranti autori giustificano la scelta della loro futura professione. Il fumetto non è un sottoprodotto

della letteratura o della pittura, ma è un genere a sé stante. Se lo disprezzate a priori, lasciate perdere.

Perché è un lavoro che mi piace

"Credo che uno debba fare il lavoro verso cui si sente più portato. E questo, malgrado tutto, è il lavoro che mi piace più di ogni altro al mondo. Mi piace perché amo scrivere, amo disegnare; perché amo sognare e raccontare i miei sogni. Perché voglio poter scegliere io i miei tempi di lavoro; perché mi permette una certa libertà di cui non posso fare a meno. Spero (ma so che è difficile e non ci conto) che prima o poi, continuando a impegnarmi, riuscirò a entrare nella rosa dei pochi autori pagatissimi, celebri e in grado di far sentire la propria voce. Per ora mi accontento dello stipendio di un impiegato di prima categoria... divertendomi molto di più".

Benissimo! Potete continuare a leggere questo libro.



3 - IMPARARE IL FUMETTO

"C'è una scuola che insegna a fare fumetti?" "Per diventare autore di fumetti occorre un diploma?" "Ho fatto l'Istituto Tecnico, ma mi hanno detto che per diventare disegnatore di fumetti avrei dovuto frequentare il liceo. È vero?"

Queste sono alcune delle tante domande che giungono, ogni giorno, sui tavoli degli editori. La risposta è semplice. **No, per diventare autore non occorre nessun particolare titolo di studio.** Non è privilegiato chi allega un ricco curriculum in cui dettaglia le sue lauree; non è svantaggiato chi ha frequentato un certo tipo di scuola piuttosto che un altro, o chi non ne ha frequentate affatto. Per fare i fumetti occorre "semplicemente" *saperli fare*: forse quello dell'autore è uno dei pochi lavori in cui contano la capacità e il merito personale, e non le raccomandazioni o le conoscenze.

3,1 - Le scuole del fumetto

In Italia esistono alcune scuole che insegnano a realizzare fumetti. Trovarne l'indirizzo non è difficile: basta sfogliare le pagine gialle dell'elenco telefonico, sotto le voci "Scuole" o "Istituti". È consigliabile frequentare queste scuole? Il nostro parere è *no*. Badate bene, questo non significa che esse siano mal organizzate o "ingannino" in un modo o nell'altro i loro iscritti. Alcune, anzi, sono gestite con particolare cura, e gli insegnanti si prendono davvero a cuore i problemi degli "allievi". Ma nessuna di queste scuole può garantire un lavoro all'aspirante "fumettaro" (e nessuna, onestamente, lo ga-

rantisce): questo a causa della particolare situazione del mercato italiano, che non è in grado di assorbire più di un certo numero di nuovi autori all'anno e, soprattutto, perché nessuna delle scuole attualmente esistenti è "inserita" a livello *produttivo* nelle strutture editoriali, come lo è, ad esempio, la statunitense *Joe Kubert School of Cartoon Art*.

Joe Kubert è un celebre *cartoonist*; dirige alcune collane per la *DC Comics* (la casa editrice di *Superman*) ed è "sul mercato" da più di trentacinque anni: ha, dunque, tutte le conoscenze e l'esperienza necessaria per trovare subito un lavoro ai suoi studenti migliori (la selezione per iscriversi alla *JKS* è rigorosissima).

Invece, in Italia, un corso di due o tre anni rischia di diventare un'inutile (e costosa) perdita di tempo. Ovviamente chi (beato lui) ha il tempo e i denari per frequentare una "Scuola del fumetto" può ricavarne qualche insegnamento teorico di un certo interesse.

3,2 - Seminari, corsi informativi, laboratori, ecc.

Più convenienti sono i "Seminari" o i brevi corsi sul fumetto organizzati senza periodicità fissa in varie città d'Italia da associazioni culturali, comuni, biblioteche, scuole. Sono composti da tre o sei "lezioni" di un paio d'ore e costano pochissimo, quando non sono addirittura gratuiti.

Gli organizzatori invitano alcuni *professionisti* specializzati nei vari campi del fumetto (editori, sceneggiatori, disegnatori, ecc.), i quali, basandosi sulla loro *reale esperienza*, forniscono indicazioni di massima a chi intende intraprendere la carriera d'autore. I relatori trattano il tema in termini sia teorici che

pratici (possibilità di lavoro, compensi, eccetera), e rispondono alle domande del pubblico, sempre molto numeroso. Insomma, questi incontri servono egregiamente a chiarirsi le idee e a ridimensionare le molte "false informazioni" che circolano sul mondo del fumetto.

La rubrica If pubblicata da Eureka annuncia dove e quando si svolgono questi corsi; in ogni caso conviene tenere d'occhio la pagina cittadina dei quotidiani, dove essi vengono puntualmente annunciati.

3,3 - "Andare a bottega"

Fino a qualche anno fa gli editori accettavano autori potenzialmente bravi ma non ancora "formati", ben sapendo che il loro stile sarebbe migliorato con l'esercizio: di conseguenza agli aspiranti autori veniva offerta l'opportunità di un tirocinio retribuito. Oggi le cose funzionano diversamente: a causa della crisi dell'editoria, gli editori non possono più permettersi di fungere da "scuola", e pretendono collaboratori già esperti. A chi non è ancora preparato per esordire da solo resta, quindi, solo la *pericolosa* possibilità di "andare a bottega" presso un altro autore o in un'Agenzia.

Che cosa sono le Agenzie e perché abbiamo scritto "pericolosa"?

Quando, alla fine degli anni '60, iniziò il "boom" dei fumetti erotici, alcuni autori non furono più in grado di sostenere da soli il ritmo della produzione, e cominciarono a far uso di assistenti, spesso reclutati tra giovani desiderosi di imparare a scrivere o a disegnare. Da questa prima fase artigianale si passò

rapidamente alla creazione delle cosiddette "Agenzie" o "Studi": non più un solo assistente, ma un gruppo di autori, specializzato nel realizzare in subappalto il materiale commissionato al titolare dello studio: un soggettoista o un disegnatore che già lavora direttamente alle testate interessate, e che, grazie al subappalto, può aumentare la produzione e gli incassi e garantirsi un certo potere contrattuale con l'editore.

Gli studi si sostengono finanziariamente trattenendo una percentuale (che parte dal 30% ma può giungere fino al 70%) sul pagamento originale dei testi e disegni. Il lavoro viene svolto in equipe e revisionato dal "titolare", cosicché un autore "non formato" ha la possibilità di rilevare e correggere i propri errori.

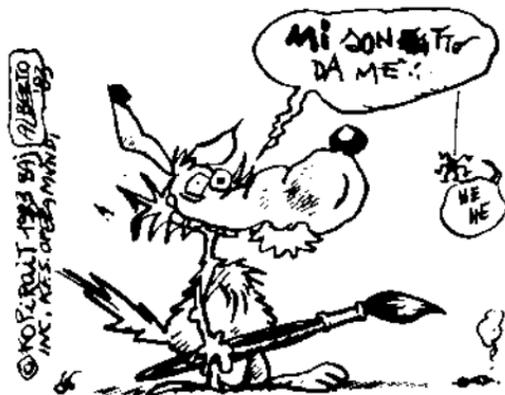
Occorre, però, scegliere lo studio "giusto". Ce ne sono di quelli che offrono una serie di servizi (possibilità di firmare, diversificazione del lavoro, pagamento alla consegna) e che, soprattutto, *insegnano* il mestiere. Altri, invece, si basano sullo sfruttamento più bieco; pagano male e irregolarmente e, quel che è peggio, non insegnano nulla. Chi ne esce si ritrova con pochissime possibilità di trovare lavoro da qualche altra parte.

Come scegliere lo studio più adatto alle vostre esigenze? Occorre, innanzitutto, confrontare i prezzi pagati dagli editori con quelli pagati dallo studio per lo stesso materiale: una detrazione attorno al 30% è corretta. Bisogna, in più, scoprire se lo studio è in grado di insegnare qualcosa, verificando la qualità del suo prodotto. *Per consigli e indicazioni, leggete la rubrica If pubblicata da Eureka.*

Come abbiamo già detto in prefazione, i libri in italiano che si occupano dell'argomento sono pochissimi. In seconda e terza di copertina abbiamo comunque elencato una serie di titoli utili per sviluppare i vari temi, sia nella nostra lingua, sia in inglese e francese.

3,5 - L'autore autodidatta

La maggior parte degli autori di fumetti sono autodidatti, e, come avete visto, almeno in questo momento non ci sono particolari alternative. "Autodidatta" non deve voler dire, però, "disinformato", "facilone" o "improvvisato". Questo fascicolo fornisce all'autodidatta soltanto alcune linee generali e pratiche su cui impostare il proprio lavoro. La buona volontà, il desiderio di migliorare, il gusto per saperne sempre di più dovete mettercelo voi.



IL BACKGROUND PROFESSIONALE

1 - AUTODIDATTA, NON ILLETERATO

Abbiamo scritto che per diventare autore di fumetti non è essenziale aver frequentato un tipo di scuola piuttosto che un altro, e che non è neppure obbligatorio avere frequentato una scuola.

Ciò non significa che l'autore di fumetti possa permettersi di essere ignorante o illetterato. Va da sé che uno sceneggiatore dev'essere "portato" a scrivere, e che un disegnatore dev'essere "portato" a disegnare; ma, oltre a questo, entrambi debbono possedere una "cultura professionale" specifica, che qui tentiamo di riassumere.

1,1 - Cultura generale

Chi intraprende una professione che, per sua natura, gli impone di comunicare col pubblico, ha il dovere di aggiornarsi su ciò che gli succede intorno. Deve, dunque, leggere quotidiani, riviste, libri; frequentare cinema, teatri, manifestazioni artistiche. Soprattutto, deve abituarsi alla *critica*, al *confronto* e alla *discussione*: nulla dev'essere dato per scontato, tutto dev'essere valutato personalmente.

C'è chi, dopo aver fatto il giro del mondo, è in grado di descrivere solo gli alberghi in cui ha pernottato, e chi, invece, dopo una breve passeggiata, ritorna carico di informazioni e di aneddoti sui luoghi visitati. Occorre dunque *capire* cosa ci succede intorno e perché. Per farlo, basta imparare a porsi automaticamente i famosi cinque interrogativi del cronista "inventati" da Rudyard Kipling: *Chi, Come, Dove, Quando, Perché*.

Riprendiamo l'esempio del giro del mondo (o della breve passeggiata, se preferite). Per non essere semplicemente spettatori inerti, bisogna cercare di "vivere" l'atmosfera del paese che si sta visitando. Lo si può fare *leggendo* libri e guide; *informandosi* sulle tradizioni e il folklore locale; *acquistando* quotidiani e riviste del posto; *assistendo* ai programmi della TV, *esaminando* gli oggetti tipici dell'artigianato locale e cercando di scoprire la loro funzione e la loro storia; *visitando* (oltre ai musei e alle chiese) i mercati rionali e i grandi magazzini; *prendendo nota* di caratteristiche alimentari (a che ora si cena a Milano? E a Roma?) o d'altro genere. *Comunicando*, soprattutto, con la gente del posto. Non è detto che occorra conoscere la lingua locale: a volte basta il linguaggio dei gesti; a volte ancora meno. Anche senza spostarsi dalla propria città si possono "scoprire" luoghi sconosciuti: basta frequentare, di tanto in tanto, ambienti che normalmente non ci interessano o che, addirittura, non approviamo: un night-club o una balera di liscio; una chiesa o una pista di pattinaggio su ghiaccio.

Bisogna liberarsi dai propri preconcetti e provare ad

analizzare le cose partendo da punti di vista opposti. Il confronto genera inevitabilmente nuovi stimoli.

Queste analisi e queste esperienze, filtrate attraverso la "cultura generale" di cui abbiamo parlato poc'anzi, ci permettono di essere osservatori *attivi*, e indirizzano la nostra curiosità verso nuovi argomenti e nuovi "spazi mentali".

Se raggiungerete questo invidiabile stato di "curiosità continua", verrete abordati da ogni sorta di gente: vagabondi, ubriacconi, profeti, inventori, Testimoni di Geova, Bambini di Gesù, gente che parla coi Marziani, mercenari, killer professionisti, ipocondriaci, schizofrenici, che vi faranno le loro confidenze. Si tratta di persone a loro modo ricchissime interiormente, che sentono d'istinto una disponibilità sincera da parte vostra. Questi incontri (molto importanti al di là del semplice campo professionale), questa massa di informazioni apparentemente inutili, vengono immagazzinati nella *Biblioteca di Babele* (vedere più avanti), e costituiscono un'insostituibile e inesauribile fonte di stimoli per il potenziale autore di fumetti.

Dal punto di vista professionale l'"Osservazione critica" permette di captare certe "atmosfera" e di comunicarle al lettore, sia con il testo che con i disegni. Un'illustrazione può essere realizzata in modo tecnicamente ineccepibile, eppure può *non comunicare* l'atmosfera del luogo rappresentato. Pochi particolari ricavati dall'attenta osservazione possono invece bastare per rendere le *sensazioni* di un determinato ambiente.

Per rappresentare il paesaggio toscano, ad esem-

pio, si può disegnare con certezza minuzia una torre ghibellina; oppure si può cogliere l'elemento caratterizzante del paesaggio, e sintetizzarlo schizzando con qualche tratto di pennello l'inconfondibile silhouette di una collina sormontata da un ciuffo di cipressi. Hugo Pratt - grande viaggiatore e grande osservatore - è il maestro indiscusso di questa tecnica.

L'osservazione permette di estrapolare situazioni reali e trasformarle in situazioni di fantasia. I piccoli incidenti della vita quotidiana possono diventare (adeguatamente « rimpolpati ») spunti per racconti comici o avventurosi.

1,3 - Informazione professionale

L'autore di fumetti opera nell'ambito delle comunicazioni di massa: deve perciò conoscere questo campo in modo approfondito, anche se ciò può costargli qualche piccolo sacrificio finanziario. Ecco un piccolo elenco di conoscenze *indispensabili*:

* Tutto il possibile sul mercato del fumetto italiano e straniero (basta osservare attentamente ciò che esce in edicola, senza doverlo necessariamente acquistare). Conoscendo le tendenze del mercato, potrete seguirle o, al caso, contrastarle.

* I fumetti, i romanzi polizieschi e di fantascienza, i best seller (compresi quelli che, seguendo il vostro gusto personale, non leggereste). Oltre ad apprendere le tecniche narrative degli altri autori (anche nel prodotto peggiore si può scoprire qualcosa di

interessante), a confrontarle con le vostre, a scoprire gli errori commessi dagli altri per non commetterli a vostra volta, a ricavare spunti dal materiale letto, eviterete il rischio di "scoprire l'acqua calda" riproponendo come grande novità cose lette e rilette come, che so io, un "delitto della camera chiusa" inventato da un giallista del secolo scorso o un paradosso temporale già sfruttato in decine di variazioni.

* I film di successo, i telefilm, gli spettacoli televisivi. *Guai* a chi snobba la televisione! È la grande nemica, e per combatterla bisogna conoscerne i pregi e i difetti.

* Le tecniche di riproduzione, stampa ecc. delle riviste a fumetti.

* Le innovazioni nel campo della tecnologia: *Personal computers, Word processors, Teletext* eccetera. Essi stanno invadendo silenziosamente le nostre case. Dobbiamo essere in grado di utilizzare questi nuovi strumenti, prima che siano loro ad utilizzare noi.

* Infine, la conoscenza di una lingua straniera (in particolar modo l'inglese) può esservi professionalmente molto utile.

1,4 - Documentazione

Un autore di fumetti dev'essere in grado di informarsi sugli argomenti più disparati. Ecco la documentazione *minima* indispensabile per non commettere ignobili strafalcioni.

* L'intera serie dell'*Enciclopedia Garzanti* edizione economica), compreso l'Atlante e i vari dizionari

(biologico, della letteratura, della musica eccetera). Abbiamo scelto la *Garzanti* perché è l'enciclopedia migliore e meno costosa attualmente sul mercato.

- * Riviste illustrate di vario genere (automobili, moda, arredamento, ecc.) come documentazione iconografica.

- * Depliant (gratuiti) distribuiti nelle varie agenzie di viaggio, come documentazione iconografica sui vari paesi del mondo.

Come abbiamo detto, questo è il minimo indispensabile. Più tardi, per forza di cose, la vostra biblioteca dovrà arricchirsi con volumi dedicati agli argomenti specifici relativi a quanto state scrivendo o disegnando.

La tecnologia offre soluzioni interessanti e a prezzi moderati. Potrete noleggiare un videoregistratore (non costa molto e si ha la certezza di avere sempre apparecchi nuovi e in ordine): è uno strumento preziosissimo per chi disegna. Si può, infatti, registrare un programma, "fermare" l'immagine desiderata e copiarla tranquillamente. Le TV private trasmettono centinaia di pellicole alla settimana, ed è molto probabile che riusciate a trovare l'ambientazione che vi serve.

Comunque, più che possedere una fornita libreria occorre *sapersi documentare*, ovvero *saper dove cercare e dove trovare una particolare informazione*. Sapere come usare una biblioteca pubblica, come leggere le "Pagine Gialle", come consultare l'indice di un libro o di una rivista, come ricordare dove si è letto una determinata notizia, e così via.

2 - LA BIBLIOTECA DI BABELE

Tutti i dati ricavati dalla "cultura generale", dall'osservazione critica, dall'informazione professionale, dalla documentazione devono inserirsi in una sorta di archivio mentale che ci piace chiamare *Biblioteca di Babele*.

Forse più corretto del termine "Biblioteca" è il termine *disciplina*: l'abitudine, cioè, a non considerare le informazioni come aride schede *separate*, ma come un *tutto* dove i dati sono *interattivi* e *collegati tra loro*, e dove ogni nuovo dato va automaticamente a inserirsi tra due dati *già conosciuti* e *già collegati tra loro per mezzo della "cultura generale" e dell'intuizione*, sostituendo all'intuizione un'informazione in più.

- * Ci sono persone, come Hugo Pratt, che riescono a impadronirsi istantaneamente di un nuovo aneddoto o di una nuova informazione e a "farlo proprio" personalizzandolo con numerosissime considerazioni. In realtà queste persone "conoscono già" (attraverso l'intuizione e la "cultura") quel "nuovo" aneddoto o quella "nuova" informazione: infatti sanno già "cosa viene prima" e "cosa viene dopo"; l'aneddoto o l'informazione sono solo la tessera di un mosaico già formato, e questa nuova tessera può far scattare "l'idea" per scrivere o illustrare una storia.



Parte 3^a

IL SOGGETTO E LA SCENEGGIATURA

1 - COME NASCE UN FUMETTO

Ed eccoci giunti, finalmente, alla parte pratica di questo volume. Prima di addentrarci nella descrizione delle varie tecniche per sceneggiare e disegnare, vediamo, *in linea di massima*, quali sono i passaggi necessari alla realizzazione di un fumetto.

1) L'editore (o i suoi collaboratori, il direttore e i redattori) impostano una pubblicazione con determinate caratteristiche (per esempio una rivista composta da diverse storie, oppure un albo composto da una storia unica; un giornale di carattere comico o avventuroso, ecc.).

2) L'editore convoca uno *sceneggiatore* e gli commissiona il testo di una storia di un *determinato numero di pagine* e con *determinate caratteristiche* (In base, appunto, alle caratteristiche della pubblicazione).

3) Lo sceneggiatore "inventa" la storia e realizza un *soggetto* (vedremo poi cosa significano questo e altri termini).

4) L'editore legge il soggetto; lo approva (o lo boccia) e lo rende allo sceneggiatore.

5) Lo sceneggiatore *sceneggia* il soggetto e consegna la sceneggiatura all'editore.

6) L'editore legge la sceneggiatura, l'approva, e la passa al *disegnatore*.

7) Il disegnatore illustra la storia basandosi sulla sceneggiatura.

8) L'editore esamina i disegni, li approva e li affida al letterista.

9) Il letterista scrive le parole nelle nuvolette che il disegnatore ha lasciato in bianco.

10) La storia completa ritorna all'editore. Dopo un ultimo esame, viene passata ai tecnici per la riproduzione, la stampa, ecc.

Tutto questo, come abbiamo detto, *in linea di massima*: ci sono delle eccezioni, naturalmente, ma per ora conviene dimenticarle, in quanto valgono, soprattutto, per gli autori già affermati. Avrete notato che il fumetto ha dei *limiti* (di numero di pagine, di argomento ecc.) imposti dalla linea del giornale: è una caratteristica *importantissima*, di cui gli aspiranti autori dimenticano spesso di tener conto.

2 - IL TESTO E I DISEGNI

Nel saggio *Essay on Comic Art* Will Eisner, l'autore di *The Spirit* scrive: "La prima fase di ogni narrazione a fumetti è il *testo*. Non importa se esso è ordinatamente dattiloscritto o scarabocchiato su un pacchetto di sigarette. Senza un canovaccio, anche mentale, la storia non ha possibilità di sviluppo.

Anche un 'autore completo', che scrive e illustra da solo le sue storie, è *prima* sceneggiatore e *solo successivamente* disegnatore."

Prima il testo, *poi* i disegni, dunque: sembra banale, ma molti sono convinti del contrario.

Sempre secondo Will Eisner, l'ideazione del testo avviene in tre fasi: l'*idea*, il *soggetto*, la *sceneggiatura*. Anche noi ci rifaremo a questo schema.

3 - L'IDEA

L'idea è quella "scintilla", a volte estremamente grezza, da cui parte qualunque tipo di narrazione. "Avere idee" non è, come molti credono, un dono naturale riservato alla ristretta élite di chi, come si suol dire "ha fantasia": di "fantasia" ne possediamo tutti in un certo grado, e tutti produciamo, senza neppure rendercene conto, idee suscettibili a diventare "spunti" per una narrazione. Nella conversazione quotidiana, per esempio, estrapoliamo di continuo informazioni, notizie di cronaca, fatti personali trasformandole in ipotesi "di fantasia". Frasi buttate lì magari durante una cena tra amici ("Pensa cosa succederebbe se..."; "Se io fossi... farei..."; "Per me le cose sono andate così...") sono, in realtà, *idee* che uno scrittore (usiamo questo termine nel senso di "persona che si guadagna la vita scrivendo") può elaborare in modo di ricavarne un prodotto compiuto. Ciò che caratterizza lo scrittore, dunque, *non è una fantasia superiore alla media*, quanto *la capacità di ordinare le idee* in uno schema ben definito.

Abbiamo detto che tutti hanno idee; per uno scrittore, però, esse sono la materia prima su cui lavo-

ra, perciò *deve essere in grado di procurarsene di continuo*. Applicando i metodi descritti nel capitolo precedente (*Il background professionale*) e facendo uso della famosa "Biblioteca di Babele" di cui abbiamo parlato, gli stimoli non mancheranno mai. In più gli scrittori utilizzano sistemi e strumenti per "farsi venire idee a comando": eccone qualcuno.

I "Reference Books"

Si tratta di volumi che raccolgono fatti curiosi e interessanti relativi a temi specifici: gli avvenimenti inesplicabili, la vita privata di uomini famosi, i record, eccetera. Insomma, una specie di *Strano ma Verò* della *Settimana Enigmistica* (a proposito: *non sottovalutate* questa fonte di spunti!) però accuratamente documentati. Queste piccole "miniere di idee" sono, purtroppo, raramente tradotte in italiano; in 2° e 3° di copertina troverete qualche titolo indicativo.

Le opere di altri autori

"Plagio" significa copiare piattamente e senza aggiungere nulla di proprio il lavoro di un altro autore; si tratta di un reato perseguito dalla legge, e non ha nulla a che vedere con la legittima "ispirazione" che un autore può trarre da altre opere, letterarie o di qualsiasi genere.

Ecco alcuni sistemi per produrre lavori completamente nuovi ispirandosi a opere già realizzate:

* Inventare un nuovo finale a un film o a un libro; basandosi su questo nuovo finale costruire un nuovo inizio.

* Mescolare due o più racconti e costruirne uno solo, unificando lo stile, l'ambientazione eccetera. Di modifica in modifica nasce un prodotto completamente diverso dall'originale.

* Far agire nuovi personaggi sull'intelaiatura di un racconto classico, evidenziando quest'operazione che si chiama *contaminatio*. Così sono nati *West Side Story* (ripreso da *Romeo e Giulietta*), *I magnifici sette* (ripreso da *I sette Samurai*), *Per un pugno di dollari* (ripreso da *Yojimbo*).

I sistemi "meccanici"

Si tratta di sistemi per indurre forzatamente le idee, e a volte, in momenti di "stanca", si rivelano molto utili.

* Scelti due oggetti a caso, cercare di costruire una storia che li coinvolga entrambi.

* Aprire un libro a caso e lasciarsi ispirare da una frase o da un'immagine.

* Dato un fatto reale, ribaltarlo, chiedendosi "Cosa succederebbe se" (Se i Tedeschi avessero vinto la Seconda Guerra, eccetera).

* La "roulette". Era un metodo usato dai prolifici scrittori di *feuilleton* del secolo scorso. Occorre scrivere su una serie di biglietti altrettanti personaggi (Ragazza bionda, Ispettore, ecc.), caratteristiche (Generoso, Malvagio, Traditore, ecc.) e situazioni (Pericolo, In trappola, Attacco ecc.). Pescando a caso i biglietti, può darsi che esca qualcosa di senso compiuto o che, comunque, questa serie di stimoli suggerisca un'idea.

* Idee indotte da uno "schema". Degli schemi parleremo più avanti; si tratta, comunque, di intelaiature tipo su cui si può costruire ogni genere di racconto.

A cominciare da questo capitolo presenteremo passo per passo la genesi della tavola di Lupo Alberto che si trova, completa, a pag. 55. Gli altri passaggi sono a pag. 38 (il soggetto), pag. 40 (la sceneggiatura), pag. 54 (il disegno a matita), pag. 55 (il disegno finito).

Come noterete, l'"idea" non ha un particolare tipo di stesura, come il soggetto e la sceneggiatura. È semplicemente un pensiero, o una sequenza logica di pensieri, e può venire in qualunque momento. Qui abbiamo cercato di rendere l'idea (l'idea dell'idea) con una vignetta.



4 - IL SOGGETTO

Dobbiamo ora trasformare l'idea grezza in una storia con un capo e una coda.

Che cosa significa "con un capo e una coda"?

Ne abbiamo tutti una vaga opinione: ci accorgiamo subito se un film è sconclusionato, se un giallo "non regge", e così via. Ma quando si cerca di definire in modo preciso come dev'essere la struttura esatta di una narrazione, si incontrano insormontabili difficoltà. Ci hanno provato per secoli moltissimi studiosi. Aristotele scoprì che le situazioni tragiche sono soltanto 25 (più le loro variazioni); Vladimir Propp ha identificato gli elementi tipici presenti in tutte le fiabe; R. M. Volkov ha affermato che il racconto fantastico può avere solo 15 temi ("L'innocente perseguitato", "Il protagonista sciocco", ecc.); il giallista Van Dine ha stilato venti regole per gli autori dei gialli, e via dicendo.

In realtà, probabilmente, uno schema fisso non esiste, e se c'è esso è molto approssimativo, come quello descritto dallo scrittore Wilson R. Thornley nel volume *Short Story Writing*.

Il racconto è costituito da una serie di "scene" in cui il protagonista deve risolvere un particolare problema (di qualunque genere o natura) seguendo linee d'azione che ritiene atte allo scopo, e che incontrano interruzioni o intensificazioni finché la soluzione non è raggiunta.

Thornley traccia un essenziale schema del "racconto tipo":

SCENE INIZIALI

- a-1) Protagonista
- b-1) Sue caratteristiche
- c-1) Personaggi di contorno
- d-1) Problema
- e-1) Soluzione più probabile o appariscente
- f-1) Contrasti con la soluzione più appariscente

SCENE CENTRALI

- a-2) Interferenze
- b-2) Altre soluzioni appariscenti
- c-2) Altre interferenze
- d-2) Soluzione definitiva

SCENE FINALI

- a-3) Risultato della soluzione definitiva
- b-3) Risposte a tutti gli interrogativi non ancora risolti.

Provare per credere, qualunque narrazione (dall'*Odissea* a *Paperino*) può essere ricondotta a questo schema essenziale. E passiamo al **primo esercizio**: analizzate una serie di racconti (film, fumetti, ciò che volete) e cercate di mettere in rapporto i loro vari "momenti" con quelli indicati da Thornley.

4,1 - Le "strutture fisse"

Dopo qualche decina di "analisi" scoprirete una cosa molto interessante. Soprattutto nei prodotti "di largo consumo" (per esempio i telefilm) esistono degli "schemi fissi" assai più precisi di quello generico descritto sopra; e persino delle "situazioni fisse", ovvero scene ricorrenti risolte sempre nello stesso modo.

Ecco, per chiarire il concetto, una classica "situa-

zione fissa" che avrete visto decine di volte. L' "eroe" è sotto la minaccia di una pistola. Il "cattivo" alza il cane, sta per premere il grilletto. Si ode un colpo d'arma da fuoco. Dunque, il "cattivo" ha sparato, e per l'eroe è proprio finita! Invece, dopo qualche attimo d'angoscia, il "cattivo" si accascia lentamente al suolo. A sparare è stata una terza persona ritenuta morta o fuori combattimento (generalmente si tratta di una donna), giunta a salvare l'"eroe" all'ultimo istante.

Andate a vedere *I Predatori dell'Arca Perduta*: troverete moltissime "situazioni fisse" di questo genere, su cui, però, gli autori hanno saputo ironizzare con un capo e una coda.

Un esempio clamoroso di "struttura fissa" è quello dei film di *James Bond 007*.

Nelle "Scene Iniziali" succede *sempre* un avvenimento misterioso e apocalittico (un sottomarino divorato da un "mostro", uno "Space Shuttle" rubato da un 747 in volo, ecc.); quindi, in una rapida sequenza vengono ripresentati il protagonista e le sue caratteristiche (007, sempre con una bella donna, sfugge all'agguato di un gruppo di sciatori armati, oppure cade da un aereo senza paracadute); nelle "Scene Centrali" (subito dopo i titoli di testa) James Bond va a indagare nella sede "ufficiale" del nemico (una base sottomarina, un centro di ricerche spaziali, ecc.); poi qualcuno tenta di ucciderlo; quindi conosce una donna che, a prima vista, sembra ostile, ma che diventerà sua alleata... Eccetera eccetera, fino alle "Scene Finali": distruzione del covo segreto del nemico, neutralizzazione-proprio-all'ultimo-momento-dell'arma-definitiva-rimasta-innescata-dopo-la-morte-dell'avversario e, infine, gag finale (Bond

amoreggia con la ragazza mentre la marina o l'aviazione inglese vanno a recuperarlo).

Gli autori di 007 costruiscono trame *sempre diverse* su uno "scheletro" *sempre uguale*, ed è questo che intendevamo dire parlando (nel capitolo precedente) di "idee indotte da uno schema". È un metodo usato da moltissimi autori, che è utile conoscere e saper applicare, ma che, alla lunga e se non si è molto abili, genera le classiche storie "dove si capisce subito quello che sta per succedere".

4.2 - Considerazioni

Abbiamo riassunto lo schema dei film di 007 non tanto per indurvi ad applicare i metodi dei loro autori, quanto perché vogliamo farvi notare alcuni lati *positivi* di queste pellicole di grande successo:

* Caratterizzazione e "Identificazione"

L'"eroe" della vicenda è ben caratterizzato; in più gli sceneggiatori si premurano di *ripresentarlo* ogni volta (Ricordate! Anche se un personaggio è popolarissimo *non è detto che tutti lo conoscano*).

La caratterizzazione dei personaggi è forse l'elemento più importante di una storia, ancor più importante di un buon "meccanismo".

Prendete nota dei grandi successi dei fumetti, dei film, dei telefilm (in questo capitolo parliamo indifferentemente dei vari generi, perché la "filosofia" che sta dietro la fabbricazione dei loro soggetti è identica). Vedrete che i loro protagonisti hanno tutti un carattere preciso, delle precise caratteristiche fisiche e psicologiche, dei precisi modi di dire, dei "tic", delle piccole manie che li rendono umani

e permettono al lettore (o allo spettatore) di *identificarsi* con loro.

Guerre Stellari ha avuto successo non tanto per la trama (abbastanza infantile) e gli effetti speciali, quanto per la *simpatia* dei suoi protagonisti. *Tron*, che ha una trama quasi analoga e degli "effetti" ancor più spettacolari, si è invece rivelato un fiasco. I suoi protagonisti, infatti, non possiedono lo "spessore" di quelli di *Guerre Stellari*, e lo spettatore non riesce ad identificarsi con loro.

* La suspense

Avrete senza dubbio letto qualche libro o visto qualche film con momenti "di stanca"; nel caso del libro, magari, avrete saltato qualche pagina; nel caso del film avrete rimpianto i soldi del biglietto. La trama di *007* è costruita in modo di tener *sempre* desta l'attenzione degli spettatori. Per farlo ci sono delle tecniche precise. Nel volume *Television Writing* ("Scrivere per la Televisione"), Richard A. Blum analizza la "curva dell'interesse" degli spettatori di fronte a telefilm di varia durata. Un telefilm di 50 minuti è composto da un *teaser* di 4 minuti, ovvero una parte iniziale che deve scatenare immediatamente la curiosità dello spettatore (*teaser* significa, appunto, "provocatore") e che, generalmente, appare prima dei titoli di testa; seguono quindi quattro "atti" inframmezzati da short pubblicitari. Ogni atto deve contenere un punto focale di grande suspense; la suspense dev'essere crescente fino al terzo atto; raggiunge il picco nel quarto, poi deve allentarsi nel breve "codino" con la *gag* finale (la battuta, spesso insulsa, che conclude invariabilmente i telefilm).

* Il ritmo

Nei film di *007* si alternano azione e pause romantiche; suspense e umorismo; ambienti urbani e ambienti esotici. È un "cocktail" molto attraente, teorizzato e messo in pratica addirittura da Ludovico Ariosto, ma, attenzione! Non basta semplicemente introdurre nel soggetto questi ingredienti "di successo", ma occorre saperli *dosare* e, soprattutto, *dosarne il ritmo*. Se la narrazione ha un taglio "veloce" (scene brevi, dialoghi stringati e brillanti, ecc.) questo ritmo dev'essere mantenuto fino alla fine. Una scena lunga e contemplativa rischia di stonare. Analogamente, se la narrazione vuole essere lenta e pacata, una scena troppo breve può infastidire.

* La continuità

Vi è mai capitato di leggere un libro e di dover "tornare indietro" perché non avete afferrato qualche passaggio logico particolarmente involuto? Questo non dovrebbe accadere in *nessun* tipo di narrazione (soprattutto in un film, dove "tornare indietro" è impossibile). La "continuità" è alla base della chiarezza e della leggibilità; tutto ciò che succede deve essere comprensibile immediatamente, senza costringere a faticose speculazioni, proprio come nei film di *007*.

* La consequenzialità

Tutto ciò che accade in un racconto deve servire a qualcosa di specifico, e *non ad allungare artificialmente la trama* con episodi inutili. Deve fornire

un elemento in più per portare avanti l'azione, oppure per caratterizzare un personaggio o un luogo; meglio se serve a tutte e due le cose contemporaneamente.

C'è un film di Frank Capra, *La vita è meravigliosa*, che è un ottimo esempio di questa tecnica. Le televisioni private lo trasmettono molto spesso, e se vi capita di vederlo annunciato, non perdetelo. Nella prima parte del film, sono narrati alcuni episodi di per se stessi divertenti e concatenati tra loro che, apparentemente, servono solo a caratterizzare la personalità di James Stewart e a spiegare perché si trova nei guai; nella seconda parte (cioè, per chi ha visto il film, quando l'angelo fa in modo che il protagonista "non sia mai esistito"), ritroviamo gli stessi episodi dell'inizio che, questa volta, sono la chiave per concludere il racconto.

In un buon soggetto ogni mistero dev'essere svelato, ogni situazione risolta, ogni contraddizione appiattata. Il cerchio cominciato all'inizio della storia deve chiudersi alla fine.

• Il montaggio

I film di James Bond si svolgono in tempi consecutivi: assistiamo, cioè, agli avvenimenti nello stesso ordine in cui essi si svolgono. Ma la narrazione può essere *montata* in modo diverso, per creare più attesa, più suspense, più curiosità.

Uno degli accorgimenti narrativi più usati è il cosiddetto *Flashback*, "balzo all'indietro", che permette di vedere un'azione del passato come se succedesse al presente. Nel fumetto, per convenzione, il *Flashback* è indicato da vignette con il contorno ondulato; nel cinema da dissolvenze o colori virati.

Il *Flashback* va usato con cautela, ma, se ben utilizzato, può vivacizzare un soggetto che, narrato in tempi consecutivi, sarebbe meno interessante. Un celebre film di Orson Welles, *Quarto Potere*, racconta la vita del magnate Henry Kane, dalla sua nascita alla morte. Lo sceneggiatore avrebbe potuto narrarla "consecutivamente": seguiamo Henry Kane da bambino, poi da ragazzo; quindi da adulto; lo vediamo all'apogeo del suo potere; assistiamo alla crisi del suo matrimonio e ascoltiamo l'ultima parola che pronuncia in punto di morte, "Rosabella". Un giornalista infine, scopre che "Rosabella" era il nome della slitta con cui Kane giocava da bambino.

Orson Welles, invece, ha preferito montarlo "all'inverso". Il film si apre con la morte di Henry Kane; un giornalista indaga per scoprire chi era la misteriosa "Rosabella", e interroga una serie di persone che hanno conosciuto Kane in diversi momenti della sua esistenza. Attraverso vari *Flashback* la vita del magnate viene ricostruita in tutte le sue sfaccettature, e solo alla fine, quando la curiosità degli spettatori ha raggiunto l'apice, si scopre che "Rosabella" era una slitta.

• Considerazione finale

Le seguenti "regole" – pur non essendo, ovviamente, tassative – si possono applicare a *qualunque* prodotto narrativo, non solo a racconti avventurosi o di largo consumo. Esaminando l'opera di autori "impegnati" (da Hugo Pratt a Andrea Pazienza a Lauzier a Carlos Gimenez), vedrete che anch'essi ne tengono conto, e le applicano nell'ambito dei loro particolari generi di fumetti e della loro personale filosofia di vita.

5 - DALL'IDEA AL SOGGETTO

Abbiamo visto qual è - in linea di massima - lo schema di un soggetto con "un capo e una coda", e quali sono gli accorgimenti per costruirlo al meglio. Ma come si passa dall'idea allo stato grezzo - quel "guizzo" primitivo di cui si è parlato nel capitolo precedente - a una narrazione compiuta e concatenata?

Ritorniamo al solito *James Bond*. All'inizio di ogni film il servizio segreto gli consegna una serie di armi fantascientifiche, dotate di caratteristiche particolari.

Alla fine del film è proprio una di queste armi a risolvere la situazione in favore dell'agente segreto. Come ha fatto il soggettista a sapere fin dall'inizio che proprio una specifica arma avrebbe risolto la situazione finale? Semplice: con ogni probabilità non lo sapeva. Ma, giunto alla fine, si è accorto che "gli occorreva" un'arma di un certo tipo, e l'ha inventata sul momento.

Naturalmente faria comparire così "dal nulla" non è credibile, e ricorda il classico *Deus ex Machina* (il dio portato sul palco da un meccanismo scenico, col cui intervento i drammaturgi greci risolvevano semplicisticamente le situazioni troppo ingarbugliate). Sicché il nostro soggettista ha dovuto tornare all'inizio del racconto, e ha inventato una scusa plausibile per presentare subito la famosa arma.

Ecco, il sistema per trasformare un'idea in soggetto è proprio quello "di andare avanti" e "tornare indietro"; di inventare ciò che succederà in base a ciò che è già successo, e adattare ciò che è già successo in base a ciò che accadrà. Di fronte a un'idea allo stato primitivo ("I tedeschi hanno vinto

la seconda guerra mondiale") occorre domandarsi "Cosa può aver determinato questa situazione?" e "A cosa può portare questa situazione?". E così via, partendo ora dalla fine, ora dall'inizio, ora dal centro; avanti e indietro, con un paziente lavoro di lima e di aggiustamento, fino al prodotto definitivo. Non spaventatevi: a lungo andare queste operazioni diventano istintive e quasi automatiche, e uno scrittore professionista si trova spesso con un soggetto bell'e pronto senza neppure accorgersene.

6 - COME SI SCRIVE UN SOGGETTO

Dopo aver avuto l'idea, averla "costruita" con il paziente lavoro di lima descritto sopra, averla "montata" secondo lo schema più soddisfacente, occorre scriverla in modo definitivo.

Il soggetto va redatto *al presente* (non al passato remoto, come un racconto); è opportuno indicare e numerare i cosiddetti "stacchi", cambiamenti di tempo e di luogo. Non occorre un particolare "stile" letterario; basta che l'italiano sia corretto e la narrazione sia la più stringata possibile, perché i redattori incaricati di leggerla sono solitamente molto occupati, e non possono dedicarne troppo tempo.

Il soggetto deve tener conto del numero di pagine o di vignette che avrà la storia una volta sceneggiata, per non dover poi essere costretti ad "annacquarela" o a tagliarla in modo eccessivo. Il "senso della misura" si acquista con l'esperienza; una regola molto empirica è "a storia più lunga corrisponde soggetto più lungo". Qui di seguito troverete il soggetto della tavola di *Lupo Alberto* pubblicata a pagina 55.

Guido Silvestri
Via Garibaldi 1, Milano
Tel. 12.34.56

NOME, INDIRIZZO,
TELEFONO DEL
SOGGETTISTA —

Serie Lupo Alberto — TITOLO DELLA SERIE —
Titolo: Comix — TITOLO DELLA STORIA —
Soggetto di 1 tavola, per "Eureka"

LUNGHEZZA E PUBBLICAZIONE CUI È DESTINATA.

Personaggi

Lupo Alberto

(Il protagonista. Cerca di rapire la gallina Marta)

Enrico la Talpa

Marta

Mosé

(L'antagonista)

Elenco dei personaggi
(ED EVENTUALI LORO CARATTERISTICHE)

1 - Tana della talpa

La talpa chiede a Lupo Alberto di insegnargli a realizzare fumetti. (Il lupo le risponde di prendere appunti.)

2 - Fattoria, notte

Il lupo avanza verso il pollaio seguito dalla talpa. Alberto descrive con terminologia fumettistica ogni azione che sta compiendo. Quando lo vediamo in campo lungo, ad esempio, dice "Campo Lungo!". La talpa prende appunti.

Dopo varie vignette di questo genere, Alberto sente un borbottio minaccioso: "A-Ehm", provenire da fuori campo. Fa appena in tempo a mormorare "Voce Fuori Campo..." che Mosé lo colpisce selvaggiamente e rumorosamente. Mosé conclude la spiegazione dicendo "Effetti Sonoril..."

7 - LA SCENEGGIATURA

Abbiamo imparato a trasformare un'idea in soggetto; ora vedremo come trasformare il soggetto in un testo atto ad essere illustrato.

Stavolta presentiamo subito un esempio pratico: è la sceneggiatura della tavola di Lupo Alberto pubblicata a pag. 55.

Osservatela attentamente.

La tavola è divisa in vignette numerate (1, 2, 3, ecc.); subito dopo il numero c'è una descrizione che indica all'illustratore cosa disegnare. Dev'essere precisa, sintetica e dettagliata; il suo "stile" non ha importanza, perché essa non verrà scritta sulla tavola finita.

Alla descrizione seguono i dialoghi: al nome del personaggio che parla fa seguito una battuta, che verrà ricopiata nelle nuvolette. Le battute vengono generalmente scritte in rosso per rendere più semplice il lavoro al letterista incaricato di trascriverle; qui le abbiamo sottolineate. Particolari codici (CL, FC, ecc.) indicano particolari inquadrature della vignetta o forme delle nuvolette. A pag. 46 potrete leggere il loro significato.

Vignetta 2: Lupo Alberto cammina leggendo la sceneggiatura.



Guido Silvestri
Via Garibaldi 1, Milano
Tel. 12.34.56

*Nome, indirizzo,
telefono dello
Sceneggiatore*

Serie Lupo Alberto

Titolo: Comix

Sceneggiatura di 1 tavola per "Eureka".

TAVOLA 1

1) —

Numero della vignetta.

Vignetta col titolo. La talpa, visibilmente soddisfatta, trascina un grosso blocco per appunti.

Descrizione per il disegnatore

TITOLO: LUPO ALBERTO Comix

TALPA: Prima lezione di fumetti! Che emozioni!...

*Dialoghi e fessi che verranno trascritti
sulla tavola*

2) Panoramica notturna della fattoria. Alberto e Enrico sono FC, dietro a un cespuglio.

— Codici (Vedere)

ALBERTO (FC): Notturna...

ALBERTO (2° FUMETTO): Panoramica...

ENRICO (FC): Ti seguo, Beppe!

3) — *Possano essere fatte correzioni a mano*

Alberto e talpa in PA; spuntano da dietro il cespuglio.

ALBERTO: Piano americano!

ENRICO: Ci sono...

4)

Tutti e due corrono in silhouette, stagliati contro la luna

ALBERTO: Silhouette!...

ENRICO: Puf, puf!

5)

Alberto e talpa di quinta.

ALBERTO: Di quinta!...

ENRICO: Prendo appunti.

6)

CL Alberto e Enrico, che osservano dalla finestra del pollaio le galline addormentate in PP.

ALBERTO: Campo lungo!

ENRICO: Capiscol!

7)

Alberto afferra Marta.

ALBERTO: Gag!

TALPA: Ah!

8)

Vignetta senza contorni. Alberto scappa con la gallina sulla testa.

ALBERTO: Scontornata a fondo bianco...

TALPA: Si...

9)

Una voce FC fa spaventare Alberto che molla la gallina.

DA FC, GRIDATO: EHI, TU!

ALBERTO: VOCE FUORI CAMPO!

ENRICO: Fuori campo!

10)
Non è posta selvaggiamente Alberto. La talpa guarda indifferente.

MOSE': EFFETTI SONORI!

EFFETTI: CRACK! PAF! MASH! EYOW!

ENRICO: Ho capito!

11)
Alberto circondato da uccelletti, stelle e campana, indica la scritta "FINE".

ALBERTO: Effetto uccelletti, stelle & campana!

ALBERTO (2° FUMETTO): Didascalie in basso!

ENRICO: Vado subito a casa a fare gli esercizi!

DIDA IN BASSO: Fine.



7,1 - Il Breakdown

Vediamo ora per mezzo di quali passaggi si è giunti alla sceneggiatura finita.

Come ricorderete, il numero di pagine in cui un racconto si deve svolgere viene generalmente stabilito dal direttore del giornale su cui esso sarà pubblicato, e così il numero delle vignette in cui è divisa ogni pagina.

Breakdown è un termine inglese che significa, grosso modo, "spezzettamento": infatti, in base alle indicazioni del direttore (numero delle tavole e delle vignette), occorre "spezzare" il soggetto in pagine e le pagine in vignette.

Dividere il soggetto in pagine significa prevedere che una certa azione si svolgerà in una tavola, un'altra in due, un'altra in una e così via. In questa fase del *breakdown* occorre tenere conto di quel "ritmo", di quegli "equilibri" e di quei "tempi" di cui si è parlato a pag. 33: varrà la pena di rileggere quel capitolo e di ricordare che a scene della stessa importanza vanno riservati spazi della stessa lunghezza.

Dopo aver stabilito ciò che deve accadere in ogni pagina, occorre dividere l'azione in azioni minori: le *vignette*.

Idealmente *ogni singola pagina* di sceneggiatura dovrebbe rispettare quanto si è detto nel paragrafo "La suspense" (pag. 32): ogni azione dovrebbe svolgersi *in crescendo*; ogni tavola dovrebbe aprirsi con un "interrogativo" e chiudersi con un "esclamativo", o viceversa.

È un'abilità che si acquista con la pratica. All'inizio, limitatevi ad evitare un errore tipico degli esordienti:

in una stessa vignetta non devono mai accadere azioni non simultanee ("Il ladro ferma l'auto e dopo aver steso il poliziotto balza su una motocicletta"). Il fumetto è statico e non offre, come il cinema, queste possibilità.

Ricordate che la sceneggiatura deve essere illustrata. Chi scrive deve, dunque, cercare di immaginare come potrà risultare la pagina finita. Leggete attentamente la sezione *Il disegno*; anche se non è necessario che uno sceneggiatore sappia disegnare, deve conoscere a fondo i problemi del coautore, per essere in grado di fornirgli indicazioni esatte.

7,2 - Il dialogo e le didascalie

I dialoghi sono le parole che pronunciano i personaggi: va da sé che il "genere" di dialogo cambia a seconda del tipo della storia. Può essere "brillante" in un fumetto umoristico; "secco" in un fumetto d'azione; può essere breve o lungo, lento o veloce. Le frasi pronunciate dai personaggi devono comunque possedere sempre un preciso "accento", come se le si dovesse recitare interrompendosi per prendere il fiato alla fine di ogni vignetta.

Alcuni errori da non commettere

Se una frase dev'essere spezzata, l'interruzione deve avvenire al "punto giusto", e non lasciare il fiato sospeso. Prendiamo ad esempio la frase "Ieri Carlo ti ha visto con una bella ragazza bionda che l'ha molto colpito", e supponiamo di doverla dividere in due quadretti.

Taglio errato (La frase rimane in sospeso)

"Ieri Carlo mi ha detto che ti ha visto con una..." (Taglio) "...bella ragazza bionda che l'ha molto colpito".

Taglio corretto

"Ieri Carlo ti ha visto con una bella ragazza bionda..." (Taglio) "A quanto pare lei l'ha molto colpito ...".

Occorre evitare accuratamente le ripetizioni, le rime involontarie e le cacofonie, ovvero le parole che suonano male insieme.

In più

* Ricordate il discorso sulla *caratterizzazione dei personaggi*? Una frase fissa ("Un giorno ti avrò, Barone Rosso!"), un "tormentone" verbale può essere molto utile a questo fine.

- * Ricordate il discorso sulla *continuità*? Il dialogo deve avvincere il lettore, catturarlo alla prima vignetta e trascinarlo d'impeto sino all'ultima, senza costringerlo a tornare indietro a rileggere.

Le didascalie servono, generalmente, a designare stacchi di tempo o di ambiente. Le più comuni sono "Nel frattempo", "Poco dopo", "Intanto", "Così", "Poi"; se descrivono un'azione sono scritte, di solito, al *presente*. La regola generale è "usarne il meno possibile", anche se, a volte, lunghe didascalie possono servire a "equilibrare" il ritmo di lettura del fumetto. Se vogliamo far soffermare il lettore su una particolare vignetta, magari priva di dialoghi e su cui lo sguardo rischia di "scivolar via", una didascalia può essere di grande utilità. In ogni caso la didascalia *non deve mai descrivere ciò che si vede nella vignetta*: si tratta di un'inutile e fastidiosa ripetizione.

8 - I CODICI DEL FUMETTO

Nella sceneggiatura pubblicata alle pagg. 40 - 41 - 42 compaiono alcune abbreviazioni ("PP", "CL" ecc.). Eccone il significato.

Indicazioni sul "taglio" della vignetta

- * **CL** (= Campo Lungo): l'azione è vista da lontano.
- * **PA** (= Piano Americano): il personaggio è inquadrato a poco più di mezzo busto.
- * **PP** (= Primo Piano): il personaggio o il particolare è inquadrato da vicino.
- * **PPP** (= Primitivo piano): il personaggio o il particolare è inquadrato *molto* da vicino.
- * **CONTROCAMPO**: la stessa scena è inquadrata da un punto di vista opposto a quello della vignetta precedente.
- * **FC** (= Fuori Campo): il personaggio o il particolare "**FC**" non si vede.
- * **DI QUINTA**: il personaggio appare a fianco della vignetta.

Indicazioni sui dialoghi

- * **DIDA**: Didascalia sopra la vignetta. {"DIDA IN BASSO" = sotto la vignetta).
- * **(PENSA)** (Scritto accanto al nome del personaggio, ad es. "TOPOLINO (PENSA)": il personaggio pensa (e non dice) qualcosa. Il fumetto sarà scritto nella caratteristica nuvoletta "a bolle".
- * **(GRIDA)**: (c.s.): il fumetto verrà scritto in una nuvoletta seghettata.
- * **(SUSSURRA)** (c.s.): il fumetto verrà scritto in una nuvoletta con il contorno tratteggiato.

* **(DA F.C.)** (c.s.): il personaggio che parla non si vede. Il fumetto avrà un caratteristico codino ondulato.

* **DALLA RADIO** (dall'altoparlante, dal telefono ecc.): la voce proviene da un'apparecchiatura elettronica. Il fumetto sarà scritto in una nuvoletta dai contorni fittamente seghettati.

* **EFFETTO**: un rumore (*Crack! Bang!* ecc.) che viene generalmente disegnato dall'illustratore.

* Le parole o i dialoghi scritti in MAIUSCOLO verranno realizzati dal letterista in carattere **grassetto**.

Indicazioni sul montaggio

* **FLASHBACK**: narrazione al presente di avvenimenti passati. La vignetta avrà generalmente il bordo ondulato.

Questi codici non sono tassativi, e non lo è nemmeno la forma con cui è stesa la sceneggiatura. C'è chi divide il foglio verticalmente in due parti, e scrive le descrizioni a sinistra e i dialoghi a destra. Altri autori (come Gian Luigi Bonelli, creatore di *Tex*) preferiscono invece fornire al disegnatore uno schizzo della tavola già "visualizzata".

Lo schema da noi proposto è, comunque, quello standard, ed è quindi compreso e accettato da tutti gli editori, i disegnatori e i letteristi.

9 - IL TESTO DEL FUMETTO UMRISTICO

Possiamo dividere i fumetti umoristici in due filoni: gli albi (*Topolino, Alan Ford, ecc.*) e le "strisce".

I primi sono, in realtà, racconti di carattere avventuroso; il loro umorismo scaturisce da situazioni particolari che accadono nell'ambito di un'avventura o da particolari tipi di personaggi (gli animali umanizzati di *Topolino*). L'espressione più caratteristica del fumetto umoristico è, invece, la *striscia*: indubbiamente una delle prove più difficili che un autore deve sostenere.

Lo spazio estremamente limitato nel quale occorre sviluppare l'idea richiede infatti grandi doti di *sintesi* e *incisività*. In soli 3/4 quadretti bisogna infatti svolgere una storia, concluderla con una *gag*, caratterizzare un ambiente e *ripresentare i protagonisti*. (Come abbiamo già detto, è sbagliato iniziare di punto in bianco pensando che "Tanto, i lettori sanno già tutto").

La battuta dev'essere *immediata e leggibile*: evitate dunque discorsi prolissi che intasano le vignette o termini troppo complicati. Johnny Hart, l'autore di *B.C.*, afferma di usare meno di un migliaio di parole, per essere certo di venir compreso da tutti.

Altrettanto leggibile dev'essere il disegno: uno degli errori tipici degli esordienti è riempirlo di particolari piccolissimi e inutili (immancabile un ragnetto che scende dalla ragnatela), che distraggono il lettore e fanno perdere il ritmo alla striscia. A proposito di disegno (come leggerete più avanti), ricordate che si può arrivare a certe estreme sintetizzazioni (citiamo ancora Johnny Hart) solo dopo aver "digerito" il disegno cosiddetto "accademico". Vale la pena di ispirarsi a modelli più tradizionali, come il *Beetle Bailey* di Mort Walker, il *Pogo* di Walt Kelly e le altre strisce "a tutto tondo". Nel fumetto umoristico, da Disney in poi, si è appurato infatti che la linea "tondeggiante" funziona di più di quella "spigolosa".

Ricordate che la lettura si svolge da sinistra a destra; qualunque elemento che costituisca una "sorpresa" o una *gag* deve trovarsi il più "a destra" possibile, affinché possa essere "scoperto" per ultimo.

Per costruire una *gag* esistono numerosissimi meccanismi, comuni ad altri generi di umorismo. Ne citiamo uno, il *ribaltamento*. L'inizio della striscia ci porta in una certa direzione, che viene poi "ribaltata" alla fine. Evitate i giochi di parole: oltre a essere spesso fastidiosi, sono difficilmente traducibili. Secondo Bill Yates, direttore del *King Features Syndicate* (l'agenzia che distribuisce le strisce umoristiche più popolari), la fortuna di certe *strip* dipende più dalla caratterizzazione dei protagonisti e dalle loro relazioni interpersonali che dalla qualità delle *gag*. "Il lettore" - dice Yates - "non ricorda tanto le battute in sé, quanto i personaggi. La gente si abitua alle loro caratteristiche umane a tal punto che sviluppa per loro un attaccamento emotivo".

Per concludere, una verità tanto lapalissiana quanto spesso ignorata: *per realizzare un fumetto umoristico occorre essere spiritosi*.

10 - ALTRI COMPITI DELLO SCENEGGIATORE

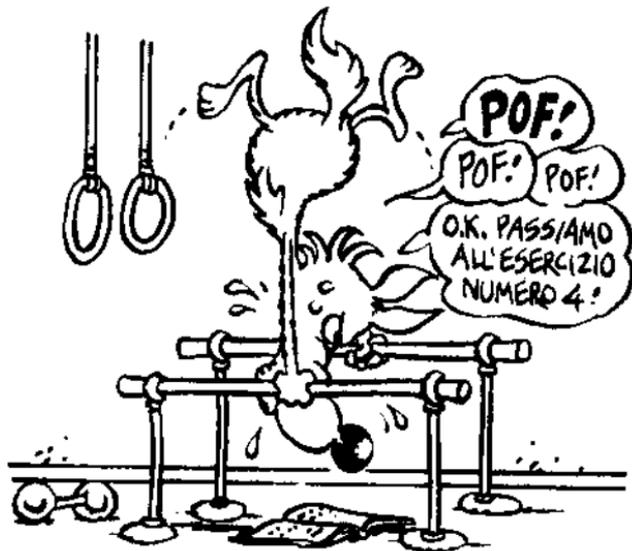
Lo sceneggiatore inventa, volta per volta, situazioni diverse, e le scrive in forma atta ad essere illustrata. Ma, come vedremo nel capitolo *La professione*, spesso, il suo compito non finisce qui. Nella maggior parte dei casi lo sceneggiatore crea, infatti, la "filosofia" e il "setting" di una narrazione destinata a durare negli anni e ad essere portata avanti,

Parte 4^a IL DISEGNO

magari, da altri. Definisce i personaggi e la loro psicologia; spesso ne tratteggia anche l'aspetto fisico. E, insomma, quello che nei telefilm americani viene chiamato *creator* della serie e viene citato nei titoli di testa anche se un particolare episodio è scritto da un altro autore.

11 - ESERCIZIO N. 3

Prendete un fumetto già realizzato e cercate di desumerne la sceneggiatura: vi famigliarizzerete così con questo peculiare tipo di narrazione.



1 - DALLA SCENEGGIATURA AL DISEGNO

Nello scorso capitolo abbiamo visto come si costruisce la *sceneggiatura*. Ora passiamo al suo logico sviluppo, il *disegno*. Per *praticità* abbiamo considerato disegnatore e sceneggiatore come *persone distinte*; in realtà, come abbiamo visto, *possono essere la stessa persona*.

1,1 - Rapporti tra sceneggiatore e disegnatore

Il rapporto ideale è, ovviamente, quello che l'autore "completo" ha con se stesso. Illustrando i propri testi, sa perfettamente i risultati e gli "effetti" che vuole ottenere, e non deve renderne conto a nessuno. Un rapporto egualmente interessante è quello tra un disegnatore e uno sceneggiatore che sono "coautori" *effettivi* dello stesso personaggio, ovvero autori che hanno lavorato *fianco a fianco* sia nell'*impostazione* della serie che durante l'esecuzione delle singole storie, e che quindi contribuiscono in egual misura alla sua "vita" e al suo successo. Per motivi di ordine pratico, purtroppo, questi abbinamenti non avvengono di frequente. Spesso sceneggiatore e disegnatore non si conoscono neppure, e il loro contatto avviene addirittura per interposta persona (l'editore), che provvede a inviare un testo a chi più ritiene idoneo per realizzarlo. In questo

caso l' "ultima parola" spetta all'editore che (entro determinati limiti codificati dal regolamento giornalistico) ha il diritto di operare modifiche di ordine tecnico sia sul testo sia sul disegno.

2 - LA TECNICA DEL DISEGNO A FUMETTI

Come abbiamo detto in prefazione, questo volume non pretende di "insegnare a disegnare" in poche pagine, e forse non è possibile farlo neppure in molte. Diamo per scontato che chi desidera avvicinarsi alla professione di illustratore di fumetti abbia una certa predisposizione per farlo; tuttavia saper disegnare non basta. Occorre conoscere alcune tecniche, alcune "malizie" che, in questo capitolo, vi illustriamo sinteticamente.

2,1 - Gli strumenti di lavoro

* **La carta:** non esiste un tipo di carta specifico per illustrare i fumetti: ogni disegnatore sceglie a seconda delle sue preferenze personali. Salvo la necessità di ottenere effetti particolari, la carta dev'essere *liscia*, in grado cioè di lasciar scivolare liberamente pennello o pennino, e non assorbire troppo. Molti illustratori adoperano la carta "Schoeller", che esiste in vari tipi e varie grammature.

* **Gli strumenti per il ripasso a china:** i disegni definitivi sono ripassati, di solito, con inchiostro di china nero, a *pennello* (sì, col pennello si possono tracciare anche le linee sottili, non solo le campiture; un'ottima e costosissima marca, che tiene perfettamente la "punta", è la "Windsor and Newton") o a *pennino* (quelli della "Brause and Co"

e della "tridinoid" sono particolarmente "morbidi"; Silver usa un "Blanzy", più rigido). Pennello e pennino rendono la linea *fluida*, di spessore variabile a seconda del tratto tracciato (nelle curve lo spessore aumenta). Le *penne a china* tipo "Rapidograph" servono soprattutto per gli sfondi e i particolari tecnici, che val la pena di impostare con la riga e il compasso. Di norma non conviene utilizzare il "Rapidograph" nelle figure, perché la larghezza uniforme del tratto rende il disegno "freddo". Qualche autore fa uso del *pennarello*. È uno strumento che produce effetti molto simili a quelli della canna di bambù appuntita, usata spesso da Alex Raymond in *Rip Kirby*. Il pennarello presenta, in minor misura, gli inconvenienti del "Rapidograph"; occorre inoltre utilizzare marche che non spandano al contatto col sudore della mano (pennarelli ad alcool, come i "Pantone"), e che mantengano un colore nero brillante (se tendono al bluastro, si rischia che molti particolari vadano perduti in fase di riproduzione).

* **Formati:** si può lavorare in qualunque formato, purché in scala con la tavola stampata. Occorre tener presente che il disegno originale andrà rimpicciolito: di conseguenza una linea sottilissima rischierà di perdersi in riproduzione, oppure un tratteggio molto fitto potrà diventare una macchia nera. Un buon sistema per verificare a priori l'effetto di una tavola finita è farne una fotocopia ridotta: moltissime cartolerie offrono a basso prezzo questo prezioso servizio.

2,2 - Le fasi di lavoro

* **Matite:** la tavola viene impostata a matita (conviene utilizzare una matita morbida, facilmente can-



cellabile). C'è chi realizza "matite" molto precise e chi schizza sommariamente e definisce il disegno in fase di inchiostrostrazione. Le matite andranno cancellate dopo il ripasso a inchiostro. Per evitare questa operazione, si può disegnare con un lapis azzurro, colore che "scompare" quando le tavole vengono riprodotte (vedere a pag. 54).

* **Lettering (1):** durante la fase "matita", il disegnatore prevede gli spazi per le nuvolette, scrivendo rapidamente il testo che deve comparirvi, per vedere quante righe occupa. Presso alcuni editori il lettering viene eseguito da una calligrafa prima che le tavole siano inchiostrate; ma di norma quest'operazione avviene dopo l'inchiostrostratura.

* **Inchiostrostratura:** con l'inchiostrostratura il disegno a matita viene reso riproducibile. In questa fase si dosano bianchi e neri e si conferisce equilibrio grafico alla pagina (vedere a pag. 55).

* **Lettering (2):** se il lettering non è stato ancora eseguito, occorre lasciare in bianco gli spazi per le nuvolette. Pochi disegnatori sono anche buoni calligrafi: la fumettatura viene realizzata, quindi, da un'altra persona, la quale provvede pure a disegnare i "balloon" veri e propri (cioè le nuvolette entro cui stanno le scritte) e, se non li ha realizzati il disegnatore, i cosiddetti "Effetti sonori". Spazi eventuali rimasti tra la nuvoletta e il disegno verranno successivamente ritoccati a cura dell'editore.

* **Correzioni:** per correggere il disegno in china, si può grattare l'inchiostro con una lametta da barba, oppure coprirlo con della tempera bianca e ridisegnarvi sopra il particolare errato; infine si può appliccare sopra alla vignetta sbagliata una nuova vignetta disegnata correttamente. In riproduzione le

differenze tra il bianco della biacca e quello del foglio e gli "scalini" tra i due tipi di carta non si noteranno.

* **Coloritura:** Per stampare un disegno o una fotografia a quattro colori occorre "selezionarlo", cioè scomporlo nelle quattro pellicole dei colori base (giallo, magenta, azzurro e nero) che, mescolati in varie gradazioni, permettono di ottenere (quasi) tutte le sfumature. Per realizzare queste pellicole esistono diversi sistemi: a mano, elettronico (lo "scanner", che legge con un pennello di elettroni le sfumature di colore e le traduce in pellicole separate), i retini meccanici eccetera. A meno che non si desideri realizzare una storia a "mezzatinta" (cioè con colori sfumati e senza contorni neri) conviene informarsi sempre presso l'editore su come devono essere dati i colori. Fino a qualche anno fa il metodo più comune era di indicarli in trasparenza sul retro della tavola. Ora si tende ad utilizzare lo "scanner". In questo caso le tavole vengono fotografate e ridotte nel formato di stampa; stampate in azzurro molto tenue su fogli di carta adatti a fare da supporto al colore; ed indi colorati. È un lavoro complesso che, usualmente, viene affidato a specialisti.

2.3 - La struttura

Alla base del disegno dev'esserci una solida struttura. I personaggi devono "stare in piedi"; la loro anatomia deve "funzionare". La prospettiva dev'essere esatta, così come i giochi di ombre e di luce. Insomma, è necessaria una certa conoscenza "accademica" del disegno.

La deformazione grottesca, l'esasperazione nello stile "Super Eroi", la sintelizzazione alla Hugo Pratt (o, nel disegno comico, alla Johnny Hart) possono avvenire

nire solo quando si è già in grado di disegnare "accademicamente".

Ispirarsi direttamente alla deformazione senza aver digerito "l'accademia" genera grafismi privi di struttura. Ci sono stati dei momenti in cui "andava" un certo stile di disegno (Johnny Hart, Pratt, Crepax, Moebius, Crumb eccetera) e gli imitatori si contavano a legioni. Qualcuno di questi imitatori è stato anche pubblicato per brevi periodi, ma non ha mai sorpassato la durata della "moda". Del resto, come scrive Carlotto Gimenez, l'autore di *Los Profesionales*, in polemica con questa tendenza al grafismo senza struttura, "occorre un nuovo fumetto rinnovato nel contenuto più che nella forma". Se si decide di imparare copiando conviene ispirarsi, dunque, a solidi "accademici" (il buon vecchio Alex Raymond funziona sempre) e non a chi, come Pratt o Moebius, ha già raggiunto faticosamente un tratto che è la sintesi di anni di esperienze.

Eguale da evitare sono gli "sporcamanti" per mascherare incapacità nella struttura. *Tratteggi, ombreggiature, rigoline* nascondono, nella maggior parte dei casi, l'incapacità di risolvere nel modo più sintetico e pulito un certo particolare. Lo stesso vale per l'impostazione grafica della pagina: vignette di forma strana, che si intersecano e si sovrappongono, sono sovente un tentativo per confondere (con una grafica, appunto, "confusa") chi esamina le tavole, e nascondere la propria inesperienza. Senza voler difendere a spada tratta l'impostazione "regolare" della tavola, tra i sostenitori della "striscia" ricordiamo Hugo Pratt, Richard Corben e Sidney Jordan, il quale, in una piccola vignetta rettangolare di "Jeff Hawke", sa far vivere interi universi.

3 - I TRUCCHI DEL MESTIERE

3.1 - Equilibrio grafico

Le tavole vanno guardate nella loro interezza (e, possibilmente, a due a due, come nelle pagine di un fascicolo aperto) e non vignetta per vignetta. Una pagina composta da singole vignette molto belle può essere globalmente sgradevole. Bianchi e neri devono essere equilibrati, tenendo conto degli spazi "bianchi" delle nuvolette. Due o tre primi piani nella stessa pagina sono graficamente fastidiosi, soprattutto se sono uno a fianco dell'altro, uno sopra l'altro o "in asse", cioè inquadrati dallo stesso punto di vista.

3.2 - Movimento

- Se in una sceneggiatura si presenta un lungo dialogo, esso può essere animato spostandosi all'esterno (il dialogo giungerà da "Fuori campo", col caratteristico fumetto dall'indicatore ondulato), oppure angolandosi diversamente la scena (dall'alto, dal basso, in controluce), animandola con particolari (mano che accende la sigaretta, eccetera). Questi "spostamenti" possono essere fatti anche se il copione non li suggerisce, sempre che non vadano a cadere su un quadretto in cui il volto del personaggio ha una espressione particolarmente significativa (stupore, commozione, ecc.), o in cui vengono introdotti nuovi personaggi.

3.3 - Leggibilità

Occorre dosare la "placevolezza grafica" della tavola con la sua leggibilità. Anche se qualche illustratore non è d'accordo, noi riteniamo che un racconto a

fumetti vada illustrato (al meglio, si intende), in funzione della storia che sta raccontando.

Quindi, se due personaggi stanno parlando (o lottando, o comunque facendo qualcosa di *importante* ai fini del racconto, occorre realizzarli in campo ravvicinato o evidenziarli in qualche altro modo; inutile e dannoso perderli tra i particolari di una vignetta elaborata (e magari graficamente "bellissima") oppure relegarli nello sfondo.

3,4 - Caratterizzazione

Senza arrivare al teatro dei pupi (in cui i cattivi hanno davvero la faccia da cattivo, e i buoni da buono), conviene caratterizzare graficamente i personaggi di contorno, in modo di poterli riconoscere anche da lontano, controluce, di spalle. Va da sé che i personaggi devono essere sempre identici a se stessi per tutta la durata della storia, ma un particolare vistoso può rendere più immediata questa riconoscibilità. Quando si introduce un nuovo personaggio, conviene mostrarlo in campo ravvicinato, in modo che il lettore sappia subito com'è fatto.

3,5 - Ambienti

Lo stesso vale se si introduce un nuovo ambiente. Una bella vignetta d'apertura, copiata da una foto, può introdurre una città. Di seguito basterà schizzare qualche particolare di fondo: l'ambiente è già stato identificato. Questa vignetta di identificazione dev'essere realmente *caratterizzante*. Per esempio se diciamo "New York" immaginiamo Manhattan con i suoi grattacieli. Inutile disegnare (almeno in apertura e se il testo non indica diversamente) una viuzza di Brooklyn che magari esiste davvero ma potrebbe trovarsi in qualunque città del mondo.

Parte 5^a LA PROFESSIONE

1 - COME VENDERE LE PROPRIE STORIE A FUMETTI

Anche vendere il proprio materiale è un'"arte" che si affina con l'esperienza. Ecco, qui di seguito, alcune indicazioni.

1,1 - Le regole generali

* Studiate con cura le pubblicazioni presenti in edicola. Cercate di comprendere quali sono i loro *target*, la loro filosofia, il loro pubblico. Prendete nota delle *caratteristiche tecniche* delle loro storie: lunghezza, cadenza, formato delle tavole, colore ecc. Scegliete la pubblicazione che vi sembra più consona al vostro modo di scrivere o disegnare; cercate di capire dov'è possibile intervenire: se certe serie vengono dall'estero, se hanno autori fissi, è molto difficile che ci sia spazio per qualcun altro. Scegliete, piuttosto, una serie senza personaggi ricorrenti (come i cosiddetti "liberi" pubblicati dall'*Intrepido* o da *Lancio-story*).

* Una volta effettuata la scelta, realizzate un testo o dei disegni in linea con la pubblicazione a cui avete deciso di rivolgervi. Dev'essere *il meglio* di quanto siete in grado di produrre, e voi stessi dovete essere convinti di aver dato il massimo possibile.

* **Telefonate** chiedendo di parlare con un redattore e fissate un appuntamento.

* Presentatevi portando delle *ottime fotocopie* del materiale elencato più avanti. Non dimenticate di segnare il vostro nome, indirizzo, numero telefonico.

* Attendete 15/20 giorni. Se non arriva una risposta, telefonate chiedendo (educatamente) notizie.

1,2 - Cosa evitare accuratamente

* Presentarvi d'improvviso senza aver preso un appuntamento.

* Dire frasi del tipo: "Questo l'ho fatto in dieci minuti, ma se mi dà del lavoro posso fare meglio!", oppure, per quanto riguarda i disegnatori, portare tavole sporche, pasticciate o disegnate su cartaccia.

* Offrire a una pubblicazione un prodotto clamorosamente sbagliato (per esempio una storia erotica a un giornale per ragazzi, o una storia avventurosa a un periodico umoristico). Questo dimostra che non avete esaminato con cura la rivista cui vi rivolgete.

* Cercare di imporre scelte "tecniche" a un giornale già impostato, pretendendo, per esempio, di aver a disposizione 20 pagine quando le altre storie sono di 10, o chiedendo il colore quando non c'è.

* Presentarsi come un genio incompreso in un mondo di editori imbecilli, e accampare pretese assurde (il nome in copertina o altro).

* Tempestare di telefonate la redazione a partire dal giorno dopo la vostra visita.

1,3 - Come proporsi come sceneggiatore

Lo sceneggiatore deve dimostrare di essere in grado di scrivere soggetti e di sceneggiarli. Ecco cosa dovete presentare:

* Un breve curriculum di quanto avete già pubblicato (ovviamente se avete pubblicato qualcosa).

* 2/3 soggetti diversi (non di più).

* La *sceneggiatura* della storia che ritenete migliore.

1,4 - Come proporsi come disegnatore

Il disegnatore deve dimostrare di avere una buona struttura di disegno; di saper inchiostrire; di saper muovere i personaggi e di avere il senso della sequenza e della narrazione a fumetti. Ecco cosa dovete portare:

* Un piccolo *portfolio* con i disegni che avete già pubblicato (ovviamente se avete già pubblicato dei disegni).

* Una serie di disegni "liberi" (sia solo a matita che inchiostriati) con figure umane (maschili e femminili), animali, veicoli, eccetera.

* 2/3 tavole (realizzate su una vostra breve sceneggiatura) ricche di azione e di ambienti diversi, nel formato della pubblicazione cui vi siete rivolti.

1,5 - Come proporre una nuova serie

Una nuova serie può essere proposta da un singolo sceneggiatore; da una coppia disegnatore/

sceneggiatore o da un "autore completo", che scrive e disegna le proprie storie: la prassi è la medesima, con qualche piccola modifica che vedremo più avanti.

* Spiegate, in qualche cartella dattiloscritta, le *caratteristiche generali* della vostra serie (genere, ambientazione, filosofia, ecc.); *elencate, uno per uno, i personaggi*, dettagliandone le caratteristiche e dandone un'accurata descrizione fisica. (**Se siete in coppia con un disegnatore allegare anche degli schizzi che ritraggano tutti i personaggi in varie situazioni**).

* Spiegate il "meccanismo" della serie: se, per esempio, c'è un finale fisso tipo "Signor Bonaventura" e, se c'è, perché. Descrivete le ragioni per cui avete scelto proprio quei personaggi e quel tipo di storia, e perché pensate che possano interessare proprio a quel giornale.

* Dettagliate le *caratteristiche tecniche* della vostra storia: il numero di pagine di ogni episodio, quante storie siete in grado di produrre ogni mese, eccetera.

Se siete solo sceneggiatore potete dare un *modesto* suggerimento sul disegnatore da cui vi piacerebbe essere illustrato.

* Allegate il soggetto dei primi 3/4 episodi e una sceneggiatura completa.

Se lavorate in coppia con un disegnatore o sapete disegnare, realizzate due o tre tavole particolarmente significative.

E ora tocca a voi. Buona fortuna!

Continua dalla 2ª di copertina

* **Volumi sulla creatività, le strutture narrative** Digest

Sulla sceneggiatura

LA SCENEGGIATURA
di Luigi Rondi

Parte 4ª: Il disegno

DISEGNARE CON I
GRANDI MAESTRI
Mondadori

LA FIGURA UMANA
di Burne Hogarth
Editiemme

(Sul disegno accademico sono disponibili parecchi titoli. Rivolgetevi a una buona libreria)

Parte 5ª: La professione

Rivista *IF*
a cura di Bono & Castelli
Semestrale
Edizioni Epierre
Piazza Napoli, 15
MILANO

APOCALITTICI
E INTEGRATI
di Umberto Eco
Bompiani, 1978

L'ANALISI
DEL RACCONTO
di Umberto Eco
Bompiani, 1982

GRAMMATICA
DELLA FANTASIA
di Gianni Rodari
Einaudi, 1973

IL LINGUAGGIO
DEI FUMETTI
di P. Fresnault-Durelle
Sellerio Editore
Palermo, 1977

* **Reference books**

IL GUINNES
DEI PRIMATI
di aa. vv.
Mondadori, varie edizioni

IL MONDO
DELL'INCREDIBILE
di aa. vv.
Selezione del Reader's

COME SI DIVENTA AUTORE DI FUMETTI - Allegato
a *Eureka* N. 7, Luglio 1983 - A cura di Castelli e Bono

IL MERCATO	Pag. 3
Autore di fumetti: una definizione	Pag. 3
Imparare il fumetto	Pag. 10
IL BACKGROUND PROFESSIONALE	Pag. 15
Autodidatta, non illetterato	Pag. 15
IL SOGGETTO E LA SCENEGGIATURA	Pag. 22
Come nasce un fumetto	Pag. 22
Il testo e i disegni	Pag. 23
Dall'idea al soggetto	Pag. 36
La sceneggiatura	Pag. 39
Il fumetto umoristico	Pag. 47
Altri compiti dello sceneggiatore	Pag. 49
IL DISEGNO	Pag. 51
La tecnica del disegno a fumetti	Pag. 52
I trucchi del mestiere	Pag. 59
LA PROFESSIONE	Pag. 61
Come vendere le proprie storie a fumetti	Pag. 61

Dove finisce questo volume, continua la rubrica *If*, pubblicata mensilmente in *Eureka*. *If* offre consigli, informazioni, suggerimenti e notizie a quanti intendono avvicinarsi professionalmente al mondo del fumetto.

ATTENZIONE: Copie aggiuntive di questo fascicolo (per seminari, corsi sul fumetto ecc.) possono essere richieste ai seguenti prezzi speciali:

1 copia: L. 1.000	20 copie: L. 12.000
10 copie: L. 7.000	50 copie: L. 25.000

Inviare vaglia o assegno a *Come si diventa autori di fumetti*, c/o Editoriale Corno, Viale Romagna 14, 20123 Milano.