

Daniele Barbieri

Supereroi d'oltre oceano

Che Superman sia morto ormai lo sanno tutti. Chi l'ha ucciso? Apparentemente il supercriminale di turno - ma in realtà è stato l'Uomo-Ragno. Non si tratta di una notizia riservata, e questo non è uno scoop. Per chi conosce almeno un poco la situazione dell'editoria americana a fumetti, l'identità dell'assassino, o almeno del mandante, è chiara.

Per renderla chiara a tutti proveremo a descrivere brevemente questa situazione, certamente complessa se si vuole entrare nei dettagli, ma in realtà piuttosto semplice nelle sue grandi linee.

Per cominciare, alcune precisazioni terminologiche. I fumetti, negli Stati Uniti, si chiamano *cartoons*, o *comics*. Nonostante il nome, il riferimento alla comicità è solamente storico: i primi fumetti erano comici, e furono chiamati *comics*; poi il nome rimase anche per gli altri, polizieschi o d'avventura o d'altro ancora. Così, quando si parla di *comic book* e di *comic strip*, non ci si sta riferendo a libri comici e a strisce comiche, bensì ad albi periodici a fumetti e a strisce quotidiane: né gli uni né le altre sono necessariamente comici, anche se le strisce lo sono più frequentemente degli albi.

Comic book e *comic strip* rappresentano i due mondi del fumetto americano. Si tratta di due mondi diversissimi, con pochissima comunicazione reciproca. La *comic strip* è pubblicata giorno dopo giorno sui quotidiani, e può avere carattere umoristico autoconclusivo oppure non umoristico e seriale. Si rivolge prevalentemente al pubblico adulto dei lettori di quotidiani, con ampie fasce di pubblico più giovane. Esempi di strip umoristiche ben noti ai lettori italiani sono i *Peanuts*, *Doonesbury*, *Calvin e Hobbes*, *B.C.*, *The Wizard of Id* (*Linus*, *Snoopy* e *Comix* sono i periodici italiani dove le si trova pubblicate). Tra le strip storicamente famose di carattere non umoristico possiamo ricordare *Flash Gordon*, *Mandrake*, *L'uomo Mascherato*, *Terry e i Pirati*, *Dick Tracy* e una quantità di altre.

Mentre la *comic strip* è vecchia quanto il fumetto in generale (quasi un secolo, ormai), il *comic book* nasce soltanto alla fine degli anni Trenta. Mentre le *comic strips* sono pubblicate all'interno di periodici di tutt'altro tipo, quali sono i quotidiani, i *comic books* sono albi periodici (di solito mensili) interamente a fumetti. Il loro pubblico è principalmente adolescenziale e infantile, ma da una decina d'anni a questa parte esiste anche una produzione destinata esplicitamente a un pubblico adulto - quale, del resto era anche il pubblico degli anni Trenta. Di largo consumo il *comic book* lo divenne solo nel 1938, dopo una serie di tentativi di relativo successo: l'evento scatenante fu la pubblicazione di *Superman* sulla rivista *Action Comics*, della casa editrice DC Comics (che allora si chiamava National). Da quel momento i fumetti di supereroi hanno rappresentato il contenuto prevalente dei *comic books*.

Vista la distanza di mondi e interessi che separa *comic strip* e *comic book*, è evidente che è solo nell'ambiente di quest'ultimo che dobbiamo cercare il nostro colpevole per la morte di Superman. Facciamo dunque qualche passo avanti nella storia, e arriviamo agli anni Quaranta, i cosiddetti Anni d'Oro dei supereroi. Con il successo di Superman, i suoi emuli si erano moltiplicati rapidamente, e la guerra favorì questo genere giustizialista. La DC-National, con Superman, Batman e numerosissimi altri personaggi, dominava il mercato, contro una quantità di agguerriti concorrenti.

Tra questi se ne distingueva uno, una casa editrice che si chiamava Timely, il cui cavallo di battaglia era un personaggio chiamato *Capitan America*. Anche lui, come tanti altri, scomparve qualche anno dopo la fine della guerra, quando l'interesse per i fumetti di supereroi declinò rapidamente. Negli anni Cinquanta solo la DC, con pochi personaggi, era rimasta a occupare un mercato scarnissimo, in cui gli interessi del pubblico erano rivolti ad altri generi, in particolare l'horror, le storie di pirati e il rosa.

All'aprirsi del nuovo decennio la situazione sembrava ritornare favorevole per il fumetto di supereroi. La DC ne approfittò subito, ripescando vecchi personaggi e riaprendo vecchie testate. Ma nel 1961 accadde il fatto decisivo, che avrebbe condizionato il mercato sino ad oggi: la casa editrice Timely, cambiato il proprio nome in quello più eclatante di Marvel Comics, iniziò a lanciare una serie di personaggi e di testate di immediato successo. Si iniziò con *I Fantastici Quattro*, che vendettero moltissimo sin dal primo numero - ma l'esplosione avvenne l'anno dopo, il 1962, con *l'Uomo Ragno*.

Mentre negli anni Trenta e Quaranta, i fumetti di supereroi erano rivolti a tutti, nei Cinquanta la produzione DC aveva finito per limitarsi a una destinazione infantile. L'immediato successo della Marvel fu probabilmente dovuto almeno in parte al fatto che i destinatari dei loro fumetti costituivano una categoria ancora trascurata: gli adolescenti. Così, dagli anni Sessanta ad oggi il mercato del fumetto di supereroi è stato costantemente occupato dalla Marvel per una quota variante tra il cinquanta e il settantacinque per cento, dalla DC per il venti-quaranta per cento, e da altre piccole case editrici - talora estremamente effimere - per gli eventuali resti. In ogni caso: fine dell'era DC e dominio della Marvel. I fan la chiamano *Marvel Age*.

La *Marvel Age* passò un brutto momento negli anni Settanta. La politicizzazione degli adolescenti fece crollare in quegli anni il fumetto di supereroi, a vantaggio della produzione cosiddetta *underground*. E la ripresa, negli anni Ottanta, non poteva non tenere conto di questa avvenuta politicizzazione. Ma, nonostante una serie di piccoli tentativi, fu proprio la dimensione del mercato della Marvel a impedire un più incisivo miglioramento. Chi riuscì a fare la svolta fu proprio la DC: a partire dal 1983 essa incominciò infatti a pubblicare fumetti di supereroi di inconsueta complessità e interesse, evidentemente dedicati a un pubblico adulto, o perlomeno giovanile ma con una buona formazione culturale. La tendenza ebbe un picco brusco intorno al 1986, quando furono pubblicati *Batman-The Dark Knight* di Frank Miller e *Watchmen* di Alan Moore, entrambi grandi successi.

Nei secondi anni Ottanta la DC si portò di conseguenza su quote di mercato più vicine a quelle della Marvel: ma la concorrenza non demorse. Nel corso degli anni Ottanta anche l'intera produzione Marvel si è infatti gradatamente modificata: nessuna rivoluzione, come era accaduto in casa DC, ma una graduale trasformazione verso trame più complesse e intriganti, verso personaggi più impegnati sul piano umano e sociale, verso psicologie più concrete e credibili. Così la produzione Marvel è rimasta di qualità più o meno uniforme: vi sono sì prodotti più difficili e prodotti più facili, destinati a fasce di pubblico di età differente, ma senza che vi sia una vera distinzione tra loro. Al contrario, la DC ha finito per costituire un gruppo di testate di estremo interesse, che però si sono andate allontanando sempre di più dal genere supereroi (e le testate dedicate a Batman ne sono un esempio), mentre i suoi personaggi più classici hanno subito un rinnovamento soltanto apparente, finendo per ripercorrere vecchi e risaputi schemi.

Negli ultimi anni, la Marvel ha dunque riguadagnato il terreno perduto, e la DC ha perso quello che aveva guadagnato, anche minata dalla concorrenza di una serie di nuove piccole case editrici. Mentre moriva Superman, tutte le testate più per adulti sono state scorporate dal mucchio: formalmente è ora una nuova casa editrice a pubblicarle, la Vertigo - nuova facciata, nuovo nome, nuova storia (ma anche nuove vendite?). Insomma, Superman è morto perché la sua morte sarebbe stata un grande successo editoriale: è morto per evitare la morte della DC Comics. Chi l'ha ucciso? Be', a questo punto è evidente che la causa di tutto è stata proprio l'Uomo Ragno, personaggio vincente di una casa editrice che non ha bisogno di uccidere i propri personaggi per vendere e per fare parlare di sé.

Il boom dei supereroi della metà degli anni Ottanta in America ha avuto un'eco anche in Italia, con poco ritardo. Sono diversi anni, ormai, che il fumetto americano di supereroi ha ripreso ad essere pubblicato e venduto, dopo che anche qui si era smesso di parlarne del tutto verso la fine dei Settanta. Due case editrici in particolare, la Star Comics e la Play Press, pubblicano la maggior parte delle testate, ma anche la Comic Art, la Granata Press, la Max Bunker Press e la Rizzoli-Milano Libri lavorano nel settore. Vedremo più in particolare in un prossimo intervento la situazione italiana del comic book di supereroi.