

Carte Semiotiche 2025/1

Tra visibile e leggibile: dal fumetto alla graphic novel



**la casa
USHER**

Carte Semiotiche

Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine
Annali 12 - 2025/1

Tra visibile e leggibile:
dal fumetto alla graphic novel

A cura di
Isabella Pezzini e Patrizia Violi

SCRITTI DI

BARBIERI, BUSI RIZZI, CORRRAIN,
GARBELLI, GRECO, MONTANI, PELLITTERI, PIZZATI,
RONZONI, ROSSI, TERRACCIANO, VIRGOLIN

la casa
USHER

Carte Semiotiche
Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine
Fondata da Omar Calabrese
Serie Annali 12 - 2025/1

Direttore responsabile
Lucia Corrain

Redazione
Manuel Brouillon Lozano
Massimiliano Coviello
Stefano Jacoviello
Valentina Manchia
Francesca Polacci
Miriam Rejas Del Pino (Segretaria di redazione)
Giacomo Tagliani
Mirco Vannoni (Segretario di redazione)
Francesco Zucconi

CROSS - Centro interuniversitario di Ricerca "Omar Calabrese"
in Semiotica e Teoria dell'Immagine
(*Alma Mater Studiorum* – Università di Bologna, Campus di Ravenna,
Università di Siena, Università Iuav di Venezia)
SEDE Università degli Studi di Siena
Via Roma, 56
53100 Siena

Copertina
Tullio Pericoli, *Umberto Eco*, 1980, acquerello e china su carta.
Per gentile concessione dell'autore

ISSN: 2281-0757
ISBN: 978-88-98811-99-1

© 2025 by VoLo publisher srl
via Ricasoli 32
50122 Firenze
Tel. +39/055/2302873
info@volopublisher.com
www.lacasausher.it

Carte Semiotiche
Rivista Internazionale di Semiotica e Teoria dell'Immagine
Fondata da Omar Calabrese

Comitato scientifico

Maria Cristina Addis	Università di Siena
Luca Acquarelli	Université de Lyon
Emmanuel Alloa	Universität St. Gallen
Denis Bertrand	Université Paris 8
Maurizio Bettini	Università di Siena
Giovanni Careri	EHESS-CEHTA Paris
Francesco Casetti	Yale University
Lucia Corrain	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Georges Didi-Huberman	EHESS-CEHTA Paris
Umberto Eco †	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Ruggero Eugeni	Università Cattolica di Milano
Paolo Fabbri †	Università LUISS di Roma
Peter Louis Galison	Harvard University
Stefano Jacoviello	Università di Siena
Tarcisio Lancioni	Università di Siena
Eric Landowski	CNRS - Sciences Po Paris
Massimo Leone	Università di Torino
Anna Maria Lorusso	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Jorge Lozano †	Universidad Complutense de Madrid
Gianfranco Marrone	Università di Palermo
Francesco Marsciani	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Angela Mengoni	Università Iuav di Venezia
W.J.T. Mitchell	University of Chicago
Pietro Montani	Università Roma Sapienza
Ana Claudia Mei Alves de Oliveira	PUC - Universidade de São Paulo
Isabella Pezzini	Università Roma Sapienza
Andrea Pinotti	Università Statale di Milano
Wolfram Pichler	Universität Wien
Bertrand Prévost	Université Michel de Montaigne Bordeaux 3
François Rastier	CNRS Paris
Carlo Severi	EHESS Paris
Antonio Somaini	Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3
Victor Stoichita	Université de Fribourg
Felix Thürlemann	Universität Konstanz
Luca Venzi	Università di Siena
Patrizia Violi	<i>Alma Mater Studiorum</i> – Università di Bologna
Ugo Volli	Università di Torino
Santos Zunzunegui	Universidad del País Vasco - Bilbao

Sommario

Tra visibile e leggibile: dal fumetto alla graphic novel

a cura di
Isabella Pezzini e Patrizia Violi

Introduzione <i>Isabella Pezzini e Patrizia Violi</i>	7
Eco, il “Fondo Gregotti”, Alex Raymond e la semiotica del fumetto <i>Daniele Barbieri</i>	13
Il “lettore modello” delle scritture sincretiche <i>Pietro Montani</i>	22
Note sull’immaginazione sonora nel fumetto <i>Marco Pellitteri</i>	32
Sul palcoscenico di una graphic novel: Otto Gabos a confronto con <i>La tentazione dell’abisso</i> di Francisco Goya <i>Lucia Corrain</i>	61
Sin City e l’estetica sincretica: una grammatica dell’inquadratura del fumetto di Frank Miller tra produzione, consumo e interpretazione <i>Silvestro Pizzati</i>	82
As time goes by: fumetto e ricezione nostalgici <i>Giorgio Busi Rizzi</i>	99
Tradurre passioni: l’estetica social(e) in manga, manhwa e webtoon <i>Bianca Terracciano</i>	118
Manga e webtoon: il futuro del fumetto è sempre più digital? <i>Margherita Ronzoni</i>	137

<i>One Piece!</i> Toward a figural semiopraxis of freedom <i>Francesco Garbelli</i>	151
Khaliji Off-panels: Rethinking Cultural Identity and Gender Narratives in Arabian Gulf Comics <i>Cristina Greco</i>	182

Effetti collaterali

Dietro le quinte di <i>Tintin in Tibet</i> , il libro dove si incontrano vita e opera di Hergé <i>Sergio Rossi</i>	211
Semiotica ad alta quota. Il metodo Floch all'opera in <i>Tintin in Tibet</i> <i>Luigi Virgolin</i>	218

Dialogo

Chi di fumetto ferisce di fumetto perisce: <i>Il Nome della Rosa</i> in graphic novel <i>Igort e Milo Manara in dialogo con Daniele Barbieri</i>	228
Biografie delle autrici e degli autori	240

Manga e webtoon: il futuro del fumetto è sempre più digital?

Margherita Ronzoni

Abstract

This article explores the evolving relationship between manga and webtoons as comic storytelling forms that are increasingly integrating with new technologies and reading devices made available by today's digital offerings. Through a semiotic perspective, the text aims to investigate how this connection is possible and how it may serve as a forerunner to a new frontier for comics and their potential.

Keywords: manga, webtoon, digital, transmedia adaptation/transposition, reading.

1. Introduzione

Non tutta la saggistica di settore è concorde nello stabilire il primo contatto tra il fumetto e il computer. In termini di pura creatività e diffusione online si parlava di un campo inesplorato, con confini tutt'altro che ben delineati. Alcuni suggeriscono come prima sperimentazione ibrida *Giovanotti Mondani Meccanici*, il fumetto di Antonio Glessi e Andrea Zingoni, pubblicato nel 1984 sulle pagine di *Frigidaire*. Altri tirano in ballo *Witches and Stitches*, per altro considerato anche il primo esempio di proto-*webcomic* o David Farley, autore dal 1993 al 2006 di *Doctor Fun*, prima striscia presente sul World Wide Web. La maggior parte assegna infine il primato a *Shatter*, opera di Peter Gillis e Mike Saez, serializzato dal 1985, e che è da considerarsi il primo fumetto commercializzato a essere realizzato a computer (Fumettologica 2015).

Si è invece molto più concordi nel designare un protagonista fondamentale per lo sviluppo del processo di lettura e diffusione del fumetto in formato digitale. Fondato da David Steinberger, John Roberts e Peter Jaffe nel 2007, Comixology fu una vera e propria rivoluzione e funse da apripista per numerose iniziative digitali atte a diversificare e semplificare l'accesso del pubblico all'opera fumettistica in tutte le sue forme, nonostante in suo declino e la chiusura del dicembre 2023.

Nonostante le potenzialità espresse dall'incontro tra la forma narrativa del fumetto e lo spazio immateriale del web e delle applicazioni di lettura siano state esplorate in molti modi, queste faticano a decollare davvero, e il web comic così come le trasposizioni digitali sono qualcosa che ancora sembra fa storcere il naso agli editori occidentali, europei in particolare piuttosto che americani. E in Oriente?

Prima di cominciare bisogna tenere bene a mente che a causa delle numerose sperimentazioni effettuate, “fumetto digitale” è un termine ombrello che oggi abbraccia forme profondamente diverse, il cui unico punto in comune è la mediazione digitale, a sua volta direttamente connessa al supporto utilizzato. Un oggetto di indagine così ampio andrebbe allora scandito, e un buon punto d’inizio può essere seguire alcune dicotomie: chiedersi se si tratta di un fumetto fruibile online e/o offline; se si tratta di un prodotto nato per l’ambiente digitale o digitalizzato; se formalmente fa leva sulla già citata triade vignetta/gabbia/pagina, o se sfrutta il supporto digitale per ampliare lo spazio rappresentato o ancora per introdurre transizioni, animazioni e video in un ambiente statico, delimitato dai margini dello schermo attraverso cui gli utenti fruiscono del fumetto stesso (Busi Rizzi 2021).

Scopo di quest’articolo è quello di indagare, seppur potendo soltanto scalfrirne la superficie, l’attuale rapporto del panorama digitale con le forme del fumetto orientale. Attraverso un approccio di natura semiotica che spazia dalle forme dell’usabilità, fino alla struttura comunicativa e formale del fumetto stesso, verranno presi in esame i manga (fumetti giapponesi) soprattutto per quanto riguarda il concetto di mera trasposizione della versione cartacea in un formato digitale, e il fenomeno in dirompente crescita dei *webtoon* coreani, nati come vera e propria forma narrativa online e, solo successivamente, protagonisti di una trasposizione cartacea, perlomeno in Occidente.

2. È nato prima l’anime o il manga?

Nel *mare magnum* di discussioni sull’attuale stato dell’editoria italiana, emerge un coro che all’unanimità grida “i giovani di oggi non leggono più”. Ebbene, dobbiamo ricordare che se oggi è possibile acquistare manga nelle fumetterie e nelle librerie, non lo dobbiamo certo ad un amore incondizionato verso il voler esplorare nuovi orizzonti letterari, bensì alla televisione. Quando dalla seconda metà degli anni Settanta le reti televisive italiane, dalla RAI a quelle private, cominciarono a saccheggiare i magazzini degli studi di produzioni animate giapponesi, non potevano prevedere che la loro caccia a materiali audiovisivi a basso costo con cui riempire slot di programmazione indirizzati ai ragazzi avrebbe indotto alcuni editori dal fiuto più sottile di altri a risalire alla vera origine di quelle storie in chiave animata. La bolla esplose definitivamente nel 1990, quando dopo i primi timidi tentativi degli anni Ottanta ripagati con vendite da capogiro, quei bambini ormai cresciuti chiedevano a gran voce i manga da cui derivavano le avventure che tanto li avevano entusiasmati in televisione (Bouissou 2008). L’impennata nelle vendite di fumetti dei passati anni, che ha trovato nella pandemia un carburante perfetto, ha origini simili: con l’ingresso sempre più massiccio di produzioni animate e serie tv tratte da manga e fumetti sulle principali piattaforme streaming – ormai sostituiti massicci del palinsesto generalista delle reti tv – si è nuovamente tornati a cercare l’origine vera e propria delle storie che ci hanno tenuti incollati agli schermi di tablet e smartphone.

Tra i fattori distintivi di questa forma narrativa per i mercati stranieri, a partire dall’Italia, evidenziamo la composizione e il senso di lettura da destra verso sinistra. Poiché la scrittura ideogrammatica procede in direzione inversa rispetto ai testi occidentali, i libri e anche i fumetti giapponesi si aprono da sinistra a destra e la lettura procede da destra verso sinistra (Pellitteri 2021). Un aspetto che dopo

più di trent'anni ancora sembra non essere entrato nella nostra consuetudine e familiarizzazione con l'oggetto manga, tant'è che gli editori inseriscono in ogni volume indicazioni pratiche sul senso di lettura e l'ordine da seguire nelle tavole. Bisogna inoltre sottolineare che la complessità narrativa, il numero di personaggi e la durata di queste produzioni non potevano competere con quanto all'epoca disponibile nel mercato italiano e più in generale europeo. Una competizione che risulta evidente ancora oggi, confrontando non solo la durata in termini di anni di alcune serializzazioni e la grandissima offerta di generi e storie a disposizione, ma soprattutto la mole di capitoli e tavole che li accompagnano, con una media di 20 tavole a settimana per le serie ad uscita settimanale e 45 per le serie a cadenza mensile.

2.1 La semiotica del manga incontra il web in patria e nel mondo

In questa sede non mi addenterò in un'analisi estremamente dettagliata di tutte le caratteristiche semiotiche del manga, limitandomi a selezionarne gli aspetti maggiormente rilevanti per meglio comprendere il forte legame instauratosi tra i fumetti giapponesi e i device digitali. Ciò che conta davvero è in che modo questa forma narrativa dalle vastissime capacità espressive e costellata dagli stili più vari, abbia saputo valicare i confini della carta stampata. Un processo che, come accennato, non si limita esclusivamente al cambio di supporto al momento della lettura, ma che si espande alle produzioni televisive in animazione, i cosiddetti anime, generando un effetto valanga fatto di gadget, merchandising, produzioni musicali e teatrali, con differenze, trasposizioni, aggiunte e approfondimenti, rendendo il manga parte di un esteso processo transmediale e crossmediale.

Tra le caratteristiche che mi preme sottolineare è bene partire da una differenza di fondo essenziale tra i fumetti europei e la maggior parte dei fumetti giapponesi: se i primi focalizzano i loro sforzi sul guardare e sul leggere, i secondi danno molta più importanza al “sentire”. Per essere più chiari, gli espedienti narrativi del manga, così come lo stile, la gestualità, la concatenazione delle tavole, la gestione dello spazio bianco tra le vignette, mirano a far sì che il lettore ancora prima di leggere i dialoghi o le didascalie, abbia già colto il senso generale di quanto sta accadendo. I redattori delle riviste esigono dagli autori che un episodio di una trentina di pagine possa essere percorso in circa tre minuti, ovvero sei secondi per tavola. Una tale rapidità di lettura presume che il lettore non debba soffermarsi su ogni singola vignetta per comprendere il contesto narrativo, il che in fase di creazione pone l'accento sull'importanza della costruzione degli effetti tensivi nella narrazione, come li definisce Barbieri: aspetti ai quali prestiamo maggiore attenzione rispetto ad altri, dei quali attendiamo l'evoluzione e la teniamo maggiormente da conto per aspettative personali o perché la storia stessa ci spinge in una direzione piuttosto che in un'altra. Nel momento in cui iniziamo a fruire di un testo il nostro giudizio non è mai del tutto scevro da aspettative. Quando la risoluzione di queste ultime si trova posticipata, si genera nel lettore uno stato di tensione, stato che a sua volta focalizza ulteriormente l'attenzione (Barbieri 2017: 101). Si genera quella sensazione di incombenza incalzante, quella che spinge il lettore a leggere molto più, forse, di quanto avrebbe voluto in una volta sola. Ed ecco che la velocità diventa il primo punto di convergenza tra il manga e la dimensione del web, velocissima per sua stessa natura. Ciò che conta è poter sapere che cosa accade rapidamente e in modo pratico, senza sforzi eccessivi, specie se ci si trova in una dimensione di passaggio tra due situazioni: in viaggio come pendolari prima di

andare al lavoro o a scuola (situazione che nel panorama postbellico diventò uno dei principali momenti di consumo di manga in Giappone), mentre si aspetta alla fermata dell'autobus o durante una pausa caffè. L'aver sempre a portata di mano uno smartphone o un tablet, ormai parte integrante di quasi ogni aspetto delle nostre vite, rende questo passaggio semplice e quasi immediato. La velocità, nel manga, non implica però una pochezza di abilità artistica nell'opera o una mancanza di profondità nel contenuto: l'ammirazione dei particolari dei disegni sarà più opportuna a un'eventuale seconda lettura, che l'appassionato effettuerà a suo piacimento nell'edizione cartacea in formato *tankobon* al fine di apprezzare pienamente il talento artistico dell'autore e le sottigliezze che gli sono sfuggite ad una prima occhiata (Bouissou 2008: 117).

In secondo luogo non bisogna trascurare l'enorme influenza che l'alfabeto ideogrammatico giapponese ha sulla percezione della narrazione fondata su vignette disegnate. Gli ideogrammi, ovvero i *kanji*, derivano da originari pittogrammi, o disegni stilizzati. Non esiste perciò alcun rapporto tra la loro forma e la loro pronuncia. Proprio come per qualsiasi altro simbolo del quale siamo subito in grado di riconoscere il significato per convenzione, così i giapponesi possono accedere direttamente al significato dei *kanji* senza la necessità di una mediazione di lettere la cui composizione formi delle parole. Questo indipendentemente da quanti segni o strati di significato lo compongano e quindi dalla sua complessità. Il lettore giapponese comprende quindi una tavola o una coppia di queste in un unico colpo d'occhio complessivo. Il neofita, al contrario, rischia di scivolare nell'abitudine ormai consolidata dalla forma occidentale, di procedere nella lettura da una vignetta all'altra, tentando di stabilire connessioni dirette fra queste ultime in un ordine cronologico, basandosi sui dialoghi e sulla posizione assunta dai personaggi nello spazio circostante.

Questa possibilità insita nella struttura stessa del manga di poter essere compreso su due livelli diversi (contenutistico e legato ai semplici fatti con una lettura superficiale, e più approfondito con una lettura che presta attenzione ai dettagli che arricchiscono l'opera, ma non ne stravolgono la comprensione iniziale) lo rende ancora più adatto ad un device di natura digitale nel momento in cui quest'ultimo a nostra disposizione è più piccolo della sua controparte cartacea. Si perde così la necessità di dover ingrandire una vignetta per poterne cogliere tutti particolari e appare anche evidente come il sistema *guided view*, che tanto aveva fatto la felicità dei lettori di fumetti su *Comixology*, qui sarebbe del tutto controproducente, offrendo un'eccessiva focalizzazione sulla singola vignetta, minando la cinematografia delle tavole e il loro messaggio "sentito" nei gesti e nei giochi d'incastro tra le immagini, che trova suo pieno compimento solo nell'interezza della sua visione.

In sintesi possiamo affermare che nel fumetto occidentale la vignetta racchiude ogni disegno per renderlo un momento distinto in una concatenazione cronologica: la vignetta è al servizio del tempo. Nel manga la vignetta è al servizio del senso (Bouissou 2008: 118-120).

2.2 Una formula vincente

Viste le precedenti considerazioni, possiamo quindi facilmente comprendere come la transizione del manga verso lidi più "immateriali" sia stata un processo compiuto senza eccessivi spargimenti di sangue. La prova è da ricercarsi nei mezzi stessi messi a disposizione per la lettura in digitale. Navigando un po', tra siti

web, forum e blog è possibile risalire ad una più che discreta quantità di siti e servizi che permettono di leggere, comprandoli o gratuitamente, manga in lingua originale, offerti sia dalle stesse case editrici giapponesi, sia da servizi aggregatori di contenuti provenienti dalla più diverse realtà editoriali. Si passa dalla versione giapponese di Amazon, al sito EbookJapan (ottimo anche per romanzi e libri in generale) fino alla numerosissima offerta di app per smartphone che offrono offerte e piano di abbonamento più o meno personalizzati, o alternativi sistemi di raccolta punti per ottenere sconti, pass a nuove serie e talvolta regali.

Il manga non nasce e si sviluppa per una forma digitale, ma l'immaterialità dell'e-book e delle applicazioni per smartphone vengono plasmate a sua immagine per meglio accogliere le tavole e il lettore. Nel saper sfruttare le potenzialità del web, le case editrici giapponesi non dimenticano il mercato estero, un modo per espandere la propria area di influenza e colmando così quelle lacune che caratterizzano al contrario il nostro mercato. L'applicazione per smartphone offerta e gestita dalla casa editrice Shueisha, Manga+ ne è un buon esempio. Disponibile principalmente in lingua inglese, sia in versione web che come applicazione, Manga+ mette a disposizione tutti i manga pubblicati dalla casa editrice, si tratti di serie concluse, in corso o one shot. Gancio e riconoscibilità immediata sono garantiti dalla presenza nel logo di Luffy, protagonista di *One Piece*, tra i manga più longevi e popolari in circolazione e tra i principali cavalli di battaglia dell'editore nipponico.

Entrando nel sito dal proprio smartphone, la pagina si apre mostrando nella parte alta dello schermo una serie di advertising a scorrimento orizzontale che pubblicizzano nuove serie disponibili, eventi speciali, ricorrenze e offerte. Subito sotto, parte un elenco con gli ultimi aggiornamenti sulle serie in corso con i nuovi capitoli pubblicati. Ai lati estremi dello schermo in alto a destra e a sinistra trovano posto rispettivamente la barra di ricerca e un menù a tendina che indirizza a varie sezioni della piattaforma, come la lista completa di manga disponibili, gli aggiornamenti, le classifiche dei preferiti, la lingua, i creators e lo spazio dedicato ad illustrare l'obiettivo che la piattaforma si pone (il chi siamo, per intenderci). Quest'ultima si presenta con una grafica più accattivante e pop, ricca di immagini raffiguranti i personaggi di punta dell'editore che compaiono in animazione sullo schermo, in contrasto con quella più semplice e discreta di tutte le altre pagine a sfondo nero con dettagli rossi e gialli per i testi e gli elementi grafici, un mix poco invasivo per gli occhi e che mette in risalto le copertine dei manga. Quella della scelta del colore è infatti uno dei principi fondamentali su cui si basa la leggibilità di una pagina web. Molto interessante è anche lo spazio dedicato ai creators che conduce ad una sezione interamente dedicata a coloro che vogliono pubblicare la propria serie e diffonderla online sul modello ben consolidato dei coreani *webtoon*, di cui parleremo tra poco. Addentrandosi più nel dettaglio nel processo di lettura, cliccando sulla copertina della serie scelta, si viene indirizzati su una pagina che illustra la trama del manga, le lingue disponibili, la data e l'ora del prossimo aggiornamento se si tratta di una serie in corso e l'elenco dei capitoli. Di questi ultimi viene offerta la possibilità di leggere i primi e gli ultimi tre capitoli dell'intera serie, mentre per quelli intermedi si viene rimandati all'applicazione per smartphone per poterli leggere gratuitamente previo download e iscrizione. I manga presenti sulla piattaforma sono copie digitalizzate delle versioni cartacee, perciò a livello di adattamento della tavola al media digitale non ci sono differenze per quanto riguarda composizione, struttura e gestione di tutti gli elementi classici

che costruiscono la storia e la sua messa in scena. Al momento della lettura, il passaggio da una pagina all'altra avviene mediante scroll verticale, movimento molto familiare e automatico, che si integra bene con un'idea di lettura veloce e inserita in un movimento noto, dove la tavola di adatta perfettamente in dimensioni a quello dello schermo del nostro smartphone o tablet.

Ne deduciamo una consapevolezza di fondo sul fatto che i mercati esteri riescono a rendere le opere disponibili al loro pubblico solo in tempi molto più tardi rispetto all'uscita originale. Una consapevolezza che se ben sfruttata, porta i lettori a migrare verso soluzioni che consentano loro di non aspettare mesi per essere in pari con le loro storie preferite. Il motto *"Anywhere in the world, in multiple language at the same time as Japan"* che spicca nella sezione "about us" parla chiaro. Nel progettare sito e applicazione possiamo dire che la strategia testuale di far vincere facilmente l'utente è stata ampiamente rispettata: l'oggetto d'uso in questione è un'interfaccia che in termini di usabilità potremmo definire come intuitiva, accurata nella sua semplicità, essenziale e facilissima da usare, e con un'idea all'avanguardia a sostenerla: che leggere un fumetto da smartphone non è una pratica da temere, bensì da abbracciare e valorizzare come alternativa pratica e moderna alla tradizionale lettura in cartaceo. A dimostrarlo non è esclusivamente la compiacenza dei lettori tramite commenti e giudizi positivi, ma numeri di mercato facilmente misurabili.

Se osserviamo i dati più recenti sulle vendite di manga e riviste in Giappone, che continuano ad aumentare di anno in anno, notiamo un cambiamento significativo nella preferenza del formato, con una tendenza sempre più marcata per i formati elettronici, capace di compensare il calo della tiratura della carta stampata.

Comic Market Sales in Japan

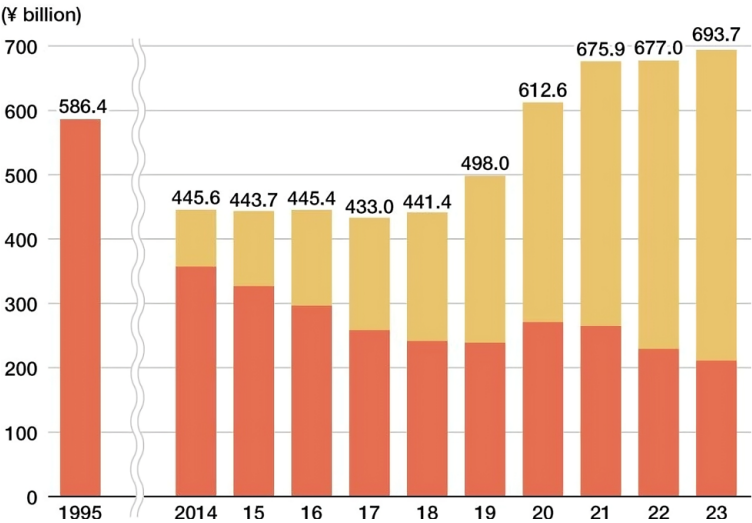


Fig. 1. Grafico realizzato dal sito nippon.com basato sui dati del Research Institute for Publications, riportante lo stato delle vendite di fumetti in Giappone in formato digitale e cartaceo, 2023.

Secondo l'All Japan Magazine and Book Publishers' and Editors' Association e il Research Institute for Publications nel 2023 le vendite totali stimate di fumetti e riviste cartacei ed elettronici in Giappone sono aumentate anno su anno del 2,5% a ¥693,7 miliardi, raggiungendo un terzo record annuale consecutivo. Per tipo di media, le vendite di fumetti elettronici letti su smartphone e altri dispositivi mobili sono aumentate anno su anno del 7,8% a 483 miliardi di yen, mentre i fumetti cartacei in formato tankōbon digest sono diminuiti dell'8,2% a 161 miliardi di yen. Anche le riviste di fumetti sono diminuite del 7,4% a 49,7 miliardi di yen. Osservando le tendenze recenti, le vendite di fumetti cartacei sono cresciute in modo significativo nel 2020 e nel 2021, ma hanno iniziato a calare nel 2022 e l'anno successivo erano scese al di sotto del livello pre-pandemia del 2019. Al contrario, il mercato degli e-comic è quasi raddoppiato rispetto al livello del 2019. Ciò che comprendiamo da questi dati è che il Giappone dimostra di non temere il digitale, anzi. Lo abbraccia, lo fa suo adattandolo alle esigenze del mercato e dei lettori, traendone vantaggio e rimanendo al passo con i tempi attraverso un'impostazione editoriale moderna e variegata.

3. I ricchi neonati del fumetto digitale

I *webtoon* sono fumetti pubblicati su piattaforme online o mobili; il termine è stato coniato in Corea all'inizio degli anni 2000 come un'amalgama di "web" e "cartone animato" (Yeices, Shim, 2021). A differenza dei siti di fumetti digitali, che offrono contenuti precedentemente pubblicati, i siti *webtoon* come Daum Webtoon e Naver Webtoon, così come KakaoPage e Lezhin, offrono contenuti serializzati dinamici che sono per lo più di proprietà dei creatori. In generale, ogni episodio viene caricato su base settimanale e il feedback dei lettori è istantaneo (tranne che sulle piattaforme che disabilitano la funzione di feedback degli utenti), consentendo agli artisti di arricchire e migliorare con sempre nuovi dettagli le trame e l'estetica del fumetto nel tempo. Il mezzo di visualizzazione, lo scorrimento verso il basso di una striscia verticale, consente ai lettori di ammirare un singolo episodio in un paio di minuti.

Per contestualizzare l'ascesa dei *webtoon*, iniziata ufficialmente nel 2003, dobbiamo innanzitutto specificare che la loro nascita è strettamente legata a diversi fattori di carattere culturale, storico ed economico, con forti implicazioni di natura crossmediale e transmediale.

Fondamentale per l'esplosione di questa nuova causa di forza maggiore digitale, fu senza dubbio l'impatto dei manga giapponesi sull'industria del fumetto coreana, in un momento in cui quasi tutti i prodotti della cultura popolare giapponese erano ufficialmente vietati in Corea. Dalla liberazione del paese dall'occupazione giapponese nel 1945, il governo coreano aveva mantenuto un severo divieto su riviste, libri, fumetti, programmi televisivi e film popolari giapponesi, una situazione che durò fino al 1998, quando la politica fu revocata. Nonostante il divieto, sia l'industria che le parti interessate del governo lottarono duramente per controllare il flusso di comunicazioni giapponesi in Corea, dovendo contrastare la circolazione illecita dei manga, nonché la propensione dell'industria coreana a piratare i manga giapponesi a scopo di lucro. Di conseguenza, i creatori di contenuti economici diventarono di fatto intermediari culturali non autorizzati, localizzando fumetti giapponesi per il mercato coreano, che a sua volta mantenne viva la cultura del fumetto in termini di lettori e pratiche artistiche. E mentre in seno al paese si sviluppavano stili e

una specifica concezione del mezzo, oltre che del suo funzionamento, la cultura coreana incominciava a fluire al di fuori del paese (Yeices, Shim, 2021). Dalla fine degli anni '90, la cultura popolare e i prodotti mediatici della Corea del Sud sono emigrati al di fuori del paese verso territori vicini; questo fenomeno, noto come *Hallyu*, o *Korean Wave*, è in atto quasi senza sosta ancora oggi e con un'intensità sempre maggiore. L'interesse mondiale per la cultura coreana è stato guidato principalmente dalla diffusione del *K-pop*, dei *K-drama* e dei film, con successi chiave tra cui i gruppi *K-pop* BTS e Blackpink, il film vincitore dell'Oscar *Parasite* (2019) e la serie televisiva *Squid Game* (2021). Immerso in questo processo come parte dei prodotti esportati, i *webtoon* vennero lanciati dall'industria coreana del fumetto inizialmente in Francia, Giappone e Sudest asiatico, i maggiori centri esteri lettori di comics. Inizialmente il *webtoon* non fu bene accolto. Il pubblico era abituato a leggere le storie da un libro o da un magazine e il passaggio ad un fumetto totalmente digitale risultò quantomai estraneo. Con il tempo le cose iniziarono a cambiare: una sempre più massiccia diffusione e popolarità, portarono il *webtoon* ad incrementare i suoi numeri, diventando un'industria milionaria. I primi segnali di grande successo arrivarono dalla Francia nel 2009, quando venne creata una nuova compagnia chiamata Delitoon. Sulla falsariga dei *webtoon* coreani, Delitoon inizialmente si limitò a creare fumetti digitali semplicemente digitalizzando quelli già esistenti. Con il passare del tempo iniziò a realizzare *webtoon* veri e propri, coinvolgendo artisti locali e dando vita intorno al 2015 al "French *webtoon*" (Jang, Song, 2017: 14). Questo fatto in particolare deve farci capire un punto molto importante. La *Korean Wave* è stata riconosciuta ufficialmente come una forma di soft power e come un'importante risorsa economica per la Corea del Sud, generando entrate sia attraverso le esportazioni di prodotti che il turismo. Jang e Song hanno identificato partendo da qui, il fenomeno così chiamato "*glocalization*", ovvero una capacità da parte di un prodotto di provenienza esterna rispetto al proprio paese, di adattarsi ad un contesto locale come prodotto comune e familiare. Si viene a creare così una sorta di ibrido composto da una cultura di carattere globale e le caratteristiche della cultura locale "di atterraggio".

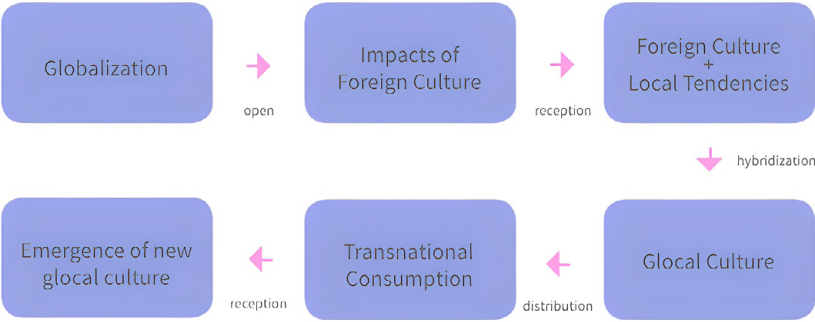


Fig. 2. Schema che mostra lo sviluppo di una glocal culture (Jang; Song, 2017, pg. 5).

Come accennato prima in merito alla potenza transmediale e crossmediale del mezzo, i *webtoon* conobbero la loro prima vera spinta a livello economico e mondiale con l'uscita dei fumetti dedicati al celebre gruppo *K-Pop* BTS, entrando a far parte del "BTS Universe" nel 2019. Da allora i profitti generati anno raggiunto livelli record e sono in continuo aumento. Per fare un esempio nel 2020 il mercato del fumetto statunitense valeva 1,3 miliardi di dollari, contro i 950 milioni del mercato del *webtoon* coreano, l'uno con un secolo di storia alle spalle, l'altro con poco più di due decenni di vita.

4. Nel vivo della struttura: il segreto del successo del *webtoon*

Entriamo ora maggiormente nel vivo di un'analisi semiotica dei fumetti coreani, della loro struttura ed espedienti narrativi, così come del loro ritmo tensivo e rapporto con il mezzo digitale. Su questo fronte verrà molto in aiuto il lavoro di Daniele Barbieri sulla semiotica del fumetto, che consiglio di consultare per maggiori approfondimenti.

Partiamo innanzitutto col dire che la *Korean Wave* non ha raggiunto il mercato mondiale solo in termini di mero acquisto di un prodotto, ma anche a livello di spinta creativa di nuovi contenuti. Il modello *webtoon* non è più a esclusivo uso di artisti coreani, ma appartiene a tutti. È sufficiente elaborare una storia, disegnarla, pubblicarla su una delle piattaforme disponibili e portare avanti la serializzazione. Non più approvazioni e colloqui da parte di case editrici, ma la strada dell'autopubblicazione e dell'autopromozione si spalancano davanti a nuovi autori emergenti, che si confrontano prima che con editori e logiche di mercato del settore, con un pubblico giudicante, che commenta e suggerisce, che decreta il successo di un'opera in base al numero di visualizzazioni sulle piattaforme. Una strada che va di pari passo con la volatilità del web e con una mole contenutistica a dir poco cospicua, dove sono le logiche dei meccanismi dei social network a prevalere come contorno per il successo di un'opera. Ne è un chiaro esempio *Lore Olympus* di Rachel Smythe, opera vincitrice di un Eisner e di un Harvey Award come miglior opera digitale nel 2021 e nel 2022, serializzata sulla piattaforma *Webtoon* ("filiale" occidentale di Naver Webtoon) dal 2018.

Altro elemento che emerge prepotentemente è la presenza del colore, in netto contrasto con le pubblicazioni manga tutte rigorosamente in bianco e nero. Non essendo pensato per una pubblicazione su carta, il *webtoon* è totalmente avulso dalle logiche che ruotano attorno ai costi per stampa del colore, un aspetto che gli permette di esprimersi liberamente con ogni mezzo e tecnica artistica digitale a disposizione. Ma il vero fulcro attorno al quale ruota tutta la struttura della narrazione seriale in formato *webtoon* è la lettura mediante scroll verticale.

La tavola è lo schermo e lo schermo è la tavola. L'area di lavoro è ora una "tela infinita", *infinite canva* come l'ha definita originariamente Scott McCloud, identificando questa caratteristica come la vera innovazione del formato digitale (Busi Rizzi 2021). Tra le numerose sperimentazioni adottate nel campo del fumetto digitale, i prodotti che utilizzano il formato della tela infinita sono la seconda tipologia più diffusa, dopo quella più immediata del fumetto cartaceo digitalizzato. Non si tratta più di una tras migrazione da un media cartaceo ad uno digitale, bensì di una creazione pensata e creata per smartphone. Le logiche di creatività che sostengono questo tipo di narrazione sono ben diverse da quelle di un tradizionale fumetto cartaceo, specie se occidentale.

Gli effetti tensivi, le aspettative, sono coadiuvati dallo spazio bianco tra una vignetta e l'altra, dal limite del bordo dello schermo e dall'azione di scroll, che assume in connotati del voltare pagina. Siamo in una dimensione dove elementi che prima potevamo separare con convinzione ora sono mescolati, quasi sovrapposti tra loro. Lo spazio bianco è uno di questi elementi (Barbieri 2017).

Quando parliamo di spazio bianco intendiamo quella frazione tra le vignette che evoca il movimento, il passaggio da un momento all'altro. È quella frazione di durata variabile che scandisce micro attimi di tempo o periodi più lunghi a seconda dell'immagine della vignetta successiva, quella frazione di tempo variabile tra due momenti/istanti congelati nelle vignette (Barbieri 2017). Solitamente si tratta di uno spazio bianco tra le cornici delle varie vignette; a volte può essere nero, specialmente quando un cambio di colorazione vuole mettere maggiormente in evidenza un elemento narrativo (la tensione di una storia drammatica o dalle tinte noir o horror ad esempio); nel fumetto occidentale attraverso una maggiore libertà di organizzazione spaziale della griglia (con conseguente sovrapposizione delle vignette o, addirittura, la loro eliminazione) lo spazio bianco, che per inclusione e comodità può essere riferito come blank space dall'inglese (uno spazio vuoto di transizione) ha subito un ridimensionamento.

Nel manga lo spazio bianco nella sua forma più classica, gioca ancora un ruolo di primo piano nella costruzione della tavola, inclusa la sua variante nera, riservata solitamente alla dimensione narrativa del flashback. Nel *webtoon* questo blank space, questo spazio vuoto ha assunto connotati differenti e capaci di sovrapporsi tra loro. In alcuni casi lo possiamo identificare con il movimento di scorrimento delle immagini ad opera del pollice sul telefono, in altri con una disposizione delle vignette che di spazio bianco ne lasciano moltissimo ma sempre in collaborazione con lo scorrimento verticale, assumendo i connotati di un cambio di pagina sfogliando un volume. Eppure non è soltanto spazio apparentemente inerte, ma anche lui stesso vignetta, perché accoglie in molti casi i balloon di testo riferiti alle vignette disegnate, lasciate vuote di scritte e segni grafici verbali. Le vignette sembrano quasi galleggiare in questa dimensione apparentemente eterea, sospese e in successione una sull'altra come finestre in un edificio, a volte come piccoli pioli di una scala, disposti in rapida successione. Spesso la sequenza che appare ai nostri occhi è composta da una vignetta, un successivo spazio bianco contenente testo scritto, un'altra vignetta, spazio vuoto e così via. L'effetto che si produce è quello di una lettura molto veloce, dove la rapidità di scroll da un segno grafico a quello scritto permettono di creare quel legame tra vignetta e testo che contestualizza e completa la storia.

Nel fumetto il rapporto fra i testi dei balloon e le immagini è calibrato in maniera arbitraria da parte dell'autore del testo. La scelta di come far interagire questi due aspetti nello sviluppo dell'opera sta unicamente a lui. Un bravo autore sa che da un sapiente gioco di interazioni possono nascere risvolti narrativi, ulteriori livelli di lettura e di immersione, legami atti a rafforzare o smorzare determinati aspetti del fumetto piuttosto che altri (Barbieri 2017). Nel manga, visto il senso di lettura inverso la "sorpresa" si troverà specchiata. Nel *webtoon* la sorpresa si troverà in basso e il limite, l'attimo di respiro prima della rivelazione, dovrà essere calcolato in base al fatto che il lettore non avrà una visione a volo d'uccello della tavola, ma si troverà subito davanti ad una nuova vignetta, e poi un'altra e un'altra ancora. Questo sguardo dal cielo sulla tavola, potenzialmente, nel *webtoon* scompare, sostituito da un succedersi delle vignette non più con un distacco da una pagina

all'altra e quindi una sorta di raggruppamento che scandisce il respiro di lettura, bensì un proseguo costante che cambia la percezione del passaggio da una vignetta all'altra, da una pagina all'altra.

Un prodotto di questo tipo, che vive di una logica rapida e di consumo lampo difficilmente presenta una grafica e una storia complessa, tematiche pesanti e intricate, o una sperimentazione di natura digitale particolarmente evoluta. Siamo lontani da un livello di interattività con il testo che implichi scelte attive da parte dell'utente nel corso della lettura, un uso (massiccio o meno), di animazioni o effetti dinamici delle vignette oppure la presenza di ipertesti. Il *webtoon* si ferma a quella che Marie-Laure Ryan chiama "interattività periferica", nel suo scritto "*The interactive onion: layers of user participation in digital narrative texts*". Si tratta del primo di quattro livelli di interattività che possono essere presenti in un testo: il secondo livello riguarda il discorso narrativo e la presentazione della storia attraverso ipertesti; il terzo livello sono le variazioni create in una storia già parzialmente definita (come accade in molti videogiochi); infine il quarto livello viene chiamato meta-interattività e prevede la creazione della sceneggiatura in tempo reale. In questo specifico caso, il primo livello si traduce nell'atto di cliccare su una freccia per andare alla schermata successiva, o, in questo caso, scorrere sullo schermo. Come afferma James O'Sullivan, "ogni arte è consapevole del proprio medium, e tutti i media presentano diversi livelli di interazione [...] ciò che conta sono il grado e il tipo di interazione" (Busi Rizzi 2021: 5). Tornando al livello di una tecnica grafica e di una storia maggiormente intricata le eccezioni ovviamente non mancano: il già citato *Lore Olympus* ad esempio, dove l'autrice affronta i temi del consenso nei rapporti sessuali, più in generale nelle relazioni e numerose sfaccettature delicate dell'amore, in una cornice fantastica di divinità dell'Olimpo in chiave moderna. Solitamente la semplicità grafica del prodotto riflette la semplicità contenutistica: linee e tratti netti, colori piatti e privi di eccessive sfumature, un tratteggio quasi assente, limitato ad adempiere alla sua funzione di suggerire il movimento. Personaggi spesso tratteggiati in maniera stereotipata tramite elementi grafici immediatamente riconoscibili, che permettono di collocare il soggetto in un preciso spazio e ruolo sin da subito. Gli sfondi e le ambientazioni sono quasi del tutto assenti, tratteggiati a malapena giusto per far sì che i personaggi non galleggino nel vuoto delle loro stesse vignette. Anche in questo caso sotto l'aspetto grafico esistono delle eccezioni: *Hellbound*, *Solo Levelling*, *God of Highschool*, *Sweet Home* per citarne alcuni tra i più *mainstream* del momento, soprattutto tra il pubblico più giovane. Si percepisce comunque un forte ricorso a tecniche grafiche capaci di semplificare e velocizzare la realizzazione finale del capitolo, con modelli creati a computer e ripetuti in serie, ambientazioni semplici, ma che fanno uno sforzo maggiore per fornire qualche spunto in più alla narrazione, così come storie incentrate maggiormente sull'azione che non sui dialoghi. All'autore, così come al lettore di *webtoon*, più di tutto interessa il fatto, meno la forma o la sua descrizione. E come si suol dire un'immagine vale più di mille parole.

Il fumetto è prevalentemente un lavoro di immagini. Chiunque, appassionato o neofita che sia, potrà confermarlo. Ma scendendo nelle profondità di un'analisi maggiormente livellata, è possibile accorgersi di come queste immagini non siano davvero a sé stanti come potrebbe a volte apparire.

Osservando bene, anche ad una prima occhiata superficiale è già possibile intuire, seppur in maniera incompleta, la facilità con cui in generale il racconto veicolato

da immagini si adatti a certi tipi di storie o rappresentazioni. Più in generale non appare difficile comprendere che la narrazione tramite figure, siano esse ferme o in movimento, possa glissare su alcuni aspetti procedurali nella stesura di una storia. Una descrizione che richiederebbe pagine e un tempo considerevole in termini di lettura, può essere compressa in un paio di disegni, o negli sfondi delle successive vignette, lasciando spazio all'azione vera e propria. Si potrebbe anche, erroneamente magari, affermare che la descrizione in sé sia meno importante rispetto all'azione, che passi in secondo piano. Ma quello sfondo, quell'immagine, quella vignetta senza parole ci introducono uno scenario bene preciso, fatto di significati accurati e significativi per il racconto. Così non fosse non sarebbe davvero necessario aggiungerli perché lo sfondo potrebbe anche non esistere. Nel fumetto ogni scelta di spazio, prospettiva, oggettistica presente è attentamente calcolato, calibrato e valutato. Certi tipi di narrazione (supereroi, horror più spinto o splatter...) si adattano meglio ad una descrizione tramite immagini che non al romanzo. In quest'ottica l'eliminazione di eccessivi elementi grafici acquista un suo perché se pensiamo allo scopo e al mezzo di veicolazione del fumetto (Barbieri 2017).

Quando definiamo il fumetto un racconto per immagini, o utilizziamo l'espressione per indicare la storia di un film, stiamo operando una semplificazione. Fumetto e cinema infatti non raccontano esclusivamente per immagini: nel cinema converge anche tutta la dimensione del sonoro (opzione presente anche nel fumetto grazie al digitale), mentre nel testo a fumetti buona parte della componente visiva è data dalla scrittura verbale, che può essere a sua volta più o meno graficamente connotata (di più nell'espressione dei rumori ambientali, di meno nelle didascalie). Il raccontare per immagini ha un vantaggio rispetto al raccontare per sole parole. Oramai possiamo dire che il fumetto ha le potenzialità per diventare più complesso di un semplice racconto per immagini: con l'aggiunta di elementi musicali si arricchisce infatti l'equazione del modo narrativo, che potrebbe, potenzialmente, arrivare a soppiantare gli elementi onomatopeici espressi graficamente nel testo.

5. Conclusioni

Il manga e il *webtoon* abbracciano il web e il digitale con approcci diversi, ma ugualmente convinti. Da un lato abbiamo una forma narrativa nata e sviluppata in maniera tradizionale con una lunga storia alle spalle, che per sua costruzione, potenzialità e per rimanere al passo coi tempi usa le nuove tecnologie per sopperire alle esigenze del mercato e dei lettori, senza snaturare se stessa o cambiando radicalmente la propria struttura. Dall'altro lato il *webtoon* è una forma di fumetto molto più recente, frutto di investimenti mirati e di una visione molto aperta verso la condivisione e la diffusione della propria cultura verso l'esterno. Nasce con precise regole dettate da ragioni di device mescolate alle nuove tipologie di fumetto che il pubblico vuole leggere. Si tratta di un approccio al digitale che appare molto più proattivo e meno spaventato rispetto alla reazione dell'occidente, che ha bisogno di sradicarsi dalle vecchie abitudini ormai consolidate e sperimentare con uno sguardo rivolto a chi i risultati è davvero riuscito ad ottenerli. Nella corsa verso fette di mercato e forme del fumetto sempre nuove e mutevoli, il treno verso una formula vincente potrebbe essersi appena fermato alla nostra stazione o essere già ripartito. I binari sono ugualmente stati posati. Resta solo da decidere se seguirli oppure no.

Bibliografia

-
- Barbieri, Daniele
2017 *Semiotica del fumetto*, Roma, Carrocci.
1991 *I linguaggi del fumetto*, Milano, Bompiani.
- Busi Rizzi, Giorgio
2021 "Fare cose con i fumetti: i post-comics digitali e la promessa dell'interattività", Pixel: letteratura e media digitali, "Lettere persiane", 129-150, Universiteit Gent.
- Jang, Wonho, Song, Jung Eun
2017 *Webtoon as a new Korean wave in the process of glocalization*, Ateneo de Manila University.
- Bouissou, Jean-Marie
2008 *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Arles, Éditions Philippe Picquier trad. it. *Il manga. Storia e universi del fumetto giapponese*, Latina, Tunué 2021.
- Pellitteri, Marco
2021 *I manga. Introduzione al fumetto giapponese*, Roma, Carrocci.
- Dal Yong, Jin
2022 *Understanding Korean Webtoon Culture. Transmedia Storytelling, Digital Platforms, and Genres*, Leiden, Brill.
- Brienza, Casey
2015 *Global Manga. "Japanese" Comics without Japan?*, UK, Ashgate Publishing Limited.
2016 *Manga in America: Transnational Book Publishing and the Domestication of Japanese Comics*, London, Bloomsbury Academic.
- Suzuki (CJ), Shige, Stewart Ronald
2023 *Manga. A Critical Guide*, London, Bloomsbury Academic.
- Brian Yecies, Ae-Gyung Shim
2021 *South Korea's Webtooniverse and the Digital Comic Revolution*, London, Rowman & Littlefield.
- Cosenza, Giovanna
2014 *Introduzione alla semiotica dei nuovi media*, Roma-Bari, Laterza.
-

Sitografia

<https://fumettologica.it/2022/02/everything-is-fine-webtoon/>

https://fumettologica.it/2021/11/webtoon-fumetti-coreani/?_gl=1*1xrvqu8*_ga*MTM5MTM5MTMwMy4xNzM3OTkxMjcx*_ga_EB60QWB86B*MTczODI1MjcxOS4yLjEuMTczODI1MzAxMC40Mi4wLjA.

https://fumettologica.it/2021/10/webtoon-batman-wayne-family-adventures/?_gl=1*cddjgr*_ga*MTM5MTM5MTMwMy4xNzM3OTkxMjcx*_ga_EB60QWB86B*MTczODI1MjcxOS4yLjEuMTczODI1MzE0Ny41Mi4wLjA.

https://fumettologica.it/2021/12/lore-olympus-webtoon-new-york-times-classifica/?_gl=1*bp8yir*_ga*MTM5MTM5MTMwMy4xNzM3OTkxMjcx*_ga_EB60QWB86B*MTczODI1MjcxOS4yLjEuMTczODI1MzU1Mi41NC4wLjA.

<https://artsandculture.google.com/story/EAWB4YvyVDqJJQ>

<https://artsandculture.google.com/project/manga>

<https://fumettologica.it/2017/01/siti-manga-scans-aggregatori-scanlators/>

<https://www.nippon.com/en/japan-data/h01940/>

Biografia dell'autrice

Margherita Ronzoni da appassionata lettrice fin dall'infanzia e attratta dall'arte del disegno e dell'animazione, il mio approccio e successivo interesse per il fumetto e le sue forme in continua evoluzione è stato del tutto naturale. Si tratta di una passione che ho potuto coltivare in parte grazie al mio percorso di studi universitari, iniziato con una laurea triennale in Scienze della Comunicazione e conclusosi con una laurea magistrale in Semiotica, entrambe conseguite all'Alma Mater di Bologna. Nell'ottica di poter ampliare le mie conoscenze nell'ambito, agli studi ho affiancato nel tempo tante letture e attività individuali, tra le quali un contributo come recensore per un piccolo sito web, la frequentazione di fiere del settore per l'editoria e il fumetto, e un anno di esperienza come social media manager per la casa editrice indipendente Future Fiction.

la casa
USHER

I libri di Omar

I libri di Omar

Serie rossa



Lucia Corrain
Una infinita memoria
pp. 150; euro 32,00



Omar Calabrese
L'età neobarocca
pp. 202; euro 25,00



Lucia Corrain
Il velo dell'arte
II edizione; pp. 314; euro 30,00



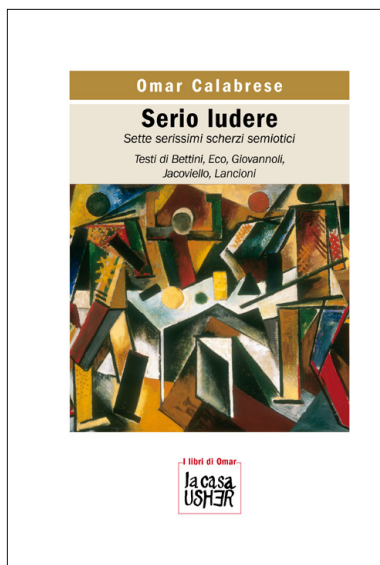
Marvin Carlson
Luoghi per lo spettacolo
pp. 224; euro 28,00

I libri di Omar

Serie rossa



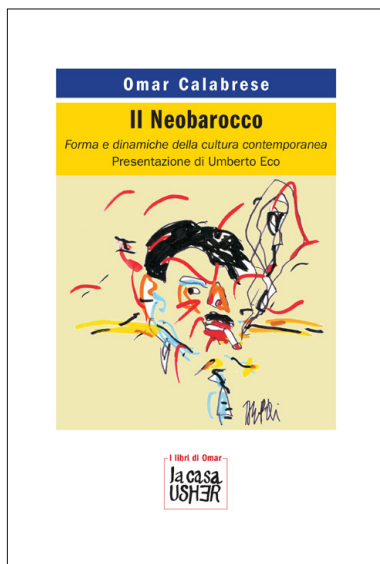
Victor I. Stoichita
L'immagine dell'altro
pp. 240; euro 29,00



Omar Calabrese
Serio Ludere
pp. 272; euro 27,00



Daniele Guastini
Genealogia dell'immagine cristiana
pp. 400; euro 25,00



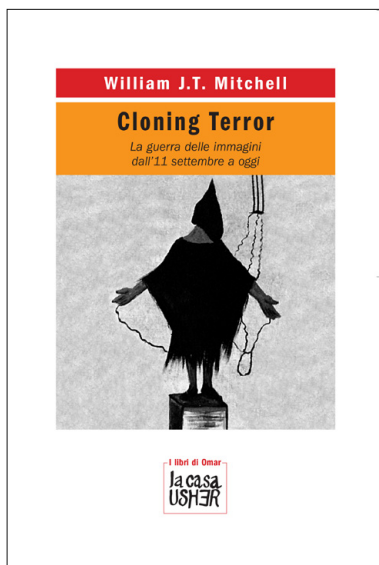
Omar Calabrese
Il Neobarocco
pp. 464; euro 29,00

I libri di Omar

Serie rossa



Tarcisio Lancioni
Il senso e la forma
pp. 336; euro 19,50



William. J.T. Mitchell
Cloning Terror
pp. 248; euro 22,00



Louis Marin
Opacità della pittura
pp. 352; euro 30,00



Omar Calabrese
La macchina della pittura
pp. 352; euro 30,00

I libri di Omar

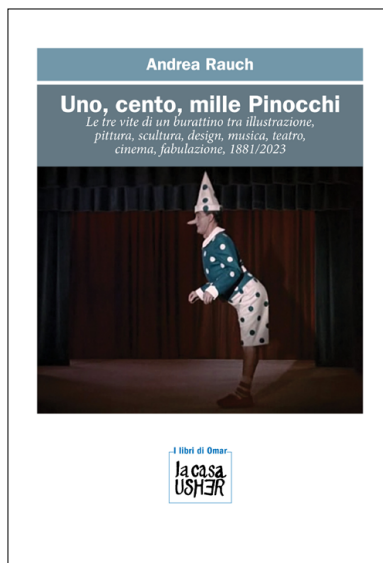
Serie blu



Andrea Rauch
Il racconto della grafica
 III edizione; pp. 416; euro 48,00



Francesca Della Monica
A voce spiegata
 II edizione; pp. 148; euro 30,00



Andrea Rauch
Uno, cento, mille Pinocchi...
 pp. 320; euro 45,00



Andrea Rauch
Libri con figure
 pp. 272; euro 39,00

I libri di Omar

Serie blu



Andrea Rauch
Il racconto dell'illustrazione
pp. 304; euro 38,00



Carlo Titomanlio
Sul palco
pp. 376; euro 25,00



Maurizio Boldrini
Dalla carta alla rete andata e ritorno
pp. 344; euro 22,00



Paola Pallottino
La storia dell'illustrazione italiana
III edizione; pp. 520; euro 40,00

Oggi, del teatro



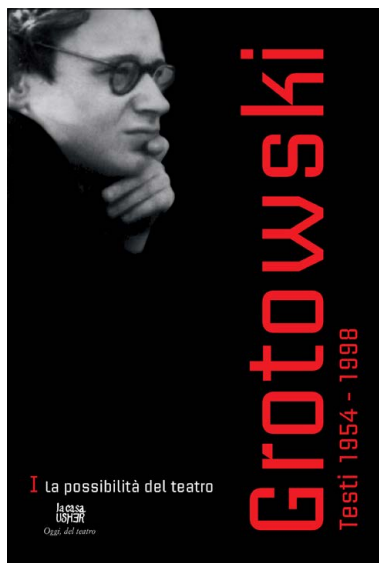
Louis Jouvét
Lezioni su Molière
pp. 282; euro 29,50



Ferdinando Taviani
Uomini di scena uomini di libro
pp. 232; euro 28,00



Giuliano Scabia
Scala e sentiero verso il Paradiso
pp. 280; euro 25,00

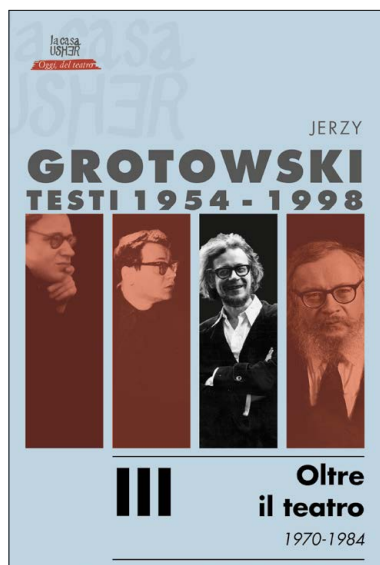


Jerzy Grotowski
Testi 1954-1998 vol.I
pp. 264; euro 20,00

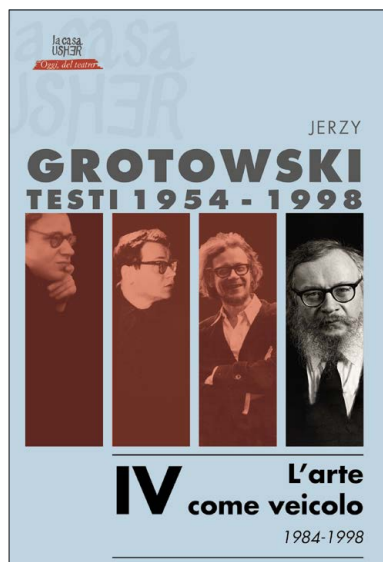
Oggi, del teatro



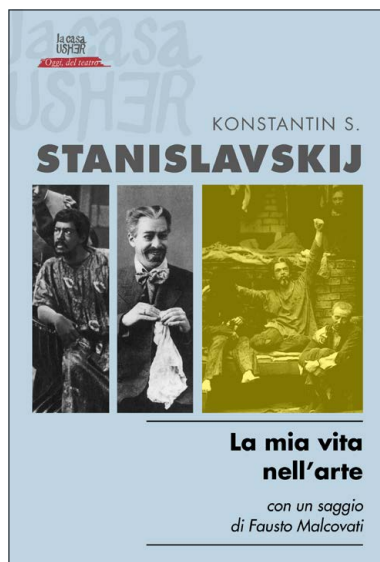
Jerzy Grotowski
Testi 1954-1998 vol. II
II edizione; pp. 280; euro 20,00



Jerzy Grotowski
Testi 1954-1998 vol. III
II edizione; pp. 272; euro 20,00



Jerzy Grotowski
Testi 1954-1998 vol. IV
II edizione; pp. 172; euro 15,00

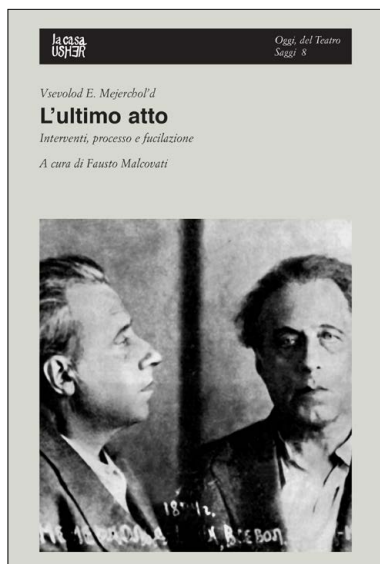


Konstantin S. Stanislavskij
La mia vita nell'arte
II edizione; pp. 450; euro 25,00

Oggi, del teatro



Jacques Copeau
Artigiani di una tradizione vivente
 II edizione; pp. 288; euro 24,00



Vsevolod Mejerchol'd
L'ultimo atto
 pp. 240; euro 22,00



Marco De Marinis
Il teatro dell'altro
 pp. 232; euro 25,00

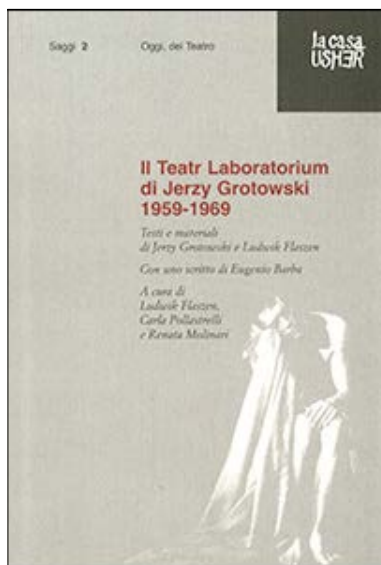


Gianni Manzella
La bellezza amara
 pp. 264; euro 26,00

Oggi, del teatro



Sergio Secchi
Il teatro dei sogni materializzati
pp. 112; euro 16,00



Jerzy Grotowski, Ludwik Flaszen
Il Teatr Laboratorium
pp. 200; euro 20,00



Ferdinando Taviani, Mirella Schino
Il segreto della Commedia dell'Arte
pp. 546; euro 29,00