

ASPETTANDO UN MIRACOLO (ITALIANO) di Michele Medda

Lo sapevate? La collana *I Fumetti di Repubblica* ha avuto un ottimo riscontro di pubblico. Si parla di una media di 150.000 copie vendute per volume. Ci sarebbe da sventolare il cappello e scaricare le colt in aria per festeggiare questo risultato; se non fosse che arriva proprio in un momento in cui i fumetti (tranne quelli della Disney) stanno scomparendo dalle edicole.

Il mercato delle fumetterie – pardon, librerie specializzate - non è decollato. Le tirature continuano ad aggirarsi sulle 1500-2000 copie. Sono sufficienti - forse - a mantenere in attività qualche piccolo editore, ma non certo gli autori.

Il discorso per le edicole è diverso. In peggio. Perché se in libreria le vendite hanno una loro stabilità, per quanto livellata in basso, il fumetto da edicola perde colpi. Intanto, si trova a concorrere non più con la carta stampata, ma con altre forme di intrattenimento: con DVD, DVX, videocassette, CD rom. Le edicole sono diventate dei bazar.

Il mercato delle edicole richiede agli editori un massiccio investimento di partenza. Ci vogliono soldi, e tanti (oltre che quisquiglie come competenza, intuito, professionalità). E davvero non si vede quale editore potrà mai accollarsi l'onere di risollevarlo, partendo da un punto così basso, le sorti del medium. Perlomeno, non di un medium in cui i margini di profitto non sono altissimi, e tantomeno istantanei. Senza contare che, in generale, è l'economia che "non gira".

A parte Sergio Bonelli Editore, solo Walt Disney Italia dispone dei capitali necessari per affrontare adeguatamente il mercato delle edicole. E stando così le cose, è probabile che il day after Bonelli veda il monopolio della Disney nel settore. Ma probabilmente il fumetto da edicola non tornerà mai più alle tirature di soli dieci anni fa.

Qualcuno dice che le crisi nell'editoria ci sono sempre state, che tutto passerà e torneranno le vacche grasse. Ma non è ottimismo. E' pura e semplice cecità.

Il panorama editoriale odierno, invece, lo conosciamo tutti: le case editrici si contano sulle dita di una mano.

Un ostacolo enorme è la incredibile separazione, a compartimenti stagni, tra circuito delle edicole e circuito delle fumetterie. I due circuiti dovrebbero alimentarsi a vicenda. Ma questo non avviene. Per converso, molti piccoli editori che riescono a tenersi in piedi in fumetteria non hanno le forze (e probabilmente nemmeno l'interesse) per entrare nel ben più oneroso circuito delle edicole.

In un mercato così piccolo e così precario da anni, mancano le teste pensanti: mancano gli editor, i supervisori, le persone in grado di interagire con gli autori; per discutere, consigliare, eventualmente orientare.

In questo stato di precarietà barcollano gli autori. I professionisti possono campare (forse) dignitosamente, ma senza speranza di dispiegare al massimo il loro talento; i più giovani, invece, vagano alla cieca. Non hanno pubblicazioni su cui "fare palestra".

Avere un certo riscontro di pubblico non è solo una necessità economica, ma anche artistica. E il riscontro non deve essere necessariamente positivo. Non si cresce solo coi successi. Si cresce soprattutto con gli insuccessi. Si deve avere anche la possibilità di sbagliare, e di chiedersi cosa si è sbagliato. Per poi, possibilmente, fare meglio.

Preoccupati della "qualità" del fumetto (il fumetto deve essere adulto! Il fumetto deve maturare! Alan Moore bla bla bla... David B... bla bla bla...) editori e autori hanno perso per strada i lettori. Il pubblico dei ragazzini è completamente analfabetizzato e distratto dalle play-station. O, nella migliore delle ipotesi, mesmerizzato dai manga. In entrambi i casi, sarà arduo riconvertire al fumetto (al fumetto italiano) le giovani generazioni. Presi dal sacro fuoco dell'arte, impegnati a far "crescere" il fumetto, i nostri autori (e gli editori) non hanno tempo da dedicare a loro.

Quale editore disporrà di capitali per investire nel fumetto? Con quali redattori? Con quali autori? E per quale pubblico? Dove sono, oggi, le pubblicazioni che formeranno la generazione degli autori e dei lettori di domani?

Da più parti si continua a sperare nel vero "miracolo italiano", la rinascita del fumetto. Ma auspicarla significa realmente credere in un miracolo. La rinascita va costruita mattone dopo mattone, e sopra un terreno solido, non su quella palude che sta inghiottendo il fumetto italiano. I progetti editoriali - quelli buoni - non nascono con uno schiocco di dita. Oltre che le contingenze favorevoli, richiedono il loro tempo.

E' ora di rendersene conto: se mai ci sarà una rinascita del fumetto italiano (e non è affatto cosa certa), non avverrà né domani né l'anno prossimo. Cominciamo a ragionare in termini di lustri, e almeno avremo un ragionevole punto di partenza.