

# AbiTO

## Abitudini estetiche e arte pubblica

Il caso Torino

A cura di

Alessandro Bertinetto, Luca Davico, Paolo Furia



*Filarti*  
*Collana di Storia dell'Arte e dell'Architettura contemporanee*

diretta da Anna Ciotta e Leonardo Di Mauro

*Comitato scientifico:* Massimo Bignardi (Università di Siena); Alberto Castán Chocarro (Università di Saragozza); Ada Patrizia Fiorillo (Università di Ferrara); Rafael Gil Salinas (Università di Valencia); Javier Ibáñez Fernández (Università di Saragozza); Concepción Lomba Serrano (Università di Saragozza); Ettore Sessa (Università di Palermo); Gennaro Toscano (Biblioteca Nazionale di Francia, Parigi); Isabella Valente (Università di Napoli "Federico II"); Stefania Zuliani (Università di Salerno).

*Filarti. Collana di Storia dell'Arte e dell'Architettura contemporanee* intende pubblicare studi e ricerche di Storia dell'Arte e di Storia dell'Architettura contemporanee in un'ottica di interdisciplinarietà e internazionalità.

Il suo scopo è quello di evidenziare come i fenomeni, le tendenze e gli stessi linguaggi delle due discipline, osservati nel periodo compreso tra il XIX e il XXI secolo, siano stati rispondenti allo spirito del tempo, e, come, in taluni casi, ne abbiano addirittura anticipato i successivi processi evolutivi.

La sua ambizione vuole essere quella di fornire una lucida lettura interpretativa dell'Arte e dell'Architettura contemporanee: per una più ampia consapevolezza del tempo presente e per una maggiore comprensione della società e della cultura odierne. Inoltre la collana, nello spirito della pluralità delle visioni e dei metodi d'indagine non limitata all'ambito strettamente nazionale, si avvarrà di contributi, nelle rispettive lingue di appartenenza, di accademici e studiosi italiani e stranieri. Essa, infatti, aspira ad un bacino di lettori internazionale e si propone come matrice e motore per ricerche, dibattiti e riflessioni che potranno svilupparsi in futuro nell'ambito delle due discipline in Italia e all'estero.



## OPEN ACCESS la soluzione FrancoAngeli

Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

**FrancoAngeli Open Access** è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: [www.francoangeli.it](http://www.francoangeli.it) e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

# AbiTO

# Abitudini estetiche e arte pubblica

Il caso Torino

A cura di

Alessandro Bertinetto, Luca Davico, Paolo Furia

**FrancoAngeli**  *FilArti*

La pubblicazione del presente volume è stata realizzata con il contributo del Dipartimento Interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio del Politecnico e dell'Università di Torino.



Politecnico  
di Torino



UNIVERSITÀ  
DI TORINO



Dipartimento Interateneo di Scienze, Progetto e Politiche del Territorio

Impaginazione: Luisa Montobbio

In copertina: Residenza universitaria Olimpia a Torino; opere di Chase, Fabio Petani, Luogo Comune, Sara De Lucia, Supe, Sheko, Mach505, Elisa Veronelli, Luca Zamoc, Nice and the Fox; foto di Michele Rossi, Il Cerchio e le Gocce

Isbn e-book: 9788835165682

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Publicato con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

*L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito*

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788835165682

# Indice

Introduzione  
di *Alessandro Bertinetto, Luca Davico, Paolo Furia* » 7

## I. Estetica, abitudini, pratiche

1. La città come nicchia estetica  
di *Alessandro Bertinetto* » 17
2. Città e immagine. Questione d'abitudine  
di *Paolo Furia e Alberto Romele* » 30
3. Abitudini e follia nell'Antropologia hegeliana  
di *Gaetano Chiurazzi* » 41
4. L'arte della relazione. Riflessioni a quattro mani su arte e antropologia culturale  
di *Carlo Capello e Roberto Mastroianni* » 52

## II. Abitudini dell'arte contemporanea

5. Del perché rieducare l'olfatto in una società oculocentrica  
di *Elena Giulia Abbiatici* » 69
6. Fenomenologia del fallimento nell'arte catalana contemporanea  
di *Pol Capdevila* » 84
7. L'amavo troppo e le ho sparato: la pratica collettiva del ricamo fra ricerca d'archivio, violenza di genere e risignificazione artistica  
di *Irene Pittatore* » 100

8. *Habitus per una guerriglia. Operaismo, movimenti studenteschi e Arte Povera*  
di *Alice Jacobone* » 111
9. *Il sapere sotto nuove vesti. Il caso del fumetto*  
di *Giacomo Pezzano e Manuela Rocca* » 126

### III. Estetica e abitudini a Torino

10. *Abitudini estetiche barocche: la Cappella della Sacra Sindone*  
di *Guarino Guarini*  
di *Ivan Quartesan e Gregorio Tenti* » 139
11. *Abito mentale e abito estetico. Una fenomenologia dell'ornamento tra medioevo e rinascimento*  
di *Amalia Salvestrini* » 149
12. *Habitus e innovazione a Torino: isole di collaborazione*  
di *Pedro Medina* » 163

### IV. Arte pubblica a Torino

13. *Le molte facce dell'arte pubblica: un censimento a Torino*  
di *Luca Davico* » 181
14. *Censire l'arte pubblica urbana: aspetti metodologici e tecnici*  
di *Paola Guerreschi e Luisa Montobbio* » 194
15. *Disegni e immagini per la sostenibilità nello spazio urbano*  
di *Pia Davico* » 204
16. *Cosa è l'arte pubblica ad oggi e perché, anche a Torino, serve censirla, studiarla, comprenderla?*  
di *Bruno Montaldo* » 219
17. *L'arte pubblica come impegno sociale ed esame critico di interventi contemporanei nella città di Torino*  
di *Monica Saccomandi* » 232
18. *Arte e spazio pubblico. 25 anni di politiche e pratiche a Torino*  
di *Francesca Comisso* » 251
19. *Arte nei quartieri: progetti ed esperienze dell'Accademia Albertina e del MAU*  
di *Edoardo Di Mauro* » 261

- Bobbio L. (1967). Le lotte nell'Università. L'esempio di Torino. *Quaderni Piacentini*. 30: 56-63.
- Bourdieu P. (1979). *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu P. (2002). Habitus. In Hillier J. e Rooksby E. (eds.). *Habitus: A Sense of Place*. Burlington: Ashgate, pp. 27-34.
- Bourdieu P. e Wacquant L. (1992). *Risposte. Per un'antropologia riflessiva*. Milano: Bollati Boringhieri.
- Celant G. (1967 a). Arte povera. Appunti per una guerriglia. *Flash Art*. 5: 3.
- Celant G. (1967 b). Una rivoluzione in serie. *Bit*. 6: 11.
- Celant G. (1967 c). Arte ricca e arte povera. *Casabella*. 319: 60-62.
- Celant G. (1969). *Arte povera azioni povere*. Salerno: Rumma Editore.
- Christov-Bakargiev C., (a cura di, 1999). *Arte Povera*. London: Phaidon.
- Galimberti J. (2013). A Third-worldist Art? Germano Celant's Invention of Arte Povera. *Art History*. 36 (2): 418-441.
- Galimberti J. (2023). *Immagini di classe. Operaismo, Autonomia e produzione artistica*. Bologna: Derive Approdi.
- Gebauer G. e Wulf C. (1998). *Spiel-Ritual-Geste. Das Mimetische in der sozialen Welt*. Reinbek: Rowohlt.
- Gilardi P. (1982). *Dall'arte alla vita dalla vita all'arte*. Milano: La Salamandra.
- Krais B. e Gebauer G. (2002). *Habitus*. Bielefeld: transcript. Tr. it. *Habitus*. Roma: Armando. 2009.
- Portera M. (2020). *La bellezza è un'abitudine. Come si sviluppa l'estetico*. Roma: Carocci.
- Silva E. (2016). Habitus: Beyond Sociology. *The Sociological Review*. 64: 73-92.
- Viale G. (1968). Contro l'Università. *Quaderni Piacentini*. 33: 2-28.
- Wright S. (2021). *The Weight of the Printed Word. Text, Context and Militancy. Operaismo*. Chicago: Haymarket Books.



## 9. *Il sapere sotto nuove vesti. Il caso del fumetto*

di *Giacomo Pezzano e Manuela Roccia\**

### **Abstract**

In this contribution we engage with aesthetic habits by insisting on the nexus between perception and cognition, in order to argue for a change in the traditionally “scriptist” modes of production and dissemination of academic knowledge. The text interweaves the perspectives of philosophy, semiotics, comics studies and linguistics and is divided into two parts: a more general and a more specific one. In the first part, we introduce the problem of “monomodalism”, which characterizes academic research habits that focus almost exclusively on the perceptual-cognitive affordances of the written word (§1); we then argue for a more hybrid and plural view of our habits of thought, one that is more inclusive with respect to media and subjectivities of visual thinking in particular (§2). In the second part, we take comics as one of the most interesting places to renew our aesthetic-conceptual habits, emphasizing its inherently mixed character, capable of harnessing the semantic and conceptual potential of words and images (§3), as well as the wealth of expressive resources it provides, in terms of organization, function and power (§4). Finally (§5), we claim that comics can and should be used for more than just storytelling and entertainment (*graphic novel*): we can also think and make arguments through them (*graphic essay*).

*Keywords:* aesthetic habits, writing, visual media, epistemic injustice, comics.

\* Università di Torino, Dipartimento di Filosofia e Scienze dell’Educazione

Pur trattandosi di un lavoro di collaborazione e condivisione, Pezzano è il principale responsabile dei §§1-2 e Roccia dei §§3-4, mentre il §5 è invece pienamente attribuibile a entrambi. Per Pezzano, questo lavoro rientra tra i prodotti della ricerca condotta come capofila di due progetti legati al programma europeo Horizon 2020 (MSCA - GF, SoE): *Philographics: How To Do Concepts With Images* (finanziato dalla fondazione Compagnia di San Paolo di Torino) e *GraPhil. New Habits in Mind. In Search of a Graphic Philosophy* (finanziato dal MUR, PNRR-M4C2, 1.2).

## 1. L'abito fa l'accademico? Ricerca e scrittura

È un'acquisizione piuttosto assodata nei correnti dibattiti estetologici: “estetico” non coincide con “artistico”, ma chiama in causa il dominio della percezione intesa in senso rinnovato (per esempio Ferraris, 1997). Ciò significa che l'*aisthesis* concerne non solo la ricezione e registrazione passiva di un dato esterno, bensì anche la cognizione, quando non la riflessione (Arnheim, 1969). Infatti, se l'atto del pensare è inseparabile dal dispiegamento di un gesto grafico attraverso cui i significati vengono esteriorizzati, diventando iscrizioni-oggetti, ossia cose su cui ritornare osservandole e manipolandole, allora il pensiero si configura come abito strutturalmente estetico (si veda in particolare Nöe, 2015). Su queste basi, rilevare che spesso nei testi filosofici si è esortati a immaginare «a titolo di esempio per l'atto della percezione: “vedo un libro”» e considerare tale “restringimento percettivo” il chiaro segno che «il filosofo non aveva sottomano, per lo più, altro che portacenere, fermacarte, penna – e libri» (Blumenberg, 1981, p. 337), assurge a indicatore del fatto che l'attività filosofica si estrinseca nella lettura/scrittura di testi composti di sole parole. Detta altrimenti, in filosofia visualizzare concetti sembra non avere altro significato che prendere visione di parole scritte, materialmente come simbolicamente: l'*habitus* estetico del pensare filosofico comporta una prassi scritturale sia esteriore (si producono e consumano parole inscritte) sia interiore (si elaborano e processano rappresentazioni dalla veste proposizionale)<sup>1</sup>.

In quest'ottica, gli abiti filosofici estremizzano la tendenza generale che caratterizza le abitudini di ricerca accettate come professionalmente valide in accademia, improntate a un «monomodalismo» (Kress, van Leeuwen, 2001) tale per cui la produzione e la diffusione della conoscenza gravitano intorno alle *affordances* offerte dal linguaggio scritto, ritenuto l'unico veicolo capace di garantire sufficienti precisione e stabilità semantiche e concettuali (Gourlay, 2016). In questo modo, le pratiche di generazione e distribuzione del sapere accademico relegano qualsivoglia componente grafica nei più svariati ambiti artistici e/o commerciali, finendo per rimuovere anche la dimensione grafica propria della stessa scrittura: uno sguardo alle norme di composizione dei paper di qualsivoglia rivista scientifica può facilmente testimoniare come – per limitarci a un esempio – non siano previste o siano esplicitamente bandite variazioni di font, dimensione, colore, formato, ecc. dei caratteri. La scrittura accademica sembra così fare della radicale “auto-degraficizzazione” la precondizione per la conquista delle verità più pure e valide.

Tuttavia, questa situazione risulta oggi quantomeno restrittiva, come può emergere se si considera che i) la diffusione delle tecnologie digitali ha

segnato un mutamento persino epocale dello scenario mediale e ii) si comincia a rivendicare la piena dignità di modi di pensiero tradizionalmente trascurati se non marginalizzati. Vediamo che cosa ciò significa.

## 2. Guardaroba da rinnovare. La pluralità degli abiti di pensiero

i) È ormai persino ovvio constatare che grazie alla *combo* tra visualizzazione e digitalizzazione, la tecnologia per registrare, produrre, diffondere e utilizzare immagini di vari tipi intraprende un processo di “domesticazione”, diventando via via:

- *socialmente* disponibile a pressoché chiunque,
- *temporalmente* attivabile in qualunque momento,
- *spazialmente* accessibile in qualsiasi luogo,
- *economicamente* abbordabile a costi sempre più irrisori,
- *tecnologicamente* utilizzabile con crescente facilità.

Ciò si traduce in un generale movimento di *privatizzazione* e *liberalizzazione* delle videoimmagini: la loro produzione e il loro consumo sono nelle mani anche del singolo qualunque, non soltanto di macrosoggetti politici o istituzionali, e si prestano a venire impiegate per le finalità più disparate (propagandare, vendere, fare impresa, ingannare, descrivere, manipolare, intrattenere, raccontare, criticare, esprimere, comunicare, pensare, ecc.). Quando manipolare – in tutti i sensi – immagini è ormai altrettanto se non più facile che manipolare parole, viene a problematizzarsi la disparità di considerazione e trattamento tradizionalmente riservata alle due basilari tecnologie della mente o psicoteologie di cui gli esseri umani dispongono: *la parola e l'immagine*. Difatti, sin dai tempi di Platone, mentre alla prima è demandata l'amministrazione dei processi cognitivi più elevati, alla seconda è deputata la gestione dei processi cognitivi di livello inferiore, se non di quelli subcognitivi e affettivi: se la parola rappresenta l'organo per eccellenza della razionalità (*il maschile*), l'immagine ricopre il ruolo di organo per eccellenza dell'emotività (*il femminile*). Simile contrapposizione frontale ed esclusiva ha finito – tra le altre cose – per spingere in secondo piano il dato antropologico fondamentale per cui la nostra cognizione «è radicata in “forme miste” (ibride) che si trovano al di là della chiara linea di demarcazione tra parola e immagine» (Krämer and Ljungberg, 2016, p. 1).

ii) Questo pregiudizio veniva segnalato anche dal pioniere dello studio del pensiero visuale:

Siamo vittime di una inveterata tradizione secondo la quale il pensare avviene lontano dall'esperienza percettiva. [...] Ci vogliono i "più alti" poteri della mente per elaborare i dati sensoriali. Per imparare dall'esperienza la mente deve estrarre il generale dal particolare, e nel campo del generale si suppone che non sia possibile nessun altro rapporto con la percezione diretta. [...] Se le operazioni del pensiero erano assunte senza rapporto con la percezione, quale veicolo potevano usare? L'inevitabile risposta era che l'uomo pensa soltanto in parole, e che non può esistere pensiero alcuno senza parole (Arnheim, 1965, p. 11).

Non a caso, l'educazione all'immagine, quando c'è, detiene «una posizione marginale anche nella formazione scolastica e universitaria»: gli stessi libri di testo di ogni grado si concentrano ben poco sull'integrazione intersemiotica (Gualdo, 2022, pp. 17, 88), facendo della lingua adoperata quella della norma letteraria, con ben poca attenzione al modo in cui parole e immagini sono compresenti nel testo (Gualdo, 2021, pp. 50-51) – tanto che persino nei manuali di geografia e scienze le rappresentazioni visive e il testo hanno un esito poco coerente (Malagnini, 2017). Eppure, oggi vanno ponendosi le basi per riconoscere in simile situazione i contorni di una vera e propria «ingiustizia epistemica», espressione alludente a tutte le tipologie di iniquità – sotto forma di svalutazione, silenziamento, discriminazione ed emarginazione – inerenti alle pratiche di creazione di significato, di produzione della conoscenza e di partecipazione alle prassi comunicative, che generano situazioni tali per cui si danno voci che non vengono considerate con altrettanta serietà delle altre o rimangono del tutto inascoltate, e si danno esperienze che rimangono misconprese perché non si incasellano in concetti già noti o in quelli predominanti (si veda per esempio Fricker, 2007; Kidd, Medina and Pohlhaus, 2017; Molinari, 2022).

Nel caso specifico, l'ingiustizia epistemica riguarda il privilegio tradizionalmente accordato al pensiero verbale, e più precisamente testuale, rispetto a quello visuale, che culmina nel misconoscimento di soggettività che invece costruiscono la propria geometria mentale intorno a modalità visuali di elaborazione dell'informazione, a livello di processi subpersonali o fantastico-immaginativi come di ragionamento astratto. Un esempio eclatante è il caso delle persone nello spettro autistico che pensano in termini visuali e rivendicano esplicitamente che il proprio modo di pensare esiste e merita quantomeno uguale dignità (vedi per esempio Grandin, 1995, pp. 23-48), ma lo stesso può valere per l'insieme di *visualthinkers* le cui abilità presiedono alla generazione delle più disparate forme di *graphic design*, *dataviz* e via di seguito con cui sempre più andiamo interfacciandoci.

Anche su questo piano, inizia dunque a diffondersi la consapevolezza che i nostri modi di pensare sono – a voler concedere il minimo – più misti di

quanto non eravamo soliti considerare: la nostra mente sta scoprendo o riscoprendo la propria intima vocazione grafica, sollecitando con crescente forza anche le istituzioni deputate a produrre e diffondere i saperi a intraprendere radicali lavori di ristrutturazione.

Ricapitolando, come i nostri abiti esteriori di pensiero hanno cominciato a farsi sempre più ibridi, coniugando l'utilizzo di cose-parola a quello di cose-immagine, così stiamo via via realizzando che i nostri abiti interiori di pensiero sono più variegati di quanto tendevamo a credere, offrendo una gamma di modalità tanto verbali quanto visive. In breve, il nostro guardaroba degli abiti di pensiero offre opzioni esteticamente ampie sia per le vesti *outdoor* sia per le vesti *indoor* e questo impegna in maniera ormai ineludibile il mondo della ricerca a quantomeno ampliare i modi assodati di intendere e praticare la testualità e la scrittura.

### 3. Idee comiche. Il fumetto tra *comics studies* e linguistica

Rispetto a tale cornice, il fumetto si candida a essere il luogo persino paradigmatico di tale rielaborazione, principalmente per due motivi.

Il primo è che il fumetto riproduce l'esempio plastico del modo in cui una testualità contaminata da immagini venga ritenuta infantile, in quanto sembra non comportare alcuna attività intellettuale, anzi appare in grado di rapire la mente aggirando qualsiasi processo critico (si veda Dubois et Dubois, 1964, p. 24): finanche il poeta, certamente lontano dall'essere un fanatico del rigore argomentativo, può adottare l'espressione «attenzione fumettistica», intesa come sinonimo di lettura svagata e superficiale – dunque *apensante* (Montale, 1966, pp. 97-101). Il fumetto pare configurarsi, perciò, quale testo intento ad autosabotarsi: non solo non si protegge dall'organo della distrazione (l'immagine), ma ne fa della fusione con esso il principio della propria stessa esistenza. È però qui che il vizio apparente si rovescia in virtù reale.

Difatti – secondo punto – il medium fumettistico compie l'ardua impresa di ricomporre la frattura tra parola e immagine, restituendo piena dignità sia alla dimensione grafica della prima sia alla dimensione concettuale della seconda: da un lato, l'aspetto strettamente visuale della parola fumettistica è a tutti gli effetti un veicolo del suo significato e, dall'altro lato, l'immagine fumettistica mette in moto un peculiare processo astrattivo sotto forma di amplificazione attraverso semplificazione (McCloud, 1993-2006, pp. 32-67). È per questo motivo che nei *comics studies* il fumetto è variamente connotato come medium *misto/ibrido* o *multi/meta-medium*, retto dal principio di

“parità ontologica” per il quale la parola e l’immagine concorrono a pari titolo alla produzione del significato (si vedano perlomeno Bramlett, Cook and Meskin, 2017; Cowling and Cray, 2022; Meskin and Cook, 2012; Mitchell, 2014). Il fumetto conquista quindi lo statuto di linguaggio a tutti gli effetti, ossia di uno strumento atto a generare e trasmettere concetti (Cohn, 2013).

Un’analoga riflessione è applicabile alla linguistica, in cui – a partire dal riconoscimento che gli esseri umani sono dotati naturalmente di un’abilità «plurisimbolica» (Voghera, 2023, p. 2) e pluricomunicativa – ci si può domandare se il fumetto rappresenti un aspetto della multimodalità della comunicazione oppure possa essere considerato un suo medium. Nel primo caso, si pone l’accento sulle numerose risorse semiotiche che contraddistinguono il fumetto: da quelle verbali (dialoghi e didascalie) a quelle iconiche (immagini, scelte grafiche, tipografiche, cromatiche, ecc.); nel secondo caso, invece, il fumetto è raffigurato come un tipo di medium, in cui sono compresenti immagini e parole. In realtà, l’interazione tra modi e media si realizza «in un complesso variabile di potenzialità d’uso e di restrizioni: è questa una delle constatazioni su cui si basa la categoria della diamesia» (Prada, 2023, p. 93): ciò significa che il mezzo influisce sui mo(n)di comunicativi possibili e viceversa. Il fumetto ha solitamente una forma cartacea, tuttavia, può assumere anche una forma digitale che consente di approdare a soluzioni originali e inattese; contemporaneamente, possiede i caratteri di un medium che unisce in sé differenti possibilità di realizzazione modale.

Da questo punto di vista, il fumetto racchiude più modi, o più codici diversi, quali immagini e parole, ma anche scelte legate alle sequenze visive, al tipo di grafica inserita, ecc.; ragion per cui, si attua una visione che si intreccia più a una complessa operazione di *design* che non alla sola scrittura estesa. Nell’analisi di testi semioticamente complessi, in cui segni diversi coesistono e si integrano tra loro, i due concetti di modo e medium risultano due variabili utili alla loro interpretazione: «un modo può essere impiegato in testi fruibili in diversi ambienti mediali e, d’altra parte, data una struttura mediale, un discorso può realizzarsi in testi modalmente diversi». Ne consegue, quindi, che le interazioni monomodali siano rarissime: infatti, «il codice verbale è fondamentale a tutti i livelli ma non è l’unico che si usa per produrre senso». Più specificamente, le risorse cosiddette «mediazionali», che si hanno a disposizione con il fumetto, si differenziano e si distinguono in base i) alla loro organizzazione, ii) alle loro funzioni e iii) alla loro potenza (Prada, 2023, pp. 91-92).

#### 4. Le risorse del fumetto: organizzazione, funzioni e potenza

Vediamo dunque più nel dettaglio questi tre aspetti.

i) Le vignette possono essere su una striscia o su più strisce fino ad avere una gabbia libera e una *splash page*; il racconto in sequenza può assumere più o meno movimento tra le varie sezioni: per esempio, per definirne lo spazio si utilizza un campo lungo oppure medio, ci si concentra visivamente su una figura intera oppure si adotta un piano americano, fino a giungere al primo piano o addirittura l'attenzione si sofferma su un dettaglio. La sua organizzazione dipende dalle indicazioni grafiche fornite dalla narrazione: per esplicitare i diversi passaggi temporali nelle vignette è possibile ricorrere a un contorno liscio oppure ondulato per indicare un richiamo ad un'azione passata, o ancora una linea tratteggiata che definisce un salto in avanti nel racconto; i collegamenti logici tra le vignette avvengono con l'introduzione di uno spazio bianco, oppure con l'inserimento di una didascalia o di un cartiglio, o con l'adozione di frecce che consentono di proseguire nella lettura.

ii) Le principali funzioni testuali che può avere il fumetto sono quattro.

- a. Funzione *narrativa/intrattenitiva*. La genesi del fumetto moderno in Europa affonda le sue origini a metà Ottocento, quando Rodolphe Töpffer, che è considerato il fondatore della nona arte, pubblicò *l'Historie de monsieur Jabot*, in cui utilizzò *cartoon* e bordi di vignetta per generare «la prima combinazione interdipendente tra parole e immagini mai vista» (McCloud, 1993-2006, p. 25).
- b. Funzione *regolativa*. Si pensi alle immagini a corredo delle istruzioni per l'uso, che si rivelano efficaci nell'illustrare le attività e le sequenze necessarie alla loro esecuzione. A tal fine, il fumetto può essere utilizzato per descrivere operazioni e azioni articolate in più fasi, per esempio per attuare una procedura.
- c. Funzione *informativa/espositiva*. È il caso del *graphic journalism*, che fa il suo esordio in ambito statunitense a metà Ottocento, periodo in cui «disegnatori-reporter venivano inviati sul campo della guerra civile americana (1961-1865) per riportarne gli aggiornamenti» (Sergio, 2020, p. 219), e in Italia trova un rinnovato interesse in anni recenti, quando nel 2005, con il volume *Unabomber*, si avvia una fortunata serie di pubblicazioni dedicate a fatti di cronaca del nostro Paese: pertanto, «la letteratura disegnata può fare cronaca, indagare, ricostruire fatti e fattacci realmente avvenuti» (Raffaelli, 2005, p. 27).

- d. Funzione *argomentativa*. Uno tra i primi e più significativi esempi risale addirittura a Leonardo, che dedicò ampio spazio al tema del «dialogo continuo tra testo e disegno», specie «negli scritti di ambito tecnico-scientifico» (Felici, 2020, p. 88). Secondo Leonardo, la chiarezza espositiva dipendeva dalla compresenza di parole ed immagini: *figurare* e *descrivere* risultavano, quindi, complementari.

iii) La potenza espressa dal fumetto si evince dal ruolo e dall'equilibrio affidato alle parole e alle immagini presenti. Ne deriva che il fumetto non è solo multimediale e multimodale, ma inscena un costante processo di traduzione intersemiotica, lungo cui le informazioni transitano da un codice a un altro, rimanendo in uno stato di tensione costante. La potenza delle parole è affidata a dialoghi, didascalie e onomatopoeie e si esprime in un continuo gioco di equilibrio tra le parti, tanto che parola e immagine possono intrattenere diverse relazioni: *prevalenza* dell'una sull'altra e viceversa; piena *equivalenza*, in cui le due sono in equilibrio; *intersezione*, tale per cui esse collaborano per certi aspetti e rimangono indipendenti per altri; *interdipendenza*, quando «si combinano per trasmettere un'idea che singolarmente non potrebbero comunicare»; *parallelismo*, nel momento in cui parola e immagine non evidenziano nessi (McCloud, 1993-2006, p. 612).

Pur nella sua sinteticità, il quadro illustrato pone in luce i modi in cui nel fumetto immagini e testo si fondono in un'*icono-grafia* armoniosa ma contemporaneamente complessa. Affinché sia possibile definirne il senso, i lettori sono sollecitati ad attivare strategie di lettura e interpretazione che si dimostrano indispensabili per sciogliere i legami tra i due codici. Sia la produzione sia la comprensione del fumetto sono l'esito di azioni cognitive culturalmente situate: infatti, sono dipendenti da pratiche semiotiche ed ermeneutiche elaborate collettivamente. Ne risulta che sono in gioco risposte ad aspettative socialmente condivise, abiti mentali indossati per consuetudine: se «tutte le letture di un testo sono in vario grado *letture esperte*», cioè attività per cui si è *preparati* a leggere (Prada, 2023, p. 93), a ciò certo non sfugge il fumetto (Cohn, 2020). Di conseguenza, per la sua fruizione si richiede un «guardare *esperto*» (Falcinelli, 2014, p. 15), ma che sappiamo essere in qualche modo «condizionato dalla cultura» (Gualdo, 2022, p. 18), ragion per cui diventa necessario educare alla lettura e alla comprensione delle immagini, parimenti come accade per un testo scritto esteso; diversamente, la visione rischia di rimanere «inconsapevole e dunque culturalmente debole», rivelandosi incapace di sfruttare il caleidoscopico potenziale che possiede l'immagine quando è associata alla parola: «dare una forma immediata e unitaria a una



descrizione; rendere meglio comprensibile un processo [...]; dare concretezza alla denominazione di un gesto o di un'azione [...]; visualizzare una metafora [...], ricorrendo a sineddoche e metonimia per enfatizzare un dettaglio» (Gualdo, 2022, pp. 18-20).

## 5. Conclusioni: fare cose con il fumetto

In definitiva, per poter approfittare appieno della forza “pensiva” del fumetto, occorre allo stesso tempo riscattare l'immagine dalla “discriminazione epistemico-mediale” a cui è stata tradizionalmente sottoposta e riconoscere che i testi reali sono sempre misti e mai puri, cioè non appartengono mai esclusivamente a un'unica tipologia – in questo caso quella narrativa, non sorprendentemente legata alla sfera più evasiva ed emotiva (Lavinio, 2023, p. 176). Che il fumetto moderno abbia vissuto un *imprinting* narrativo non significa che esso debba restare confinato alla *graphic novel*: alla luce di quanto discusso, il fumetto può per esempio rivendicare piena cittadinanza nell'esposizione, con la manualistica, come nell'argomentazione, con la sagistica. Fortunatamente, il clima sembra stia cambiando, tanto da permettere al sapere di presentarsi sotto nuove vesti *comiche*, in chiave tanto di “public engagement” quanto di effettiva ricerca: pensiamo per esempio non solo a iniziative come il *Comics & Science* promosso dal CNR o all'*ERC Comics* sostenuto dall'UE, ma anche ai primi esperimenti di *graphic essay*, dal classico meta-fumetto *Understanding Comics* di Scott McCloud alla grafo-sofia *Unflattening* di Nick Sousanis, passando per l'etno-graphia *Il Re di Bangkok* di Claudio Sopranzetti, Sara Fabbri e Chiara Natalucci.

Indubbiamente, siamo ancora lontani dall'aver scalfito la convinzione per cui il fumetto è al più un medium ricreativo e intrattenitivo e non certo conoscitivo in senso pieno: nessuno mai si sognerebbe di presentare un prodotto di ricerca sotto forma di *graphic essay* intitolato *Come fare concetti con le immagini* a una valutazione ANVUR. Eppure, un'ipotesi del genere può quantomeno cominciare a sembrare un'idea meno comica di quanto sarebbe apparsa in passato.

## Note

1. Per approfondimenti e maggiori indicazioni bibliografiche, anche rispetto a quanto discusso nell'insieme dei §§1-4, si veda Pezzano (2024), pp. 203-347; Roccia e Noto (2022).

## Bibliografia

- Arnheim R. (1969). *Visual Thinking*. Tr. it. *Il pensiero visivo. La percezione come attività conoscitiva*. Torino: Einaudi. 1974.
- Arnheim R. (1965). *Education of Vision*. Tr. it. *Pensiero visuale*. Milano-Udine: Mimesis. 2013.
- Blumenberg H. (1981). *Die Lesbarkeit der Welt*. Tr. it. *La leggibilità del mondo. Il libro come metafora della natura*. Bologna: il Mulino. 1984.
- Bramlett F., Cook R.T. and Meskin A. (eds., 2017). *The Routledge Companion to Comics*. London-New York: Routledge.
- Cohn N. (2013). *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images*. London - New Delhi - New York - Sidney: Bloomsbury.
- Cohn N. (2020). *Who Understands Comics? Questioning the Universality of Visual Language Comprehension*. London - New Delhi - New York- Sidney: Bloomsbury.
- Cowling S. and Cray W.D. (2022). *Philosophy of Comics: An Introduction*. London - New Delhi - New York- Sidney: Bloomsbury.
- Dubois J. et Dubois R. (1964). *La Presse enfantine française*. Neuchâtel: Meseiller.
- Falcinelli R. (2014). *Critica portatile al visual design: da Gutenberg ai social network*. Torino: Einaudi.
- Felici A. (2020). Tra figurare e descrivere. Un percorso tra parole e immagini nei manoscritti di Leonardo. In Ciociola C. e D'Achille P. (a cura di). *L'italiano tra parola e immagine: graffiti, illustrazioni e fumetti*. Firenze: Accademia della Crusca, pp. 87-99.
- Ferraris M. (1997). *Estetica razionale*. Milano: Cortina.
- Fricker M. (2007). *Epistemic Injustice: Power and the Ethics of Knowing*. Oxford: Oxford University Press.
- Gourlay L. (2016). Multimodality, Argument and the Persistence of Written Text. In Breuer E. and Archer A. (eds.). *Multimodality in Higher Education*. Leiden: Brill, pp. 79-90.
- Grandin T. (1995). *Thinking in Pictures and Other Reports from My Life with Autism*. Tr. it. *Pensare in immagini e altre testimonianze della mia vita di autistica*. Trento: Erickson. 2001.
- Gualdo R. (2021). *Introduzione ai linguaggi specialistici*. Roma: Carocci.
- Gualdo R. (2022). *Dialoghi tra parole e immagini. Il testo verbale e non verbale nella comunicazione specialistica*. Roma: Carocci.
- Kidd I.J., Medina J. and Pohlhaus Jr.G. (eds., 2017). *The Routledge Handbook of Epistemic Injustice*. London - New York: Routledge.
- Krämer S. and Ljungberg C. (2016). Thinking and Diagrams. In Krämer S. and Ljungberg C. (eds.). *Thinking with Diagrams: The Semiotic Basis of Human Cognition*. Berlin: De Gruyter, pp. 1-21.
- Kress G. and van Leeuwen T. (2001). *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.