

Recensione a: Barbara Grüning, Alice Scavarda (2025),
Sociologia del fumetto. Concetti, metodi e pratiche di ricerca,
Carocci editore, Roma

Maria Alessandra Molè

Il volume di Grüning e Scavarda rappresenta un contributo originale e innovativo allo studio sociologico del fumetto, affrontandolo non soltanto come prodotto artistico o di intrattenimento, ma come vero e proprio campo sociale, regolato da dinamiche di classificazione, distinzioni simboliche e logiche di mercato. Le autrici propongono di interrogare il fumetto come un fenomeno culturale capace di generare specifiche forme di produzione, ricezione e legittimazione.

Il testo si apre con una domanda: i fumetti sono un prodotto artistico o un prodotto di massa? La risposta, osservano le autrici, non è univoca. Prima ancora di tentare una classificazione, occorre comprendere come le etichette di “arte” e “cultura di massa” si siano costituite storicamente, siano state diffuse e abbiano influito sulle pratiche di produzione e consumo culturale. L’operazione analitica va quindi oltre il fumetto in sé, investendo i dispositivi sociali e simbolici che ne consentono il riconoscimento e la legittimazione. In questa prospettiva, la sociologia del fumetto diventa esercizio di denominazione e di ordinamento di un fenomeno considerato “nuovo”, che richiede di essere esplorato secondo due prospettive complementari: una prospettiva strutturale, che analizza l’osmosi tra spazio sociale e spazio simbolico; e una prospettiva processuale, che indaga le dinamiche interne al campo, le traiettorie sociali degli attori e le loro strategie di distinzione.

L’analisi si basa sulle categorie teoriche di Bourdieu, interpretando il fumetto come un “mercato di beni simbolici” (Bourdieu 1993) in cui le distinzioni sociali tra autori, generi, pubblici e circuiti editoriali attivano processi di visibilizzazione e di esclusione. I criteri di definizione e classificazione influenzano la circolazione delle opere, il riconoscimento degli autori e la costruzione dei canoni, influenzando in maniera decisiva le modalità di legittimazione culturale. Le autrici evidenziano come la produzione culturale del fumetto sia regolata non solo da logiche economiche o di prestigio, ma anche dal posizionamento degli autori all’interno del campo, il quale orienta le traiettorie sociali e contribuisce a definire i principi di visione e di divisione che strutturano il settore. Da tali dinamiche emergono i gusti e i sistemi di classificazione attraverso cui interpretiamo e valutiamo il mondo che ci circonda.

Un esempio significativo è quello di Zerocalcare, la cui notorietà si è estesa oltre il pubblico tradizionale del fumetto grazie alla visibilità acquisita sulle piattaforme digitali. In questo contesto, il numero di *followers* diventa un indicatore importante per valutarne la possibilità di pubblicazione. Tuttavia, il rapporto tra popolarità online e potenzialità di lettori non è diretto: le diverse caratteristiche dei social media, rispetto alla carta stampata, attraggono infatti un pubblico solo in parte coincidente con quello dei lettori abituali di fumetti.

Il volume offre anche una ricca ricostruzione storica. Alla fine degli anni Trenta del Novecento il fumetto comincia a guadagnare una certa autonomia: i ragazzi possono

acquistarlo a basso costo nelle edicole, mentre iniziano a nascere spazi dedicati, come le prime fumetterie e festival, pur restando un fenomeno di nicchia. Negli anni Cinquanta il fumetto si afferma come veicolo di rappresentazioni sociali e come strumento per indagare la realtà. A partire dagli anni Novanta si consolida l'idea di una vera e propria "storicità" del fumetto, che ne consente la periodizzazione e l'istituzionalizzazione.

Particolare attenzione è dedicata alle specifiche *affordances* del medium: il fumetto è una forma espressiva che veicola significati complessi, incorpora riflessività e si fonda su un dialogo costante tra autore e lettore. Esso esprime emozioni attraverso la gestualità dei personaggi, la scelta stilistica e cromatica delle vignette e l'interazione dinamica tra testo e immagine. Le parole dei personaggi non si limitano a raccontare una storia, ma si inseriscono nella sequenza narrativa con diverse grandezze, posizioni e forme, creando effetti di senso che possono risultare distorcenti o comici, stimolando nel lettore interpretazioni multiple. La dimensione cromatica contribuisce a definire atmosfere e climi emotivi, mentre ogni autore imprime la propria soggettività attraverso stile, disegno, composizione e uso del colore, facendo emergere convenzioni e schemi culturali.

Uno dei contributi più stimolanti del volume riguarda l'esplorazione del fumetto come strumento di ricerca qualitativa. La sua natura multimodale – che integra parole, immagini, colori e componenti sensoriali – lo rende un medium partecipativo e creativo, in grado di valorizzare la riflessività e di accompagnare tutte le fasi della ricerca: dalla raccolta dei dati all'analisi, fino alla disseminazione dei risultati. Le autrici illustrano numerose applicazioni possibili: l'uso del fumetto come stimolo narrativo in interviste individuali o focus group; lo *sketch reportage*, che prevede la presenza di un artista che documenta graficamente le interazioni durante le interviste, producendo vignette o sequenze da discutere con i partecipanti; l'inserimento di schizzi e disegni nelle note etnografiche per catturare dialoghi, gesti, suoni, odori e aspetti della cultura materiale.

Il fumetto può, inoltre, essere impiegato per attivare pratiche partecipative, ad esempio invitando i soggetti coinvolti a produrre fotografie o vignette sul tema di ricerca e a commentarle o raggrupparle, favorendo così l'espressione di vissuti, valori e categorie concettuali proprie. Questa metodologia si rivela particolarmente utile per dare voce a popolazioni marginalizzate o a persone con difficoltà di espressione verbale, come adulti con basso livello di scolarizzazione, bambini, persone con disabilità o background migratorio. Gli schizzi o bozzetti possono diventare vere e proprie mappe concettuali, che combinano *visual thinking* e produzione concettuale, e possono essere inclusi in articoli o capitoli per diffondere in modo innovativo i risultati della ricerca. In conclusione, il volume di Grüning e Scavarda si impone come un riferimento imprescindibile per chiunque voglia indagare il fumetto da una prospettiva sociologica. La loro analisi, al tempo stesso teorica e metodologica, dimostra come il fumetto non sia soltanto un oggetto culturale, ma un linguaggio complesso, una pratica creativa e uno strumento di ricerca capace di arricchire la cassetta degli attrezzi della sociologia qualitativa.

Riferimenti bibliografici

Bourdieu P. (1993), *The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature*, Columbia University Press, New York.