



Enthymema XXX 2022

Il fumetto *grassroots*: gli antipodi convergenti di Dr. Pira e Sio

Giuliano Cenati

Università Telematica Pegaso

**Abstract** – I processi di trasformazione che hanno interessato il campo fumettistico al crocevia del secolo si allacciano strettamente alla digitalizzazione e all'integrazione del sistema mediale. Accanto all'affermazione del *graphic novel*, che permette al fumetto di convergere verso archi narrativi organici di matrice romanzesca, si delineano tendenze al riscatto dei generi brevi del fumetto classico: la striscia umoristica, la vignetta fulminante, la tavola autoconclusiva. L'accrescimento vertiginoso dei flussi sviluppati dal web favorisce la trasposizione, il ricircolo, la stratificazione di simili schegge fumettistiche, tra comunicazione analogica e comunicazione digitale. Si tratta di proposte che insorgono dal basso, da protagonisti della compartecipazione creativa socialmediale o da rinnovatori della cultura *underground*. L'intreccio fra interazione estetica istituzionale e medialità autogestita, pur vincolato all'oligopolio delle piattaforme, dischiude originali opportunità di differenziazione e arricchimento dell'esperienza fumettistica.

**Parole chiave** – Fumetti; *Grassroots*; Webcomics; Dr. Pira; Sio; Shockdom.

**Abstract** – The transformation processes that have affected the comics field between the 20th and 21st centuries are strictly linked with the digitization and integration of the media system. Alongside the affirmation of the *graphic novel*, which allows the comics to converge towards organic narrative arcs assumed from the literary novel, tendencies to boost the short genres of classic comics are outlined: the humorous strip, the fulminating cartoon, the self-contained comic board. The dizzying increase in the flows developed by the web favours the transposition, recirculation, stratification of such comics splinters, between analogue communication and digital communication. These are proposals that arise from the grassroots, from protagonists of social media creative participation or from renovators of underground culture. The interweaving of institutional aesthetic interaction and self-managed mediacy, while bound to the oligopoly of the platforms, opens up original opportunities for differentiation and enrichment of the comics experience.

**Keywords** – Comics; *Grassroots*; Webcomics; Dr. Pira; Sio; Shockdom.

Cenati, Giuliano. "Il fumetto *grassroots*: gli antipodi convergenti di Dr. Pira e Sio". *En-thymema*, n. XXX, 2022, *La letteratura e la rete. Alleanze, antagonismi, strategie*, a cura di Stefano Ballerio e Marco Tognini, pp. 8-26.

<http://dx.doi.org/10.54103/2037-2426/19530>

<https://riviste.unimi.it/index.php/enthymema>



Creative Commons Attribution 4.0 Unported License

ISSN 2037-2426

# Il fumetto *grassroots*: gli antipodi convergenti di Dr. Pira e Sio

Giuliano Cenati

Università Telematica Pegaso

## 1. L'interazione fumettistica nel ricircolo socialmediale

Alcuni dei maggiori successi fumettistici degli anni recenti muovono da processi di comunicazione *grassroots* che a prima vista sembrano facilitare le operazioni di individuazione e selezione dei talenti più promettenti da parte dei mediatori editoriali istituzionalizzati. Zerocalcare, Sio, Maicol & Mirco, Fumettibrutti, Nicoz Balboa, Daw, Pera Toons, Daniel Cuello sono tra i nomi più risonanti di coloro che hanno maturato una significativa notorietà in veste di autori fumettistici pubblicati da sigle editoriali di sicuro impatto (Bao Publishing, Shockdom, Feltrinelli, Oblomov), dopo aver intrapreso in proprio, grazie ai mezzi socialmediali, i primi tentativi di confronto con l'insieme dei lettori più disponibili e accorti. Questi ultimi sono spesso anche i lettori meno dotati di risorse economiche congrue con la loro curiosità e la loro voglia di sperimentare, così che la virtualità dell'intraprendenza autoriale possa corrispondere in maniera simmetrica alla virtualità dell'accoglienza e dell'attenzione prestate da un pubblico internautico (bisogna assumere in premessa che la spesa per l'acquisto di un telefono cellulare, per quanto onerosa, è comunemente avvertita come spesa necessaria ai fini della minima inclusione sociale, mentre una funzione altrettanto necessaria non è riconosciuta alle spese editoriali di tipo tradizionale). Nel momento in cui la scintilla dell'intesa tra autori e lettori virtuali scatta davvero, ecco intervenire l'editore con la sua funzione di promotore e garante del consolidamento dell'esperienza estetica di base, già saggiata nella dimensione spesso più frammentaria e intermittente dell'universo digitale.

Non mancano beninteso *webcomics* del tutto autosufficienti, estranei ai processi di estrazione e moltiplicazione del valore messi in atto dall'industria editoriale (anzi bisogna pensare che proprio alla prateria dei *webcomics* abbiano attinto oculatamente gli editori che hanno patrocinato i singoli casi di successo autoriale sopra menzionati). Né il passaggio all'edizione analogica apparentemente più mediata e organizzata determina un prosciugamento delle fonti di interazione digitali tra l'autore cresciuto in rete e il suo pubblico virtuale originario: l'approdo alla pubblicazione cartacea può ben giovare della continuità di relazione tra autori e lettori incentivata dal loro rinnovato e protratto scambio *on-line*. La cornice della virtualità sembra valere ad ogni modo da spazio *in vitro* all'interno del quale cimentarsi con sfide creativo-ricettive 'inedite', in vista della trasposizione e rielaborazione di quanto prodotto *on-line* nelle forme strutturate dal vettore librario (la capacità di espandersi al di là delle infrastrutture tecnologico-sociali entro cui si è sviluppata si rivela dote caratteristica dell'intelligenza collettiva intrinseca all'universo socialmediale; Bennato 63).

La riuscita di tali sfide può essere intercettata e replicata su diversa scala, nei formati analogici, dagli editori di vocazione istituzionale, per quanto essi si mantengano solerti nella ricognizione e nella promozione esercitate mediante le risorse dei *new media*. Il riscontro conseguito nel web dagli autori in erba che ambiscono a mettersi in gioco da pari a pari con il pubblico della rete, foss'anche, per cominciare, il pubblico della propria bolla socialmediale, offre una base oggettiva davvero rilevante per gli scout editoriali chiamati a decidere su scelte di pubblicazione, impegni progettuali e investimenti finanziari importanti. In alcuni casi, d'altronde, la

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

bolla socialmediale di riferimento del singolo *webcomics* cresce a misura davvero ragguardevole, inglobando e modulandosi in ulteriori bolle, che lasciano presumere attendibilmente la bontà dell'eventuale scelta di pubblicazione industriale. Il fenomeno spontaneo sortito dalla comunità digitale di base può pervenire così a una visibilità accresciuta e a una realizzazione compositiva più compiuta, all'incrocio tra il virtuale e il reale.

I meccanismi della produzione *grassroots* al tempo dei *new media* mostrano qualche analogia con le modalità di diffusione dal basso proprie della tipografia movimentista e dello spontaneismo fanzinaro che hanno accompagnato ampie frange della cultura giovanile nel secondo Novecento. Rievocano per certi aspetti le stesse dinamiche dell'*underground* e dell'antagonismo artistico – a cui possono essere ascritti alcuni dei padri nobili del fumetto contemporaneo, da Art Spiegelman a Robert Crumb, da George Wolinski ad Andrea Pazienza a Lorenzo Mattotti – che conoscono in prima battuta l'apprezzamento dei ranghi di lettori più smalizati e consonanti con l'*idem sentire* generazionale, e acquistano con il passare dei decenni via via maggiore consenso estetico da parte di un pubblico trasversale e meno vincolato alle radici esistenziali e politiche del movimentismo novecentesco. Frattanto le opere più notevoli espresse da quel movimentismo, primizie destinate da principio a circolazione settoriale e giudizio controverso, vengono riprese e valorizzate da editori dotati di più sicura solvibilità e capillare distribuzione. Bisogna aggiungere una constatazione: negli organigrammi delle case editrici dotate di lustro istituzionale, o protese a guadagnarsi una simile aura, sono transitati in effetti alcuni degli esponenti di quel movimento fumettistico che, nato sotto le insegne della controcultura e dell'anticonformismo scamicciato, nel nuovo secolo può ritrovare in loro fautori di gusto consentaneo.

Certamente la ramificazione, l'assiduità, la reciprocità dell'interazione comunicativa tra autori e lettori ai tempi dei media analogici appaiono meno impetuose e totalizzanti rispetto a quanto avviene nell'epoca della virtualità reticolare. Ma forse il punto più qualificante del confronto tra le due epoche e i due panorami mediali evocati riguarda, insieme con la questione dell'antagonismo estetico e politico, gli esiti dell'autoproduzione esercitata dal basso nel rapporto con i restanti settori e livelli dell'apparato produttivo. Allorché l'intero movimento fumettistico si installa ai margini del sistema culturale, come succede ancora nel tardo Novecento, i processi di valorizzazione editoriale mettono capo perlopiù a circuiti comunicativi di nicchia, per quanto ripuliti dai residui dello spontaneismo giovanilista e piazzaiolo. Nel nuovo secolo, quando il fumetto viene acquisendo una dignità culturale di più solido riguardo, l'orgoglio dell'antagonismo incazzato e il compiacimento dell'alternativa anti- o extra-istituzionale distintivi dell'*underground* e della sperimentazione fumettistica tardonovecentesca appaiono sopiti, a favore di un processo di convergenza sinergica tra produzione *grassroots* e valorizzazione editoriale di marca riconosciuta.

Ciò non toglie che ulteriori e diverse forme di sperimentazione stilistico-compositiva possano avere luogo, come attesta la voga non esteriore del *graphic novel*. È vero, del resto, che le stesse case editrici specializzate in fumetti si sono venute accostando, come le case editrici di impronta letteraria generalista, a principi di organizzazione e modalità gestionali più conformi a un modello tecnico-economico di natura industriale, senza che venisse rinnegata la peculiarità del prodotto fumettistico. Anzi, che le case editrici generaliste abbiano accolto nei propri cataloghi alcune delle manifestazioni più interessanti del fumetto contemporaneo denota una svolta radicale, laddove sino a pochi anni orsono vigeva un regime di apartheid editoriale nettamente classista a distinguere l'intrattenimento popolare o anticonformistico del fumetto dall'esperienza culturale della lettura letteraria, di per sé ritenuta comunque più degna o la sola francamente degna.

La fortuna e la legittimazione culturale del fumetto maturate nell'ultimo ventennio appaiono legate in via crescente alla forma del *graphic novel*, cioè al tentativo di coltivare archi narrativi lunghi e strutturati entro un'opera di concezione unitaria, che trova nella forma libro la propria incarnazione editoriale per eccellenza. Il modello sotteso all'impianto compositivo

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

del *graphic novel*, come suggerisce l'anglicismo adoperato sensatamente quale denominatore di genere, rinvia al romanzo letterario realistico. Sul tronco dell'eredità letteraria si innestano certo la sveltezza e la sfrontatezza di un universo espressivo popolare come quello dei fumetti, per lungo tempo associato a un pubblico di ragazzini e di semianalfabeti. La sfida vinta dal *graphic novel* consiste nel combinare interessi e spazi di rappresentazione narrativa vasti, organici e complessi con una formalizzazione stilistica che si mantiene agile, economica e diretta. Il che significa, anche, agevolare la transizione della forma libro proveniente dall'editoria analogica a base cartacea, di tradizione letteraria, entro un sistema mediale connotato dal predominio della comunicazione digitale reticolare, dalla pluralità e interoperabilità dei dispositivi e delle piattaforme.

Tuttavia, il processo di trasformazione del fumetto che ha corso su uno sfondo mediale di questo tipo, contrassegnato dalla convergenza digitale e dalla proliferazione reticolare, presenta anche tendenze di segno complementare rispetto al *graphic novel*, per tanti aspetti contrastanti con l'aspirazione alla totalità rappresentativa e alla concezione del libro come opera mondo, così fortemente legate alla tradizione romanzesca di carattere letterario. Sono tendenze concordi, per forma e modalità organizzative, con l'esperienza pulviscolare e vertiginosa della lettura e della fruizione di contenuti nell'universo digitale: tendenze che nel fumetto esaltano la brevità saettante della lettura e della scrittura, la puntualità e la ricorsività dell'esperienza di scambio tra autori e pubblico, l'adattamento a tanti ambienti e contesti reticolari affini ma diversi.

Simili tendenze si incarnano insomma nei fumetti brevi e brevissimi, di fisionomia elementare (apparentemente elementare), 'disegnati male' o disegnati troppo bene per essere veri, fumetti veloci, fatti al computer con le costose tavolette elettroniche Wacom o con le penne Bic comprate nei supermercati; fumetti per bambini che leggono anche i grandi, senza troppi sensi di colpa per il rischio di regressione psicoevolutiva, e fumetti che sembrano fatti da bambini ma trovano nei grandi interlocutori interessati. Sono opere protese a riconquistare e riconfigurare i generi della striscia, della vignetta seriale, della tavola autoconclusiva: i generi della brevità fumettistica delle origini, ma riattati ai diversi confini e crocevia dell'orizzonte d'attesa digitale. Compaiono sui siti autoriali, riecheggiano sulle pagine dei social media, sono intercettati e sostenuti dalle case editrici. A partire dalla consistenza minuta ed effimera del singolo episodio compositivo, tavola o striscia o vignetta che sia, per forza di ossessione e di fedeltà al proprio demone fumettistico assumono andamento ciclico espansivo e proporzioni ponderose di collezioni a stampa in più volumi.

Ma il volume o la serie di volumi a stampa non sono il punto di arrivo; sono semmai snodi di un'esperienza estetica interattiva che continua a operare a livelli diversi e interconnessi, negli ambienti virtuali e in quelli reali dei festival, delle fumetterie, delle biblioteche, persino delle edicole. Il campo fumettistico si presenta come un ambito di applicazione privilegiato della più generale 'spalmabilità' dei media, contrapposta ma convivente con la 'appiccicosità' dell'esperienza digitale eterodiretta e sorvegliata (Jenkins 3-9). Tra i frutti più recenti di un simile processo di integrazione e circolazione mediale si contano i fumetti animati e parlati con le vocine degli autori stessi, caricati su YouTube o TikTok: Zerocalcare, Sio, Pera Toons, in particolare, nei propri set domestici di auto-animazione fumettistica coniugano il massimo della confidenza casalinga e cameratesca con il massimo della sofisticazione tecnologica, per portare sullo schermo, al cospetto di milioni di fruitori interattivi, l'amichevole ruvidità di contenuti grezzi e spassosi. Se il libro stampato resta un ganglio fondamentale della rete a cavaliere dello spazio digitale, sono poi i video-fumetti postati via web, animati dalle vocine dell'autore, oppure i *podcast* da auto-fandom, come quelli proposti da Sio sul sito [powerpizza.it](http://powerpizza.it), ad alimentare il senso di un'esperienza immersiva calorosa, capace di sottrarsi alla fredda ombra dell'alienazione suscitata dalla distanza multimediale e dalla virtualità digitale.

## 2. La cura del Dr. Pira

Gli autori più versati nella brevità fumettistica alimentata da Internet, che coincide con i fumetti ‘disegnati male’ o con i fumetti ‘tutti uguali’, sono Dr. Pira, Sio, Daw, Maicol & Mirco, Pera Toons. Tra di loro, Dr. Pira e Sio si distinguono in maniera emblematica per trovarsi l’uno agli antipodi dell’altro quanto a uditorio di riferimento, prassi relazionale, concezione estetica, salvo finire a collaborare sulle pagine della stessa rivista (*Evviva!*, edizioni Shockdom), forti di un’affinità che risiede nella radicale semplificazione stilistica e nell’urgenza di intersecare i rispettivi schieramenti di pubblico, così da rimescolare ulteriormente le carte del gioco. Dr. Pira si presenta come pioniere dei *webcomics*, titolare di un sito web che rimonta ai primordi di Internet, portatore di una sensibilità *underground* che sfrutta i mezzi della rete per emergere dalle strettoie dell’autoproduzione analogica e costruirsi un pubblico di consistenza robusta, anche se non di massa, senza lasciarsi sopraffare dalle logiche delle piattaforme. Sio appare invece a tutta prima come l’alfiere del *mainstream* digitale nel campo del fumetto, artista e uomo proiettato totalmente *on-line*, capace di volgere a proprio tornaconto l’apparato dell’oligopolio socialmediale. I due professano a oltranza la poetica della *naïveté* fumettistica al tempo delle reti, ma ne offrono opposte interpretazioni: costantemente sospesa sull’abisso del ‘ci sei o ci fai?’ quella di Dr. Pira; ridanciana, vitalmente puerile, protesa al *nonsense* incantato quella di Sio.

Dr. Pira (Maurizio Piraccini) è un artista versatile e pieno di risorse: oltre ad essere fumettista, ha svolto attività di scrittore per la TV, regista musicale, grafico e scenografo, collaborando tra l’altro agli spettacoli di Elio e le Storie Tese e Fedez. Per ragioni anagrafiche, nato nel 1977, è tra coloro che si sono resi protagonisti della transizione comunicativa e tecnologica del fumetto dall’orizzonte ristretto della sperimentazione ‘alternativa’ all’orizzonte digitale allargato del web prima maniera e poi del web socialmediale. Le testimonianze circa l’iniziale impatto della sua produzione, al di qua dell’amplificazione digitale, provengono dai circuiti culturali di nicchia: tra i suoi estimatori c’è chi (Federico Bernocchi) afferma di aver comprato un numero ciclostilato dei *Fumetti della Gleba* a fine anni Novanta, in un sottoscala, al concerto di un gruppo heavy metal giapponese, e chi (Vanni Santoni) sostiene di essersi impossessato di un episodio dei *Fumetti della Gleba* e averne subito intuito il potenziale estetico lisergico nel gabinetto di un locale di Firenze, dove la fotocopia del manufatto era esposta anonimamente, appesa con lo scotch, sopra il pulsante dello sciacquone.

Volendo prestar fede ai numeri dichiarati dalle grandi piattaforme proprietarie, Dr. Pira è oggi meno socialmediale rispetto ad altri protagonisti del campo fumettistico contemporaneo, anche se presidia i luoghi virtuali di maggior transito con un seguito tutt’altro che sparuto (su Instagram conta 17,2K *follower*, su Facebook supera i 7K). L’epicentro della sua attività è un sito web personale dall’estetica *rétro*, con uno sfondo fotografico di sottobosco pluviale e con icone funzionali il cui disegno è ripreso dal suo immaginario grafico-visuale striminzito. Si tratta effettivamente di uno dei siti più antichi di Internet dedicati all’autoproduzione e alla divulgazione di *webcomics*, passato attraverso standard informatici e interattivi dall’evoluzione imprevedibile, e tuttavia capace di adempiere ancora oggi, interrelato alle altre pagine web dell’autore, le sue funzioni di autopromozione, galleria espositiva e centrale di spaccio della fantasia dottorpiresca.

Non immemore della poetica punk *do it yourself*, il sito presenta una sezione dedicata alla vendita *on-line* delle creazioni stampate da Dr. Pira, anzitutto libri, albi e fascicoli in edizione limitata, ma anche capi di abbigliamento che si rifanno alle invenzioni fumettistiche del padrone di casa. Le pubblicazioni che possono essere comprate sul sito d’autore sussistono dunque entro circuiti di distribuzione e collezione paralleli ai più ordinari circuiti di smercio a cui rimandano i *link* indirizzati verso le edizioni maggiori, contrassegnate dai marchi industriali più solidi del campo fumettistico. In un mondo come quello digitale, votato per definizione al nuovismo esacerbato, la veste attempata di *fumettidellagleba.org* reca con sé l’impronta degli anni trascorsi, esibisce lo spirito di indipendenza dell’autoproduzione fatta tutta in proprio, evoca

## Il fumetto grassroots

Giuliano Cenati

L'atmosfera artigianale e sperimentale insieme di un laboratorio di ricerca, gestito spensieratamente con mezzi modesti. Una postilla ironica giustifica nei termini seguenti l'inattualità di un luogo virtuale così concepito, a partire da ragioni squisitamente tecniche: «STAI VIVENDO NEL FUTURO / il sito del Fumetti della Gleba è tutto nuovo! // NON funziona bene sui telefoni perchè (*sic!*) comunque questo è il Futuro degli anni 90 e in quegli anni chi se lo immaginava che oggi tutti andavano in giro con quegli aggeggi! // mancano diverse cose ma non preoccuparti, poi le aggiungiamo dai» (Dr. Pira, *I Fumetti della Gleba*). Tra le molteplici valenze di cui lo studio virtuale di Dr. Pira finisce per caricarsi, non manca pertanto quella museale: il modernariato informatico a mezzo tra *wayback machine* e auto-archeologia paradossale.

Il sito web personale di Dr. Pira è un portale d'autore che vale da centro di aggiornamento e diramazione delle sue molteplici attività e collaborazioni. Porta l'impronta analogica della militanza *underground* e la proietta nei meandri dell'universo socialmediale. In particolare esso svolge la funzione di archivio e piattaforma di lettura *on-line* dei *Fumetti della Gleba*, ai quali del resto il sito è intitolato. Pubblicati e resi sempre disponibili nella originaria trasposizione virtuale, *I Fumetti della Gleba* sono catalogati e suddivisi in base al personaggio protagonista o al sottogenere di riferimento: *Poochi*, *Arriva Sergio*, *Comboys*, *Ken il Corriere* e così via, fino al contenitore ben farcito dei *Fumetti a caso*. La trascuratezza di ogni criterio cronologico con cui Dr. Pira provvede ad arricchire il proprio *repository* è contraddetta dall'ulteriore elaborazione, in forma di cospicuo volume, a cui l'autore nel 2016 ha sottoposto la sua produzione irregolarmente periodica. Qui l'intento storicizzante si attua attraverso un autocommento d'autore fatto di alcuni paragrafi di presentazione delle varie fasi editoriali e creative attraversate e di un apparato di note critico-testuali lungo una decina di pagine.

Sorti nelle forme cartacee effimere e dispersive dell'autoproduzione *underground*, *I Fumetti della Gleba* conoscono grazie all'archiviazione digitale la possibilità della riscoperta, del riuso e dell'irreggimentazione ricettiva prospettica che ne testimonia la cogente disciplina, fino a rinascere sulla carta come *opus magnum* sistematico. Il librone imponente che ne sortisce coadiuva la loro ulteriore trasformazione editoriale, tesa a monumentalizzare ciò che per sua natura intrinseca pare agli antipodi di ogni consacrazione libraria. Dal punto di vista industriale, si tratta di una nuova impresa di autoproduzione, condotta presso le edizioni d'arte Nero e risultante in un massiccio tomo rilegato di 849 pagine, con costa telata, tirato in 2.100 copie, che abbraccia l'intera produzione fumettistica di Dr. Pira apparsa nel ventennio precedente: *L'Almanacco de I Fumetti della Gleba*.

L'esito di riconoscimento auratico che il libro porta con sé è costruito anche grazie al corredo di testimonianze, interpretazioni, analisi critiche e addirittura relazioni psichiatriche che si fregiano di firme autorevoli della cultura italiana, a cominciare da quella di Achille Bonito Oliva. L'obiettivo di nobilitare quei fumettacci che appaiono così platealmente 'tirati via', che si sottraggono per partito preso e per necessità a ogni ambizione consacrate, a ogni intenzionalità predicativa e referenziale, è dispiegato stavolta con irriverenza. Non siamo troppo lontani dai *ready made* di Duchamp e compagni, solo che in questo caso l'incorniciamento codificante volto ad attribuire una funzione artistica all'*objet trouvé* è fornito dalla forma lussuosa del libro d'arte, e l'*objet trouvé* è da identificare con le tavole e i fascicoli a fumetti di Dr. Pira (e dei suoi temporanei compagni di strada).

Allo stesso tempo in cui persegue il rafforzamento della propria immagine d'autore, Dr. Pira rimarca nelle note critico-testuali dell'*Almanacco* la paternità autentica di alcune tavole e di alcuni racconti grafici che sono stati attirati nella costellazione dei *Fumetti della Gleba* e sono potuti passare nella memoria collettiva come fumetti suoi, mentre in realtà non lo erano. Ecco che l'artista dà a Cesare quel che è di Cesare, ma insieme riconferma l'appartenenza del lavoro di mano altrui al medesimo progetto editoriale e fumettistico di cui detiene la somma responsabilità. La soggettività artistica è messa in crisi sul piano della realizzazione tecnico-formale, ma al contempo è ribadita sul piano della concettualità creativa e della ricezione vulgata. I co-

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

autori possono essere amici che hanno imboccato strade professionali assai diverse (Guido '108' Bisagni, Mauro Andorno, Dem, Davide Picasso, Daria Trovato, Nicolas De Paoli), conoscenti che si sono persi per strada, oppure i piccoli disegnatori agguerriti della scuola primaria, dove Dr. Pira ha tenuto laboratori didattici di fumetto. Quando gli dici che i suoi fumetti potrebbero essere disegnati da un bambino, Dr. Pira ti prende in parola e raccoglie nel suo *Almanacco* proprio gli elaborati che i suoi allievi di scuola primaria hanno realizzato in dialogo con lui: «Con un po' di direzione artistica, un bambino può scrivere delle storie anche migliori delle mie» (Dr. Pira, *L'Almanacco* 759).

La pubblicazione dell'*Almanacco* procede da una sorta di sottoscrizione preventiva, secondo modalità proprie dell'editoria proto-moderna, anche se Dr. Pira rivendica l'adesione al metodo di autoproduzione 'Prima o mai' già sperimentato in anni recenti da Ratigher. Non sembra specioso che una consuetudine di finanziamento e distribuzione così familiare al sistema editoriale sette-ottocentesco possa trovare nuove testimonianze e adepti in tempi duemilleschi di rivoluzione digitale, e proprio per assicurare diffusione nel formato libro a un progetto fumettistico che ha acquisito con il decollo del web la propria conformazione più caratteristica. Simili cortocircuiti editoriali sono ricorrenti nell'interferenza tra campi mediali di fatto intrecciati ma geneticamente e tecnologicamente distinti.

Trasversale al sito web e al libro, peraltro, è quella dimensione di giornalismo periodico a cui Dr. Pira rinvia mediante un fitto apparato paratestuale di indole divulgativa, tra il serio e il sensazionale, che viene ripreso dalla conformazione assunta dai *Fumetti della Gleba* al loro primo apparire in quanto fascicoli cartacei fotocopiati e spillati. Quella veste giornalistica, propensa al travisamento pseudo-divulgativo, nell'*Almanacco* diventa oggetto di raccolta insieme con le storie fumettate. In effetti i fascicoli dei *Fumetti della Gleba*, come il sito web che ne viene alimentato, recano la denominazione «Periodico di Attualità e Cultura»: del tutto inverosimile, perché smentita dagli attriti che si danno subito tra le immagini di copertina, fotomontaggi grezzi raggelati, e gli strilli mistificanti che vi sono sovrimpresi con la pretesa inattendibile di anticipare i contenuti della pubblicazione. A confermare l'inattendibilità irridente di un simile impianto pubblicistico, sono poi gli ulteriori attriti che si producono tra i titoli stessi, nonché tra i titoli e le rispettive rubriche tematiche: «In questo numero: / *Società*: / Poliziotti robotizzati: / sono veramente efficienti? / *Medicina*: / Chirurgia facile su animali / da provare in casa propria / *Psicologia*: / Sconfiggi la depressione grazie all'eroina / *Natura*: / La Mesopotamia / e i suoi curiosi abitanti» (Dr. Pira, *L'Almanacco* 311).

L'incarnazione editoriale cartacea, sotto forma di edizione pregiata, presentata come definitiva e irripetibile, conferisce ulteriore smalto e rinnovata qualifica artistica a un oggetto fumettistico non identificabile come le sgangheratissime storie disegnate di Dr. Pira. Ciò avviene, beninteso, mentre i pupazzetti dottorpireschi allargano il proprio insediamento nel web mediante elaborazioni collaterali di tipo esclusivamente digitale. Del 2021 è, per esempio, il videoclip musicale animato *Gabonzo Robot*, frutto della collaborazione tra l'autore, il gruppo musicale Nanowar of Steel e l'etichetta discografica Napalm Records. Ancora al 2021 risale l'attestazione di stima dell'autore (su Facebook) rivolta al misterioso fan che avrebbe trasposto alcune icastiche vignette dei *Fumetti della Gleba* in un vero e proprio set di *sticker*, disponibile sulla piattaforma Telegram. Una tale miscela tra fumettismo ed *emoticon* offre agli utenti, nelle ordinarie conversazioni via Telegram, la possibilità di costruire tra loro uno scambio intessuto di vignette-*emoticon* 'della Gleba': il dialogo digitale verrebbe a disegnarsi come una sorta di *webtoons* interpretati dai lettori sulla falsariga della narrazione a fumetti di Dr. Pira.

Nella voga dei fumetti 'disegnati male', Dr. Pira è uno degli apripista e si conferma a distanza di anni uno dei maestri ineguagliati: la prima impressione suscitata dalle sue raffigurazioni e dalle sue storie è davvero respingente. Né si può imputare l'origine della brutale sbazzatura dei suoi lavori ai vincoli della rete e della fluidità fruitiva digitale, alle tempistiche istantanee di condivisione dei pacchetti di dati binari, perché si tratta di una proposta creativa che



## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

nasce e cresce sulla carta, prima di acclimatarsi e sedimentarsi nell'habitat virtuale. Bisogna osservare che la rapidità di concezione e stesura degli anti-fumetti di Dr. Pira, già propria delle pagine fotocopiate e ciclostilate, si adatta perfettamente all'ecosistema digitale.

La sveltezza senza fronzoli originaria della forma fumetto si dispone, con il contributo di Dr. Pira, a transitare sulla rete adattandosi pienamente ai suoi ritmi di lettura e di produzione accelerati, franti e sincopati. Quelli di Dr. Pira sono racconti disegnati di una tavola o poco più, di tre o quattro strisce (talvolta di cinque o sei), che contano in tutto una dozzina o una quindicina di vignette. Fanno eccezione le miniserie disarticolate in una decina o in una ventina di tavole, come *L'Orso Yoghi e Bubu* o *Berutti. 2014: odissea nella provincia* o *Dinosaurus. Una emozionante saga preistorica*. Ma anche in questo caso l'autonomia grafico-semanticamente della singola tavola scandisce la narrazione, in virtù di nessi logico-fattuali affatto laschi e quasi esornativi nei riguardi delle tavole adiacenti.

Nella produzione più caratteristica, in ciascuna tavola, che poi vuol dire in ciascuna storia, il titolo presenta una evidenza generalmente ben distinta, sostenuta da un decorativismo effettistico dozzinale. Di sicura evidenza, seppure enfatizzato in maniera meno spettacolare, appare anche il finale, non di rado segnalato dalla didascalia *Fine* e, subito prima, da una sorta di epimittio o epifonema, dotato di qualche elaborazione calligrafica, che suggerisce la morale e offre congedo dalla favola: per esempio «W lo sport», «Ah, che tramonto allegorico», «Il bene ha vinto», «Ok ciao» (Dr. Pira, *L'Almanacco* 555, 343, 454, 112). Il contrasto tra un perimetro compositivo così saldamente tracciato e le sequenze di vignette stipate nel mezzo, tra titolo e fondo pagina, denota il senso di un disordine ben temperato, contenuto diligentemente entro una cornice paratestuale che si rispecchia nelle cornici analoghe delle tavole vicine e che detta il ritmo della serie, anche quando di serie in senso stringente non si tratta.

Peraltro il senso della serie, sul piano narrativo, cede non appena si sottoponga a verifica la rispondenza tra le promesse del titolo e lo svolgimento del racconto: perché tale rispondenza è disattesa e accantonata con *nonchalance*, ovvero perché il racconto in sé è di regola scorciato e sconclusionato, ovvero perché la continuità del racconto, come avviene per esempio in *Iodosan pattuglia spaziale*, si appiglia pretestuosamente al nesso didascalico «Continua...». Nel titolo della storia compare spesso e volentieri il nome del protagonista accompagnato, a mo' di sottotitolo, da una specificazione inerente all'episodio avventuroso che sta per essere raccontato: la cerniera sintattica è costituita dalla preposizione *in*, che cala l'eroe, denominatore generale della serie, in una situazione presentata come inedita, circoscritta e individuata, da cui attendersi emozionanti novità.

I problemi che sorgono nel rapporto tra titolo seriale e svolgimento sono perlomeno due: la storia non propone alcunché di eroico, anzi propone quanto di più dozzinale o balordo o ultraviolento si possa immaginare; in ogni caso si tratta di qualcosa che suona remoto dall'aura onomastica del protagonista, e il cenno di novità avventurosa contenuto nella specifica determinazione del sottotitolo viene frustrato senza alcun intento esteriore di provocazione o di distorsione metafumettistica della macchina compositiva. Il banale e l'estremo, l'ovvio e l'estraneo appaiono ugualmente appiattiti e omologati nel percorso verso l'indifferenza anaffettiva che sembra coltivato da Dr. Pira, sotto la parvenza di un dispositivo di racconto volto alla gratificazione del «super relax». L'artificiosità e l'infondatezza di ogni lieto fine che viene appiccicato alle sue storie rimandano all'intercambiabilità del risultato: che si tratti di salvare il mondo o di mandarlo in mille pezzi, l'essenziale sembra il poter contare sugli effetti proiettivi e derealizzanti della narrazione. Nella costruzione del significato verbosivo, i processi di riferimento alla realtà extrafumettistica e l'assunzione delle consuetudini proprie del codice formalmente adottato, cioè appunto il fumetto, si presentano così sfalsati, da accrescere via via l'impressione di trovarsi di fronte a un fumetto che funziona come un'opera artistica concettuale.

Il fumetto grassroots  
Giuliano Cenati



Fig. 1– Dr. Pira. “Papa Francesco è ecologico.” *I Fumetti della Gleba*, <https://www.fumetti-dellagleba.org/fumetti/fumetto/214/papa-francesco-e-ecologico/3/>. © Dr. Pira

A dispetto dell'obbrobrio di indole infantilistica che si ritrova nelle vignette, l'ordine e la demarcazione della gabbia grafica e della stessa tavola suggeriscono una metodicità ferrea e un'osservanza imperturbata della propria poetica. Nonostante la manualità volante e approssimativa sia sempre ben percepibile, anche nella profilatura della gabbia grafica, altrettanto percepibile si dimostra, soprattutto alla lunga distanza, la fedeltà a una concezione del fumetto che opera su una manciata di criteri compositivi indefettibili e che si ripete maniacalmente, allo stesso tempo in cui dà adito a una ricerca di variazione e sperimentazione sempre allucinatamente sorgiva.

I personaggi sono ridotti a segni sommari secondo la stilizzazione lineare delle *stick figure* oppure secondo la stilizzazione bambinesca di sagome tuberacee dotate di escrescenze atte a evocarne l'attitudine antropomorfa e gli accessori di costume. Il tratto è comunque leggero e continuo, per quanto sbandante. Il bianco e nero è di rigore (mentre colorazioni psichedeliche sono riservate alle più importanti trasposizioni video *on-line* o ad alcuni volumi a stampa recenti). Gli scenari sono spogli; gli sfondi sono occasionalmente realizzati mediante retini o *texture* di tratteggi e picchiettature. Oggetti e ambienti, quando sono accennati, obbediscono a una candida sommarietà di disegno del tutto solidale con la caratterizzazione poverissima degli attori. Tanto che talora occorrono didascalie verbali, opportunamente predisposte dall'autore, per identificare forme e funzioni di alcuni utensili (per esempio pistole) atti a catalizzare lo svolgimento dell'azione. Nessuna proporzione, nessuna prospettiva: si ritrovano semmai modalità di dislocazione ortogonale dei corpi entro gli spazi, tali da conferire una connotazione pittografica alla vignetta. La relazione ortogonale tra elementi compositivi arriva a estendersi occasionalmente anche a livello della striscia, nel determinare l'orientamento del campo visivo

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

di una vignetta rispetto a quello dell'altra. Ne viene esaltato il simbolismo bidimensionale in base a cui sono ordinati i fattori della tavola.

Il perno compositivo su cui ruota la narrazione a fumetti di Dr. Pira, insieme con il disegno 'selvaggio', è la facoltà onomastica che identifica i suoi omini filiformi e i suoi pupazzetti bamboleggianti, perché tutti portano nomi che entrano in collisione frontale con l'orizzonte di senso, o meglio di non-senso, intessuto dalla rappresentazione e ne accrescono in misura originale l'assurdità. Sono i nomi di personaggi pubblici del tempo presente o del recente passato, della politica, dello sport, dello spettacolo: Diego Armando Maradona, Folco Quilici, Bettino Craxi, Steve Jobs, Piero Angela, Carlo Azeglio Ciampi, Matteo Renzi, Nichi Lauda, Leonardo di Caprio, Denzel Washington. Sono nomi di eroi e personaggi della *fiction* audiovisiva o fumettistica, spesso distorti nella loro conformazione ortografica ma riconoscibili e intercambiabili nella funzione di produrre scarti gratuiti dalle aspettative a essi più saldamente associate nel senso comune, come per esito di una memoria dilavata e plastica, incline a rigurgitare frammenti deformi del bombardamento spettacolare a cui è stata sottoposta: Superman, Batma e Robi, Winnie the Pooh, Mister T, John Travolta, Clint Easwood, Topo Gigio, Silvestro e Tytty, Tarzan, Jonny Internet, Indiana Joe.

Sono i nomi di marchi e merci, applicati a oggetti e situazioni che poco o nulla hanno a che fare con i generi di consumo evocati, anzi provvedono a smontare il riflesso pavloviano della colonizzazione pubblicitaria da essi per solito innescato nelle mente del pubblico: Cadillac, Kinder, Scavolini, Crodino, Iodosan. Sono, ancora, nomi italiani di protagonisti atipici, involontari, provinciali, vagamente fantozziani e nondimeno sospinti nell'agone dell'avventura: Franchino, Guglielmo, Marguati, Vigorelli, Berutti, Ernesto «il fattorino nichilista», Gerlotti «il marinaio menefreghista». Sono nomi ibridati di personaggi che stanno tra l'esotismo morfologico-lessicale, l'adesione ostentata a una formula di genere e la dislocazione prosaica di segno ribassante: Gabonzo Robot, Orsetto Capalbio, Orsetto Gulelfi, Cow-boy Spilimbergo, Mr. Barzulletta, Dr. Frutta, Excalibur «il nano venuto dal futuro», Gatto Mondadori.

I referenti del discorso pubblico e dell'immaginario collettivo sollecitati da tutti questi nomi balenano per un momento nella fantasia dei lettori, per essere tuttavia irrimediabilmente confutati o manomessi dal concreto andamento del racconto e dal trattamento compositivo che a essi riserva Dr. Pira. Il contorno di significati che si accompagna a ognuno di quei nomi viene sottratto al pensiero sedimentato, al brusio multimediale, alle categorie stereotipe secondo cui è organizzato il nostro ecosistema mentale, per essere mandato alla malora. I *frame* narrativi all'interno di cui l'apparato onomastico del senso comune smarrisce le sue determinazioni più scontate presentano un profilo insistito di genere. Avventuroso, poliziesco, fantascientifico, supereroistico, gotico, documentario, cronachistico, minimalista, orrifico, favolistico, sit-comico, sportivo, musicale, storico-politico: sono innumerevoli e variegati gli spettri di genere che vengono evocati e incrociati con una congerie di nomi affatto incongruente, o parzialmente compatibile con essi, a volte, nei modi del *pastiche* caricaturale.

Ad ogni modo, le stesse qualifiche di genere conferite a fumetti di una tavola o due, nelle strettoie dello svolgimento narrativo, finiscono per essere scombinare e piegate alle funzioni compositive più banali e schematiche. L'acrobazia che riesce a Dr. Pira, con la sua macchina tritatutto per fare fumetti, è insomma quella di guadagnare alle storielle 'della Gleba' un senso di freschezza inaudito, per forza di dozzinalità e di convenzione: alludere a un mondo di idoli mediali e di procedimenti compositivi svuotandoli di significato, additarne in realtà la vuotezza e l'inautenticità originaria, senza ambire a sopperirvi con la costruzione di significati alternativi. Anzi dedicarsi assiduamente a giocare con i simulacri per attingere al massimo risultato di ristoro della fantasia, in conformità a protocolli di basilare igiene mentale.

L'apparente facilità di esecuzione del fumetto dottorpiresco, se pure può rispondere perlopiù a procedimenti compositivi standardizzati, non è estranea ai tentativi della sperimentazione condotta insistendo su peculiari condizioni personali o circostanze di svolgimento del lavoro

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

autoriale. Nascono così i fumetti ‘automatici’ scritti e disegnati esponendosi al flusso delle trasmissioni televisive, i fumetti disegnati con la mano sinistra perché la mano destra era ingessata con tutto l’avambraccio, dove parole figure riquadri vignettistici appaiono affastellarsi a scapito della leggibilità ma con vantaggio di un’espressività ancora più rozza e primordiale, i fumetti realizzati al mare, *en plein air*, assecondando i dettami delle forze naturali e la scansione del tempo diurno.

Di nuovo, l’atteggiamento di Dr. Pira si mostra felicemente duplice e ambiguo, capace di scuotere convinzioni diffuse circa funzioni e ruoli attivati nell’esperienza fumettistica: la postura autoriale dello sperimentatore ribadisce i *cliché* di origine avanguardistica novecentesca – il culto della forma, la mitizzazione del gesto creativo individuale, la ponderazione del progetto artistico, la razionalizzazione dello scavo nei giacimenti del subconscio – mentre la cura estetica complessiva impressa alla composizione propende per la trasandatezza e il brutalismo. Risplende qui la capacità di mantenersi in equilibrio sul filo teso tra comunicazione di massa e sabotaggio folleggiante delle *idées reçues*.

### 3. Sio, saltimbanco della rete

Si direbbe stupefacente, in prima battuta, che un interprete della facilità creativa oltranzistica, quale Dr. Pira, sia coinvolto con un ruolo di primissimo piano in una delle recenti operazioni artistico-editoriali condotta da colui che rappresenta il promotore per eccellenza della popolarità a fumetti più candida, gioviale e ridanciana, vale a dire Sio (Simone Albrigi). L’iniziativa che li trova alleati, insieme con Daw (Davide Berardi), è la pubblicazione di *Emvival*, il terzo trimestrale promosso da Sio, dopo *Scottecs Magazine* e *Shonen Ciao*: testimonianza singolarissima di come un successo nato e sostenuto dal web, secondo le logiche di comunicazione che si presume disintermediata e genuina tra autore e pubblico, possa fruttare risultati di forte impatto addirittura nelle forme della stampa periodica, nella rete distributiva delle edicole, presso un pubblico fatto in buona parte di bambini e preadolescenti, cioè un pubblico che si dice nato con il telefono cellulare in mano e si sospetta poco propenso a misurarsi con i supporti della produzione editoriale cartacea.

Se certamente i profili autoriali di Dr. Pira e Sio manifestano una spiccata individualità, e una parte consistente dei fumetti del primo risulta di difficile appetibilità per un pubblico di giovanissimi, è anche vero che le poetiche dei due convergono sia nella estrema semplificazione formale dell’atto fumettistico sia nel coltivare le opportunità del web come risorse indispensabili alla conformazione e maturazione del proprio progetto creativo. Analoghe considerazioni valgono per Daw, che figura come terzo nell’assortimento di talenti radunato da Sio per l’ampliamento della sua impresa di conquista delle edicole, delle preferenze dei lettori in erba, e di ritorno del fumetto nel mondo della polpa di cellulosa.

Sio possiede una impressionante capacità di fuoco sul web, probabilmente pari se non superiore, nel panorama fumettistico nazionale d’oggi, a quella di Zerocalcare. Può contare su YouTube, per il proprio canale “Scottecs”, 2,31 milioni di iscritti, su Facebook oltre 677K, su TikTok 707K, su Instagram 510K, su Twitter più di 64K, su Telegram 5,37K. Ammesso e non concesso che i numeri forniti dalle piattaforme oligopolistiche siano davvero attendibili (le tendenze delle quotazioni borsistiche, se non altro, sembrano concedere fiducia a simili quantificazioni), si tratta di un pubblico reale dalle misure colossali, per quanto la sua consistenza possa risultare ondivaga e soggetta ai rapidi dinamismi di aggregazione e disaggregazione delle reti digitali.

Soprattutto nel caso di Sio, ad ogni modo, il successo dell’impresa fumettistica *on-line* non si potrebbe capire e apprezzare adeguatamente se non riconoscendo la cooperazione e il sostegno produttivo che la casa editrice Shockdom di Lucio Staiano gli ha garantito. Come per Zerocalcare appare fondamentale la sinergia creativa instauratasi con l’editore milanese Bao

## Il fumetto grassroots

Giuliano Cenati

Publishing (Fiamma), che segna il passaggio dal *do it yourself* e dalla militanza editoriale alla raggiunta autorialità, così per Sio risulta imprescindibile la cornice di lavoro editoriale fornita dalla Casa bresciana. Le misure dell'affermazione personale raggiunte da Sio gli permettono di collaborare con diversi editori, negli anni più recenti particolarmente con la Feltrinelli Comics diretta da Tito Faraci (*Storiemigranti*, 2019, in collaborazione con Nicola Bernardi; *La bambina che voleva diventare un sasso*, 2021). Tuttavia i passi decisivi che Sio ha compiuto per raggiungere le vette della popolarità sono da riportare all'interlocuzione assidua maturata con Shockdom, vale a dire con uno dei gruppi editoriali che si sono distinti più precocemente nella ricerca e nella produzione fumettistica in ambito digitale.

Shockdom discende per filiazione diretta dalla web agency Hyperion di Lucio Staiano e Maximilian Bianchi; implementa i primi fumetti per il web mediante il software Shockwave Flash, da cui ricava la propria denominazione (*Shockwave+Kingdom*); nella sua preistoria, che risale alla fine del secolo scorso, si ritrova addirittura un progetto per la diffusione dei fumetti su CD-rom. A tutt'oggi nel sito web di Shockdom sono ospitate le pagine storiche di *webcomics.it*, un portale concepito con lo scopo di radunare i blog o le pagine personali di svariati fumettisti, aspiranti alla professione o felicemente inoltrati all'interno di essa, che hanno provato e provano a costruirsi nella plasticità dello spazio virtuale un orizzonte d'attesa e un vero e proprio pubblico. È ragionevole attribuire a un ambiente socialmediale siffatto il ruolo di un incubatore nel quale innescare il fuoco di una relazione durevole tra autori e lettori, e costruire le fondamenta di una proposta editoriale conseguente, che possa reggersi anche nella transizione verso supporti cartacei e modalità di racconto diversamente articolate rispetto a quelle di una corrispondenza periodica *on-line*.

Un ambiente virtuale affine, nato pure con l'incentivo di Shockdom, è *www.nuvolelettriche.it*, dove le pubblicazioni digitali 'indipendenti' degli autori sono state condotte sino al 2015 e le loro proposte si ritrovano catalogate per generi: 114 iniziative ascritte all'ambito del comico, 33 al surreale, 15 alla satira, 17 al fantasy, 15 all'azione, 11 alla fantascienza, 19 alla vita quotidiana. La presenza registrata di Sio e le tracce dei lavori da lui sviluppati entro tale famiglia mediale di 'social comics' certificano *a posteriori* l'efficacia dell'assunto di partenza: facilitare le condizioni per l'incontro tra autori e lettori, dare libero campo ai progetti fumettistici spontanei, offrire un luogo di condivisione delle rispettive aspirazioni e passioni, sorvegliare statisticamente i percorsi di scambio e le affinità che si mostrano più promettenti. È scontato che non tutti i proponenti, tra gli autori, possano accedere a importanti riscontri di successo, o che quanti abbiano raggiunto la notorietà possano poi incorrere in qualche ripiegamento della fortuna.

Tra i frutti più consistenti di *webcomics.it* vi è *èriadan*: nome d'autore di Paolo Aldighieri, nome del suo personaggio autobiografico e nome del progetto fumettistico che egli ha gestito fra il 2003 e il 2016 sotto forma di *webstrip* dal carattere diaristico-umoristico. Sviluppata dapprima sul blog dell'autore, la striscia viene poi editata da Shockdom in 11 albi tipografici. Assurge quindi al ruolo di 'comics house organ' della piattaforma di servizi e informazione *virgilio.it*, dove l'opera in quanto tale consegue un'eco di notorietà ulteriore allo stesso tempo in cui si configura come iconica narrazione di *brand marketing*. Non è dissimile, pur nella differenza di proporzioni tra fama dell'autore e fama del prodotto, l'operazione svolta da Sio in tempi più recenti (febbraio 2021), quando si presta ad allestire fumetti sui biscotti-gelato Cucciolone.

Non è oziosa la domanda se sia il Cucciolone a fungere da veicolo per i fumetti di Sio ovvero se siano questi ultimi a incentivare il consumo del Cucciolone: «Non avrei mai sognato di dire: non vedo l'ora che possiate mangiare i miei fumetti» (Sio, *Twitter* 22 febbraio 2021). Sio non è il primo a prestare i suoi pennarelli (elettronici) all'azienda del fortunato biscotto-gelato: prima di lui hanno creato i loro bravi fumetti biscottati autori illustri come Cavazzano e Silver. Dal punto di vista autoriale, le esigenze promozionali dell'autoproduzione sono travasate *tout court* nell'opportunità di rivestire la divisa di sponsor pubblicitario: semplicemente, da lavoro

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

per conto proprio, svolto in aree di comunicazione sociale alquanto settoriali, la propaganda a fumetti diventa servizio commerciale offerto ai clienti aziendali che possono permettersela. La convergenza tra le soluzioni compositive d'avanguardia (le vignette da mangiare) e le trovate della comunicazione commerciale può sfociare in formazioni di compromesso che contemplano la possibilità di rivolgersi efficacemente a un pubblico diverso e più nutrito di quello per il quale solitamente si lavora. Le ricadute dei fumetti-gelato sui fumetti-fumetti possono non essere spregevoli, se i fumetti-gelato permettono di intercettare nuovi lettori potenziali dei fumetti-fumetti.

Quanto ai fumetti-fumetti pubblicati presso Shockdom, *Scottex Magazine* (2015-) offre contenuti realizzati quasi esclusivamente da Sio; *Shonen Ciao* (2020-), lanciato con il coordinamento artistico di Sio (che ne ha mantenuto la curatela fino ad alcuni mesi orsono), presenta racconti autoconclusivi di autori italiani; *Evviva!* (2021-) prospera sulla collaborazione di Sio con Dr. Pira e Daw. Tutte e tre le riviste hanno uscite a cadenza trimestrale e si succedono mensilmente negli espositori delle edicole. Dopo che il glorioso formato della rivista, al quale si devono molte delle innovazioni più generose del fumetto novecentesco, è venuto declinando sul finire del secolo, ecco il meritorio tentativo di offrire ai giovani lettori italiani nati negli anni della rivoluzione digitale oggetti di lettura strabilianti come riviste su carta (Ginevra). Forse dai tempi di *W.I.T.C.H.* il pubblico italiano di età scolare non incontrava un'offerta nazionale altrettanto adeguata ai suoi interessi e competenze di lettura, là dove beninteso sono subentrate e tengono banco in misura estesissima le proposte d'importazione di area *manga*.

Lo strillo del n. 3 di *Evviva!* (febbraio 2022) sottolinea l'anticipo della pubblicazione cartacea rispetto alla pubblicazione *on-line*: «STRISCE DI SIO, DAW, DOTTOR PIRA! INEDITE! IN ANTICIPO RISPETTO ALLA PUBBLICAZIONE ONLINE! Diverse rispetto a quelle del numero precedente! Ancora più belle!». È invertito l'ordine oggi prevalente del flusso di trasposizione mediale: la prima apparizione dei contenuti si dà sulla rivista, la loro ripresa successiva sui *social media*. Se la trasposizione procede solitamente dal medium più spontaneo al meno spontaneo, Sio e Shockdom intendono restituire la palma della spontaneità alla forma rivista. La prospettiva di produzione multiplatforma e multiformato lascia desumere, in effetti, una pianificazione integrata delle pubblicazioni, soprattutto per quanto concerne il passaggio tra piattaforma digitale e 'piattaforma' cartacea. La priorità della pubblicazione su rivista, nondimeno, attesta un impegno a rivitalizzare la circolazione del fumetto in edicola, su carta, nel formato rivista.

All'editore-curatore di *Evviva!* conviene evidenziare, non sarà solo una *boutade*, che le strisce sono diverse rispetto a quelle del numero precedente (nessuna garanzia esplicita circa la diversità del prodotto nel confronto con i numeri ancora anteriori o successivi). Non si tratta semplicemente di autoironia riferita all'alto tasso di stilizzazione e alla conseguente omogeneità interna del mondo fumettistico di Sio & co. Può servire certo un ammicco volto a tematizzare il 'disegnar male' o meglio il disegnar semplice o semplicissimo come un marchio di fabbrica della rivista. Pure, il riuso dei materiali da un supporto all'altro, da un genere editoriale all'altro, si presta a forme di sfruttamento intensivo e, si capisce, può ingenerare qualche somiglianza indesiderata, più o meno accidentale, tra campioni della stessa linea produttiva, soprattutto quando i materiali semilavorati siano strisce fumettistiche disegnate con cadenza quotidiana serrata, pronte a essere installate in sequenze seriali plurime, in diversi generi editoriali, e prontamente postate nell'etere internautico.

A ben vedere, l'autoironia di Sio rimanda a uno dei meccanismi basilari del codice estetico proprio del fumetto, ossia al necessario ritorno dell'uguale da una vignetta all'altra, da una striscia all'altra, affinché si possano stabilire legami di identità e cambiamento, di ripetizione e differenza, tra le unità compositive basilari della narrativa disegnata. Perché la gratificazione del lettore poggia non solo, ovviamente, sulla possibilità di cogliere novità, progressi, svolte, stacchi, lungo la pista del racconto, ma poggia anche sulla certezza di ritrovare quanto ha

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

imparato a riconoscere come una gamma di elementi stilistico-compositivi essenziali e caratteristici dell'opera, dell'autore, della serie o del genere di riferimento.

Puntare sulla radicale stilizzazione della resa grafica, come avviene tipicamente presso gli autori capaci di 'disegnare male' davvero bene, puntare su procedimenti di costruzione del racconto standardizzati, scorciati, fulminei o svaporati, consente di amplificare da un lato gli effetti di ripetizione confortante, dall'altro di rimarcare le soluzioni di novità umoristica, spiazzante o straniante sullo sfondo del conforto abitudinario. Certo l'autore, quando opta per scelte compositive volte alla stilizzazione radicale, può contare anche su un'economia di scala complessivamente favorevole a ritmi di produzione sostenuti. Ma simili vantaggi sul versante delle funzioni autoriale e editoriale non potrebbero sussistere se non si dessero vantaggi di rilievo complementare anche sul versante delle funzioni di lettura.



Fig. 2 – Sio. "instasio." *Instagram*, 7 marzo 2019, [https://www.instagram.com/p/Bus8eLaFWDC?utm\\_source=ig\\_tumblr\\_share&igshid=1qlaunpr86j2f/](https://www.instagram.com/p/Bus8eLaFWDC?utm_source=ig_tumblr_share&igshid=1qlaunpr86j2f/). © Simone Albrigi e Shockdom

L'accessibilità ai racconti di Sio, l'agilità dei compiti di decifrazione e comprensione che ne sono richiesti, il compenso psichico che vi si può ricavare dagli sprizzi di buonumore e scapestrata giocoleria sono un patrimonio condiviso, così condiviso che arriva a persuadere un pubblico numeroso e trasversale. La cifra del candore e la sollecitudine di svolgimento narrativo conciliano il consenso dei lettori giovanissimi, della fascia scolastica primaria, dove i fumetti di Sio sono diffusi anche grazie al passaparola, ai prestiti reciproci e ai meccanismi sociali della aggregazione imitativa più spontanea. Non c'è imitazione che tenga, ad ogni modo, se l'oggetto del desiderio imitato non offra reali ragioni di interesse, di valenza estetico-sociale apprezzabile. A coloro che volessero contestare la sciattezza del gesto grafico, Sio risponde alzando la posta: trasforma il disegno fumettato in prestazione spettacolare, una sorta di *live action-comics*, e ci costruisce sopra esibizioni festivaliere o apposite sessioni di *narrowcasting* organizzate su Twitch.tv: 30 strisce disegnate in 30 minuti!

## Il fumetto grassroots

Giuliano Cenati

La misura basilare e il ritmo sostenuto della striscia appaiono pienamente funzionali anche nel formato librario, mentre continuano a operare nella rivista e nelle pagine web d'autore. I volumi *Evviva che bello!* raccolgono dal 2017 i fumetti di Sio con cadenza annuale. Il titolo generale è ricorsivo, come il sottotitolo *Un libro grosso di fumetti piccoli*. L'editore è sempre Shockdom, che massimizza la versatilità dell'autore e la complementarità dei supporti e dei formati. Proprio nella dimensione libraria più corposa è possibile cogliere la metodicità di lavoro di Sio, che d'altronde è dichiarata nel risvolto di copertina: «Ogni giorno Sio si sveglia e pubblica una striscia a fumetti su internet» (Sio, *Evviva che bello!*, 2021). Il richiamo alla diffusione *on-line* dei fumetti di Sio, anzi al vincolo genetico intrinseco con il web è ostentato: viene messo in conto che la crossmedialità e l'intermedialità siano valori aggiunti nel consolidare il rapporto con i lettori e l'immagine dell'autore in quanto personaggio pubblico. Gli aggeggi tecnologici e gli inciampi telematici fanno parte, d'altronde, dell'armamentario che viene tematizzato nelle vignette, accanto a cani parlanti, rane, castori, alberi saggi, sagome segnaletiche, pizze, mortadelle, Capitan Scottecs e altri eroi animistici.

La differenza più immediata tra i libri e le riviste, oltre alla consistenza della pubblicazione, sta nell'adozione del colore: una tavolozza di colori squillanti, di una gamma relativamente ristretta, stesi a campiture piatte e sature, utilizzati allo stesso modo per definire sia gli spazi sia i corpi e gli oggetti. I colori sostituiscono gli sfondi, caratterizzano in maniera omologa ma differenziata i personaggi, assicurano l'unitarietà delle singole tavole. Le tonalità vivacissime subentrano alla gamma di grigi delle pagine di rivista: nei libri sono banditi i cromatismi neutri, mentre il nero è riservato ai profili spessi delle figure e ai loro arti nastriformi, il bianco è utilizzato di frequente ma non in via esclusiva per le facce. Minime variazioni tonali suggeriscono cenni di modellato e di ombre portate, in un contesto di rappresentazione dove la bidimensionalità predomina quasi come nelle storie della Pimpa: anche le ombre sono coloratissime nei fumetti di Sio. L'esaltazione intensiva del colore fornisce un raccordo visuale tra gli schermi elettronici e le pagine stampate, e nel complesso vale da correlativo cromatico del brio che l'autore desidera infondere in ogni sua creazione.

I fumetti di Sio sono strisce, i suoi libri sono libri di strisce: ogni pagina è una striscia, la striscia diventa tavola e la tavola coincide con la storia. La striscia-tavola-storia depone il formato a prevalenza orizzontale, diffuso dai giornali e dagli albeti novecenteschi, per adottare una verticalità costante, accresciuta dalla quadripartizione in vignette più alte che larghe, abbinate le une sopra le altre (compaiono, assai meno numerose, anche tavole articolare in sei vignette uguali). Il prevalere della dimensione verticale rende la pagina (la tavola) omogenea alla schermata del telefono cellulare e più idonea allo *scrolling*: gli adattamenti grafici resi necessari dal passaggio tra dispositivi e tra formati si riducono sensibilmente. Dunque ogni striscia-tavola-storia è una finestra dai bordi neri marcati che si apre su un mondo colorato dove sono sempre riconoscibili la firma *Sio* e la didascalia *Fine*; anzi la *Fine*, in proporzioni macroscopiche e in tinta con il colore di sfondo, occupa spesso a tutto campo la quarta e ultima vignetta, senza altri segni o personaggi. Questi due elementi ricorrenti in ogni pagina ribadiscono da un lato l'autorialità di un fumetto che pure si presenta come facile, facilissimo e cordiale, dall'altro lato il ritmo di svolgimento costante e rapido della lettura, lo snodo tra una unità compositiva e quella seguente. La firma suggella la totale identificazione del fumetto con l'artista (anche per scantonare le facilissime imitazioni); la *Fine* pone termine rassicurante a ogni dubbio o sospensione scatenati dai cortocircuiti umoristici del racconto, come a dire: non serve che cerchi oltre, non essere perplesso, il significato di quello che hai letto sta tutto qui, pensaci bene e ti apparirà chiaro.

A dispetto della presunta facilità di stesura, i fumetti di Sio avvalorano i procedimenti relativi all'impostazione e alla variazione del campo visivo nei rapporti tra vignette. Quando l'avvio della storia, per esempio, avviene mediante primi piani centrati sui protagonisti e formulazione di battute che suggeriscono determinate implicazioni contestuali e conseguenti inferenze, ecco



## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

che l'allargamento del campo visivo subentrante nelle vignette successive induce a ricontestualizzare la situazione e ridefinire il discorso di partenza. Ne scaturisce un effetto di sorpresa ottica e più generalmente narrativa che spesso è incentrato sulla stessa succinta stilizzazione adottata dall'autore, dalla quale inevitabilmente derivano limitate o generiche informazioni circa i presupposti della vicenda. Viceversa, se l'ampiezza del campo visivo permette inizialmente di inquadrare i protagonisti a figura intera e impostare pacatamente la situazione, nel seguito della striscia l'adozione del primissimo piano produce un'inverosimile enfasi drammatica: il testone si gonfia sin quasi a riempire la vignetta, mentre i tratti fisionomici si stringono e rimpiccioliscono al centro di esso, mettendo in luce smorfie di disappunto e struggimenti esclamativi.

I nomi dei personaggi suonano contorti e sfalsati, nel quadro di conversazioni tenute su registri informali, che vanno a parare per solito verso il *nonsense* compiaciuto, l'allegria fredda o la scettica interrogazione esistenziale. Ci sono nomi come Coberta, Giancorpo, Giancarto, Giacomino, Paolino Junior, Blejandro, Giancrabbo, Giancrapombio, Gianfralorbia, ma anche Gianprecaria. Ci sono esseri fatati e specie della natura che parlano agli umani, oppure non parlano anche se potrebbero, disorientando i mancati interlocutori, o quando parlano forniscono risposte che sono fraintese dagli umani o li inducono a reazioni disperanti. La necessità comunicativa è basilare nell'interazione tra i due o tre attori in cui si risolve perlopiù la storiella, ma gli equivoci del linguaggio sono subito pronti a scattare sospendendo l'intesa o conducendola verso approdi cognitivi imprevisi. I libri di Sio valgono come manuali di pragmatica linguistica: perché i protagonisti fanno cose con le parole, e le parole diventano cose esse medesime.

Capita non di rado che la storia si sviluppi sulla falsariga di un proverbio o un modo di dire, ma la frase non si completa nella maniera suggerita dal luogo comune, anzi svolta o si chiude con la comparsa di elementi frasali o scenici inattesi, che con il proverbio o il modo di dire inizialmente intonato non c'entrano un bel nulla. Insomma, qualcosa non torna nei rapporti tra significanti e significati, nelle possibilità di comprendere il mondo e di agire con il linguaggio, ma i personaggi di Sio prendono la questione piuttosto alla leggera e la mettono sul ridere anche quando può causare quiproquò indelicati o incidenti difficili. L'esito non è sempre esattamente umoristico, ossia non induce regolarmente a sorridere, ma sempre tende a creare una sospensione e una messa in forse del senso comune, ovvero degli assunti cognitivi presupposti.

I corpi, pur costituiti di così pochi tratti grafici, diventano a loro volta strumenti e motivi di scambio dialogico, materia di metamorfosi non sempre piacevole, come invece accade in linea di massima nel regno della natura. Così, quando un personaggio esordisce di punto in bianco domandando all'altro perché sia triste e invitandolo a sorridere, quest'ultimo leva un cartello che reca scritto «Non posso. Non ho la bocca» (Sio, *Evviva che bello!*, 2021 55). E quando qualcosa non torna nel rapporto con il proprio corpo, ai fini della corretta distinzione tra le parti che lo compongono, subentrano le «pillole per distinguere gli occhi dalla bocca» (Sio, *Evviva che bello!*, 2021 247-50, 261): anche se il paziente è tanto disadattato da dover ripetere la cura, con medicinali di classificazione anatomica diversa, per individuare finalmente la parte di sé su cui vuole intervenire: la bocca, per assumere le pillole.

Interviene qualche volta, nella manipolazione dei corpi, una vena orrifico-sanguinaria: allora è un vantaggio che i personaggi siano così piatti e costruiti accostando forme geometriche elementari, e che le storie siano svolte come altrettante fredde: perché viene ad alleggerirsi il carico morale del racconto. Dopotutto seviziare e maciullare corpi così poco umani, anzi francamente giocattolosi, e nella pagina accanto osservare quanto sono belli i cani, e in quella dopo ancora inneggiare alle mele, produce un impasto di leggerezza balsamica e ristoratrice. Il male del mondo non è dissimulato o semplicemente ridotto a iperbole gratuita, ma è spalmato entro una tavolozza che contempla soprattutto altre tonalità. Perché qualche pagina dopo a quei

## Il fumetto *grassroots*

Giuliano Cenati

corpi, o perlomeno a corpi assai simili, si può restituire una parvenza di vita, di movimento, di allegria creatrice. E se il Facebook di turno, incredibile ma vero, ti censura contestando immagini che fomentano odio o pregiudizio politico, puoi scansare gli addebiti mostrando, sempre in virtù della fondamentale elementarità grafica, che non è mica sangue quello che si vede grondare in qualche vignetta: è succo di pomodoro (Sio, *Facebook* 14 luglio 2019).

Tuttavia la grevità dei problemi sociali non è evasa o aggirata, benché non sia sempre del tutto accessibile ai lettori infantili. I paradossi dei contrasti politico-economici ispirano più di una striscia, ma non possono offuscare la solarità giuliva di Sio. Sono toccate questioni come il precariato selvaggio, la povertà salariale, il revival neofascista, il reddito di merenda sociale, ma lo sono nelle forme mitigate della striscia *nonsense*, di uno stuporoso scambio di battute tra personaggi, all'interno di ricche collezioni di strisce che vertono perlopiù altrove. C'è anche una componente pedagogica, dunque, nella festa a fumetti perennemente imbandita da Sio. Gli equivoci comunicativi e pragmatico-linguistici in cui incappano le sue creature sono della stessa stoffa di cui sono fatti gli equivoci economico-politici che fanno capolino qua e là nelle sue pagine. L'approccio umoristico salvaguarda la serenità del confronto con i problemi della vita, anche perché spesso l'urto conflittuale generato dal tentativo di prevaricazione si stempera in una ritrovata sodalità.

AmMESSO che Sio, osservato a distanza, possa sembrare uno scapestrato profittatore del circo socialmediale, incline a sostenerne fattivamente i processi di concentrazione monopolistica, a sguardarlo più da vicino lascia intendere che la sua semplicità non è semplicioneria né adattamento trionfale al *mainstream*. Per quanto costrittiva possa risultare la logica di funzionamento delle colossali piattaforme proprietarie, il suo attivismo energetico e le sue capriole da saltimbanco *multitasking* suggeriscono spiragli da cui intravedere percorsi di riappropriazione e compartecipazione creativa degli spazi mediali. Sio prospetta una strategia di resistenza spontanea, dall'interno, ai meccanismi di *enclosure* ai quali da tempo è stata sottoposta Internet, ai disegni di privatizzazione selvaggia e di controllo centralizzato dell'utenza che vi hanno trovato corso. Il gusto del fumettismo estroso, cucinato secondo una ricetta di pochissimi ingredienti sagacemente mescolati, convive in lui con una mobilità mercuriale tra supporti, dispositivi, piattaforme e circuiti comunicativi. Insediare un proprio avamposto in svariati ambienti d'interazione digitali e tradizionali, e di lì espandersi in maniera policentrica e tentacolare, provando a tendere tra di essi un filo rosso di interconnessione legato alla traducibilità mediale del proprio mondo fantastico: un approccio siffatto, proprio a causa dei chiusi schematismi su cui prosperano le piattaforme proprietarie, forse non darebbe grosse soddisfazioni, se non fosse accompagnato da una acuta tensione alla gioscosità condivisa e da una disponibilità a trovare sempre negli altri uno spunto di amichevole compartecipazione.

## 4. Bibliografia e sitografia

Dopo gli URL delle pagine web d'autore, è riportata la quantificazione del loro seguito in termini di utenti iscritti, ove disponibile (K=1.000, M=1.000.000).

Bennato, Davide. *Sociologia dei media digitali. Relazioni sociali e processi comunicativi del web partecipativo*. Laterza, 2011.

Dr. Pira. "I Fumetti della Gleba." *I Fumetti della Gleba*, [1997-], <https://www.fumettidella-gleba.org/fumetti/>. Visitato il 1° dicembre 2022.

—. *L'Almanacco de I Fumetti della Gleba*. Nero, 2016.

—. "dottor.pira." *Facebook*, <https://www.facebook.com/dottor.pira/>. 7,2K. Visitato il 1° dicembre 2022.

## Il fumetto grassroots

Giuliano Cenati

- . “dottorpira.” *Instagram*, <https://www.instagram.com/dottorpira/>. 17,2K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- èriadan. “èriadan.” *Webcomics.it*, [11 dicembre 2003-1 giugno 2016], <https://www.webcomics.it/eriadan/>. Visitato il 19 dicembre 2022.
- Fiamma, Andrea. “Storia del libro che ha cambiato la vita di Zerocalcare (e il fumetto italiano)”. *Fumettologica*, 22 novembre 2021, <https://fumettologica.it/2021/11/profezia-armadillo-fumetto-zerocalcare/>. Visitato il 1° dicembre 2022.
- Ginevra, Michele. “Fumetto! Ma sei ancora popolare?” (*Quasi*), 25 novembre 2020, <https://www.obloaps.it/quasi/2020/10/25/fumetto-ma-sei-ancora-popolare/>; 1 novembre 2020, <https://www.obloaps.it/quasi/2020/11/01/fumetto-ma-sei-ancora-popolare-2/>; 8 novembre 2020, <https://www.obloaps.it/quasi/2020/11/08/fumetto-ma-sei-ancora-popolare-3/>. Visitato il 1° dicembre 2022.
- Jenkins, Henry, et al. *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press, 2013. (Trad. it. di Virginio B. Sala, *Spreadable Media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. Maggioli, 2013).
- Pera Toons. “pera\_toons.” *TikTok*, [https://www.tiktok.com/@pera\\_toons/](https://www.tiktok.com/@pera_toons/). 2,2M. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . “Pera Toons.” *YouTube*, 14 febbraio 2018-, <https://www.youtube.com/c/PeraToons/>. 499K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- Sio. *La bambina che voleva diventare un sasso*. Feltrinelli, 2021.
- . *Evviva che bello! Un libro grosso di fumetti piccoli*. Shockdom, 2017-2022, 6 voll.
- . “instasio.” *Instagram*, <https://www.instagram.com/instasio/>. 510K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . “Scottecs.” *Facebook*, 9 gennaio 2010-, <https://www.facebook.com/scomics/>. 677K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . “@scottecs.” *Telegram*, [2016-], <https://telegram.me/s/scottecs/>. 5,3K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . “scottecs\_sio.” *TikTok*, [https://www.tiktok.com/@scottecs\\_sio/](https://www.tiktok.com/@scottecs_sio/). 707K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . “@Scottecs.” *Twitter*, settembre 2008-, <https://twitter.com/scottecs/>. 64K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . “Scottecs.” *YouTube*, 9 novembre 2006-, <https://www.youtube.com/c/scottecs/>. 2,31M. Visitato il 1° dicembre 2022.
- . *Scottecs Magazine. Trimestrale di fumetti e cose furbuffe*. Shockdom, 2015-.
- . “@sio@livellosegreto.it.” *Livello Segreto*, <https://livellosegreto.it/@sio/>. 3K. Visitato il 1° dicembre 2022.
- Sio, direttore artistico. *Shonen Ciao. Trimestrale di azione e di ridere*. Shockdom, 2020-.
- Sio e Nicola Bernardi, *Storiemigranti*. Feltrinelli, 2019.
- Sio et al. *Evviva!* Shockdom, 2021-.
- . *Power Pizza Podcast*, <https://powerpizza.it/>. Visitato il 1° dicembre 2022.
- Zerocalcare. “zerocalcarecringe.” *TikTok*, <https://www.tiktok.com/@zerocalcarecringe/>. 257K. Visitato il 1° dicembre 2022.