



**Università
di Genova**

DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE
E INTERNAZIONALI

Corso di Laurea Magistrale in:
Informazione ed editoria

IL FUMETTO GIAPPONESE
L'editoria del manga in Giappone e in Italia

Editoria dell'età contemporanea

Relatore

Chiar.mo Prof. Andrea Sisti

Candidata

Chiara Cantaluppi

ANNO ACCADEMICO 2021-2022

Haikyuu. Stagione 3, episodio 4, minuto 19:41

Indice

Introduzione	6
Capitolo 1	9
1.1 Dagli emakimono agli ukyo-e	9
<i>1.1.1 Focus: La grande onda di Kanagawa</i>	12
1.2 Le strisce sui giornali dall'Ottocento al manga commerciale del dopoguerra	14
1.3 Osamu Tezuka e <i>Tetsuwan Atom</i>	17
1.4 Gli anni 60-90 e l'industria del manga	21
1.5 Studi di animazione cinematografici	25
<i>1.5.1 Caso studio: Evangelion di Hideaki Anno</i>	29
1.6 Conclusione	32
Capitolo 2	35
2.1 Industria dell'intrattenimento giapponese	35
2.2 Shūeisha	37
2.3 Kōdansha	41
<i>2.3.1 Caso studio: Akira di Katsuhiro Ōtomo</i>	45
2.4 Shōgakukan	47
2.5 Ono Toshihiro e Hidenori Kusaka dal digitale al cartaceo	50
2.6 Focus: Golden week e mercato del fumetto	54
2.7 Classifica vendite dal 2020 ad oggi	55
2.8 Questionario: lettori giapponesi di manga	58
2.9 Conclusione	62
Capitolo 3	63
Case editrici italiane	63
3.1 J-pop	69
3.2 Edizioni Star Comics	71
3.3 Planet Manga	75
3.4. Focus: Fiere Manga e Anime	77
3.5 Intervista a Fabiano Bertello e Simona Stanzani: il mestiere del traduttore di fumetti ...	78
3.6 Questionario: lettori italiani di manga	84
Conclusione	90
Bibliografia di riferimento	91
Sitografia articoli sulla storia del manga	92

Sitografia capitolo 1	92
Sitografia capitolo 2	93
Sitografia capitolo 3	94

Introduzione

Il lavoro svolto per la realizzazione di questa tesi si è concretizzato in un'intensa analisi del mondo editoriale, nello specifico quello nipponico, riguardante il fumetto.

Si porrà l'attenzione soprattutto sul manga, prodotto editoriale nato in Giappone, che, negli ultimi anni, sta spopolando anche nelle librerie italiane, attraverso le diverse categorie che lo compongono e i temi che tratta.

Sarà presente una bibliografia incentrata soprattutto sulla storia del prodotto e delle case editrici presenti sul mercato, mentre in sitografia, parlando di un tema così attuale e volubile quale il mondo del fumetto, dovendo rimanere sempre aggiornati sugli ultimi avvenimenti, saranno presenti molti articoli di giornale e interviste alle diverse case editrici e ai suoi rappresentanti, ma anche dichiarazioni sui mangaka stessi.

Nel primo capitolo ci si concentrerà principalmente sulle radici del fumetto nipponico: dagli emakimono agli ukiyo-e; lo sviluppo dello stesso in epoca moderna in Giappone, dal cartaceo ai diversi media e dispositivi di massa che contraddistinguono il nostro secolo; le strisce sui giornali, le produzioni televisive degli anni Sessanta e gli studi d'animazione cinematografici più influenti; osservando infine come sia potuto diventare così famoso sia nel proprio paese sia all'estero.

Nel secondo capitolo si prenderanno in esame esclusivamente le maggiori case editrici giapponesi e il mercato odierno dove esse si posizionano. Una panoramica sui nuovi prodotti e quello che il mercato vuole ora, guardando anche il ruolo sociale e culturale in cui esse vengono collocate, come la loro partecipazione a fiere ed eventi. Le case editrici prese in considerazione sono: Shūeisha, Kōdansha e Shōgakukan, si potranno così notare le loro caratteristiche peculiari per storia e prodotto, avendo anche una panoramica dello sfondo culturale che caratterizza il Sol Levante.

Il terzo capitolo volgerà lo sguardo invece verso il panorama italiano odierno, e su come si approccia a questo prodotto, dando uno sguardo alle tre grandi case editrici in questo campo che vendono manga e come si posizionano nel mercato interno, si prenderanno in esame le case editrici: J-POP, Manga Planet e Star comics.

Saranno presenti all'interno dei capitoli dei focus, diversificati, riguardanti curiosità legate al mondo del manga, come, per esempio: *La grande onda di Kanagawa* o la cosiddetta *Golden week*; verranno poi presentati diversi casi editoriali importanti come *Evangelion* di Hideaki

Anno *o Akira* di Go Nagai, che hanno influenzato con queste opere l'andamento del fumetto stesso; saranno presenti anche interviste a coloro che lavorano nel mondo del manga, soprattutto nel panorama italiano come i traduttori Fabiano Bertello e Simona Stanzani.

In conclusione, saranno presenti testimonianze di lettori e lettrici di manga dei due diversi paesi: sottoponendoli a un questionario creato su Google form, hanno dato il loro parere anche sulla percezione di questo prodotto nel loro paese.

Capitolo 1

Le origini del manga

Fumetto Storia composta da immagini in sequenza, cioè accostate l'una all'altra in modo da suggerire l'idea del movimento, i cui protagonisti parlano spesso per mezzo di 'nuvole di fumo' che provengono dalle loro bocche (i fumetti).¹

Il fumetto è una forma artistica narrativa, nata dall'incontro tra immagine e parola, quando si parla di narrazione per immagini si può risalire sin all'antichità, già in epoca preistorica i disegni nelle caverne rappresentavano delle storie; se guardiamo invece la storia del fumetto, come la definizione dell'enciclopedia Treccani sopracitata intende, allora dobbiamo fare un salto in epoche più recenti. Il prodotto editoriale che si andrà ad analizzare, sia attraverso un excursus storico sia nella sua posizione nel panorama editoriale odierno, sarà il fumetto giapponese conosciuto con il nome di manga.

Il termine manga si può far risalire all'epoca Tokugawa (1600-1800) ed è composto da due kanji: *man* (漫), che significa in ozio, e *ga* (画),² che vuol dire pittura: letteralmente la parola significa "un disegno senza uno scopo"; ad oggi questo termine viene frequentemente utilizzato ma travalica abbondantemente ciò che si intende in italiano con fumetto perché all'interno di esso si includono: lo schizzo, la caricatura e la vignetta singola.³

1.1 Dagli emakimono agli ukyo-e

Le radici storiche del manga si ritrovano percorrendo il VI-VII secolo, partendo dalla storia dell'emakimono 絵巻物: spesso chiamato semplicemente *emaki*, era un rotolo di carta la cui tradizione arriva dall'India fino in Giappone attraverso la Cina insieme al Buddismo; ma è soltanto durante il periodo Heian, VIII-XII secolo, che si accresce l'interesse verso questa forma d'arte e narrazione.

Questo rotolo poteva essere di carta o seta, sul lato sinistro si trovavano delle bacchette di legno utili sia per la lettura sia per ri-arrotolare l'emaki; infatti, quando si concludeva la lettura, bisognava arrotolare e legare con una cordicella di seta intrecciata la carta, e

¹ <https://www.treccani.it/enciclopedia/fumetto/>

² <https://jisho.org/search/%22manga%22>

³ Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO) in *Il Giappone*, Vol. 18 (1978), *Il fumetto in Giappone: 1) L'evoluzione del manga dall'era Meiji alla guerra del Pacifico*, p. 133.

successivamente, si ricopriva il rotolo con seta differente per poter essere trasportato, riposto su scaffali oppure conservato in raffinati involucri dipinti.

La lettura iniziava srotolando l'emakimono da destra a sinistra per seguire la narrazione. Questa è una caratteristica anche del manga moderno pubblicato sul cartaceo; si poteva trovare anche, all'inizio del racconto, come incipit, una breve sintesi della storia per aiutare il lettore; all'interno delle narrazioni venivano raffigurate, tramite immagini e testi: battaglie, romanticismo, religione, racconti popolari e storie del mondo soprannaturale. Una caratteristica molto comune era la ripetizione nelle raffigurazioni: per esempio, un personaggio poteva essere mostrato più e più volte con solo lo sfondo che cambiava.

Riguardo invece alla dimensione dei formati gli emaki erano variabili, sia per altezza che per lunghezza e potevano essere composti da uno o più rotoli.⁴ Uno dei più importanti emaki, a oggi meglio conservati, è il *Genji monogatari* (figura 1): prima versione pittorica esistente di questo romanzo viene datata alla prima metà del XII secolo,⁵ il Monogatari ha avuto una così grande influenza sul mondo nipponico da aver ispirato nei secoli successivi anche manga, anime e film.



Figura 1 - *Genji monogatari*

Gli emakimono furono fondamentali per la creazione della stampa *ukiyo-e* giapponese: questa nuova tipologia di stampa inizia la sua diffusione nel periodo Edo, tra il XVII e il XX secolo, di pari passo con i cambiamenti della società dell'epoca, che sotto la nuova autorità

⁴ <https://artslife.com/2020/08/31/larte-degli-emaki-giapponesi/>

⁵ <https://www.tokugawa-art-museum.jp/en/about/treasures/painting/post-01/>

dello shogunato Tokugawa, stava vivendo un'era di pace e vedeva positivamente l'arrivo di una borghesia urbana e mercantile a scapito dell'influenza dell'aristocrazia militare.⁶

Il termine *ukiyo-e* si può tradurre come “immagine del mondo fluttuante”; questo termine si rifà alla cultura giovanile che fiorì anticamente nelle città di Edo (oggi l'attuale capitale Tokyo), Osaka e Kyoto; si sviluppò successivamente anche un mercato di questa forma d'arte che arrivò alla sua massima diffusione durante il periodo Meiji, nel quale si aprirono le porte alle influenze straniere grazie alla fine del bakumatsu, cioè del governo militare.

Il processo di stampa che veniva utilizzato per la creazione degli *ukiyo-e* era quello xilografico, un insieme di procedimenti complessi che coinvolgevano non solo l'artista ma prevedevano l'intervento di quattro persone: pittore, incisore, stampatore, editore.

Partiva tutto da un editore che commissionava a un artista il lavoro, il disegno arrivava poi all'incisore che lo poneva a faccia in giù su una tavola di legno di ciliegio selvatico e raschiava la carta attorno ai contorni creando il disegno in rilievo. Lo stampatore a quel punto tagliava la carta assorbente a mano nel formato desiderato, con un apposito disco piatto faceva aderire la carta contro la matrice inchiostrata imprimendo il disegno.

Fino alla metà del XVII secolo le stampe *ukiyo-e* furono monocrome quindi bisognava imprimere la matrice ricoperta d'inchiostro solo una volta. Dopo la metà del XVIII secolo la tecnica della stampa si evolse arrivando a creare delle stampe a più colori chiamate *nishiki-e*.⁷

Gli *ukiyo-e* essendo stampe poco costose venivano acquistate soprattutto dagli abitanti della città che non potevano permettersi dei veri dipinti, si può quindi parlare di un primo prodotto di massa per l'epoca; ebbero così una grande diffusione anche per ciò che si raffigurava: il soggetto principale era la vita quotidiana della città, soprattutto le scene dei quartieri dei divertimenti: cortigiane, lottatori di sumo e attori famosi che svolgevano le loro mansioni; successivamente anche i paesaggi ebbero molto rilievo. Un'altra tematica raffigurata creò, come in tempi moderni, agli artisti e agli editori diversi problemi: il sesso raffigurato negli *shunga*,⁸ che portò anche a sanzioni veramente alte agli stampatori.

Con l'apertura dei porti e l'aumento del commercio si creò il bisogno di rappresentare e far conoscere il mondo esterno ai giapponesi, la classe dei commercianti e artigiani cominciò a scrivere e a dipingere ciò che vedeva negli *ehon*, libri d'immagini cioè storie illustrate; erano

⁶ <https://www.barnebys.it/blog/ukiyo-e-le-straordinarie-immagini-del-mondo-fluttuante>

⁷ <http://www.cultor.org/Orient/Ukiyo/Ukiyo-e.pdf>, pp 9-10.

⁸ «Il termine Shunga tradotto, vuol dire “pittura della primavera”, un modo delicato e poetico per definire l'atto sessuale». <https://artevitae.it/shunga-la-stampa-erotica-giapponese-tra-il-1600-e-il-1800/>

ispirati inizialmente a opere e racconti cinesi: molti narravano della vita, della cultura e delle tradizioni, alcune erano vere e proprie guide. Molto interessante era trovare spesso all'interno diversi ukiyo-e come illustrazioni, arrivando poi in seguito a essere indipendenti, cioè stampando le immagini su fogli singoli come cartoline o poster.

In seguito a questa apertura, il Giappone si schiuse alle importazioni dall'Occidente, tra cui la fotografia e nuove tecniche di stampa; anche i colori naturali vegetali usati vennero sostituiti da tinte chimiche importate dall'Europa. Questo portò gli ukiyo-e a essere in gran parte rimpiazzati dalla fotografia e passarono di moda in Giappone, divennero però fonte d'ispirazione in Europa con l'Art Nouveau per gli impressionisti, questa influenza è chiamata giapponismo. Gli ukiyo-e vengono prodotti ancora oggi e hanno avuto una forte influenza su diversi campi artistici, come quello di nostro interesse cioè il manga.

Ci furono autori di ukiyo-e che arrivarono a farsi conoscere anche all'estero, sono sei grandi maestri di quest'arte: Suzuki Harunobu (1725-1770), Torii Kiyonaga (1752-1815), Kitagawa Utamaro, Tōshūsai Sharaku (attivo nel 1794), Utagawa Hiroshige e Katsushika Hokusai. Le opere di questi artisti risultano molto apprezzate anche per estranei alla cultura giapponese, in quanto i loro temi sono universali come: bellezze femminili e paesaggi suggestivi.⁹

1.1.1 Focus: La grande onda di Kanagawa

Con *La grande onda di Kanagawa*, di Katsushika Hokusai ci riferiamo a un'opera leggendaria, a oggi icona dell'arte nipponica, può essere la più conosciuta opera d'arte della storia del Sol Levante, popolarissima in tutto il pianeta. Questo artista vissuto tra la fine del '700 e inizio '800, fu allievo della scuola di Katsukawa Shunsho dove si specializzò nelle stampe di cortigiane e attori Kabuki,¹⁰ considerato il padre dei manga poiché adottò il termine "manga" per intitolare diversi suoi lavori, tra cui schizzi, dipinti e anche illustrazioni.

Infatti, nel 1793 Hokusai approfondì lo studio di nuovi stili, cambiando i soggetti delle sue stampe e concentrandosi sui paesaggi e sulle scene di vita quotidiana del popolo giapponese a tutti i livelli sociali; creò anche manuali di disegno e gli *Hokusai Manga*: raccolta di quindici

⁹ Capriati, M., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, 2001, Vol. 41 (2001), *L'ukiyo-e come arte «di uso e consumo»* p. 43.

¹⁰ Teatro tradizionale giapponese. <https://www.watabi.it/blog/cultura-giapponese/teatro-kabuki/>

volumi d'illustrazioni di figure umane, fiori, paesaggi e altri soggetti, senza una precisa continuità.¹¹

Dopo la scomparsa della moglie, l'artista ebbe gravi ristrettezze economiche che si aggravarono a causa dei problemi di gioco di un nipote di cui si occupava; anche se già piuttosto affermato come artista, fu comunque costretto ad affrontare un periodo di latitanza a causa dei creditori. Proprio in questo difficile contesto Hokusai decise di dar vita a un progetto che aveva in mente da molto tempo; infatti, tra il 1815 e il 1878 egli pubblicò la raccolta delle *Trentasei vedute del Fuji*, anche se il nome può trarre in inganno in realtà si compone di 46 stampe paesaggistiche di coste, mari, laghi, torrenti e cascate tenendo sempre presente sullo sfondo la sagoma del Fujiyama; le vedute raffiguranti diversi luoghi del Giappone, da Tokyo ad Hakone, danno anche il nome alle xilografie ma sono presenti alcune a cui è stato attribuito un titolo particolare e specifico.

La grande onda di Kanagawa 神奈川沖浪裏 (figura 2), è la prima delle trentasei vedute ed è certamente la più iconica; nell'immagine sono presenti tre barche alla deriva in un mare in burrasca che stanno per essere travolte da una grande onda, il monte Fuji si staglia sullo sfondo della composizione. Sebbene si pensi che possa essere la rappresentazione di uno tsunami, è molto probabile che sia, invece, semplicemente una grande onda formata dal mare.¹²



Figura -2- Katsushika Hokusai, *La grande onda di Kanagawa*, 1815

Si pensa che da metà dell'800 le stampe di quest'opera furono largamente utilizzate come imballaggio per oggetti giapponesi da mandare all'estero, dando probabilmente la spinta originale alla sua diffusione.

La rappresentazione di Hokusai forse grazie anche a questo modo diverso di

pubblicità divenne immediatamente famosa in Europa, si sviluppò in seguito una tendenza nel mondo di guardare il Giappone con uno sguardo molto interessato. Le sue opere infine divennero presto una fonte d'ispirazione per molti impressionisti europei come Claude Monet

¹¹ Pellitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, p. 18.

¹² https://www.lifegate.it/passengers_newsletter_14_18-2

e anche post-impressionisti come Paul Gauguin e Vincent Van Gogh, influenzando esponenti anche dell'Art Nouveau e dell'Art Déco.¹³ Nel mondo contemporaneo come già accennato in precedenza questa immagine è diventata così famosa da essere riconosciuta da tutti e utilizzata a fini commerciali.¹⁴

La stessa è anche stata usata in diversi settori come, per esempio: nel 1905, il compositore francese Claude Debussy la mise in copertina del suo poema sinfonico *La Mer*; mentre la nota società produttrice di jeans Levi's l'ha utilizzata in una campagna pubblicitaria, fino ad arrivare a Google che l'ha celebrata il 31 ottobre del 2010 con un doodle in occasione dell'anniversario della nascita di Hokusai. Sono presenti, ai giorni nostri, due esemplari al mondo, in buono stato di conservazione, della *Grande onda* e possiamo trovarli al Metropolitan Museum of Art di New York e al British Museum di Londra.¹⁵

1.2 Le strisce sui giornali dall'Ottocento al manga commerciale del dopoguerra

A metà dell'Ottocento inizia l'avvento dei giornali, come noi li conosciamo ora, che hanno contribuito al processo di modernizzazione del Giappone, i giornali che possiamo chiamare moderni sostituiranno i *kawaraban* illustrati: pubblicazioni fiorite durante il periodo Edo, riportavano disastri naturali, pettegolezzi, eventi importanti e festival, contenuti degni di nota; venivano stampati subito dopo l'evento e pubblicati illegalmente, in forma anonima senza l'autorizzazione del governo. Queste stampe apparivano in vari formati e dimensioni, venivano stampate in grandi quantità su carta economica per contenere i costi; la maggior parte di queste stampe, infatti, furono realizzate attraverso la xilografia.

Il *kawaraban* aveva uno scopo più d'intrattenimento che di educazione¹⁶ e questa funzione verrà ripresa anche dai primi giornali; uno dei primi fu: *The Japan punch*, fondato nel 1862 a Yokohama dall'inglese Charles Wirgam come corrispondente estero della testata dell'*Illustrated London News*.

Grazie alla circolazione di questo giornale sia tra i giapponesi sia tra gli americani che stanziano in Giappone, il termine *punch*, in lettura giapponese *punchi*, si insediò nella cultura giapponese in riferimento le vignette comiche che rappresentano in chiave ironica gli usi e i

¹³ Pellitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, p.22.

¹⁴ <https://www.analisedellopera.it/la-grande-onda-di-kanagawa-hokusai/>

¹⁵ <https://www.ilpost.it/2015/03/27/grande-onda-hokusai/>

¹⁶ <https://library.brown.edu/cds/perry/kawaraban.html>

costumi contemporanei agli anni di apertura,¹⁷ divenne il modello per future altre riviste e da questa testata nacque in seguito l'*Eshinbun Nipponchi*, nel 1874 da Kanagaki Robun, non è appunto casuale la presenza della parola ponchi nel titolo cioè la pronuncia di punch in giapponese.



Figura 3 - Kitazawa Rakuten, *Tagosaku to mokube no Tokyo Kenbutsu*, ottobre 1902. *Jiji Manga*.

L'influenza dei disegnatori d'oltremare contribuì a un avanzamento della vignetta giapponese, ben più vicina al moderno fumetto; in questo clima d'innovazione non si può non nominare Kitazawa Rakuten e la rivista *Jiji Shinpo* di cui ne divenne direttore.

Kitazawa Yasuji conosciuto come Kitazawa Rakuten, fu un mangaka vissuto tra la fine dell'800 e inizio '900, viene tutt'oggi designato come uno dei primi di epoca moderna; nel 1899 venne assunto dalla rivista principale giapponese *Jiji shinpo* come vignettista dove inizialmente fu molto abile nel trasformare individui comuni e grandi politici a livello internazionale in personaggi

con storie da raccontare, personaggi da deridere o più spesso da biasimare, queste vignette avevano intenti satirici e d'inclusione al commento politico e sociale; nel 1902 gli fu affidato il supplemento della domenica del *Jiji Manga* dove gli fu chiesto di creare fumetti in stile narrativo americani, in quattro-otto pannelli, che sarebbe continuata fino alla metà del 1905.¹⁸

¹⁷ Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO, in *Il Giappone*, Vol. 18 (1978), *Il fumetto in Giappone: 1) L'evoluzione del manga dall'era Meiji alla guerra del Pacifico*, p. 135.

¹⁸ Pellitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, pp. 22-25.

All'artista venne riconosciuto anche il merito di aver rinnovato le linee e alleggerito il disegno,¹⁹ le sue serie rappresentavano anche personaggi che ritornano regolarmente, riprese di personaggi simili a quelli dei primi comics, protagonisti semplici ed emozionanti, alla scoperta di novità e della grande modernità delle città come Tokyo. In Giappone viene indicata come prima striscia fumettistica moderna quella nata nel 1902 sul *Jiji manga*, il supplemento a colori del quotidiano *Jiji shinpo*, dal nome: *Tagosaku to Mokube no Tokyo Kenbutsu* (La gita a Tokyo di Tagosaku e Mokube), del mangaka Rakuten (figura 3), che subisce influssi del modello dei comics euroamericani.

In questi anni esistevano già riviste e libri dedicati al manga ma ovviamente la dimensione del fenomeno era di gran lunga inferiore a quella a cui stiamo assistendo noi oggi; se invece si parla di strisce per i quotidiani, in Giappone si continua ad avere un enorme successo: sui giornali e periodici oltre che nelle riviste femminili ci saranno al proprio interno, in maniera sempre più frequente, strisce di fumetti.

Kitazawa stesso diede il suo più grande contributo al mondo del fumetto attraverso i cartoons sulla rivista satirica settimanale *Tokyo Pakku*, fondata nel 1905 dallo stesso mangaka: la rivista aveva la novità di avere il formato in folio ed erano presenti molte vignette stampate in litografia con commento in diverse lingue. Il successo della rivista fu duraturo e venne distribuita anche al di fuori del Giappone. Dal 1912 abbandona la rivista e ne fonda altre: *Rakuten Pakku* e *Katei Pakku* (Puck per la famiglia), *Kodomo no tomo* (L'amico dei bambini) che però non arriveranno mai al successo della prima.²⁰

Iniziarono a circolare anche riviste interamente dedicate all'arte del disegno e prendeva sempre più piede il termine manga per caratterizzare un fumetto che cercava di superare le barriere della comicità e satira classica.²¹ In Giappone, bisogna tenere a mente, i fumetti non sono mai stati considerati solo un genere infantile, come invece avveniva in Italia, almeno fino a qualche anno fa: soprattutto sotto questo aspetto la mentalità giapponese è sempre stata molto più simile a quella francese che ritiene il fumetto un vero e proprio genere letterario adatto a tutte le età.

Bisogna spostarsi a fine del conflitto mondiale per vedere la crescita del mercato del fumetto in Giappone, si deve ricordare che soprattutto tra il 1944-1945 tutte le associazioni che

¹⁹ Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO) in *Il Giappone*, Vol. 18 (1978), *Il fumetto in Giappone: 1) L'evoluzione del manga dall'era Meiji alla guerra del Pacifico*, p. 149.

²⁰ Pellitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, pp. 26-27.

²¹ Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO) in *Il Giappone*, Vol. 18 (1978), *Il fumetto in Giappone: 1) L'evoluzione del manga dall'era Meiji alla guerra del Pacifico*, pp. 150-160.

trattavano il fumetto furono obbligate a sciogliersi o sopresse con la forza, a seguito dell'armistizio si ricreò quello che prima veniva chiamato *Shin Manga Shūndan*, a Tokyo sotto il nome di *Manga Shūndan* (gruppo del manga). Ci fu un coro di voci nuove nel panorama di riviste e giornali, come “Van”, “Manga Nihon” e “Manga times”, all'interno erano presenti vignette soprattutto di satira politica e il target era per un pubblico di soli adulti; questo portò a una trasformazione del manga portando contenuti più maturi sulle proprie pagine.

Uno delle più importanti pubblicazioni nella quale vengono pubblicati autori che diventeranno i pilastri del manga degli anni successivi fu *Manga shonen* nel 1947, impostato prettamente per i bambini con altre riviste come *Shōnen Club* e *Shōjo Club* che avranno intenti pedagogici.

Dalla fine degli anni Trenta fino alla fine degli anni Cinquanta furono presenti tre fenomeni molto importanti: i primi furono gli *Akon manga*, produzioni a basso costo che raccontavano storie di avventura o storie di tipo umoristico, tutte in un unico volume, per un pubblico di bambini; il secondo fenomeno furono gli *e-monogatari*, veri e propri fumetti che si rifacevano ai comics statunitensi, promuovevano spesso valori autoritari e militaristi ma visto che il Giappone voleva dimenticare ciò che era accaduto nel passato finirono per scomparire; in ultimo ma non per importanza la presenza di un nuovo stile di disegno, che si riaffercherà successivamente e anche in altri media adottato dai manga, il *kawaii*, aggettivo che significa carino con connotazione di dolce ed indifeso, caso più conosciuto è quello del tenero micetto, che apparirà sul mercato intorno agli anni Settanta, *Hello Kitty*; l'origine è attribuibile a Osamu Tezuka, di cui parleremo nel capitolo successivo.

Un altro avvento che aiuterà l'espandersi del manga anche sotto altre forme è di certo la televisione che nel 1953 entra negli spazi pubblici e privati del Giappone.²²

1.3 Osamu Tezuka e *Tetsuwan Atom*

Il mercato dei fumetti in Giappone dalla seconda metà del Novecento, come abbiamo già accennato, divenne il più vasto del mondo per quantità, varietà e consumo, il manga come noi oggi lo conosciamo è riconducibile a una figura molto importante: Osamu Tezuka, soprannominato il “Dio dei manga”, ha realizzato circa 170.000 tavole a fumetti per 500 storie diverse, l'insieme delle sue opere sono racchiuse nel *Complete Manga Works of Tezuka Osamu*, edito dalla casa editrice Kōdansha. Osamu Tezuka (1928-1989) ha dato importanti contributi alla struttura narrativa del manga che si andò a creare nel dopoguerra, come: l'organizzazione

²² Pellitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, pp. 43-47.

del simbolismo visivo sistematico (ad esempio, la forma delle sopracciglia o degli occhi per indicare emozioni specifiche, gocce di sudore...) e la disposizione dei pannelli per indicare il senso del tempo, della velocità, emozione; grazie a queste tecniche, il manga ha raggiunto un modo di espressione unico che è diventato intraducibile nel linguaggio, tutto questo si può chiamare effetto Tezuka e quando si parla della storia del manga si può definire un “prima” e un “dopo” Tezuka.²³

Iniziò il suo percorso nel 1946 debuttando con la striscia *Ma-chan no nikko* (Il ritorno del piccolo Man) sul giornale per i bambini *Mainichi Shokokumin shinbun*, successivamente nel 1953 pubblicò *Ribbon no kishi* (in Italia *La principessa Zaffiro*), dove utilizza un nuovo stile di disegno già nominato in precedenza, il *kawaii*. Già rivoluzionaria per quanto riguarda le tecniche di realizzazione e le tematiche trattate, il manga di Tezuka Osamu diventò ancora più importante e avveniristico quando si fuse con l’invenzione tecnologica dell’epoca: la televisione, realizzando film d’animazione e serie televisive, sia adattamenti dei suoi stessi manga in animazioni originali.

Il mito che avvolge la figura del mangaka è anche legato all’impulso generale a insistere su una rottura definitiva tra il Giappone bellicoso e il nuovo ordine del dopoguerra, tra il militarismo e democrazia;²⁴ i manga stessi di Tezuka hanno avuto anche un forte impatto sulla formazione della gioventù giapponese, nel dopoguerra il Giappone era alla ricerca di nuove forme di intrattenimento a basso costo che portò al mercato del consumo, in questo periodo nacquero anche nuovi generi narrativi come per esempio il *gekiga*.²⁵ etimologicamente si può tradurre come «disegno-dramma» o «disegno-rappresentazione», si impose sul finire degli anni ‘50, lo stesso Tezuka nelle sue produzioni seguì questa corrente, è destinato agli adulti dove gli autori sono liberi di affrontare diversi temi attraverso situazioni forti con un accentuato carattere realistico, con una struttura narrativa ben definita.

Il suo impatto sul cinema d’animazione è stato pari a quello che ha avuto sul mondo dei manga; grazie al suo lavoro, il concetto del cartone animato giapponese viene trasformato in una forma d’arte di grande impatto e incorporando una varietà di nuovi stili; cambiando il volto della letteratura e del cinema, il suo lavoro ha influenzato anche una serie di altri generi, il tema e punto cruciale delle sue opere che più lo ha caratterizzato è quello della preziosità della vita.²⁶ Il lavoro di Osamu Tezuka è stato esportato in tutto il mondo, diventando parte dell’infanzia di

²³ Hikari, H., University of Minnesota Press, in *Mechademia: Second Arc*, Vol. 8, *Tezuka's Manga Life* (2013), *Tezuka, Shōjo Manga, and Hagio Moto*, p. 308.

²⁴ *ivi*, p. XI.

²⁵ Barbieri, D., 2009, *Breve storia della letteratura a fumetti*, Roma, Carocci, pag. 68.

²⁶ <https://tezukaosamu.net/en/>

molti bambini giapponesi e non,²⁷ ricevendo consensi internazionali per il suo lavoro nell'animazione sperimentale nei suoi ultimi anni. Il mangaka però finirà anche nel mirino della critica dei comitati per la protezione dell'infanzia degli anni Settanta, soprattutto a causa della presenza di immagini esplicite sia di sesso sia di violenza, in Giappone come nel resto del mondo sono tematiche che hanno sempre suscitato diverse polemiche.²⁸

Il 1° gennaio 1963 è il giorno della messa in onda del primo episodio della serie televisiva in bianco e nero *Tetsuwan Atom* di Osamu Tezuka, in occidente conosciuto come Astro Boy (figura 4), la serie animata è tratta dall'omonimo manga dello stesso Tezuka; nato successivamente al suo prototipo *Atom Taishi* (1951) è composto da 23 volumi, pubblicati dal 1952 al 1968 sulla rivista *Shonen* di Kobunsha, sussidiaria della Kōdansha.

Primo anime televisivo seriale con puntate di trenta minuti, *Tetsuwan Atom* è anche il primo anime robotico chiamato generalmente *mecha*, filone tra i più rappresentativi dell'animazione giapponese, che conoscerà il suo apice negli anni Settanta con le saghe dei *Super robot* di Gō Nagai; contiene anche tematiche e modelli culturali strettamente legati alla società dell'epoca in cui era facile immedesimarsi.

La trama tratta di uno scienziato, il dottor Tenma, che, scosso dalla morte del figlio di appena otto anni, crea un sostituto robot, dopo aver capito che questo surrogato non può fare le veci del figlio lo dà via. Atom a questo punto sarà mosso da due obiettivi: salvare l'umanità e riuscire a creare una società in cui robot e umani possano convivere.

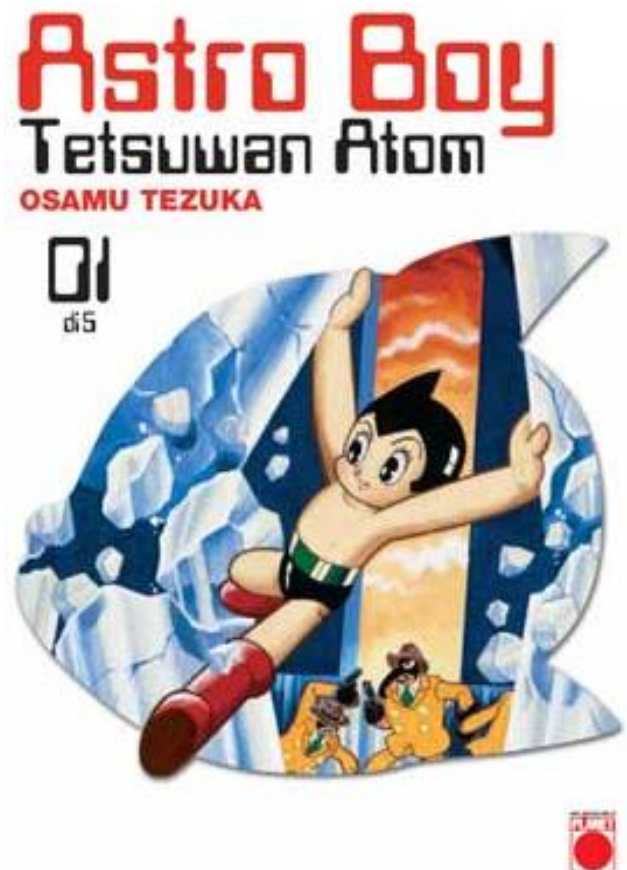


Figura 4 - Osamu Tezuka, *Tetsuwan Atom*, 1963, Kobunsha

²⁷ <https://www.hisour.com/it/the-osamu-tezuka-manga-museum-tokyo-japan-5311/>

²⁸ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 40 (2000), *Il fumetto in Giappone: 1) l'evoluzione del manga dagli anni Settanta agli anni Ottanta*, p. 128.

Una figura che da questo anime in poi viene resa importante è, oltre al robot, quella dello scienziato, come si può anche vedere in manga arrivati in seguito come il famoso *Dr. Slump*, scritto e disegnato da Akira Toriyama.

Il successo riscosso da Astro boy fu così grande, tanto che i diritti furono acquistati in numerosi paesi esteri, tra cui gli Stati Uniti, arrivando a 193 episodi, fino al 1966 quando la serie si concluse in Giappone a causa dell'avvento della televisione a colori e delle moderne tecniche di creazione dei cartoni animati. Sembrerebbe che negli ultimi anni Novanta le produzioni animate abbiano avuto così successo sui consumatori da aver raggiunto uno stadio di potenziale indipendenza dal manga; si può verificare infatti spesso un processo inverso che parte dalla versione animata arrivando a spingere alla realizzazione del fumetto cartaceo.²⁹ Ricordando anche che grazie alla sua grande notorietà proprio Tetsuwan Atom è stato tra le mascotte scelte per le Olimpiadi di Tokyo 2021, per riprendere anche ciò che rappresentava per lo stesso Tezuka come simbolo di fratellanza tra popoli superando le barriere nazionali.

Un esempio di manga plasmato da una serie di scelte legate alla sua versione televisiva, non viceversa, è *Devilman* di Go Nagai; iniziò a sviluppare questo manga quando la Toei Animation, casa di animazione di cui parleremo più avanti, colpita dal precedente lavoro dell'autore *Mao Dante*, narrazione introduttiva alle figure dei demoni secondo la concezione del mangaka, propose una collaborazione per un nuovo anime in cui inserire un personaggio più simile a un supereroe.

La storia di un supereroe per il piccolo schermo diventò su carta una violentissima metafora della guerra, presentò un nuovo rapporto tra il bene e male trasportandolo dal mondo occidentale, soprattutto dal cristianesimo al mondo nipponico, traendo molte ispirazioni anche dalla *Divina Commedia*, soprattutto per quanto riguarda le ambientazioni dell'*Inferno* e nella rappresentazione grafica del protagonista Devilman; la storia si basa sulla premessa che i demoni abbiano abitato la Terra dalla preistoria, quando erano stati sconfitti e imprigionati dagli angeli e l'eroe stesso è costretto a trasformarsi nella mostruosità che intendono combattere. Il manga è stato pubblicato sulla rivista *Shōnen Magazine* di Kodansha dall'11 giugno 1972 al 24 giugno 1973, i capitoli pubblicati su rivista sono poi riuniti in 5 tankōbon usciti tra l'ottobre 1972 e il settembre 1973.

²⁹ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 40 (2000), *Il fumetto in Giappone: 1) l'evoluzione del manga dagli anni Settanta agli anni Ottanta*, p. 175.

A causa dei temi cruenti che il manga stava sviluppando, la creazione del manga e dell'anime si scissero e si svilupparono in maniera completamente diversa, con quest'ultimo che preferì favorire un anime più adatto anche ad un pubblico di minori. Si può leggere delle singole scelte narrative, spesso dettate da richieste esterne, con anche ripensamenti in corso d'opera nel manga autobiografico *Gekiman!* diviso in tre volumi dello stesso autore. Quello che colpisce maggiormente del prodotto anime è stata ed è tutt'oggi la capacità di configurarsi come un fenomeno globale in grado di superare le barriere geografiche e culturali del proprio paese di provenienza e di imporsi come prodotto di successo anche in paesi differenti lontani da quello nipponico.

1.4 Gli anni 60-90 e l'industria del manga

Tornando al manga bisogna fare delle considerazioni: il fumetto nipponico ha caratteristiche specifiche sia nel disegno, sia nello sviluppo temporale; ciò che destabilizza il lettore alle prime armi è di sicuro il verso di lettura del fascicolo: infatti, il manga si legge dall'ultima pagina alla prima e di conseguenza da destra a sinistra.

Il consumo di un numero di un manga è assolutamente veloce, coincide con gli spostamenti del lettore; soffermandosi solo sulla lunghezza, sul materiale utilizzato e non sulle tematiche dei manga non è nulla di diverso dai libri da treno nati in Inghilterra nell'Ottocento, verso e di ritorno dal lavoro. In questo caso gli episodi sono calibrati per il tempo medio di viaggio da una fermata della metropolitana alla successiva. Grazie alla diversificazione e categorizzazione dei generi si ha avuto una ramificazione di target e pubblico specifico; possiamo citare i manga *shōnen* e *shōjo* nati per un pubblico maschile o femminile di adolescenti, oppure il manga *seinen* che affronta tematiche più adulte rispetto ai primi due, gli *josei* cioè manga per donne adulte, ecc; queste macrocategorie si ramificano a loro volta in diversi sottogeneri. È interessante notare anche il numero di pagine complessive per una serie³⁰ manga, se prendiamo come esempio una delle saghe più conosciute al mondo:³¹ *One Piece*, con il millesimo capitolo si è arrivati ad un totale di 20.000 pagine complessive.

L'editoria giapponese è un ambiente molto competitivo, pochissimi sono gli autori che vedono la propria opera pubblicata e ancora meno quelli che restano a lungo in cima alle classifiche.

³⁰ Utilizzo del termine con significato «L'insieme dei fascicoli di una rivista, contraddistinti da numeri progressivi», da Vocabolario Treccani <https://www.treccani.it/vocabolario/serie/>

³¹ Bindi, V., Raffaelli, L., 2021, *Che cos'è un fumetto*, Roma, Carocci, pag. 78.

Bisogna sottolineare che i mangaka giapponesi partivano già con il concepire queste opere tenendo in considerazione principalmente la serialità. Gli autori si proponevano e si propongono ancora oggi, a varie case editrici con un capitolo pilot, in seguito gli editori lo analizzavano e decidevano se proporlo al pubblico. Visto che le riviste ancora oggi contengono un capitolo nuovo ogni settimana, in molti casi le scadenze costringono gli artisti a ritmi di lavoro massacranti, per questo motivo i mangaka sono spesso affiancati da assistenti che si occupano principalmente di disegnare sfondi o qualche elemento di contorno.

Le sorti delle diverse opere sono decise quasi interamente dai lettori stessi: ogni settimana viene lanciato un sondaggio, sulla stessa rivista dove compare il manga, per decretare quali siano i più apprezzati dal pubblico: se l'opera ricopre le ultime posizioni per settimane viene cancellata per dare posto ad un'altra. Le riviste però non si fermano solo a sondaggi sull'interesse dell'opera ma pubblicano anche dei sondaggi di popolarità dei personaggi all'interno della storia, sempre per scoprire le preferenze dei lettori; in questo caso se un personaggio secondario è molto apprezzato dal pubblico si cercherà di includere maggiormente nelle storie, se invece non è di gradimento lo si allontanerà. Questi sondaggi da parte dei fruitori sono punti di riferimento dell'editoria giapponese, spesso a discapito delle idee originarie del mangaka.

Si è parlato di mangaka e di assistenti ma una figura di rilievo nel mondo editoriale del manga è l'editor: ricopre un ruolo più attivo all'interno di una casa editrice, ha il compito di supervisionare le opere prima che queste vengano pubblicate e può lui stesso costringere il mangaka a modificare personaggi o eventi in base ai gusti dei lettori. Ci sono casi in cui un editor lavorando per molti anni con lo stesso mangaka, ha iniziato ad influenzarne in modo consistente il lavoro, come nel caso di Akira Toriyama (mangaka di Dragon Ball) con il suo editor Kazuhiko Torishima.

Servono ora alcune precisazioni sul formato, perché, durante il processo di pubblicazione, queste strisce di storie conoscono diverse fasi. In Giappone i manga vengono diffusi dapprima sulle manga *zasshi*, riviste che fanno da contenitore raccogliendo capitoli singoli di storie di autori diversi; il prodotto è stampato su carta riciclata e venduto a basso prezzo, circa 4€, con periodicità settimanale o mensile. Come abbiamo detto prima grazie ai continui sondaggi sull'opinione dei lettori delle diverse storie sui diversi magazine, negli anni 60 le storie con più successo vengono raccolte in volumi monografici chiamati *bunko* e

tankōbon,³² si distinguono in tre formati di pagina: il più classico è il B6 (circa 12,5×18 cm), ma per edizioni più pregiate sono utilizzati l'A5 (15×21 cm) e il B5 (18×25 cm), tutto ciò porta a pensare che il manga stesse diventando una forma di editoria generalista, non più solo passatempo usa e getta ma genere narrativo destinato ad una raccolta o collezione. Nel 1975 si calcolavano almeno circa 75 riviste settimanali specializzate nel fumetto,³³ si può così parlare di nascita dell'industria del manga, il potere degli autori diventa quello di editori che controllano il mondo dei fumetti.

Grazie ai dati raccolti dall'Istituto di ricerca delle scienze editoriali di Tokyo, si è fatta una stima che nel biennio 1989-1992 ci sia stato un incremento delle vendite delle riviste specialistiche tale da arrivare a superare il 33% delle quote di mercato editoriale.³⁴ Possiamo già vedere una concorrenza, in questi anni, tra le due maggiori case editrici che approfondiremo in seguito: Shūeisha e Kōdansha, in sfida con le loro due riviste settimanali di punta: la *Shōnen Jump*, edita da Shūeisha e la *Shōnen Magazine* di Kōdansha; con delle vendite totali, sia per la prima che per la seconda, che si aggiravano intorno ai 5-6 milioni di copie.³⁵

La diffusione in Occidente

Se da un lato era già iniziata una commercializzazione e serializzazione dei manga editi dalle case editrici di maggiore successo, dall'altro per chi voleva sperimentare nuove forme di narrazione ed avvicinarsi a nuovi stili nacquero delle piccole case editrici che consentirono a tutti questi artisti di pubblicare le loro opere a basse tirature; questi manga amatoriali vennero chiamati *doujinshi* con destinatari clienti di nicchia; anche questo ramo dell'editoria giapponese, quello amatoriale durante gli anni Ottanta si accresce sempre di più.³⁶

Negli stessi anni il fumetto giapponese arriva nel mercato occidentale, nascono delle case editrici specializzate che aiutano i lettori di oltreoceano a conoscere la grande quantità di produzioni interessanti, ci sono però diversi problemi di adattamento dovuti sia al formato diverso di scrittura sia al diverso senso di lettura.³⁷ Il primo manga ad attraversare l'oceano per sbarcare negli Stati Uniti e poi in Italia è *Akira* di Katsuhiro Ōtomo.

³² Pellitteri, M., 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, p. 83.

³³ Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO) in *Il Giappone*, Vol. 18 (1978), *Il fumetto in Giappone: 1) L'evoluzione del manga dall'era Meiji alla guerra del Pacifico*, p. 1.

³⁴ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 40 (2000), *Il fumetto in Giappone: 1) l'evoluzione del manga dagli anni Settanta agli anni Ottanta*, p. 128.

³⁵ *ibidem*.

³⁶ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 40 (2000), *Il fumetto in Giappone: 1) l'evoluzione del manga dagli anni Settanta agli anni Ottanta*, p. 208.

³⁷ Barbieri, D., 2009, *Breve storia della letteratura a fumetti*, Roma, Carocci, p. 74.

Il fumetto viene pubblicato a partire dal 1982 sulle pagine del *Young Magazine* della casa editrice Kōdansha, la stessa rivista bisettimanale aveva inizio proprio in quell'anno; è un manga che rappresenta la società dell'epoca e che sottolinea il sempre più crescente legame tra uomo e macchina; si può collocare nel genere cyberpunk dove ad oggi mantiene un ruolo di rilevante importanza, divenne così famoso tra i giovani giapponesi in primis che decretò una diversa uscita nelle edicole del bisettimanale *Young Magazine* facendolo diventare a cadenza settimanale.³⁸

I quattro autori che arrivarono al successo oltreoceano dopo lo sbarco di Akira furono: Fujimoto e Abiko (noti ai più per la loro collaborazione e unione nel nome in Fujio-fujiko), creatori del famoso manga *Doraemon* iniziato nel 1969 e concluso nel 1996 pubblicato sul mensile *CoroCoro Comic* di Shōgakukan, con un totale di 1345 storie raccolte in 45 volumi *tankōbon* sotto l'etichetta Tentōmushi Comics; Romiku Takahashi nel 1978 fu il creatore del personaggio di *Lamù*.³⁹ Infine il già citato Gō Nagai, ricordato per il manga *Devilman* ma soprattutto nel 1972 divenne il creatore di *Mazinger Z*, primo di una serie famosa in occidente, viene pubblicato sulle pagine della *Shonen Jump*, costituisce il patriarca di una nuova produzione di genere fantascientifico nel quale in mangaka rinnova la figura di un robot da combattimento.

In Italia, nello specifico, il manga si è inserito nel panorama editoriale in maniera graduale a partire dagli anni Novanta; iniziando a pubblicare riviste contenitore che ora, per preferenza degli editori, si sono trasformate in opere monografiche.⁴⁰

Bisogna tener conto che in Giappone, la diffusione della tecnologia negli studi di graphic design inizia a introdursi alla fine degli anni Ottanta, con l'arrivo dei sistemi Macintosh. Il manga, per quanto formalmente dipendente dalla creatività umana e dalla prevalente manualità della tecnica pittorica, non è rimasto immune a questo processo di automazione.⁴¹

Mark McWilliams nel libro *Japanese visual culture* parla dei manga e anime come parte integrante di un "media mix" di intrattenimento che costituisce un'importante nicchia di marketing nell'industria culturale sempre più globalizzata del Giappone; si riferisce ad un

³⁸ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 42 (2002), *Il fumetto in Giappone: 3) Dal cyberpunk al manga degli anni Novanta*. pp. 120-123.

³⁹ Barbieri, D., 2009, *Breve storia della letteratura a fumetti*, Roma, Carocci, p. 74.

⁴⁰ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 40 (2000), *Il fumetto in Giappone: 1) l'evoluzione del manga dagli anni Settanta agli anni Ottanta*, p. 128.

⁴¹ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 43 (2003), *Il fumetto in Giappone: 4) Il manga di fine millennio*, p. 177.

fenomeno dei mercati contemporanei in cui un unico conglomerato aziendale domina producendo e distribuendo a un'ampia varietà di prodotti multimediali ai suoi consumatori, di cui parleremo in seguito nel secondo capitolo.⁴² Anche se si parla di prodotti di massa però, manga e anime lo sono tutt'altro che omogenei, basti guardare lo stile, il contenuto, la caratterizzazione dei personaggi, nei temi o nei significati. Come in precedenza già accennato sono rivolti a sottoculture, livelli di età e generi diversi e sono prodotti all'interno di contesti storico-sociali in continuo mutamento.

Come l'antropologa Mizuko Ito descrive in modo appropriato, manga e anime, insieme al loro "media mix" di serie TV, video i giochi e i beni dei personaggi creano: «un immaginario altamente distribuito e pervasivo che abbraccia molteplici forme materiali, un immaginario che è massiccio, ma non massa».⁴³

1.5 Studi di animazione cinematografici

Gli studi d'animazione giapponesi hanno prodotto film che hanno affascinato per moltissimi anni ed ancora oggi tutto il mondo, nel panorama italiano furono proiettati nelle sale cinematografiche oppure come film-evento o, direttamente, in home-video.

Nella storia del mondo dell'animazione il Giappone è certamente un caso unico: dal 1917 (quando si potevano vedere i primi cortometraggi nazionali) fino alla metà degli anni cinquanta, l'animazione era artigianale, dedita soprattutto a film didattici e di propaganda ma in pochissimo tempo divenne un'industria massiccia e aggressiva, capace di esportare perfino negli altri paesi.⁴⁴ Iniziò quindi l'avvento dell'industria moderna dell'animazione giapponese, nacquero le case di produzione tra cui, per esempio, la Toei Animation e la Mushi Production.

La prima, fu fondata nel 1948 ed è attiva ancora oggi, ha prodotto numerose serie famose, tra cui: *Mazinga Z*, *Dragon Ball* (che inizia nel febbraio del 1986), *I Cavalieri dello zodiaco*, *Sailor Moon*, *Digimon*, *One Piece*;⁴⁵ al suo esordio, sotto la guida del presidente Hiroshi Okawa, la produzione di lungometraggi animati era in grado di eguagliare la popolarità e la qualità di quella disneyana, grande sogno del fondatore di Toei, ebbero velocemente un notevole successo di pubblico e popolarità che aumentò quando un numero maggiore di film fu dedicato all'audience infantile.⁴⁶

⁴² Macwilliams, M., 2008, *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Armonk, N.Y., Sharpe, p. 6.

⁴³ *ivi*, p.9.

⁴⁴ Novielli, M., 2014, *Animerama Storia del cinema d'animazione giapponese*, Marsilio, Venezia, p. 8.

⁴⁵ <https://corp.toei-anim.co.jp/en/company/history.html>

⁴⁶ *ivi*, p. 100.

Non si può non ricordare il capostipite della serie di film della Toei: nel 1958, il primo lungometraggio *La leggenda del serpente bianco* (distribuito internazionalmente con il titolo *Panda and the Magic Serpent*) che ripropone la leggenda cinese del serpente bianco; si vuole con questo prodotto conquistare le famiglie del Giappone e di tutto il mondo con l'utilizzo di animali parlanti, un mix tra: commedia, avventura, sentimento ed una forte componente musicale, elementi che ci riportano a quelli che si è soliti chiamare “classici Disney”.

La seconda casa di produzione, la Mushi Production, è stata fondata nel 1961 da Tezuka stesso ed è la stessa che produrrà l'anime di Astro Boy, decidendo di dedicarsi al mondo dell'animazione in modo indipendente. Tezuka con la casa di produzione nel 1965 realizzò la prima serie televisiva animata a colori di successo: *Jungle taitei (Kimba il leone bianco)*, basata su un altro suo manga; successivamente, due anni dopo, il mangaka trasse il lungometraggio omonimo che arrivò in Italia con il titolo *Leo il re della giungla*.

Nel 1977 dopo una crisi tra lo stesso Tezuka e la compagnia, che finì con l'abbandono da parte del fondatore, la società venne rilevata e il marchio riscattato ma non ritroverà mai l'aura degli anni d'oro. Realizzerà poi nel corso degli anni quasi esclusivamente lungometraggi animati di genere storico e educativo.

Ad oggi, il regista e mangaka più noto al grande pubblico contemporaneo è Hayao Miyazaki (1941-); la sua esperienza nel mondo del manga e anime si può far risalire al 1982, quando pubblicò con straordinario successo per il mensile *Animage* della Tokuma Shoten il manga *Kaze no tani no Nausicaä (Nausicaä della valle del Vento)*, trasposto poi solo nei suoi primi sedici episodi in un film d'animazione è considerata tutt'oggi una delle migliori opere di anime. Il nome del mangaka è molto spesso citato insieme a uno degli studi più famosi e a cui si associano subito i film d'animazione giapponesi: lo Studio Ghibli. Lo studio fu fondato nel 1985 a Tokyo da Hayao Miyazaki insieme a Isao Takahata regista, sceneggiatore e produttore cinematografico e i due produttori cinematografici Toshio Suzuki e Yasuyoshi Tokuma; grazie al loro lavoro da *Kaze no tani no Naushika* fino a *Āya to Majo*, conosciuto come *Earwig e la strega del 2020*, ha fatto emozionare intere generazioni.

Il primo film prodotto dallo Studio Ghibli, disegnato e anche diretto da Miyazaki è *Laputa, il castello nel cielo* (1986),⁴⁷ successivamente nel 1988 due titoli dello Studio Ghibli furono distribuiti nelle sale cinematografiche: *Il mio vicino Totoro* di Miyazaki e *Una tomba delle lucciole* di Takahata. Quando lo studio fu pronto per una produzione su ampia scala, aprì

⁴⁷ *ivi*. pp. 197-198.

le porte a nuovi autori, inaugurando nel 1993 una serie di titoli per la prima volta non firmati dal duo Takahata-Miyazaki, ma da giovani registi.⁴⁸

Ancora oggi i film realizzati sono tra i più visti nella storia del Giappone e sono stati acclamati



Figura 5 - Hayao Miyazaki, *Sen to Chihiro no kamikakushi*, locandina film, Studio Ghibli, 2001

perdute ma allo stesso tempo, un grande fascino per la modernità.⁴⁹ Il successo all'estero del film ha veicolato aspetti della cultura visiva giapponese a un pubblico ancora più ampio e ha portato alcuni a prevedere una nuova “età dell'oro” per il cinema giapponese, Miyazaki fu il primo e fino ad oggi unico regista di anime a vincere un Oscar per l'animazione.⁵⁰ Nel 2004, infatti, diversi anime si sono qualificati per la candidatura per la categoria Miglior film d'animazione, tra cui *Sennen joyu* (*Attrice del millennio*, 2001) e *Tokyo Godfathers*, entrambi di Satoshi Kon, non sono stati

anche dalla critica occidentale; Hayao Miyazaki ricevette un premio al Golden Film Festival di Berlino Bear Award nel 2002 e l'Oscar per il miglior film d'animazione nel 2003 con *Sen to Chihiro no kamikakushi*, (figura 5), in Italia conosciuto con il titolo *La città incantata*. I motivi del suo grande successo di questa pellicola potrebbero essere, come espone Anne Allison in *Millennial monsters japanese toys and the global imagination*, riconducibili a diversi fattori: uno dei quali è il fatto che il film sia stato in grado di attrarre non solo bambini ma anche adulti, ammaliati dalla mescolanza tra un mondo di spiriti, quindi di pura fantasia, e il mondo moderno, contemporaneo e assolutamente concreto, attraversato per tutto il film da una grande nostalgia per le tradizioni

perdute ma allo stesso tempo, un grande

⁴⁸ <https://www.ciakclub.it/2021/08/29/dieci-film-danimazione-giapponesi-non-studio-ghibli-da-vedere/>

⁴⁹ Allison, A., 2006, *Millennial monsters japanese toys and the global imagination*, Berkeley e Los Angeles: University of California Press, p. 9.

⁵⁰ <https://www.studioghibli.it/>

approvati dalla commissione per l'inclusione nel ballottaggio.⁵¹ Il più recente film in ordine temporale prodotto dallo Studio Ghibli, il lungometraggio *Il ricordo di Marnie* (*Omoide no Mānii*, 2014) di Yonebayashi Hiromasa, ad oggi c'è il rischio che questo sia destinato a essere l'ultimo prodotto creato dalla nota casa per molto tempo.

A causa del momentaneo ritiro di Hayao Miyazaki e alla morte di Isao Takahata, ad agosto del 2014 Suzuki Toshio ha annunciato una pausa a tempo indeterminato del dipartimento di animazione dello Studio Ghibli; con il rallentamento delle attività dello studio, si è lasciato spazio a diversi registi che, anche se famosi in Giappone, non avevano mai ricevuto particolari attenzioni in Occidente, per esempio Makoto Shinkai: inizialmente graphic designer per la ditta di videogiochi Falcom, ha rielaborato comuni software come After Effect per utilizzarli nei suoi film; ha scritto e diretto nel 2016 *Kimi no na wa*, conosciuto in Italia con il titolo *Your Name*. che lo porta al successo internazionale (figura 6).



Figura 6 - Makoto Shinkai, *Kimi no na wa*, locandina film, CoMix Wave Inc, 2017

Il superamento delle barriere, grazie alle piattaforme streaming come Netflix e Prime Video, è stato d'aiuto a far conoscere a un vasto pubblico capolavori dell'animazione giapponese che, prima di oggi, erano conosciuti soltanto da chi già era appassionato del mondo nipponico. Se si guarda per esempio il catalogo Netflix, sono presenti nella sezione "anime" molti titoli attuali ma anche di un decennio fa, con differenziazione per temi e fascia di età. Nei film di animazione, invece, sono presenti sia i film dello studio Ghibli, come *La città incantata*, *Il mio vicino Totoro* e *Il castello errante di Howl*, sia film prodotti dalla Kyoto Animation, tra cui *La forma della voce* e film di CoMix Wave Inc. come il già nominato *Kimi no na wa*. Dal 27 marzo 2022 al 30 marzo 2022 si tiene l'evento sul palco di *Anime Japan*,

⁵¹ Macwilliams, M., 2008, *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Armonk, N.Y., Sharpe.p. 59.

precedentemente noto come International Anime Fair, è la più grande convention di anime in Giappone e la più importante al mondo.

A questo evento partecipano ogni anno grandi aziende come la Toei Animation, Aniplex, Tatsunoko, Sunrise e molte altre. In un intervento il regista Kohei Obara, responsabile della sezione anime di Netflix, ha affermato: «Gli anime sono uno degli elementi cardine del nostro investimento in Giappone, paese in cui lo scorso anno sono stati visti dal 90% dei nostri abbonati. Allo stesso tempo, l'interesse per gli anime è cresciuto in tutto il mondo e più della metà dei nostri abbonati internazionali ha guardato questi contenuti nel 2021» [...] «Con i prossimi titoli che arriveranno su Netflix, diversificando la nostra proposta e ripresentando i classici più amati, vogliamo continuare ad alimentare l'amore dei nostri abbonati per gli anime, sia in Giappone che in tutto il mondo».⁵²

1.5.1 Caso studio: Evangelion di Hideaki Anno

Il manga di *Neon Genesis Evangelion*, scritto e disegnato da Yoshiyuki Sadamoto, già character designer della serie animata, ha debuttato nel 1994 sulla rivista giapponese *Shōnen Ace*, edita dalla casa editrice Kadokawa Shoten, con periodicità irregolare; venne poi spostato a partire dal 78° capitolo su una nuova rivista *Seinen Young Ace* della stessa casa.

L'opera è arrivata alla sua conclusione al novantaseiesimo capitolo con la pubblicazione nel giugno del 2013, i singoli capitoli sono stati poi raccolti in quattordici *tankōbon* con l'uscita dell'ultimo nel 2014 *Neon Genesis Evangelion (Shin seiki Evangerion*, lett. *Il Vangelo del nuovo secolo*), invece, serie animata fu creata e diretta dal 1995 da Anno Hideaki (figura 7), è una serie della casa di produzione Gaianax, di cui lo stesso regista era fondatore, con aiuto nella produzione da parte di TV Tokyo, la Nihon Ad Systems, la Production I.G e anche il già nominato Studio Ghibli; cominciò a pianificare la serie nel luglio del 1993. NGE⁵³ è stato forse l'anime più acclamato dalla critica come serie TV del decennio, che dà energia all'intero settore con il suo vasto seguito di adulti.

Neon Genesis Evangelion era uno spettacolo di robot giganti diverso da qualsiasi altro mai realizzato, la sua storia complessa, ambientata quindici anni dopo un cataclisma che aveva spazzato via metà dell'umanità, nota come *Second Impact*, si incentra sulle vicende di Shinji

⁵² <https://fumettologica.it/2022/04/netflix-anime-2022/>

⁵³ Acronimo di Neon Genesis Evangelion.

Ikari, un ragazzo che viene reclutato dall'agenzia speciale Nerv per pilotare un mecha gigante di nome di Eva e combattendo assieme ad altri piloti, contro dei misteriosi esseri chiamati angeli. La trama distopica di questa serie si svolge in uno spazio vago rispetto a quanto avvenuto prima della distruzione e quindi non svela i meccanismi con cui si rafforza il potere, l'esperienza dei giovani si crea nel divenire delle situazioni.

Facendo un quadro della situazione, il Giappone nel 1995 fu segnato da due grandi eventi drammatici: il terremoto di Kōbe e l'attentato con il gas alla metropolitana di Tōkyō per mano della setta Aum Shinrikyō; questi due eventi hanno scosso la popolazione nipponica sia dal lato della caducità della vita sia sulla sicurezza di un paese ritenuto sicuro da dopo la Seconda guerra mondiale e al riparo sia da attacchi esterni sia interni. Il culto del potere, rappresentato dalle competizioni tra gang, scontri paranormali, dagli esperimenti governativi, all'interno della trama è il riflesso della società; il proliferare di sette religiose, rappresentate dal gruppo che segue il messia Akira, in Giappone le “Nuove Religioni”, come descritto in *Animerama Storia del cinema d'animazione giapponese* di Maria Roberta Novielli sono già attestate sul finire del XIX secolo come risultanti sincretiche delle influenze occidentali rispetto alle forme di culto del paese.⁵⁴



Figura 7 - Anno Hideaki, *Neon Genesis Evangelion*, locandina film, Gaianax, 2014

Possiamo pertanto riconoscere facilmente molti dei fattori in mutamento della società contemporanea, decretando un successo incredibile, ogni episodio aggiungeva infatti nuove informazioni riguardanti il passato dei personaggi e nuovi avversari da sconfiggere. Ma ricevette anche tante critiche, come per esempio dal lato strutturale: la grande assente è proprio la storia, come sottolinea Susan Napier, docente statunitense del Japanese Program alla Tufts University: «la maggior parte dei giovani protagonisti sono orfani, letteralmente (Kaneda e Tetsuo) e metaforicamente (i bambini mutanti abbandonati al governo per gli esperimenti scientifici)».

⁵⁴ Novielli, M., 2014, *Animerama Storia del cinema d'animazione giapponese*, Venezia, Marsilio, pp. 208-209.

Elemento con cui si rafforza l'idea che nella loro genetica culturale non abbiano fatto in tempo a sedimentare elementi determinanti del passato; lo spettacolo ha anche portato a una maggiore autocensura televisiva perché includeva alcune scene audaci che le reti non consentivano più.

Ben prima del ventunesimo e ultimo episodio andato in onda, Neon Genesis Evangelion era diventato un fenomeno importante in Giappone e un enorme successo commerciale e le vendite di laserdisc stabilirono dei record. Ad oggi, la casa di produzione Gainax continua a farlo rilasciare e concedere in licenza i prodotti Evangelion a un ritmo sorprendente per uno spettacolo che è finito nel 1996.⁵⁵ Il risultato in termini commerciali fu così alto che convinse la casa produttrice Gainax a creare due lungometraggi destinati al grande schermo, entrambi presentati nel 1997: *Neon Genesis Evangelion-Morte e rinascita (Shin seiki Evangerion gekijōban-Shi to shinsei)* e *Evangelion-La fine di Evangelion (Evangerion gekijōban: Magokoro o kimi ni)*.⁵⁶

Nel 2007 il creatore stesso di NGE ha rilasciato una dichiarazione sotto forma di poster cinematografico apparso nei cinema di tutto il Giappone, pubblicata anche nel nuovo film *Evangelion: 1.0 You Are (Not) Alone* e sui siti del portale Yahoo! Japan per il film.

Molti desideri diversi ci stanno motivando a creare il nuovo film "Evangelion".

Il desiderio di ritrarre i miei sentimenti sinceri su pellicola.

Il desiderio di condividere, con un pubblico, l'incarnazione dell'immagine, la diversità delle espressioni e la rappresentazione dettagliata delle emozioni che l'animazione offre.

Il desiderio di collegare l'esausta animazione giapponese di oggi al futuro.

Il desiderio di combattere la continua tendenza alla stagnazione negli anime.

Il desiderio di sostenere la forza del cuore che esiste nel mondo.

*Infine, il desiderio di realizzare questi desideri.*⁵⁷

Verso la fine degli anni Novanta lo studio della subcultura giapponese ha concepito il concetto di *sekaikei* (tipi di mondo): un neologismo indicato in molti casi come “sindrome post-Evangelion”. Questo termine è rivolto alle produzioni di animazione, manga, videogiochi e light novel; si riferisce soprattutto a quelle storie d'amore rigorosamente eterosessuali tra due

⁵⁵ Macwilliams, M., 2008, *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Armonk, N.Y., Sharpe.pp. 56-57.

⁵⁶ Novielli, M., 2014, *Animerama Storia del cinema d'animazione giapponese*, Venezia, Marsilio, pp. 209-210.

⁵⁷ <https://www.animenewsnetwork.com/news/2007-02-20/hideaki-anno-releases-statement-about-new-evangelion-movie>

giovani sullo sfondo di uno scenario apocalittico, in cui i protagonisti, attraverso le proprie azioni, sono in grado di influenzare pesantemente il destino intera razza umana.⁵⁸

1.6 Conclusione

Da questo capitolo si può vedere come il manga si sia evoluto nelle diverse fasi storiche, dall'antichità fino ai giorni nostri, ha un proprio percorso evolutivo che viene accompagnato e aiutato dalle innovazioni tecnologiche che lo hanno portato a essere quello che è ora. Narrazioni di diversi temi e generi hanno creato un panorama editoriale vario che include le diverse fasce di età, senza lasciare nessuno fuori, dal fantasy al manga storico alle storie romantiche, il manga continua tutt'oggi a intrigare e ammaliare chiunque lo legga.

Il contatto con il mondo occidentale ha influito sulla crescita e sullo sviluppo di nuove tematiche, ma ha favorito anche l'esportazione del prodotto editoriale preso in esame. Grazie ad esso e alle trasposizioni televisive e cinematografiche anche la cultura giapponese stessa è arrivata oltreoceano per incantare milioni di lettori e telespettatori.

Tutto questo porta ad un'interpretazione articolata della società giapponese contemporanea; il manga è una parte integrante della cultura nipponica e si pone come mezzo privilegiato tramite il quale è possibile interpretare alcuni meccanismi sviluppatisi all'interno della sfera sociale del Giappone odierno. Come si vedrà nel capitolo successivo la presenza forte nel mercato editoriale del fumetto è strettamente legata all'industria dell'intrattenimento, quota importante del mercato economico nipponico, ribadendo l'influenza del manga nella cultura e tradizione del Giappone.

Come sunto di questo capitolo vorrei riportare una classificazione proposta da Marco Pelitteri e riassunti di Cristian Posocco dal suo saggio *Mangart* nel libro *I manga, introduzione al fumetto giapponese*.⁵⁹ Possiamo classificare i manga secondo la seguente articolazione di caratteristiche che interessano aspetti interni, esterni e permeabili:

1. secondo caratteristiche sociodemografiche e le preferenze culturali del pubblico
2. secondo i diversi generi narrativi: tali generi possono essere derivati da altri media e forme letterarie o originali oppure caratteristici del manga, generi globalmente diffusi e generi percorsi soprattutto in Giappone.

⁵⁸ Novielli, M., 2014, *Animerama Storia del cinema d'animazione giapponese*, Venezia, Marsilio, pp. 212-213.

⁵⁹ Pelitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, p. 62-64.

3. secondo i tagli drammaturgi: per esempio, i fumetti di tipo non serio si articolano in *fushi manga* (satirici), *gag manga* (battute a raffica), etc...
4. Secondo ambientazioni fisico-geografiche e sociali: infanzia e giovinezza, mondo adulto, scuola oppure ambiente lavativo, città o campagna, etc...
5. secondo:
 - formati semiotici del mondo del fumetto
 - formati editoriali
 - formati narrativi

Infine, come ultima classificazione di Posocco, trasversale a tutto ciò descritto prima, si possono individuare quattro raggruppamenti nei quali i manga creano un diverso rapporto con chi li legge:

1. manga eropornografici
2. manga classici per epoca o tema di produzione, come:
 - manga realizzati prima di un certo anno o decennio es. e-manga
 - koten manga cioè storie avventurosi
 - gekiga
3. manga d'autore iponarrativo

Facendo questa categorizzazione possiamo vedere come abbiamo esposto anche nel capitolo la ramificazione e la struttura complessa del manga.

Capitolo 2

Case editrici giapponesi

Il periodo più recente della storia del fumetto giapponese si presenta come un momento di pausa e incertezza, dopo la ricca stagione che lo aveva preceduto e che aveva portato frutti più abbondanti. È anche vero che, in questo momento, si registra un aumento della commercializzazione ma in parallelo si è assistito ad un affievolirsi di voci nuove.

Le tre case editrici prese in esame sono: Shūeisha, Kōdansha e Shōgakukan. Queste, oltre ad essere tra le più importanti e storiche del Giappone, hanno all'attivo diversi manga di successo arrivati sino a noi in Italia ed ad oggi molto apprezzati. Bisogna però delineare una cornice che struttura il panorama editoriale giapponese: l'industria dell'intrattenimento, che mantiene vivo e duraturo l'interesse verso le diverse pubblicazioni di manga.

2.1 Industria dell'intrattenimento giapponese

Verso la fine del XX secolo insieme al crollo dell'economia della bolla, il Giappone attraversò un periodo di drammatici cambiamenti socioculturali ed economici; si cercarono così strategie diverse per rialzare il paese da questa crisi.

Facendo un passo indietro, già a partire dalla fine degli anni '50 ma in crescita esponenziale negli anni '60 e gli anni '70 scoppierà il fenomeno denominato *masukomi gangu* (giocattoli di comunicazione di massa) e *mas ukyara* (personaggi di massa); questi prodotti, costruiti grazie al sapiente uso del merchandising, hanno creato una sorta di mania, i personaggi sono generalmente ideati e disegnati per incarnare il concetto di *cute* molto caro ai giapponesi il cosiddetto *kawaii*¹ che crea anche una sorta di affetto verso il personaggio stesso. Questi *mas ukyara* nello specifico compaiono sotto forma di svariati oggetti come zaini, vestiti, telefoni, orologi da polso e molto altro, vengono utilizzati fisicamente nel progetto di Japan Cool: un investimento per la riabilitazione del Giappone.²

Come già anticipato prima, negli anni novanta si arrivò infine alla creazione di un nuovo metodo per rialzarsi: la produzione di un nuovo e attraente Japan Brand con il nome di Japan Cool, coniato successivamente nel 2002, associato alla cultura popolare giapponese, come progetto nazionale incorporato nella Japanese Intellectual Property Strategy, promossa dallo stato che consisteva e consiste ancora oggi in una nuova politica nazionale che si concentra

¹ *Kawaii* lett. “carino”, il termine viene utilizzato in riferimento all'estetica iconica del mondo apparentemente infantile e delicato, legato anche a vari personaggi come Hello Kitty e Doraemon, mentre *Moe* estensione dell'estetica del *kawaii*, indica i personaggi che incarnano idee, oggetti, brand legati al “carino”.

² Allison, A., 2006. *Millennial monsters: Japanese toys and the global imagination*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, p. 61.

sulla proprietà intellettuale immateriale sotto forma di prodotti innovativi e creativi, guidata soprattutto da contenuti multimediali giapponesi. "Il Giappone come paese che fornisce soluzioni creative al mondo sfide", questa è la missione di Cool Japan, una nuova strategia di marketing che ottenne un largo riconoscimento anche in campo accademico e mediatico, il marchio Japan Cool è stato adottato anche dal governo giapponese e dalle compagnie commerciali che sperano di sfruttare il potenziale culturale del paese.

È interessante vedere come le industrie che a poco a poco crescevano si concentrano soprattutto sugli adolescenti attraverso: telecomunicazioni, intrattenimento e in particolare la cultura multimediale degli anime, manga e computer e videogiochi, incluso tutto il relativo merchandising, oggetti da collezione e giocattoli. Questa politica mira a stimolare e rivitalizzare la creazione intellettuale, nonché a proteggere adeguatamente ed efficacemente i risultati di tali creazioni.³

Nel mondo dell'intrattenimento e della cultura giapponese il termine *media mix*, già nominato nel capitolo precedente, quello che in inglese viene definito come *media franchising*, indica una strategia tramite cui i contenuti vengono rappresentati su diverse piattaforme mediali come TV, videogame, smartphone e attraverso la creazione di giocattoli, parchi divertimenti, come per esempio la creazione di un parco tematico dello Studio Ghibli che aprirà a Nagoya il 1° novembre 2022.

Nel già citato libro di Marco Pellitteri si tratta di questo fenomeno riportando il pensiero del mediologo Manuel Hernández-Perez che nei suoi scritti fa risalire l'iniziativa di *media mix* nel settore dei manga già nel 1992 con il lancio di *Sailor Moon* di Naoko Takeuchi da parte del capo della rivista *Nakayoshi* (rivista mensile, pubblicata da Kōdansha dal dicembre 1954, indirizzata alle giovani ragazze della scuola elementare e della scuola media), tramite fumetto, serie tv e un vasto merchandising. Lo stesso mediologo individua tre macrostrutture all'interno dei progetti di *mediamix* in cui sono coinvolti i manga:

- 1 - una tipologia di adattamenti crossmediali
- 2 - strategie commerciali sequenziali e reticolari
- 3 - la necessità di coerenza nella creazione dei vari mondi narrativi

Spiega Hernández-Perez che combinando questi tre fattori con anche le loro sottocategorie si può creare una matrice di vari possibili esiti.⁴

³ Daliot-Bul, M., 2009. *Japan Brand Strategy: The Taming of 'Cool Japan' and the Challenges of Cultural Planning in a Postmodern Age*. Social Science Japan Journal, 12 (2), pp. 247-266.

⁴ Pellitteri, M. 2021. *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci, pp. 127-128.

I mangaka stessi negli anni hanno sentito le pressioni delle grandi aziende per creare anime e manga che potessero poi essere utilizzati per la vendita di gadget e giocattoli. Anche Gō Nagai si è lamentato della pressione che ha sentito dagli sponsor di questi spettacoli per creare personaggi funzionali a una maggiore vendita di giocattoli. «Toy companies said they needed more characters in each story so they could sell more toys, so I complied by creating a series Getta Robotto, where one hero robot disassembled into three smaller ones».⁵

2.2 Shūeisha

La casa editrice Shūeisha (集英社), con sede a Tokyo, è una delle più famose in Giappone. Fondata nel 1925 come divisione intrattenimento della casa editrice Shōgakukan, di cui parleremo in seguito; l'anno dopo divenne una società indipendente, anche se la casa madre detiene ad oggi, comunque, il 50% delle sue quote aziendali. In giapponese, il termine Shūeisha significa “raccolta dell'intelletto”, infatti la casa editrice si definisce come colei che trasmette: «informazioni interessanti e intratteniamo milioni ogni giorno attraverso molte forme di comunicazione, inclusa la parola stampata».⁶

Si può notare, guardando le pubblicazioni della casa editrice, che sono presenti una vasta gamma di generi: dai manga alle riviste di intrattenimento a letteratura, arte, libri per bambini etc. Si ricorda uno dei primi successi fu il primo *Jinjo Shogaku Ichinen Josei*, nato in collaborazione con la casa Shōgakukan, successivamente nel 1927 furono creati due romanzi intitolati *Danshi Ehon* e *Joshi Ehon*. Arrivando dopo la Seconda guerra mondiale, la casa editrice iniziò a pubblicare una linea manga chiamata *Omoshiro Book*, si tratta di riviste che contenevano strisce di manga tra cui *Shonen Oja*, molto famoso all'epoca, divenne un grande successo con i bambini di quel periodo.

Dal 1955 iniziarono a prendere forma le edizioni che faranno la storia della casa editrice e del mondo dei manga: *Ribon* e *Shonen Book*; se la prima riuscirà a sopravvivere fino ad oggi, la seconda sarà il prototipo di *Weekly Shonen Jump*, prodotto di punta di Shūeisha.⁷

Il punto di forza della casa editrice è di sicuro investire in nuovi talenti e la creazione di storie vincenti; questo gli permise di raggiungere picchi di vendita che arrivarono a superare i 6 milioni di copie vendute settimanalmente contando il solo *Shonen Jump* agli inizi degli anni Novanta. La rivista arrivò negli Stati Uniti con il primo volume del settimanale nel gennaio

⁵ Allison, A., 2006. *Millennial monsters: Japanese toys and the global imagination*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, p. 289. «le aziende dei giocattoli hanno affermato di aver bisogno di più personaggi in ogni storia per poter vendere più giocattoli, quindi ho rispettato creando una serie Getta Robotto, in cui un eroe robot smontato in tre più piccoli».

⁶ <https://www.shueisha.co.jp/>

⁷ <https://ilovevg.it/2021/09/shueisha/>

2003.⁸ A fine del 2016, Shūeisha ha annunciato di aver creato una nuova divisione all'interno della casa chiamata Dragon Ball Room; diretta dal Akio Iyoku, è dedicato esclusivamente a *Dragon Ball* di Akira Toriyama, i focus di questa iniziativa sono: l'ottimizzazione e l'espansione del marchio, l'unificazione di tutti i gruppi a capo degli attuali progetti a nome Dragon Ball poiché la casa è la detentrica principale dei diritti della serie ed ha è all'attivo decine di progetti a tema Dragon Ball. Attualmente la casa editrice è divisa in tre etichette: Jump Comics che si occupa di manga in Giappone, Homesha e Viz Media che pubblicano manga negli USA e verso la fine del 2009, assieme alla Shogakukan, ha iniziato a pubblicare manga direttamente in Europa.

Ci sono due premi importanti dati da questa casa editrice; il primo è il Premio Tezuka: dal 1971 sulla rivista *Weekly Shonen Jump*, con questo riconoscimento si premiano i nuovi mangaka nella categoria Story manga, il premio prende il nome dal già citato Osamu Tezuka; il secondo premio invece è quello di Akatsuka, dal 1974 premia i nuovi mangaka nella categoria comedy manga. Il premio per una delle migliori opere selezionate è di due milioni yen, il secondo un milione e il terzo mezzo milione di yen, un fatto curioso è che questi premi in denaro potrebbero non essere assegnati se i giudici ritengono che nessuno dei candidati sia degno.

Interessante sono le innovazioni tecnologiche attuate dalla casa editrice per avvicinarsi ai lettori, il caporedattore di *Shōnen Jump+* e *Manga Plus*, Shuhei Hosono, aveva dichiarato già anni addietro di essere a conoscenza dei molti lettori di manga all'estero e di voler portare i manga a più persone in tutto il mondo: il 28 gennaio 2019 Shueisha crea l'app Manga Plus, grazie alla quale chi la utilizza può leggere gratuitamente i fumetti pubblicati dalla casa editrice; per la prima volta diventa venditore diretto in Nord America, Europa e Asia (eccetto Cina, Corea e Giappone) con i suoi migliori manga non ancora pubblicati al di fuori del Giappone in lingua inglese e spagnolo,⁹ con la versione di quest'ultima lingua il 25 febbraio 2019. Grazie a questa applicazione e alla sua piattaforma in tutto il mondo si possono leggere le tavole aggiornate, senza dover aspettare settimane se non mesi per i diversi paesi.

Come riportato sul sito ufficiale di Manga Plus anche Masashi Kishimoto, autore di *Naruto* e *Boruto* ha voluto lasciare un commento ai propri lettori: «Jump's manga will now be

⁸ Macwilliams, M., 2008, *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Armonk, N.Y., Sharpe, p. 14.

⁹ <https://apkpure.com/manga-plus-by-shueisha/jp.co.shueisha.mangaplus>

available at the same time all over the world! Now that it's an official service, there will be a lot to read! Wonderful!»,¹⁰

Un piccolo rimando in relazione al paragrafo *Industria dell'intrattenimento giapponese*. Riguardo alla Shūeisha in particolare e alla sua rivista di punta, si ricorda che hanno creato dei negozi propri della rivista: i Jump shop, dove vengono commercializzati i prodotti legati alle diverse serie di manga, è presente anche una mascotte originale di nome Janta diversificata per ogni location, creata apposta da Akira Toriyama, il mangaka di Dragon Ball.

La casa editrice il 31 marzo 2022 ha annunciato sul proprio account Twitter la pubblicazione di videogiochi con Shūeisha Games, con il preciso intento di "scoprire e supportare creatori di talento" nell'ambito dei videogiochi. Questa collaborazione è associata anche al progetto *Shueisha Creators CAMP*: un programma che ha come obiettivo la scoperta di nuovi talenti e aiutarli anche economicamente, in modo tale da poter espandere l'offerta di manga, anime e anche videogiochi. La casa editrice ha già annunciato le uscite di: *ONI* (2022), *Ukiyo* (2022), *The Tower of Children* (2022) e *Captain Velvet Meteor: The Jump + Dimensions* (2022). Dalla pagina ufficiale: «Shūeisha Games è una nuova società che trascende i confini dell'editoria, dei giochi e del settore. Combinando i suoi due elementi, Shūeisha Games mira a creare nuovi giochi mai visti prima e accetta la sfida di distribuirli in tutto il mondo».¹¹

Facendo un excursus sui nomi più importanti che hanno pubblicato sotto questa etichetta non si può non citare un artista famoso ai più esperti come Toriyama Akira, già nominato anche nei capitoli precedenti, il quale è presente sulle pagine della rivista della casa editrice, il nome del mangaka forse non suscita nessun ricordo ma per chi guardava la televisione in Italia nei primi anni 2000, nella fascia pomeridiana, i nomi di *Dottor Slump e Arale* e *Dragon Ball* rimangono indelebili nella memoria.

Il primo di certo è un valido esempio di produzione umoristica con una forte componente demenziale, pubblicato dal 1980, raggiunge subito il successo in Giappone; il secondo pubblicato a partire dal 1984, considerato tutt'oggi un capolavoro, è una parodia contemporanea di antiche leggende popolari, alcune riprese anche in *Dottor Slump e Arale*.¹²

¹⁰ <https://www.shonenjump.com/mangaplus/whatismangaplus/>

¹¹ <https://shueisha-games.com/>

¹² Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone* Vol. 41 (2001), *Il fumetto in Giappone: 2) Il manga nella prima metà degli anni Ottanta*, p. 213.

Un altro mangaka, già citato, Gō Nagai fu invitato ad essere uno dei primi a pubblicare le sue opere sulla nuova rivista, che lo portò a realizzare una serie di lunga durata: *Harenchi Gakuen (La Scuola senza Pudore)* che ebbe un grande successo, facendo vendere a *Shōnen Jump* più di un milione di copie e garantendo alla rivista le medesime vendite ogni settimana, per tutto il periodo di pubblicazione. Parlando di *shōjo manga* (manga per ragazze pre e adolescenti), un prodotto della casa editrice che ha avuto il successo più clamoroso è di sicuro un racconto in ottanta puntate intitolato *Berusayu no bara (la rosa di Versailles)* pubblicato nel 1972 su *Margaret*,¹³ di Ikeda Riyoko; ambientato alla corte di Luigi XVI, il racconto si sofferma sulla figura di Maria Antonietta, sullo sfondo di una Rivoluzione francese. Questo manga conosciuto in Italia per l'anime *Lady Oscar*, di 40 episodi, prodotta dalla Tokyo Movie Shinsha, trasmessa nel nostro paese dal 1982 (dal 1990, ha adottato il titolo *Una spada per Lady Oscar*).

Arrivando alla serie del mangaka Eiichiro Oda: *One Piece* ワンピース *Wan Pīsu* (figura 8) è nata nell'agosto del 1997 sulle pagine della *Weekly Shonen Jump* ed è tutt'oggi in corso; ovviamente le copie vendute sono in aumento, ad oggi ha superato la cifra record di 300 milioni di copie vendute;¹⁴ in Giappone ha raggiunto i 1053 capitoli e il centesimo tankobon è stato pubblicato il 3 settembre 2021, mentre in Italia i numeri 98 e 99 (ormai è uscito anche il 100, anche in edizione limitata con cofanetto, ed è stato il volume più venduto nel mese di uscita), sono usciti in fumetterie, libreria e store online il 29 ottobre 2021 pubblicati da Star Comics, come edizioni celebrative. La tiratura sarà limitata nel tempo finché non uscirà il centesimo numero.¹⁵

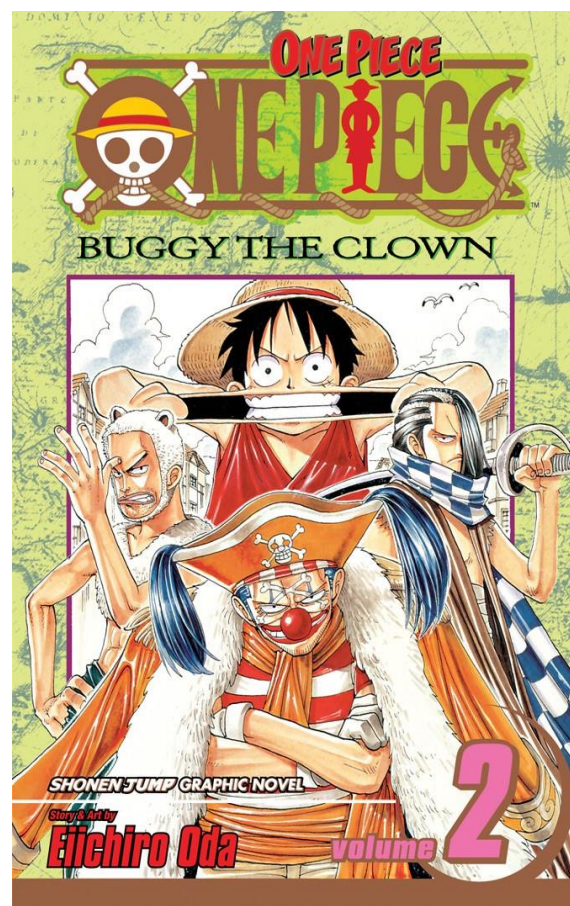


Figura 8 - Eiichiro Oda, *One Piece*, volume 2, Shūeisha 1997

¹³ Rivista di manga shōjo giapponese quindicinale, nata nel 1963, dedicata alle ragazze dai 10 ai 15 anni di età.

¹⁴ <https://www.shueisha.co.jp/en/>

¹⁵ <https://www.starcomics.com/news/one-piece-n-99-celebration-edition-a-un-passo-dal-volume-100>

One Piece è la storia di Luffy, ragazzo che in un mondo dominato dagli oceani vuole diventare il Re dei Pirati, per poterlo fare comincia il suo viaggio sulla rotta più difficile che solo una nave pirata è riuscita a raggiungere, chiamata Grand Line. Nel corso di questo viaggio imbarca diversi compagni che condividono questo sogno, attraversa isole che si trovano nel cielo o sul fondo del mare, si mette contro diversi nemici: il governo mondiale, gli imperatori dei mari, gli ammiragli della marina, etc....Solo chi finisce la Grand Line può finalmente trovare il tesoro enorme lasciato da Gol D. Roger, l'ultimo Re dei Pirati.

In Italia è stata pubblicata sono dagli anni 2000 sulla rivista, oramai chiusa, chiamata *Express* di Star Comics, con volumi dapprima con uscita mensile e poi, raggiunto il numero di uscita in contemporanea con il Giappone, si arriva ad una cadenza trimestrale.

Il manga ha ispirato una serie animata della Toei Animation ed è in corso ininterrotto dal 1999, ha raggiunto i 989 episodi totali, (in corso di pubblicazione, più o meno parallela al manga) 11 special televisivi, 14 film anime, due cortometraggi 3D, un ONA¹⁶ e un OAV.¹⁷

In Italia i diritti di trasmissione sono di Mediaset e al momento si è arrivati a 579 episodi doppiati. Come ultima novità, nell'arco del 2022 si è molto sentito parlare di una serie tv live-action basata su *One Piece* prodotta da Netflix.

2.3 Kōdansha

La casa editrice Kōdansha (講談社) ha sede a Tokyo. Seiji Noma fonda l'azienda nel 1909 come ramificazione della Dai-Nippon Yūbenkai, i membri della famiglia del suo fondatore continuano ad oggi ad essere i suoi proprietari direttamente o attraverso la Noma Cultural Foundation. I manga della Kōdansha all'inizio venivano distribuiti attraverso molte case editrici, tra cui la Dark Horse Comics, la Tokyo Pop e Random House's Del Rey.

Nel 2008 però la casa editrice annuncia di voler distribuire i propri manga direttamente nel Nord America tramite una nuova compagnia che si sarebbe chiamata Kōdansha USA, diede anche i diritti alla Warner Bros per poter realizzare due film tratti da *Akira* e uno tratto da *Ghost in the Shell*, successivamente l'anno dopo la casa editrice statunitense Tokyo Pop decise di interrompere tutti i manga i cui diritti appartenevano alla casa editrice giapponese.¹⁸

¹⁶ Original Net Anime sono diffuse soprattutto ad opera di giovani autori che mettono in rete i loro lavori amatoriali. <https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?id=37>

¹⁷ Original Anime Video sono produzioni anime pubblicate direttamente per il mercato home video senza prima essere trasmesse in televisione o proiettate nei cinema. <https://skdesu.com/it/acronimi-ova-oad-ona-ost-pv/>

¹⁸ <https://www.mangaforever.net/25052/kodansha-alla-conquista-dellamerica>

Molte famose riviste manga, ancora pubblicate e conosciute in tutto il mondo, come *Nakayoshi*, *Afternoon*, *Evening*, *Weekly Shōnen Magazine*, *Monthly Shōnen Magazine*, etc...¹⁹ sono i loro cavalli di punta, basti pensare che il primo settimanale per ragazzi, *Shōnen Magazine*, fu pubblicato da Kōdansha nel 1959 mentre il primo settimanale per ragazze il settimanale *Shōjo Friend* è stato pubblicato sempre dalla casa editrice nel 1963. Il *Weekly Shōnen Magazine*, nato il 17 marzo 1959, è una delle principali riviste shōnen del panorama nipponico ed è seconda solo alla diretta concorrente *Weekly Shōnen Jump* di Shūeisha.

La casa editrice sponsorizza anche il prestigioso Kōdansha Manga Award la cui nascita risale al 1960, attualmente è diviso in tre categorie: shōnen, shōjo e generale. Il premio della categoria bambini è stato inserito nel 2003 per poi essere fuso nelle categorie shōnen e shōjo a partire dal 2015. Hanno anche istituito due premi per la letteratura: Premio Noma e il Premio Eiji Yoshikawa. Guardando l'anno 2022 il vincitore per il miglior shōnen *Vita da slime* di Taiki Kawakami (pubblicato in Italia da Star Comics) ormai giunto al suo ventesimo volume; come miglior shōjo il premio è stato dato a *Hoshifuru Oukoku no Nina*, di Rikachi (non ancora arrivato in Italia), più precisamente uno josei, infine il premio al miglior manga è stato dato a *Hako Zume – Kouban Joshi no Gyakushuu*, di Miko Yasu (inedito anche in Italia).²⁰

Negli ultimi dieci anni si è potuto vedere come la casa editrice si sia concentrata sull'implementazione delle loro storie, non solo in formato cartaceo, ma in formati digitali, siti Web, animazione, film d'azione dal vivo, eventi culturali, ecc. L'annuncio da parte dello storico editore Kōdansha del lancio di una app dedicata alla distribuzione online di poco meno di trenta titoli, ne è la prova; l'app in questione si chiama Manga Box ed è già disponibile su iTunes e su Google Play Store in ben 140 paesi in tutto il mondo, che permette agli utenti di leggere gratuitamente le dodici uscite più recenti e le prime 100 pagine del primo volume di ogni serie, così da poterli aiutare nella scelta.²¹ Nel gennaio 2020, Kōdansha ha aderito al Media Compact SDG delle Nazioni Unite, che cerca di ispirare le organizzazioni di notizie e intrattenimento a sfruttare le loro risorse e talenti per amplificare e accelerare i progressi verso il raggiungimento degli obiettivi. Dal sito ufficiale di Kōdansha: «Abbiamo sempre cercato e perseguito nuove voci. E una volta scoperti, li nutriamo e li celebriamo. Continuiamo a offrire più varietà

¹⁹ <https://www.kodansha.co.jp/>

²⁰ <https://fumettologica.it/2022/05/manga-premi-kodansha-2022/>

²¹ <https://www.fumettologica.it/2013/12/kodansha-lancia-la-sua-app-manga-box/>

all'interno di questo genere popolare, soddisfacendo i fan devoti in più di 40 paesi con titoli leggendari come Akira, Attack on Titan e Sailor Moon».²²

Come serie manga importanti da ricordare della casa editrice si ricorda: *Bishōjo senshi Sērā Mūn*, più conosciuto come Sailor Moon, sulla rivista *Nakayoshi*, già nominato precedentemente, è stato serializzato dal 1992 al 1997; grazie solamente alla pubblicazione di questo fumetto si spinsero le tirature della rivista fino ad un fatturato di circa due milioni di copie e si qualificò proprio nel 1993 come miglior manga indetto dalla stessa casa editrice nella diciassettesima edizione del manga Award.²³

Non si può tralasciare la sezione riguardante l'animazione; infatti, sia Kōdansha sia la sua concorrente Shōgakukan pubblicano quelli che vengono chiamati "libri illustrati per la televisione" (*terebi ehon*), vengono venduti a 350 o 400 yen; divisi per genere e fascia di età includono immagini, grafici, storie, quiz, esercizi, fai da te, giocattoli da assemblare e tanti

annunci di giocattoli basati, principalmente o esclusivamente, negli spettacoli televisivi.²⁴

Arrivando ai giorni nostri dove possiamo vedere uno dei più grandi successi di Kōdansha: *Shingeki no kyōjin* (AOT conosciuto da tutti come *Attack on titan*), lanciato per la prima volta nel 2009 su *Bessatsu Shonen Magazine* (figura 9). La trama ha come focus principale la fine del mondo come la si conosce e la presenza di creature non umane che uccidono gli esseri umani; l'umanità, spinta quasi sull'orlo dell'estinzione a causa della presenza dei giganti, decide di difendersi con un complesso sistema di mura, considerate sacre ed inviolabili, e di vivere all'interno di esse sperando di riuscire un giorno ad annientare i giganti e riconquistare

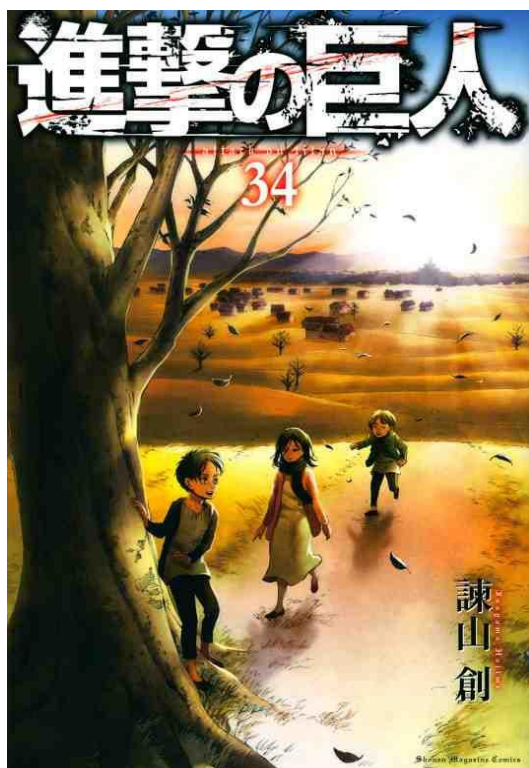


Figura 9 - Hajime Isayama, *Shingeki no kyōjin*, 2021, copertina manga, Kōdansha

così il mondo all'esterno. Mille anni dopo la loro costruzione, in un'epoca paragonabile al

²² <https://kodansha.us/>

²³ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 42 (2002), *Il fumetto in Giappone: 3) Dal cyberpunk al manga degli anni Novanta*, pp. 134-135.

²⁴ Allison, A., 2006. *Millennial monsters: Japanese toys and the global imagination*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, p. 288.

nostro Medioevo, le mura e le sicurezze dell'Umanità vengono improvvisamente spazzate via dall'irruzione del titano colossale che, con un possente calcio, riesce ad aprire un varco nella cinta muraria più esterna, denominata "Wall Maria", facendo penetrare nel distretto di Shiganshina un'orda di titani che inizia a distruggere la città e a divorare la popolazione, portando con sé caos e disperazione.

Questo manga con all'interno diverse tematiche può essere catalogato come genere post apocalittico, dark fantasy e thriller. Il fumetto di Hajime Isayama è rilasciato in tutto in 18 lingue, in 180 paesi, con oltre 100 milioni di copie, è stato adattato in una serie anime di successo, di Tetsuro Araki, regista di *Death Note* e *Highschool of the Dead*; così come in un film in due parti, grazie al quale ha avuto un enorme successo.

Il manga ha esordito in Giappone nel 2009 e nel giro di un paio di anni ha conquistato le prime posizioni delle classifiche di vendita, spartendosele dal 2013 con *One Piece* e *Demon Slayer*. Nei suoi più di dieci anni di pubblicazione, *L'attacco dei giganti* ha vinto: nel 2011 il Premio Kodansha nella categoria miglior manga per ragazzi e venendo nominato alla sedicesima e alla diciottesima edizione del Premio culturale Osamu Tezuka, oltre che al Manga Taisho nel 2011.

Ricollegandosi al concetto già sviluppato di media mix, lo possiamo ritrovare, oltre all'enorme merchandising creato appositamente per gli appassionati, anche nella creazione di eventi; durante l'uscita settimanale dell'ultimo capitolo della saga per poco tempo in Giappone, nel parco degli Universal Studio's di Osaka, è stato creato un parco a tema completamente dedicato ad AOT dove ci sono diverse statue in grandezza naturale di giganti e personaggi del manga, sempre all'interno del parco è stato possibile anche guardare uno dei nuovi episodi dell'anime in 4D.

La conclusione definitiva è stata pubblicata e presente in formato cartaceo e digitale il 9 giugno 2021 in Giappone confezionando un ultimo tankōbon con il numero 34, copertina in figura 9, con tavole inedite.²⁵ L'edizione italiana del manga è edita da Panini Comics, sotto l'etichetta Planet Manga. Ricordando che il grande successo è anche stato raggiunto grazie all'uscita dell'anime sulla piattaforma di Netflix Italia.

²⁵ <https://www.tomshw.it/culturapop/lattacco-dei-giganti-la-copertina-dellultimo-volume/>

2.3.1 Caso studio: *Akira* di Katsuhiro Ōtomo.

Akira venne pubblicato dal 1982 sulle pagine dell'esordiente *Yangu Magajin* (*Young Magazine*), rivista a cadenza bisettimanale lanciata nello stesso anno dalla casa editrice Kōdansha con l'intento di immergersi nelle recenti tendenze del fumetto giovanile, scritto e disegnato da Katsuhiro Ōtomo (1954-). Questo manga è lo specchio di una società decadente in cui si ravviva in maniera sempre più nitida l'indissolubile legame tra uomo e macchina e il disagio giovanile generato dai ritmi accelerati e comprimimenti del Giappone si insinua tra i vicoli della grande città.²⁶

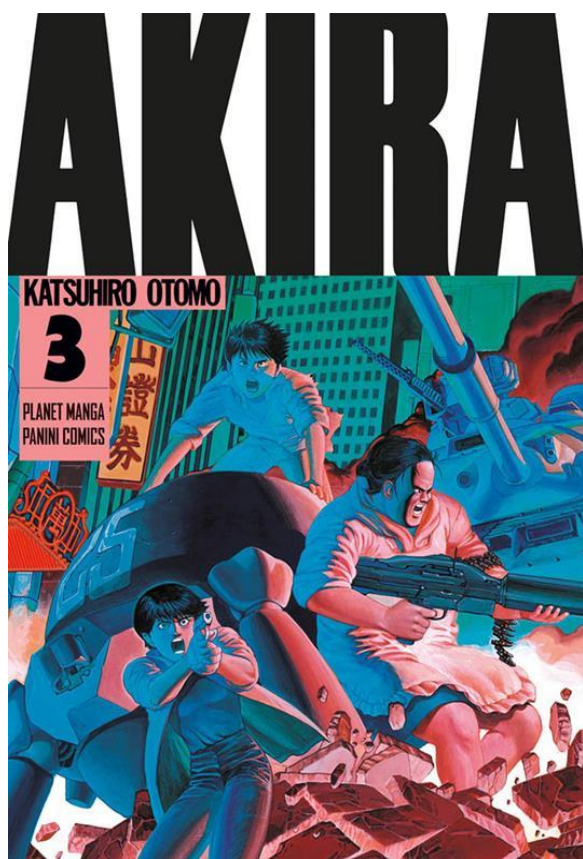


Figura 10 - Katsuhiro Ōtomo, *Akira*, 1982, copertina manga Kōdansha

Akira è un'opera tanto importante quanto complessa, attraverso il manga e il film si presero due strade molto diverse ma indivisibili tra loro: entrambi faranno parte della storia dei rispettivi generi, come colonna portante dell'animazione moderna e presi come materia di studio per artisti di tutto il mondo, quest'opera fu in grado di influenzare l'industria del fumetto giapponese e non solo, la storia e i temi trattati hanno gettato le basi dei canoni del genere cyberpunk. Nella rappresentazione di una realtà cibernetica e automatizzata, *Akira* è influenzato anche da elementi narrativi e mitologici strutturali propri della cultura fantascientifica giapponese. Il termine cyberpunk venne coniato dallo scrittore

americano William Gibson, autore di

Neuromancer (1984),²⁷ il romanzo che più di ogni altro ha avuto il merito di divulgare

²⁶ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 42 (2002), *Il fumetto in Giappone: 3) Dal cyberpunk al manga degli anni Novanta*. pp. 121-122.

²⁷ Attraverso le visioni psichedeliche dei bassifondi tecnologici di una città portuale, Gibson riproduce una metafora del nuovo paesaggio estetico, politico e sociale del Giappone che non manca di lasciare un segno nell'immaginario collettivo contemporaneo.

un'immagine cibernetica del Giappone, simulacro di un Oriente fantascientifico. Quando si parla di questo genere si avrà quasi sempre come sfondo agghiaccianti scenari urbani con bande di teppisti che vagano per la città distruggendo e devastando; chi detiene la giustizia è così poco invogliato a garantirla che porta all'assoluta ingiustizia e alle strutture urbane completamente al collasso, anche se città sono intrise di tecnologia. La narrazione è intrisa di un cupo pessimismo e violenza, si assiste alla crescita senza controllo del potere economico delle multinazionali, al condizionamento dei mass media e alla degenerazione della scienza.

La frequente ingerenza di elementi riconducibili alla cultura giapponese è comunque da ricercarsi nella rapida evoluzione post-bellica del Giappone, che non manca di creare aspettative e attese specifiche nella rappresentazione ideale di un futuro non troppo lontano. Cyborg, robot, intelligenze artificiali, protesi biomeccaniche e reti telematiche divengono parte integrante della narrazione come immaginario di un avanzamento tecnologico, non sempre vista in maniera negativa. A partire dagli anni Ottanta, la letteratura cyberpunk comincia a diffondersi in Giappone, agevolando lo sviluppo di un manga fantascientifico che si evolve in una direzione maggiormente critica, esprimendo problematiche e interrogativi sui limiti della scienza.²⁸

Ōtomo in quest'opera sottolinea la pericolosità della mancanza di memoria dopo una catastrofe, trattando anche temi di: corruzione, di isolamento sociale e di potere, sviluppò una denuncia politica e mostrò la distruttiva disperazione di un futuro incerto e fortemente influenzato dalle scelte di pochi eletti al comando. La storia inizia da una Terra devastata dalla Terza Guerra Mondiale; il mondo continua a soccombere, presieduto da un Governo indifferente e popolato da giovanissimi sovversivi che tentano di rovesciare l'ordine sociale dal basso. A più di trent'anni dalla catastrofe, nelle periferie della città di New Tokyo rinata dalle ceneri della vecchia capitale giapponese, si aggira un gruppo di motociclisti, una banda capitanata da Shōtarō Kaneda e con membro Tetsuo Shima, i due fulcri su cui si appoggia la storia. Tutto cambia quando Tetsuo, dopo esser stato coinvolto in un incidente quasi mortale viene portato via da alcuni misteriosi militari. Il giovane diventa cavia di alcuni esperimenti operati dal Governo che lo porteranno ad avere poteri soprannaturali. Con l'apparizione durante la narrazione di Akira, entità dotata di poteri infiniti e causa, si pensa, della quasi totale distruzione della Terra trent'anni prima, viene visto dalla popolazione come un Dio, temuto,

²⁸ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 42 (2002), *Il fumetto in Giappone: 3) Dal cyberpunk al manga degli anni Novanta.*, p. 118.

venerato e invocato; per questo motivo Tetsuo scatena una distruttiva rivalità con questa entità temuta da tutti, finendo per sterminare tutto ciò che incontra sul suo cammino.

Il biennio 2021-2022 è stato importante per il ritorno del manga: da un lato nel 2021 è stato ripubblicato *Akira* in Italia, edito da Planet Manga in una nuova edizione in 6 volumi, per la prima volta nel nostro Paese con direzione di lettura alla giapponese, è stata pubblicata una nuova traduzione e nuovi effetti di spugnatura, per il resto l'opera è rimasta simile alla precedente, con volumi di grande formato (18,5×25,2 cm), sovracoperta e alcune tavole a colori; dall'altro possiamo vedere l'opera "*Katsuhiro Otomo Complete Works*" (o più brevemente "Otomo Complete Works") una grande collezione di opere dedicata a tutti i lavori realizzati dal regista e mangaka giapponese partendo dal 1971, anno del suo debutto ufficiale, la serie di volumi raccoglierà tutti i fumetti realizzati nel corso della sua carriera, come *Jûsei*, *Domu* e *Fireball* anche i materiali risalenti alla lavorazione del lungometraggio di *Akira*, tra i quali gli storyboard e le pagine del copione, uscirà con cadenza bimestrale.²⁹ Questo era stato l'annuncio nel 2019 della raccolta che a causa della pandemia è stato rimandato a Gennaio 2022, la casa editrice ha inoltre creato un sito ufficiale dedicato al progetto, attraverso cui è possibile pre-ordinare i diversi volumi.

2.4 Shōgakukan

La casa editrice Shōgakukan (小学館), anch'essa ha sede a Tokyo, è stata fondata l'8 agosto 1922. Fa parte del gruppo Hitotsubashi, un keiretsu³⁰ verticale editoriale a conduzione familiare con sede a Hitotsubashi, Chiyoda, Tokyo, uno dei più grandi gruppi editoriali giapponesi. Nei primi anni della casa editrice la pubblicazione era prettamente a uso didattico, dal 7 marzo 1959 invece iniziò a pubblicare la sua prima rivista incentrata sul manga, ogni mercoledì, infatti, usciva *Shōnen Sunday* e da allora sono state pubblicate numerose altre riviste divise in base al target di riferimento.

Ad oggi pubblica dizionari, opere letterarie, riviste di apprendimento per studenti delle scuole elementari, saggistica, manga, DVD e altri media; sono comunque numerose le riviste manga

²⁹ <https://fumettologica.it/2022/01/katsuhiro-otomo-the-complete-works-manga/>

³⁰ Termine giapponese («allineamento di imprese») riferito a conglomerati che raggruppano, attraverso complesse partecipazioni azionarie incrociate, società commerciali, imprese produttive, compagnie di assicurazioni e alla cui testa vi è in genere una banca che svolge il ruolo di guida del gruppo. [...]
https://www.treccani.it/enciclopedia/keiretsu_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/

dedicate sia al pubblico maschile sia a quello femminile.³¹ La loro filosofia dalla pagina ufficiale: «Una pubblicazione non può fare tutte le cose cattive fuori dal mondo, ma può seminare una sorta di piccolo seme che crea una buona direzione nella mente di una persona. La nostra filosofia è seminare semi che crescono e fioriscono nella vita».³²

Arriviamo all'autunno 2009 quando la casa editrice avvia la pubblicazione senza intermediari manga direttamente in Europa, iniziando a proporre i primi titoli in Francia, pianificando però di espandere la loro azione al Regno Unito, Spagna ed agli altri paesi europei.

Il premio della casa editrice è lo Shōgakukan Manga Awards, creato nel 1955. anche se il premio viene consegnato da una casa editrice, vengono premiati titoli anche di altri editori. Al momento esistono quattro categorie: la categoria Generale, la categoria Shōnen, la categoria Kodomo (bambini) e la categoria Shōjo, in caso di ricorrenze o avvenimenti speciali vengono consegnati altri premi celebrativi; i premi dell'anno 2022 sono stati assegnati a Tomohito Oda con *Komi Can't Communicate* come miglior *shōnen*, edito sulla rivista *Weekly Shonen Sunday* (Shōgakukan) e pubblicato in Italia da J-POP Manga; a Wataru Hinekure (storia) e Aruko (disegni) con *Kieta Hatsukoi* come miglior *shōjo* pubblicato sulla rivista *Bessatsu Margaret* (Shūeisha), non ancora uscito in Italia; a Shiho Takase con *Nigatsu no Shousha -Zettai Goukaku no Kyoushitsu* è stato assegnato il premio Miglior Manga Generale, manga pubblicato sulla rivista *Weekly Big Comic Spirits* (Shōgakukan); c'è stato però un premio senza vincitore, quello della categoria miglior manga per bambini.

Sui canali social la casa editrice la si può trovare su Twitter con diversi account come: *Shōgakukan Comic* attraverso i quali tengono aggiornati il loro pubblico per le nuove uscite. Come si è già detto la Shōgakukan ha cercato di espandere le sue attività all'estero stabilendo basi commerciali a San Francisco, Parigi, Shanghai e Taiwan. Ha avuto una significativa crescita e lo sviluppo dei paesi asiatici negli ultimi anni, infatti il 18 settembre 2013, Shōgakukan Asia Pte Ltd è stata fondata a Singapore per guidare l'espansione delle sue attività nel sud-est asiatico, adottando il modello di pubblicazione diretta, facendo leva sulla ricca esperienza e know-how nelle licenze all'estero e nella pubblicazione di materiali didattici. Shōgakukan e anche la sua concorrente Shūeisha hanno aperto nell'ultimo anno delle divisioni, all'interno delle loro case editrici, per lo sviluppo e l'adattamento dei loro fumetti alla lettura in scroll verticale su smartphone, avvicinandolo alla modalità di lettura e creazione del tipo di fumetto di origine sudcoreana chiamato *webtoon*; le case editrici vogliono sfruttare questa

³¹ <https://www.shogakukan.co.jp/company/history>

³² <https://www.shogakukan.co.jp/>

modalità di lettura per conquistare nuovi lettori, per mantenerli e contemporaneamente fare a loro volta concorrenza agli editori di *webtoon* sudcoreani.

I *webtoon* sono tra i fumetti online più letti al mondo, pian piano stanno ampliando il proprio raggio d'azione grazie soprattutto agli editori sudcoreani Naver e Kakao, aziende che si possono collocare nella top 10 mondiale degli editori di fumetti,³³ senza tralasciare le applicazioni su cui si possono leggere come Piccoma della casa editrice Kakao.³⁴

Tra le pubblicazioni più importanti della casa editrice possiamo trovare: *Detective Conan*, scritto e disegnato da Gōshō Aoyama dal 1994 sulle pagine della rivista *Weekly Shōnen Sunday*, arrivato a 100 volumi pubblicati nel 2018 e continua ancora oggi; *Detective Conan* (figura 11) racconta le avventure del protagonista Shinichi Kudo, un ragazzo molto intelligente capace di risolvere enigmi e omicidi, un giorno viene catturato e costretto a bere una medicina che lo trasforma in un bambino delle elementari. Anche se trasformato non smetterà di



Figura 11 - Gōshō Aoyama, *Detective Conan*, 1994, copertina manga, Shōgakukan.

occuparsi di crimini e continuerà a indagare risolvendo numerosi casi in collaborazione con la polizia.

Un altro manga importante della casa editrice è Doraemon, pubblicato dal dicembre 1969 all'aprile 1996 sul mensile *CoroCoro Comic*. I creatori del personaggio furono Hiroshi Fujimoto e Motoo Abiko,³⁵ il duo noto sotto lo pseudonimo di Fujiko Fujio e già responsabile di altre celebri storie come *Carletto il principe dei mostri* e *Nino il mio amico ninja*; per un totale di 1345 storie raccolte in 45 volumi *tankōbon* la popolarità di Doraemon è stata immediata: nel 1979, l'edizione in volumi singoli ha raggiunto i quattordici milioni di copie vendute.³⁶

Doraemon è uno dei personaggi più celebri dell'immaginario d'importazione nipponica, Il

³³ <https://fumettologica.it/2021/11/webtoon-fumetti-coreani/>

³⁴ <https://www.crunchyroll.com/en-gb/anime-news/2022/04/11-1/shueisha-and-shogakukan-open-up-vertical-manga-editorial-departments-for-webcomic-creations>

³⁵ L'autore Motoo Abiko è scomparso nel 2022 ad aprile

³⁶ Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone, Il fumetto in Giappone: 3) l'evoluzione degli anni Sessanta e le ultime proposte*, Vol. 21 (1981), p. 116

gatto robot divenne immediatamente un fenomeno di successo tanto da essere trasposto fin da subito in televisione: è protagonista di tre serie tv (prodotte rispettivamente nel 1973, 1979 e 2005), oltre che in numerosi film e videogiochi. È così importante per il Giappone che ad oggi il termine *doraemon* è divenuto un'espressione di uso comune e viene utilizzato per riferirsi a qualcosa che ha il potere di realizzare sogni e avverare desideri.

Come si è già detto, i manga sono veicoli di messaggi importanti educativi soprattutto per i più giovani, attraverso avventure ironiche e strampalate, Doraemon è un'opera che affronta diverse tematiche: la necessità di affrontare il bullismo al credere in sé stessi, l'importanza della famiglia, perseguire l'obiettivo di impegnarsi nello studio e nella progettazione del futuro, il rispetto delle tradizioni e l'apertura mentale nei confronti delle novità, l'impegno ecologista...

Nel 2008 diventa Ambasciatore della Cultura degli Anime, il ministro degli Esteri giapponese Masahiko Komura lo nominò così riconoscendo la sua capacità di esportare in ogni angolo del pianeta la passione per la cultura pop nipponica, come riportato dal *Corriere della Sera*, un rappresentante del ministero disse: «Con la nomina di Doraemon speriamo che le persone di altri Paesi capiranno meglio gli anime giapponesi e approfondiranno il loro interesse nella cultura giapponese».³⁷

2.5 Ono Toshihiro e Hidenori Kusaka dal digitale al cartaceo

Il già citato concetto di media mix è riconducibile ad un franchising che ha spopolato negli anni 90 in tutto il mondo diventando simbolo del Giappone: stiamo parlando dei *Pokémon*, in tutte le sue forme dai videogiochi di Nintendo alle cards, all'oggettistica fino al manga.

La “febbre” di Pokémon si diffonde dalla sua nascita in seguito in tutto il mondo, divenendo il simbolo dell'invasione nipponica della cultura popolare di massa alle soglie del nuovo millennio. Ebbero così tanto successo perché furono il miglior prodotto di quello che in Giappone è noto come “il decennio perduto”, periodo successivo alla grande crisi finanziaria del 1991 che colpì il paese. Il mercato dei videogiochi rappresenta un importante fattore di influenza sul fumetto in Giappone, se numerosi sono in effetti i manga tratti da videogiochi di

³⁷ <https://www.corriere.it/spettacoli/cards/doraemon-giovane-50enne-ambasciatore-anime-poco-gradito-cina/doraemonambasciatore.shtml#:~:text=Il%20termine%20icona%20C3%A8%20spesso,Ambasciatore%20della%20Cultura%20degli%20Anime.>

successo è anche vero che molti sono i personaggi dei fumetti trasposti per le diverse piattaforme di gioco.³⁸

Come abbiamo detto nel paragrafo 2.1, non è raro che alcuni di questi personaggi vengano concepiti in base ad un'operazione di merchandising che coinvolge i diversi media facendo diventare il manga diviene in ultima analisi un incrocio tra pubblicità e intrattenimento.

Pokémon è l'unione linguistica di *poketto* e *monster* (mostri tascabili), il creatore è Satoshi Tajiri, la sua passione più grande, ovvero il collezionare insetti, lo portò a creare un mondo dove i bambini potevano catturare ed allenare le proprie creature, come faceva lui con i suoi insetti.

ゴース vs. ヤドロン



「ポケモン」独特な世界観のひとつである戦闘シーンのイメージイラスト。敵を持つキャラクターも見受けられる。

カラバジロ vs. ミミー



ポケモン同士の戦い。杉森氏の躍動感あふれるイラストは田原氏のゲームデザインを忠実に代弁している。

Figura 12 - Disegni Pokémon di Satoshi Tajiri

Nel 1982, insieme a James Hanzatko, Yuusuke Santamaria e Ken Sugimori, fondò una rivista chiamata *Game Freak*, che conteneva principalmente consigli e cheats per i loro giochi preferiti, in quel tempo che Sugimori cominciò a disegnare le prime immagini dei Pokémon (figura 12); anche se *Game Freak* era scritta a mano arrivò a vendere oltre 10.000 copie. Successivamente Satoshi e i suoi collaboratori vinsero un concorso sponsorizzato da SEGA per lo sviluppo di un videogioco; fu la vera svolta di Game Freak come Software House. Nel 1991 Tajiri iniziò ad utilizzare il Game Boy e si immaginò che attraverso il Cavo Link i suoi insetti si potevano spostare da un Game Boy ad un altro, venne poi assunto da Nintendo.

Grazie alla tecnologia della casa di produzione, attraverso il Game Boy, uscirono nel 1996 i primi episodi, *Pokémon Verde & Rosso* sul mercato giapponese, mentre raggiunsero quello americano nel 1998, in Europa arrivarono solo nel 2000, mantenendo i nomi delle

³⁸ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 43 (2003), *Il fumetto in Giappone: 4) Il manga di fine millennio*. pp. 177-179.

versioni americane.³⁹ Dall'anno successivo l'uscita giapponese dei giochi vennero ideati il manga e l'anime dei Pokémon, della cui realizzazione all'inizio Satoshi era contrario, ma si convinse a patto che lui stesso controllasse non venisse meno il valore dei Pokémon. Arrivando al 1997, anno in cui venne trasmessa in Giappone l'omonima serie televisiva a cartoni animati, creata da Takeshi Shudō; la serie impazza soprattutto tra folle di giovanissimi e adolescenti, diventando un vero e proprio fenomeno di massa: giocattoli, libri, CD e ogni altro tipo di gadget legato ai mostri tascabili invadono il mercato giapponese; arrivando anche nel 1999 dove l'ANA, acronimo di All Nippon Airways, ha creato una campagna marketing nell'ambito della quale ha fatto ricoprire parte dell'esterno e gli interni di un suo jet con l'immagine di Pikachu.

Tutto ciò agevola anche la trasposizione a fumetti di cui è stata realizzata più di una versione, ognuna delle quali riprende e rielabora la storia per adattarla a un target specifico: dallo *shōnen* allo *shōjo* manga, attraverso sempre più complesse e specifiche articolazioni, Pokemon conduce una vera e propria invasione del manga giapponese.⁴⁰ Due versioni del manga verranno prese in considerazione, grazie a due mangaka che hanno saputo trasporre dal digitale all'analogico il complesso mondo dei Pokémon: Ono Toshihiro e Hidenori Kusaka, ottenendo l'approvazione di Satoshi Tajiri.

Il primo mangaka, Ono Toshihiro, si trasferisce a Tokyo negli anni Novanta, dove si guadagna da vivere collaborando con alcune riviste di costume, come illustratore, e con agenzie pubblicitarie; nel frattempo lavora come assistente presso lo studio di alcuni autori di fumetto da cui apprende le basi del disegno narrato. Dopo le prime esperienze come illustratore, Ono inizia a collaborare con la Nintendo per la quale cura e realizza la trasposizione fumettistica di alcuni titoli di gioco, sarà proprio la Nintendo a volerlo, nel 1997, per la realizzazione di alcuni fumetti ispirati all'universo Pokémon. Pubblicato a partire dal 1998 sulle pagine di *Koro Koro Komikku*, famosa rivista mensile edita da Shōgakukan, divenuta famosa per essere contenitore di trasposizioni fumettistiche di numerosi videogiochi, inizia ad essere pubblicato a puntate *Dengeki! Pikachū*, che verrà poi concluso nel novembre 1999, e i capitoli sono stati raccolti in 4 volumi e pubblicati dalla casa editrice stessa. Dal punto di vista grafico, il tratto di Ono risulta essere, almeno a prima vista, maggiormente caricaturale rispetto alla veste grafica del cartone animato, dal punto di vista della caratterizzazione dei personaggi, vengono presentati protagonisti che appaiono decisamente più adulti e introspettivi, con un'analisi psicologica più

³⁹ <https://startupitalia.eu/60814-20160805-storia-pokemon-go>

⁴⁰ *Ibidem*

approfondita. La trama del fumetto non costituisce un elemento di novità: la storia è ambientata sempre in un universo alternativo, dove gli esseri umani vivono a stretto contatto con numerose varianti di Pokémon, creature immaginarie dotate di poteri, il protagonista è un giovane ragazzo



Figura 13 - Ono Toshihiro, *Dengeki! Pikachū*, 1998, copertina manga, Komikku

di nome Satoshi che, insieme ai suoi amici Kasumi e Takeshi, intraprende un percorso per diventare il più famoso maestro Pokémon, accompagnato da Pikachū.

Il manga uscì negli USA nel 1998 grazie a VIZ Media in 16 pubblicazioni, con uscita mensile divise in quattro serie diverse, divise ciascuna a sua volta in quattro uscite. I diversi fascicoli vennero riuniti in un'unica grande graphic novel, ogni volume venne intitolato con un nome riguardante l'argomento trattato: *The Electric Tale of Pikachu*, *Pikachu Shocks Back*, *Electric Pikachu Boogaloo* e *Surf's Up, Pikachu* e questi volumi non sono numerati visto che ognuno viene considerato come un elemento a sé. Il manga fu pesantemente modificato e censurato in America poiché il suo

contenuto originale fu trovato troppo offensivo dal pubblico ed è stato quindi reso più adatto a dei bambini. La storia artistica del mangaka Toshihiro Ono ha influito nelle rappresentazioni dei personaggi. Nel corso della sua carriera ha realizzato anche diversi manga hentai,⁴¹ ciò si vede anche nel manga, dove i personaggi femminili sono stati resi in modo più formoso rispetto alle loro figure videoludiche.

Il secondo manga *Pokémon Adventures*, edito in Giappone come *Pocket Monsters Special*, è invece scritto da Hidenori Kusaka, sempre pubblicato dalla casa editrice Shōgakukan a partire dal 1997. In Italia viene pubblicato per la prima volta da Panini Comics nel 2002 con il titolo *Pokémon Adventures*; tuttavia, questa edizione è stata sospesa dopo soli otto numeri, anche se una nuova edizione creata da J-Pop e intitolata *Pokémon – La grande avventura*, è in

⁴¹ significa “anormale” ma anche “pervertito” ed è usato per indicare la produzione di anime e manga di genere pornografico.

corso dal 2016. In questa trasposizione si può invece vedere come *Pokémon Adventures* si lega maggiormente agli episodi usciti su console, caratteristica che si può notare già dai nomi dei protagonisti, basati sui titoli e i giochi della serie principale. Il manga contiene inoltre tematiche molto più cupe rispetto al resto delle altre pubblicazioni di Pokémon, come per esempio il fatto che alcuni Pokémon e personaggi muoiono. Il creatore Satoshi Tajiri elogiò questa serie con queste parole: “Questo è il manga che più rispecchia il mondo che stavo tentando di creare”. Tsunekazu Ishihara, colui che ha prodotto i diversi videogiochi, lo ha acclamato dicendo: “Vorrei che ogni fan dei Pokémon lo leggesse!”.⁴² Ancora oggi il gioco dei Pokémon continua ad avere successo, rimane uno fra i videogiochi più amati in tutto il mondo continuando ad evolversi e ammalciare anche le nuove generazioni.

2.6 Focus: Golden week e mercato del fumetto

In Giappone tra le varie feste celebrate è presente la famosa Golden Week, chiamata in giapponese Ōgon Shūkan oppure Ōgata Renkyū (traducibile in italiano come “lunga vacanza”): è una settimana che racchiude quattro festività ravvicinate tra la fine di aprile e l'inizio di maggio: Shōwa Day (29 aprile), Constitution Day (3 maggio), Greenery Day (4 maggio) e Children's Day (5 maggio). Lo Showa Day viene celebrato per la prima volta nel 2007, prende il nome dall'imperatore Showa e cade proprio il giorno della sua nascita; il Giorno della Costituzione viene osservato il 3 maggio, onora la costituzione giapponese che è stata ratificata dopo la fine della Seconda guerra mondiale, il Greenery Day si celebra il 4 maggio per onorare la Primavera come simbolo di rinascita.

Molto importante è anche la giornata dei bambini che si celebra il 5 maggio: i genitori giapponesi pregano per la salute e il successo dei loro figli decorando le loro case con aquiloni a forma di carpa e esponendo bambole raffiguranti samurai. In che modo quindi la Golden Week arriva ad influire sul mercato editoriale? Partendo dalla traduzione italiana come abbiamo detto: “grande vacanza”, durante questa settimana molti datori di lavoro giapponesi chiudono le loro attività e danno tempo di vacanza ai loro dipendenti per consentire il tempo libero dal lavoro per festeggiare e partecipare ai festeggiamenti.⁴³

⁴² <https://www.pokemonmillennium.net/manga/>

⁴³ <https://www.britannica.com/topic/Golden-Week>

La longeva testata settimanale di manga pubblicata in Giappone da Shūeisha, citata nelle pagine precedenti: *Weekly Shōnen Jump*, nonostante sia nota per la sua affidabilità nelle pubblicazioni, durante questa settimana si prende una pausa per onorarla e lascia agli artisti e ai loro team il tempo di riposare prima di tornare a disegnare,⁴⁴ viene comunque mandata in stampa la rivista con le storie in concorso per il premio Tezuka.

Una settimana necessaria, perché come abbiamo già detto lavorare all'interno dell'editoria del manga è sempre molto stressante e bisogna attenersi alle deadline. Per quanto riguarda gli anime, non vale la stessa regola per tutti: alcune tra le serie più lunghe (tipicamente quelle che non vanno in onda in tarda serata) si prendono una settimana di pausa ma la maggior parte va in onda normalmente. Gli anime notturni, quindi che vanno in onda in seconda serata, non sono particolarmente preoccupati di avere un'audience immediata, dal momento che servono soprattutto a vendere il merchandising della serie. La Golden Week permette anche di offrire occasioni per organizzare eventi speciali come musical, incontri con i doppiatori, proiezioni speciali e concerti.

2.7 Classifica vendite dal 2020 ad oggi

L'Associazione editori giapponesi (AJPEA) ha pubblicato l'annuale rapporto sulle vendite dei manga in Giappone: nel corso del 2020 l'industria ha incassato⁴⁵ 694 491 628 466.10 yen circa

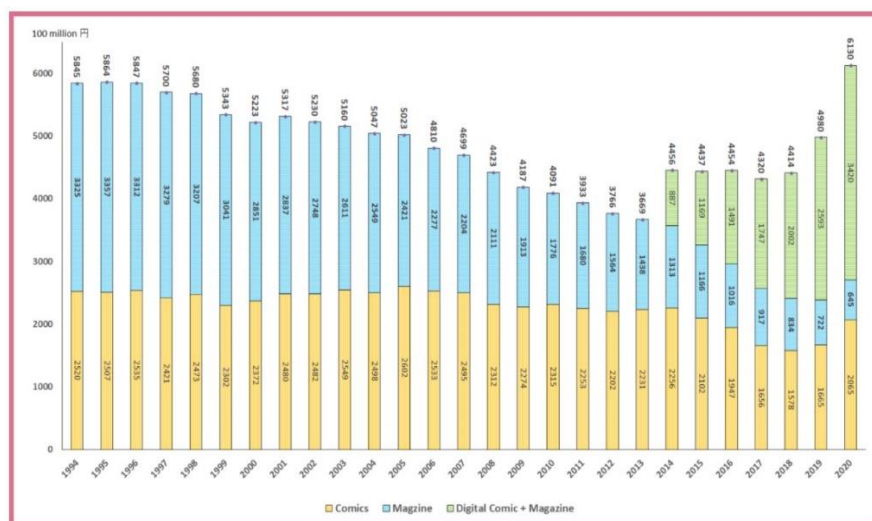


Figura 14 - <https://www.ajpea.or.jp/>

⁴⁴ <https://anime.everyeye.it/notizie/weekly-shonen-jump-prende-pausa-golden-week-375542.html>

⁴⁵ <https://www.animenewsnetwork.com/news/2021-02-26/manga-market-in-japan-hits-record-612.6-billion-yen-in-2020/.169987>

(intorno ai 4 miliardi e 845 milioni di euro), con un incremento del 23% rispetto all'anno precedente.

Come riportato dal network online anime news, il record di vendite più recente si può far risalire al 1995, quando si registrarono incassi per circa 649 338 921 971.40 (4 miliardi e 530 milioni di euro).⁴⁶

Il grafico presente in figura 14 è stato riportato sul portale dell'AJPEA, nel quadro complessivo si può vedere che il settore editoriale trova nel digitale e nei manga i principali punti di forza.⁴⁷ Prendendo in esame il settore del digitale si ha avuto conferma della sua importanza in questi ultimi anni, rappresentando oggi il 19,9% del mercato totale; se in futuro vedremo un aumento del digitale sulla carta in Giappone non ci sarà da stupirsi sia per una digitalizzazione al fine di essere reperibile in tutto il mondo con applicazioni e piattaforma sia perché la situazione della scarsità delle materie prime è costantemente in crescita: se in Italia siamo abituati ad avere una carta comunque lavorata e talvolta patinata per le riviste così non è nel quadro delle riviste giapponesi, per esempio le riviste settimanali, prima di essere tutte unite nel tankobon di riferimento, sono stampate su carta straccia.

Tutto ciò non porterà ad un abbandono definitivo della carta ma si sta assistendo ad un fenomeno che potrebbe influire in maniera negativa nel panorama editoriale: la distribuzione di scan illegali, un fenomeno sempre più in aumento. Il Giappone ha provato a bloccare questa distribuzione non autorizzata creando diverse piattaforme digitali nate dalle stesse case editrici, come vedremo nel capitolo successivo. Il circuito comunque preferenziale di distribuzione del prodotto fisico restano le edicole e i negozi specializzati⁴⁸ dove negli anni passati anche in Italia si potevano trovare queste tipologie di fumetti insieme a gadget e giochi di vario genere.

Arrivando al 2021 L'intero mercato dei fumetti (fumetti + riviste a fumetti + fumetti elettronici) è di 675,9 miliardi di yen. Questo è il secondo anno consecutivo che il mercato ha raggiunto il suo livello più alto nella storia, rinnovando il picco del mercato della sola carta nel 1990 (1995 = 586,4 miliardi di yen). Le riviste a fumetti sono diminuite negativamente per 25 anni consecutivi, ma i fumetti hanno mantenuto le dimensioni del mercato dell'anno precedente grazie al successo di adattamenti video come "Sorcerer Battle" e "Tokyo Swastika Revengers".

⁴⁶ <https://www.fumettologica.it/2021/03/manga-vendite-2020/>

⁴⁷ <https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-giappone-il-mercato-editoriale-resiste-grazie-ai-manga-e-al-digitale-4050.html>

⁴⁸ Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone* Vol. 41 (2001), *Il fumetto in Giappone: 2) Il manga nella prima metà degli anni Ottanta*. p. 127.

Le vendite di fumetti elettronici sono aumentate di circa il 20% rispetto all'anno precedente, superando i 400 miliardi di yen. Un piccolo specchietto sulla dimensione del mercato dell'editoria elettronica, che ha avviato le statistiche nel 2014, è in costante crescita. Ha superato i 450 miliardi di yen. I fumetti elettronici si sono radicati senza andarsene a causa dell'espansione di nuovi utenti a causa della domanda di nidificazione dell'anno precedente. Il numero di artisti che revocano il divieto di digitalizzazione è in aumento e guida il mercato. Anche i contenuti originali elettronici come i libri fotografici registrano buoni dati di vendita.

Grazie all'annuncio sul mercato editoriale di All Japan Publishers Association, Publishing Science Research Institute (con sede a Shinjuku-ku, Tokyo, Direttore Junji Asano) che stima la dimensione del mercato editoriale nella prima metà del 2022 (totale cumulativo da gennaio a giugno) dal numero di luglio di *Publishing Monthly* (pubblicato il 25 luglio), si evince che il mercato combinato dell'editoria cartacea ed elettronica (importo stimato delle vendite) è diminuito del 3,5% su base annua a 833,4 miliardi di yen. Il mercato della carta è cresciuto del 7,5% anno su anno mentre l'editoria elettronica, che fino ad ora aveva continuato a crescere a doppia cifra, ha rallentato fino a raggiungere un aumento dell'8,5% anno su anno, determinando un calo generale. In particolare, ha avuto un forte impatto il rallentamento del tasso di crescita dei fumetti sia cartacei che elettronici. Il valore di vendita stimato delle pubblicazioni cartacee (totale di libri e riviste) nella prima metà del 2022 è di 596,1 miliardi di yen, in calo del 7,5% su base annua. le vendite di libri sono diminuite del 4,3% su base annua a 352,6 miliardi di yen e le riviste sono diminuite dell'11,8% su base annua a 243,4 miliardi di yen.

Anche a causa dell'invasione russa dell'Ucraina a febbraio, i prezzi delle risorse sono aumentati vertiginosamente che si combinano con il deprezzamento dello yen, infatti con l'accelerazione dell'inflazione e l'aumento dei prezzi di varie materie prime, anche le vendite di pubblicazioni hanno iniziato a stagnare. Il mercato dell'editoria elettronica nella prima metà del 2022 crescerà dell'8,5% anno su anno a 237,3 miliardi di yen. La ripartizione mostra che gli e-comic sono aumentati del 10,2% anno su anno, gli e-book sono diminuiti dello 0,4% a 23,0 miliardi di yen e le riviste elettroniche sono diminuite del 13,2% a 4,6 miliardi di yen. La crescita del numero di utenti, a causa della domanda di casalinga durante la pandemia di COVID-19, si è stabilizzata e il mercato sembra essere entrato in una fase di maturità. Ci sono stati pochi fumetti di grande successo, ma le vendite di app manga come "Piccoma" sono state molto forti. Anche la crescita dei fumetti a scorrimento verticale è stata notevole. Le vendite di

libri sono leggermente diminuite per effetto delle vendite in negozio effettuate nell'anno precedente.⁴⁹

Nella **【Classifica principale del primo semestre】** *L'ansia per il futuro è evidente? Crescente interesse per "denaro" e "istruzioni su come vivere in età avanzata"* del 30 maggio 2022 pubblicata da Oricon, del periodo di aggregazione: 2021/12/6-2022/5/30 (Periodo di aggregazione effettivo: 2021/11/22- 2022/5/22),⁵⁰ la classifica delle copie stimate vendute. Qui di seguito le TOP 5 delle serie manga (quindi si parlerà della totalità dei volumi):

- Jujutsu Kaisen, *Gege Akutani*, 9.382.099, Shūeisha
- Tokyo Revengers, *Ken Wakui*, 7.200.532, Kōdansha
- Spy x Family, *Tatsuya Endou*, 4.835.705, Shūeisha
- One Piece, *Eiichiro Oda*, 4.155.790, Shūeisha
- My Hero Academia, *Kouhei Horikoshi*, 2.894.149, Shūeisha

mentre la Top5 dei volumi specifici:

- Jujutsu Kaisen Vol.18, *Gege Akutani*, 2.011.232, Shūeisha
- One Piece Vol.101, *Eiichiro Oda*, 1.793.360, Shūeisha
- Jujutsu Kaisen Vol.19, *Gege Akutani*, 1.608.811, Shūeisha
- One Piece Vol.102, *Eiichiro Oda*, 1.605.641, Shūeisha
- Spy x Family Vol.9, *Tatsuya Endou*, 1.232.036, Shūeisha

Come si può vedere dai dati sopra riportati, le case editrici presenti nelle due differenti classifiche sono la Shūeisha e Kōdansha; nomi di mangaka citati in questo capitolo sono presenti tutt'oggi come Eiichiro Oda con il manga *One piece*.

2.8 Questionario: lettori giapponesi di manga

Il lavoro trasversale di questa tesi è stata la somministrazione di un questionario, differenziato per il pubblico a cui si rivolge, attraverso diversi canali: Whatsapp e Instagram. Il questionario, creato attraverso google moduli, lo si può trovare al link: https://docs.google.com/forms/d/1g34rG_rh9JiCivKJW2_AbDQ2gOmU5NXprz3hH4_OYb/

⁴⁹<https://shuppankagaku.com/wp/wpcontent/uploads/2022/07/%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B9%E3%83%AA%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%82%B92207-1.pdf>

⁵⁰ <https://www.oricon.co.jp/special/59188/>

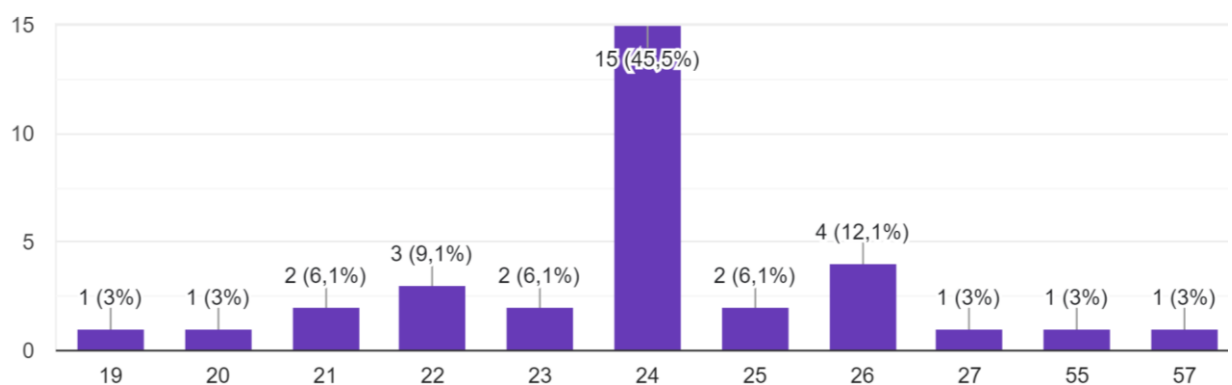
edit. Ho voluto sottoporre questo questionario per capire la tipologia di lettori del prodotto tra le persone in Italia e in Giappone attraverso diversi quesiti e in particolare avere anche un commento finale libero da parte degli stessi del manga di come viene percepito dalle diverse culture.

Le risposte riportate in seguito sono il risultato del questionario sottoposto a persone in Giappone, anche se il campione è minimo i risultati ricevuti ci permettono di farci un'idea su come il manga viene percepito e fruito nel paese nipponico. In questa prima parte prenderemo in esame le domande e le conseguenti risposte fatte a trentatré persone giapponesi; all'interno del questionario era possibile rispondere a diverse domande a risposta aperta, breve o lunga e a scelta multipla. I soggetti dell'intervista sono persone, uomini e donne, con età variabile, a cui sono state sottoposte le seguenti domande:

1. How old are you?
2. Do you read manga?
3. When did you start to read them?
4. Your favorite manga
5. Who publishes it?
6. What do you think about manga, in a cultural sense? Is it a weeb product or not?

Partendo dalla prima domanda *How old are you?*,posta per aiutare a creare un range in base all'età degli intervistati presi in esame, possiamo osservare nel grafico sottostante che su 33 risposte totali siano presenti individui da un'età di 19 anni fino ai 57 anni.

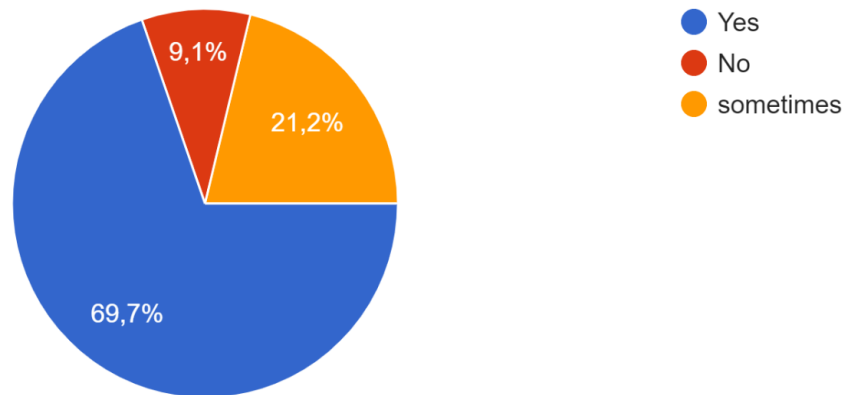
33 risposte



Guardando le percentuali riportate, la maggioranza è di 24 anni nel nostro campione (45,5%) e 26 anni (12,1%), quindi individui nati tra il 1995 e 1997. Passando alla seconda domanda,

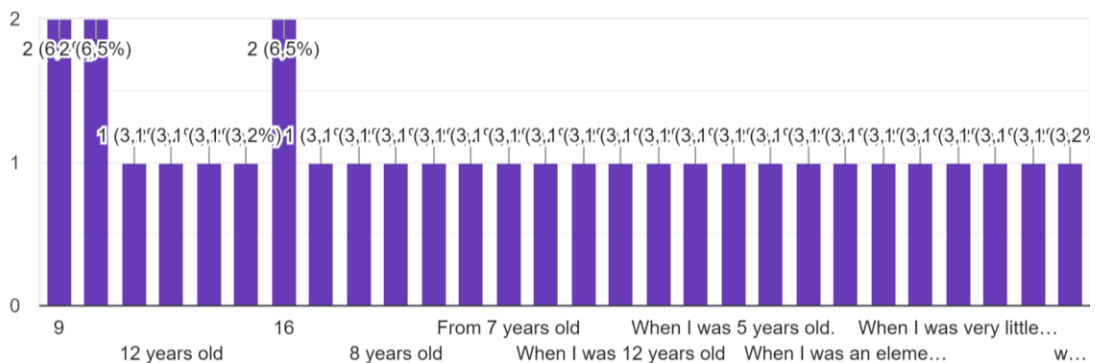
Do you read manga? possiamo vedere che su 33 risposte: un 69,9% degli intervistati rispondere in maniera affermativa, un 21,2% dichiara di leggere manga qualche volta e un 10,3% non leggerli affatto.

33 risposte



Si può notare come nei risultati della terza domanda: *“When did you start to read them?”* gli anni variano ma restiamo sempre in un range di età scolastica elementare/ medie.

31 risposte

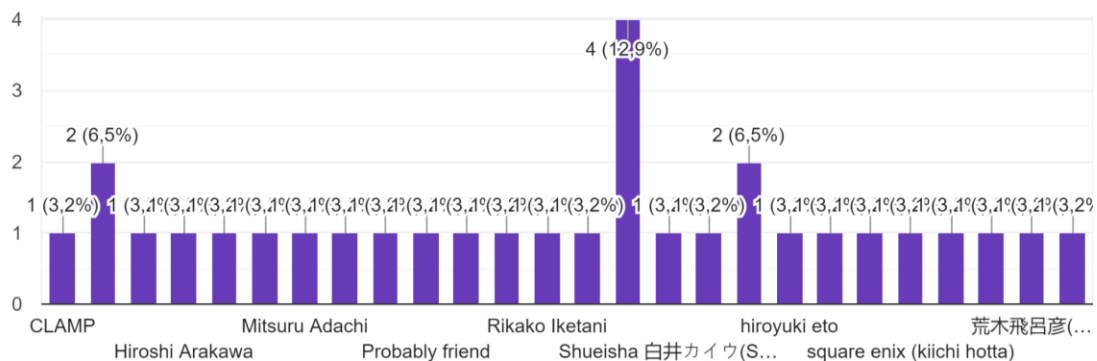


Successivamente, le risposte alla domanda: *What is your favorite manga?* sono molto variegate; troviamo titoli che spaziano tra diversi generi narrativi e categorie descritte nei capitoli precedenti, come: Haikyuu, Slam Dunk, Naruto, One Piece, JOJO's bizarre adventure, Detective Conan, Demon slayer, The Promised Neverland, etc.

L'ultima domanda un pò più specifica è stata, *Who publishes it?* con 31 risposte, posta prettamente per vedere se in primis, le case editrici citate fossero nominate, così da dare anche una veridicità a ciò che è stato detto nel capitolo, in secondo luogo per vedere se comparissero

nuovi nomi sconosciuti al grande pubblico in Europa. Oltre alle case editrici però erano presenti anche i nomi di molti autori, come per esempio: la casa editrice Shūeisha, comparsa più volte nei risultati accompagnata dai nomi di alcuni suoi collaboratori come Kiyoharu Gotohge, Hirohiko Araki, Takehiko Inoue, Yasuhisa Hara; anche Kōdansha è comparsa spesso e uno dei suoi collaboratori segnalati è stato Haruichi Furudate famoso per il manga, celebre anche in Italia, *Haikyuu!!-L'asso del volley*, invece autori come Satoru Noda, Ninomiya Tomoko e il già citato Gosho Aoyama con il suo manga *Detective Conan* sono stati nominati in relazione alla casa Shōgakukan. Sono presenti tra i risultati anche case editrici più piccole come: Hōbunsha, Mag Garden (casa relativamente giovane nata nel 2001), Akita Shoten (specializzata in un pubblico adolescente), Shodensha (editore di riviste e libri prevalentemente di saggistica, negli ultimi anni ha iniziato a pubblicare anche manga), presenti anche autori forse meno noti o non ancora arrivati nel nostro paese come Kiichi Hotta e Hiroyuki Eto conosciuto da molti per il manga *Guru guru* della Square Enix, holding giapponese nota per produrre le serie di videogiochi, manga e anime.

31 risposte



La domanda che si rifà anche al panorama culturale e sociale che si crea intorno al mondo del manga è l'ultima, forse anche la più complessa alla quale rispondere: “*What do you think about manga, in a cultural sense? Is it a weeb product or not?*”, le risposte sono state molteplici ma vorrei riportare alcune risposte al fine di capire cosa si pensa all'interno del paese nipponico:

“For me as a Japanese person, manga is not a web product as most of the people I know who read manga on a regular basis are Japanese... though when I see non-Japanese people fond of manga I can't say I don't see them as weeb.”

“It's not a weeb product. There are many kinds of mangas. So I think everyone can like one or more of them. If someone says it's weeb, it is because there are too fanatic fans for manga. However, fanatic fans are everywhere in every culture.”

“We have grown up reading manga since we were children. Manga can no longer be considered a life textbook for us. And the culture of today's youth has been especially heavily influenced by manga.”

“It's one of the best Japanese cultures we should be proud of.”

“I think it's a wonderful culture of Japan. However, recently, more and more people are reading illegal sites and web comics. Even if you make a wonderful manga, it's sad that an artist's life will be difficult if you don't make a big hit and sell it.”

2.9 Conclusione

Si è visto come le pratiche di avvicinamento al mondo nipponico verso il mondo oltreoceano siano varie e sempre aggiornate con i tempi. Le case editrici che si sono esaminate in questo capitolo sono le più grandi in Giappone e si impongono sul mercato editoriale.

Sono anche quelle maggiormente conosciute all'estero, grazie alle loro politiche di espansione sia per una commercializzazione diretta con l'estero sia tramite intermediari. Il manga come prodotto editoriale ha di sicuro superato i confini del paese nipponico ma è anche stato in grado di evolversi e crescere sempre di più in casa propria.

Il catalogo vario di ogni casa editrice aiuta a mantenere una fidelizzazione del cliente, non solo con i manga e le varie riedizioni nei diversi formati, ma tramite un primo approccio anche alle riviste che continuano da anni a restare attive.

Il questionario aiuta ad avere una visione di ciò che pensano in Giappone del manga e dell'industria dell'intrattenimento, che, come abbiamo visto in questo capitolo, è fortemente radicata nella cultura di ogni giapponese: non esiste il manga senza il personaggio ed è il personaggio stesso a trainare ciò che verrà creato come fidelizzazione del cliente, in questo caso non solo lettore, ma anche spettatore (in caso di anime) e giocatore (in caso di videogames o giochi da tavolo).

Capitolo 3

Case editrici italiane

Era il 1984, quando in Italia veniva trasmessa in prima visione sulle reti Mediaset l'edizione italiana (in 46 episodi) delle avventure della piccola Pollon, versione anime dell'omonimo manga (tit. orig. *Ochamegami Monogatari Korocoro Polon*), ideato da Azuma Hideo e prodotto nel 1979 dalla Kokusai Eiga,¹ da qui fino agli anni Duemila il panorama televisivo venne inondato da cartoni animati giapponesi.

Se si guarda invece l'editoria, durante i primi anni 2000 in Italia gli editori non erano particolarmente inclini a rischiare e non volevano pubblicare serie manga che avrebbero potuto essere poco comprese dal pubblico italiano (neofita di questo genere di fumetto), l'idea era proporre al lettore qualcosa che fosse esattamente in linea con il pubblico di riferimento degli anime che venivano trasmessi in televisione, presentati già nei capitoli precedenti: si parla dei generi *shōnen* e *shōjo*, avevano quindi quasi escluso totalmente dai loro cataloghi tutti quegli altri generi destinati a un pubblico che non fosse quello scolastico-adolescenziale. Bisogna anche considerare che nel nostro paese dal 1976 al solo 2006 sono state trasmesse in televisione circa 690 serie animate giapponesi, arrivando, sempre nel 2006, con l'abbandono del canale principale della televisione commerciale, Italia 1, nella trasmissione di anime.²

Da quegli anni in poi gli editori italiani si trovarono a operare in un mercato ormai saturo, in primis perché i lettori affermati di manga erano cresciuti e a causa della poca scelta dei generi faticavano a rispecchiarsi in ciò che leggevano, parallelamente, senza l'aiuto della TV diventava sempre più difficile reclutare nuovi lettori delle fasce giovani; in aggiunta anche successivamente l'aggravarsi della crisi delle edicole, insieme alle fumetterie (canali all'inizio di vendita dei manga). Si andò quindi avanti per anni in una fase di presenza ma molto di nicchia, arrivando invece poi attorno al 2020 quando i manga iniziarono a guadagnare una nuova incredibile popolarità nel mondo³.

¹ Amato, E., 2006. *Da Omero a Miyazaki. La mitologia classica negli «anime» (e nei «manga») giapponesi: spunti per una futura ricerca*. *Anabases*, (4), pp. 275-276.

² Pellitteri, M., 2014. *The Italian anime boom: The outstanding success of Japanese animation in Italy, 1978–1984*. *Journal of Italian Cinema & Media Studies*, 2(3), p. 32.

³ <https://www.cbr.com/manga-sales-all-time-high-2020/>

Guardando il panorama italiano la pandemia ha contribuito a dare un impulso all'editoria, complice anche una ben strutturata rete di distribuzione online, come per esempio Amazon, a causa dei diversi lockdown e senza la possibilità di uscire di casa, in pochi giorni si poteva facilmente ricevere a casa qualunque manga. In parallelo le diverse piattaforme di distribuzione di contenuti online (come Amazon Prime e Netflix), come spiegato in precedenza, hanno ampliato il proprio catalogo inerente al genere e aiutato di certo a far conoscere al grande pubblico le diverse saghe, agevolati anche dal doppiaggio e/o sottotitolati in lingua italiana. A oggi i manga sono ormai prodotti del tutto analoghi ai libri, che si rivolgono a un pubblico ben più ampio dei frequentatori di fumetterie: come si vedrà nel capitolo, ora fioriscono e hanno diverso spazio nelle librerie più grandi con interi reparti dedicati, oltre che naturalmente ai fumetti in generale.

Grazie al grande successo che sta avendo il manga anche altri editori storici, che non si erano ancora cimentati nel genere o non vi avevano investito convintamente, hanno iniziato a concepire edizioni più curate rispetto a quelle del passato, sia a livello grafico, sia a livello di materiali. Parallelamente negli ultimi tempi hanno iniziato a essere pubblicati anche in Italia autori che si discostano dai generi che inizialmente venivano proposti, del tutto o parzialmente inediti, come il già citato Osamu Tezuka.⁴

Si può dire che ci si trova nel mezzo di una vera e propria rivoluzione nel modo di concepire i manga e il loro pubblico in Italia; se si guarda la media dei prezzi si è alzata vertiginosamente ma iniziano a fiorire collane pensate proprio per essere vendute in libreria. Gli editori italiani ora sono disposti a rivolgersi a un pubblico nuovo, molto più adulto e più consapevole, con possibilità di spendere di più, in grado di apprezzare autori più maturi e complessi, fondamentali per entrare appieno nel mondo di questo fumetto.⁵ In Italia dobbiamo prendere in esame il mercato editoriale del fumetto, come genere, per poter analizzare il successo del manga negli ultimi anni.

Nel luglio 2021 L'Associazione Italiana Editori (AIE) ha pubblicato un report relativo ai primi sei mesi dell'anno, in cui analizza il mercato dei libri e la sua crescita. Il fumetto ha registrato un +214% rispetto all'anno precedente, in Italia ha triplicato le vendite. Anche se questi numeri includono fumetti di diverso genere, si può tranquillamente pensare che il manga abbia influito su questo incremento, attraverso una breve analisi delle classifiche sul web, si può trovare conferma che i manga compaiono ormai tra i titoli best-seller dei rivenditori come Amazon, Mondadori, La Feltrinelli.⁶

Prendendo in riferimento una presentazione portata dall'Aie al *Lucca Comics and Games* del 5 dicembre 2021 e alla Fiera nazionale della piccola e media editoria di Roma, con il titolo: *Chi è il lettore di fumetti in Italia?* vengono presentati i diversi dati raccolti degli ultimi anni, evidenziando come la lettura dei fumetti sia diffusa in tutte le fasce d'età e come i lettori degli stessi siano anche forti lettori di diversi generi. Viene così smentito il luogo comune che vede il fumetto come un mondo separato dal resto del mondo editoriale.

Per definire quanti siano i lettori, secondo questa ricerca, considerando chi ha più di quattordici anni si stimano 8,7 milioni, ovvero il 18% della popolazione e il 35% della platea complessiva dei lettori. La domanda potrebbe sorgere spontanea però “chi sono questi lettori?”. Dai dati raccolti il fumetto è un genere letto in Italia prevalentemente da uomini (21%) meno dalle donne (14%) e interessa più i giovani che dagli anziani, anche se non in maniera preponderante.⁷ Si potrà verificare a fine capitolo se questi dati coincidono con quelli tratti dalla nostra piccola ricerca sul campo in relazione però solo all'ambito del manga. Per la prima volta, nel 2022, finalmente in Italia, l'Associazione Italiana Editori (AIE), in collaborazione con il programma Eudicom finanziato dalla Commissione europea attraverso Europa Creativa, ha presentato al Salone internazionale del libro di Torino una ricerca organica sul mercato dei fumetti (con dati aggiornati al 2021, con accenni alla prima parte del 2022).

Di seguito si riporta il grafico che rappresenta l'andamento complessivo della produzione a stampa per genere, con valori in numero di titoli e in %.⁸

Un piccolo specchietto per le varie categorie riportate nel grafico sottostante (figura 16):

- Us Comics: Libri a fumetti della tradizione americana/inglese che raccolgono le avventure di supereroi Marvel, Dc, ecc.
- Strisce: Storie brevi, poche vignette, quasi sempre umoristiche, come per esempio *Peanuts*.
- Manga: Manga sia giapponesi sia di altri paesi asiatici, tra cui coreani (*Manhwa*) e cinesi (*Manhua*)

⁴ <https://www.gonagaiworld.com/osamu-tezuka-i-capolavori-inediti-arrivano-in-italia-grazie-a-j-pop-manga-e-hazard-edizioni/>

⁵ <https://www.insidemarketing.it/riposizionamento-dei-manga-in-italia-un-nuovo-target/#FootNota>

⁶ <https://it.readkong.com/page/il-mercato-del-manga-in-italia-le-prospettive-del-fumetto-6385568>

⁷ <https://www.aie.it/Cosafacciamo/AIEtiinforma/News/Leggilanotizia.aspx?IDUNI=z4bwaqa2ulauee14bghy3zf48927&MDI d=10597&RAE=10635;1;102-71-2007.3.16;102-3320-2021.12.2;-1;102;&Skeda=MODIF102-3320-2021.12.2>

⁸ <https://www.giornaledellalibreria.it/news-notizie-dallaie-il-mercato-del-fumetto-per-la-prima-volta-al-salone-del-libro-di-torino-aie-presenta-i-numeri-del-settore-4905.html>

- Graphic novel: Pubblicazioni singole, in genere destinate a un pubblico adulto, spesso con grafiche particolari e alto contenuto testuale letterario, di solito non umoristiche
- European comic books: Pubblicazioni singole, libri a fumetti classici per tutte le età

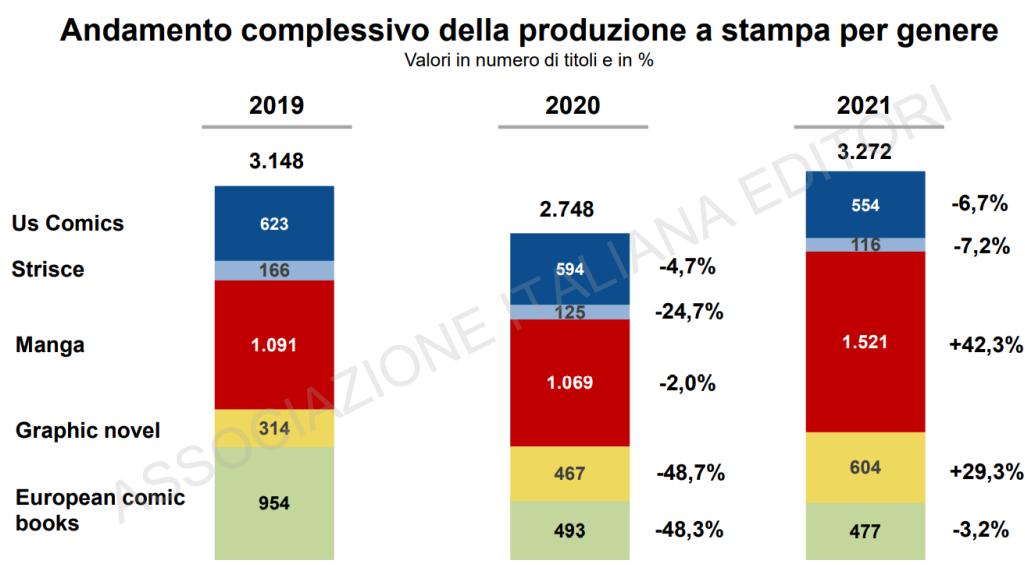
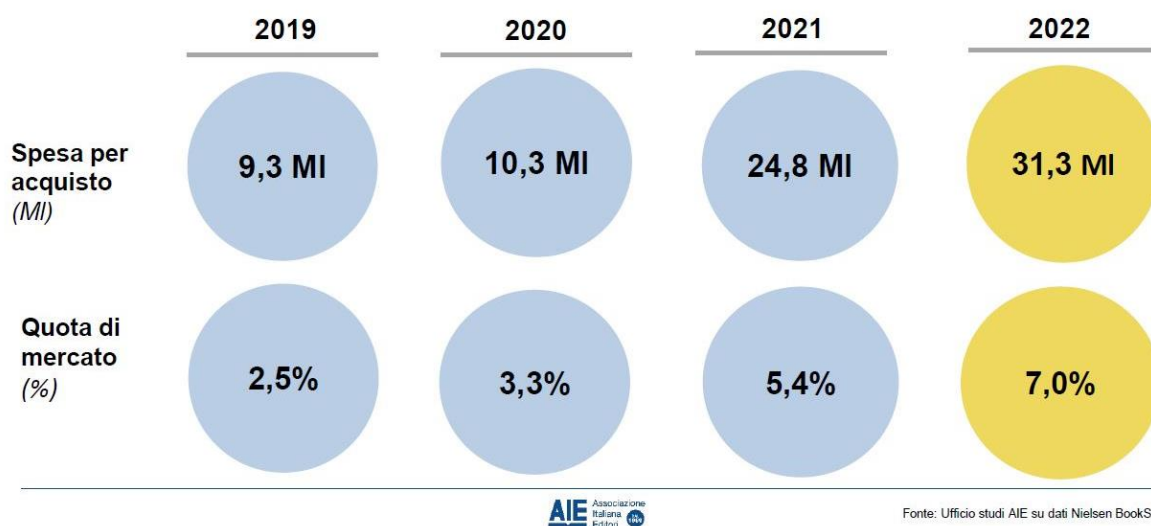


Fig.16 Allegati AIE⁹

Nel grafico si può vedere come il prodotto manga stampato sia aumentato nel 2021 con una crescita del +42,3 %, ovviamente includendo non solo i manga giapponesi come sopra sottolineato.

Viene anche riportato che nel 2021 sono state vendute nelle librerie fisiche e online e nella grande distribuzione 11,543 milioni di copie di fumetti, per un valore a prezzo di copertina di 100,245 milioni; rispetto al 2019 pre-pandemia quando le copie vendute erano state 3,242 milioni per 36,450 milioni di euro di valore a prezzo di copertina, la crescita è del 256% a copie e del 175% a valore. Arrivando al 2022 dove si conferma la crescita, già nei primi quattro mesi sono state vendute 3,586 milioni di copie (erano 2,862 milioni nell'anno precedente) per 31,3 milioni di euro (24,8 milioni nell'anno precedente).

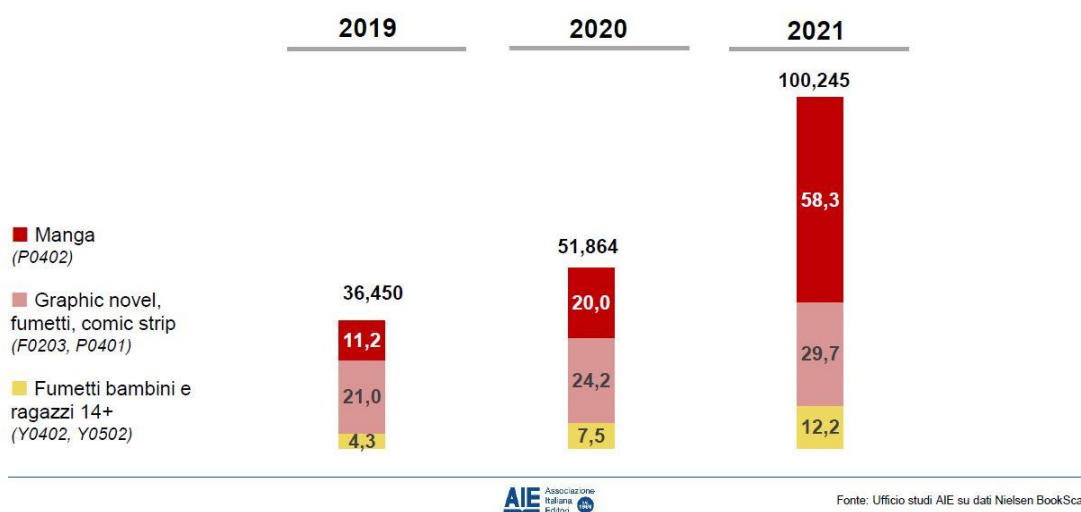
⁹ I grafici presenti in questo paragrafo sono consultabili al link: https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-87522022.5.19/AIE_Torino_2022_II%20mercato%20del%20fumetto%20in%20Italia_studiericerche.pdf?IDUNI=3raeon4fk54thmos13cwf4x29670



Si può vedere la spesa dei generi più acquistati nel grafico sotto riportato, il valore è riferito a librerie indipendenti e di catena, librerie online (incluso Amazon), banco libri GDO; i valori sono in milioni di euro a prezzo di copertina del venduto. Dei 100,245 milioni di euro spesi in fumetti acquistati nelle librerie e nei supermercati nel 2021, 58,3 milioni (il 58,1%) sono manga, 29,7 milioni (il 29,7%) graphic novel, fumetti e comic strip, 12,2 milioni (il 12,2%) fumetti per bambini e ragazzi. Il genere che ha avuto la crescita maggiore è il manga, passato da 11,2 milioni di euro di vendite nel 2019 a 58,3 milioni di euro nel 2021.¹⁰

La spesa per i generi più acquistati

Valore riferito a librerie indipendenti, librerie di catena (comprese religiose), librerie online (compreso Amazon), banco libri GDO
Valori in milioni di euro a prezzo di copertina del venduto



¹⁰ <https://www.illibraio.it/news/editoria/vendite-fumetti-2022-1422985/>

I fumetti continuano a essere fra i principali protagonisti all'interno del mercato del libro italiano, per quanto riguarda le vendite, come conferma il rapporto dell'AIE per i primi sei mesi del 2022, per la precisione nel periodo che va dal 2 gennaio al 19 giugno, come riportato nel comunicato stampa e nei documenti nel portale. Nel complesso il 2022 ha registrato numeri al ribasso rispetto alle cifre da record avute nel 2021, con il 3,6% di copie vendute in meno e il 4,2% di valore del venduto (prezzo di copertina) in meno rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. I prezzi medi sono in leggera flessione dello 0,6%.¹¹ Nonostante questo, nello specifico le vendite dei fumetti hanno segnato un incremento del 23,7% di valore di venduto rispetto all'anno precedente e addirittura del 245,4% rispetto al periodo pre-pandemia. Se si guarda la quota di mercato a valore del fumetto rispetto al 2021 è passata da 38,2 a 47,3 milioni di euro, in controtendenza rispetto a tutte le altre categorie, rimaste stabili o in leggera flessione (fa eccezione solo la fiction straniera, che segna un +4,8%). Nel 2019, la quota di mercato a valore dei fumetti corrispondeva invece a 13,7 milioni di euro, come viene segnalato dall'AIE, a registrare un aumento notevole sono in particolare i fumetti per bambini, la cui quota di mercato a valore nei primi sei mesi del 2022 è cresciuta del 41% rispetto allo stesso periodo del 2021.

Le case editrici italiane che si occupano di fumetto giapponese principali sono: J-pop, Manga planet (Panini editore), Edizioni Star comics; sono presenti anche sul territorio case più piccole ma presenti nel mondo editoriale del fumetto come: Flashbook, nata nel 2000, dal 2003 si è dedicata alla pubblicazione di manga giapponesi ma non solo: è stata una delle prime case editrici italiane a pubblicare manhwa coreani; non ha mai pubblicato *tankobon* ma da anni propone manga e manhwa che vengono proposti nelle collane: *Girls Garden* (manga e manhwa per ragazze), *Ladies Garden* (manga e manhwa per donne adulte).

Un'altra casa editrice piccola ma che ha riscosso successo tra il pubblico è la Magic Press, venne fondata nel 1990 e da allora si occupa della pubblicazione di fumetti e riviste specializzate (videogiochi, musica, cinema).

Si è affacciata sul mondo degli shoujo manga solo nei primi mesi del 2009, col tempo, si è rivelato uno degli editori con le edizioni più pregiate e impeccabili, pubblica però pochi titoli, a costi piuttosto elevati e con uscite non sempre regolari e negli ultimi anni si concentra principalmente su yaoi e hentai.

¹¹ https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-8827-2022.7.12/AIE_Mercato_primi_sei_mesi_2022.pdf?IDUNI=1gmvkn4p1oco5r1oyhhqc3vo146

3.1 J-pop

J-Pop è uno dei principali editori di manga in Italia, nel 2006 nasce come etichetta dedicata ai fumetti giapponesi del gruppo Edizioni BD, la casa editrice ha inglobato anche un'etichetta del famoso marchio Giochi Preziosi, la Giochi Preziosi Publishing, la quale nel 2009 decise di dedicarsi anche alla pubblicazione di manga. Ha nel complesso un catalogo di oltre 2500 titoli, tra i suoi più recenti successi possiamo trovare *Toradora*, *Tokyo Ghoul*, *Sword Art Online*, *The promised Neverland* e *The Legend of Zelda*¹², porta manga autoriali ed è anche una delle poche case italiane che pubblica light novel da cui vengono tratti manga e videogiochi.

Una piccola parentesi per spiegare la tipologia delle light novel (raito noberu, lett. “romanzo leggero”): vengono catalogate come romanzo illustrato giapponese, dalle caratteristiche estetiche e dallo stile di un manga, hanno iniziato a diffondersi in Giappone intorno agli anni Settanta ma sono rimaste un fenomeno di nicchia fino al 2003 quando iniziarono a circolare le opere su *Haruhi Suzumija* di Nagaru Tanigawa che hanno reso famoso il genere nel mondo e grazie a lui il numero di scrittori di light novel è aumentato. Queste opere in Giappone vengono pubblicate su riviste specializzate in romanzi e letteratura, come *Gekkan Dragon Magazine* (dell'editore giapponese Fujimi Shobo), *The Sneaker*, *Dengeki hp* (rivista giapponese di genere seinen pubblicata dalla MediaWorks e dal dicembre 2007 sostituita dal Dengeki Bunko Magazine).

Tornando alla casa editrice come abbiamo detto la produzione è varia: dallo *shōnen*, di cui fanno parte titoli come *The Promised Neverland*, *Tokyo Ghoul*, arrivando anche a sviluppare una collana dedicata alle light novel, pubblicando una produzione di Makoto Shinka già citata: *Your Name* pubblicato dalla Kadokawa Corporation (conglomerato mediatico giapponese, le società partecipanti sono di tre tipi: editoria, film e immagini e crossmedia).

Dal 2013 ha iniziato a pubblicare le opere del noto Gō Nagai e nel luglio del 2018 ha avviato una collaborazione con la Hazard Edizioni, editore storico attivo sul mercato italiano dal 1986, con un vasto catalogo e una grande esperienza nel manga d'autore, per valorizzare i rispettivi cataloghi di fumetti giapponesi, con un occhio di riguardo alla produzione del già citato Osamu Tezuka. Marco Schiavone, Editore di Edizioni BD e J-POP Manga ha dichiarato: «Il mercato italiano è pronto per apprezzare in pieno il “dio del manga” e l'ottimo lavoro svolto da Hazard in oltre 30 anni di attività, unitamente alla nostra capacità di distribuzione e

¹² <https://www.j-pop.it/>

comunicazione, porterà a tutti i lettori l'opera dell'indiscusso capostipite del fumetto giapponese». ¹³

Arrivando al 2019, quando la casa editrice J-Pop è stata premiata da AnimeClick.it come miglior editore manga dell'anno. Riprendendo le parole di Georgia Cocchi Pontalti, responsabile marketing e distribuzione delle edizioni BD in merito all'etichetta JPOP: «La nostra proposta di fumetti giapponesi ha sempre avuto come obiettivo quello di aggiungere qualità tipografica alla proposta manga presente sul mercato fino ad allora, costituita da prodotti pensati esclusivamente per l'edicola. Poi c'è sicuramente una nicchia, di edizioni limitate – print-to-order o quasi, edizioni di lusso, di grande formato, magari numerate e firmate – che sarà tra gli aspetti della collaborazione con Dentiblu¹⁴ che studieremo per capire sempre meglio come soddisfare lettori e collezionisti». ¹⁵

La casa editrice ha anche intrapreso collaborazioni per mostre ed eventi. Una mostra che ha riscosso molto successo è *Manga Heroes. Gli eroi e i miti alle pendici del vulcano*, che fu inaugurata il 21 aprile presso il MANN (Museo archeologico nazionale di Napoli) fino al 19 settembre 2022. Questo percorso espositivo per cui J-POP collabora è realizzato da COMICON e dal MANN.

In questa esposizione sono presenti gli eroi del fumetto e dell'animazione giapponese, protagonisti di manga e anime che sono in aperto dialogo con i prestigiosi reperti del museo la mostra è stata pensata per creare un percorso archeologico nel mito manga, diviso in sei sezioni: *Il mito e la fantascienza, Demoni e Super Robot, Ai Piedi del Vulcano, Gigantomachie, Anabasi moderne e Guerrieri di Atena*. ¹⁶

Sempre rimanendo collegati al COMICON, fiera di cui parleremo successivamente, la casa editrice ha annunciato la pubblicazione di un nuovo manga che in Giappone ha avuto un grande successo: *DanDaDan* del fumettista giapponese Yukinobu Tatsu (figura 17). Giovane e promettente autore, è stato assistente di alcuni tra gli autori più di successo degli ultimi anni come Tatsuki Fujimoto, autore di *Chainsaw Man* e Yuji Kaku, autore di *Hell's Paradise*; questo manga è una delle novità della casa editrice giapponese Shūeisha, serializzato in

¹³ <https://www.gonagaiworld.com/osamu-tezuka-i-capolavori-inediti-arrivano-in-italia-grazie-a-j-pop-manga-e-hazard-edizioni/>

¹⁴ [...]Stefano Bonfanti e Barbara Barbieri, ovverosia i "Dentiblu", sono presenti da quasi vent'anni sulla scena del fumetto e dell'illustrazione e hanno consolidato competenze professionali nei campi del disegno, della scrittura creativa e della gestione editoriale. [...] <https://www.dentiblu.it/>

¹⁵ <https://fumettologica.it/2018/07/bd-j-pop-manga-fumetti-intervista/>

¹⁶ <https://www.comicon.it/manga-heroes-prosegue-la-mostra-al-mann/>

Giappone sulla app *Shonen Jump +* e disponibile anche su Manga Plus, ha raggiunto con i primi due capitoli più di 2 milioni di visualizzazioni in meno di 24 ore e oltre 22 milioni di visualizzazioni sulla app *Shonen Jump +*.

In questo momento *DanDaDan* (figura 15), ha 5 volumi pubblicati in Giappone. La storia parla della protagonista liceale un po' particolare di nome Momo Ayase, che vive con sua nonna che di lavoro fa la medium e l'ha cresciuta con la convinzione che gli spiriti e i demoni non siano solo frutto dell'immaginazione. Un giorno incontra Ken, un suo compagno di scuola emarginato e bullizzato dai compagni perché è convinto dell'esistenza degli alieni. I due all'inizio non credono di avere molto in comune e si sfidano a dimostrare la veridicità delle loro ossessioni.¹⁷ La serie manga ha già ottenuto diverse nomination a vari premi come: il Next Manga Award (della rivista *Da Vinci* di Kadokawa Corporation e dal sito web di streaming *Niconico*), al Kono Manga ga Sugoi! (guida pubblicata ogni anno dalla casa editrice Takarajimasha) e il Manga Taisho (premio annuale, istituito nel 2008 con una commissione formata da gestori di fumetterie giapponesi).



Figure 15 Yukinobu Tatsu, *DanDaDan*, 2021, copertina manga, J-Pop

3.2 Edizioni Star Comics

Durante gli anni Ottanta i supereroi della Marvel Comics in Italia erano in netto declino. Nel 1985 un piccolo editore, Labor Comics, acquista i diritti per pubblicare due collane con fumetti Marvel: *Alien* (con materiale del sottomarchio *Epic*) e *Collana Labor* con redattore Marco Marcello Lupoi, ma la casa editrice di lì a due anni avrebbe chiuso i battenti. Sergio Cavallerin e Lupoi insieme a Giovanni Bovini nel 1987 crearono la Star Comics; iniziando con la

¹⁷ <https://fumettologica.it/2022/04/j-pop-manga-dandadan/>

pubblicazione a basso costo dell'Uomo Ragno arrivarono poi al lancio di altre testate famose come *Fantastici Quattro*, *Gli incredibili X-Men* e a serie minori e numeri speciali aperiodici. A causa dell'avvento della Marvel Italia, la quale rilevò nel 1994 tutti i diritti delle testate Marvel, convinse la Star Comics a ripensare il settore supereroico, portando in Italia i fumetti della Image¹⁸ e fece conoscere anche diverse serie della Dark Horse, divenendo il tramite italiano per le due principali etichette indipendenti del panorama fumettistico statunitense.

Nel 1995 la Star aveva deciso di affiancare alla produzione statunitense alcune nuove testate contenenti manga, questa scelta si rivelò fortunatissima perché coincise con un'esplosione di interesse per il fumetto giapponese in Italia. La casa editrice fu la prima a pubblicare in Italia *Dragon Ball* ma la cosa particolare fu che lo stampò nello stile originale di lettura, cioè con le tavole da destra a sinistra. Dal 1999 quello giapponese è il settore trainante della Star Comics che pubblica diversi titoli di questo genere, fra i quali i più famosi sono *One Piece*, *Lupin III*, *Detective Conan*. Fino a inizio anno la Star Comics era il principale editore indipendente italiano con un vasto catalogo.

Nel febbraio 2021 la casa editrice annuncia la nascita di due etichette: Star (per i manga) e Astra (per i fumetti occidentali).¹⁹ Bisogna anche aggiungere che la casa editrice oltre ai manga pubblica anche altre tipologie di fumetto, sono stati i primi a pubblicare i 'webtoons' ovvero un tipo di fumetto digitale a colori nato negli anni Duemila in Corea del Sud e particolarmente adatto alla lettura su dispositivi digitali grazie alla modalità di lettura in verticale.

In un'intervista a *Repubblica* dal titolo *Passione manga: i fumetti scalano le classifiche*, di Luca Valtorta, del 24 gennaio 2021, il direttore editoriale di Star Comics, Claudia Bovini, figlia di Giovanni Bovini, racconta come la casa editrice si sia avvicinata ai manga: «È stato mio padre, Giovanni Bovini, ad avviare i contatti con un gruppo di ragazzi esperti di manga, i Kappa Boys che facevano una rivista intitolata *Mangazine per Granata Press*. Passati a Star Comics siamo andati con loro in Giappone per stipulare i primi contratti con Kōdansha e abbiamo iniziato a pubblicare una prima rivista-contenitore intitolata *Kappa Magazine* un po' sullo stile della famosa rivista giapponese *Shōnen Magazine* che vendeva più di un milione di

¹⁸ «Image Comics è una casa editrice di fumetti statunitense [...] si contende alla IDW Publishing e alla Dark Horse Comics il ruolo di terzo più grande editore di fumetti statunitense dietro alla Marvel Comics e alla DC Comics». https://it.wikipedia.org/wiki/Image_Comics

¹⁹ https://web.archive.org/web/20131109001538/http://www.nanoda.com/intervista_2009_Star_Comics/

copie alla settimana. Poi abbiamo aperto i contatti anche con l'altro grande colosso, Shūeisha».²⁰

Il 6 giugno 2022 è stato sottoscritto il contratto relativo all'acquisizione da parte di Mondadori di una partecipazione pari al 51% del capitale sociale di Edizioni Star Comics. Come ha dichiarato Antonio Porro, AD di Mondadori: «Il segmento dei Comics ha rappresentato, negli ultimi anni, un importante elemento di sviluppo per l'intera filiera del libro, grazie anche al significativo tasso di innovazione dell'offerta editoriale che lo caratterizza e a una straordinaria capacità di coinvolgere nuovi lettori: in questo segmento, Star Comics è stata protagonista indiscussa».²¹

Anche se sul mercato porterà vantaggi, Simone e Claudia Bovini, i due amministratori delegati della casa editrice manterranno i loro ruoli, la sede della società rimarrà a Perugia e non saranno alterati i rapporti con dipendenti e collaboratori esterni che Star Comics ha condotto fino ad oggi. Ricordando che questo è il settore che negli ultimi tre anni ha visto una crescita del 175% nell'editoria italiana, il settore del fumetto è quello che cresce in modo più dinamico, con il valore delle vendite cresciuto del 175% tra 2019 e 2021 e del 30% nei primi 4 mesi del 2022. Questa operazione avviata da Mondadori include anche il 100% di Grafiche Bovini, società controllata dalla stessa famiglia Bovini che si occupa della stampa dei prodotti pubblicati da Star Comics. La sede della società rimarrà a Perugia.²²

Nel catalogo di Star Comics possiamo ritrovare titoli importanti, già citati, come *Detective Conan*, che in Italia ha avuto un percorso un pò burrascoso a causa del cambiamento in corso d'opera dal 1998 del giorno di uscita della pubblicazione, il manga ha ispirato la popolare serie animata di oltre 1000 episodi, in Italia è stata trasmessa su Italia 1 e su varie altre reti. A oggi è in corso di pubblicazione, sempre per la casa editrice, la serie manga chiamata *Detective Conan New Edition*, e da maggio del 2022 è iniziata una nuova serie manga spin-off intitolato *Detective Conan – Wild Police Story*, scritto da Gosho Aoyama e illustrato da Takahiro Arai.

Uno dei manga editi da Star Comics è *Haikyuu* (figura 16), manga sportivo di Haruichi Furudate che ha ottenuto sin da subito un grande successo, aumentato soprattutto dopo il nono volume, corrispondente con l'uscita dell'anime omonimo. Furudate ha lanciato il manga

²⁰ <https://www.repubblica.it/cultura/2021/01/24/news/starcomics-283822534/>

²¹ https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/teleborsa/finanza/mondadori-acquisisce-51-di-edizioni-star-comics-per-crescere-nei-fumetti-77_2022-06-06_TLB.html?lang=it

²² <https://www.editorialedomani.it/idee/cultura/mondadori-acquisizione-star-comics-fumetti-manga-cuc5hsi7>

originale nel 2011 e ha concluso la serie a luglio 2020. Shūeisha ha pubblicato il 45° e ultimo volume del manga nel novembre 2020. Viz Media sta pubblicando il manga in digitale e in stampa, e ha pubblicato il manga contemporaneamente alla sua uscita giapponese in digitale. MANGA Plus ha anche pubblicato il manga digitalmente in inglese, in Italia il manga originale è stato pubblicato dalla casa editrice Star Comics, già arrivato a conclusione ma da poco stata annunciata la HAIKYU!! COLLECTION.²³ L'anime del manga in Italia era prima su Netflix e ora sulla piattaforma di Amazon Prime, ad oggi ancora attiva.



Figure 16 - Haruichi Furudate, *Haikyuu*, 2012, copertina manga, Star comics

Il manga sportivo chiamato *spoken manga* è un genere che si concentra su storie che coinvolgono sport e altre attività atletiche e competitive. Noto come tra i generi più popolari di manga e anime, il manga sportivo è accreditato con l'introduzione di nuovi sport in Giappone e la divulgazione degli sport esistenti. In Giappone le opere animate raffiguranti sport sono trasmesse già dal 1920 ma i manga sportivi non sono emersi come categoria discreta fino ai primi anni 1950. Il genere raggiunse la ribalta nel contesto dell'occupazione postbellica del Giappone e ottenne una visibilità significativa durante e successivamente alle Olimpiadi estive del 1964 a Tokyo, l'archetipo del genere spoken è *Tommy la stella dei Giants*, un manga creato nel 1966

da Ikki Kajiwara. La tenacia contraddistingue i

protagonisti di questi manga, sottoponendosi a duri allenamenti, sacrificando spesso la vita privata, al fine di migliorare e diventare campioni nella propria disciplina. Gli *spoken* sono forse tra gli anime quelli che maggiormente riflettono lo spirito del popolo nipponico attraverso l'ideologia di dare sempre il massimo per ottenere un risultato vincente, l'importanza del gruppo e della collaborazione dove tutti vincono o perdono tutti.

²³ <https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-02-20/haikyuu-manga-gets-new-1-shot-for-10th-anniversary/.182804>

Titoli come *Slam Dunk* del 1993 (Takehiko Inoue, *Weekly Shōnen Jump*), *Mila e Shiro* dal 1984–1985 (Jun Makimura e Shizuo Koizumi) e *Capitan Tsubasa* (Yōichi Takahashi, *Weekly Shōnen Jump*) del 1981, conosciuto all'estero come *Holly e Benji*, sono arrivati sino ad oltreoceano.

3.3 Planet Manga

Panini Comics è una divisione della Panini S.p.A. specializzata in fumetti con diverse filiali internazionali, tra le case editrici di fumetti più note a livello europeo, Planet Manga (fino al 1998 Marvel Manga) pubblica quasi esclusivamente *manga* come *Berserk*, *Attacco dei giganti*, *Full metal alchemist*, *Onepunch man*, *Slam dunk*, *Naruto*.

Un *manga* già citato nei capitoli precedenti, *Neon Genesis Evangelion* è stato ripubblicato in Giappone nel corso del 2021, realizzato da Yoshiyuki Sadamoto, character designer dell'anime di Hideaki Anno. Sarà pubblicato dalla casa editrice in una nuova edizione intitolata *Neon Genesis Evangelion Collector's Edition*. Questa collana sarà strutturata in 7 volumi brossurati con oltre 300 pagine da luglio 2022, insieme alla nuova edizione verranno pubblicati i *Groundwork of Evangelion*, tre volumi che raccolgono diversi disegni delle animazioni chiave della serie animata.²⁴

Panini Comics ha annunciato l'arrivo di una nuova edizione del famoso *manga Nana* di Ai Yazawa, celebre autrice di molte altre opere di successo come *Paradise Kiss* e i *Cortili del Cuore*; la nuova edizione si chiama *Nana-Reloaded Edition* e il primo volume è stato pubblicato già il 9 maggio 2020 con tanti contenuti speciali, tra cui schede dei personaggi, disegni inediti, un'intervista esclusiva ad Ai Yazawa, le illustrazioni a colori e anche adesivi in allegato. *Nana* iniziava il 15 maggio 2000, per la rivista *Cookie* di Shūeisha; il *manga* ebbe nell'immediato un enorme seguito sia grazie alla fama della fumettista, sia perché arrivava a toccare temi adulti e complessi. La storia è narrata sullo sfondo di una lotta a livello discografico fra due rockband, una girandola di personaggi che intrattengono relazioni a cavallo fra la morbosità e la crescita personale per una narrazione che affondava profondamente i denti in un'indagine psicologica e critica sui rapporti umani in generale. Nel Giugno 2009, dopo ben 9 anni di serializzazione mensile quasi continua e 84 capitoli racchiusi in 21 *tankobon*, escludendo speciali e spin-off, Ai Yazawa dichiarava che a causa di un non meglio specificato problema medico si trovava costretta ad interrompere il suo lavoro e veniva

²⁴ <https://www.tomshw.it/culturapop/planet-manga-annuncia-la-nuova-edizione-di-neon-genesis-evangelion/>

ricoverata in ospedale fino all'Aprile 2010. La notizia della ripresa delle pubblicazioni del manga arriva sulla rivista *Rola*, rotocalco femminile di moda giapponese che alla Yazawa ha commissionato una copertina e ha dedicato un'intervista: all'interno della stessa, l'autrice ha affermato che i suoi problemi di salute, pur non risolti, non sono più gravi come in precedenza ed i tempi sono maturi per ricominciare a scrivere e disegnare la sua opera incompiuta.

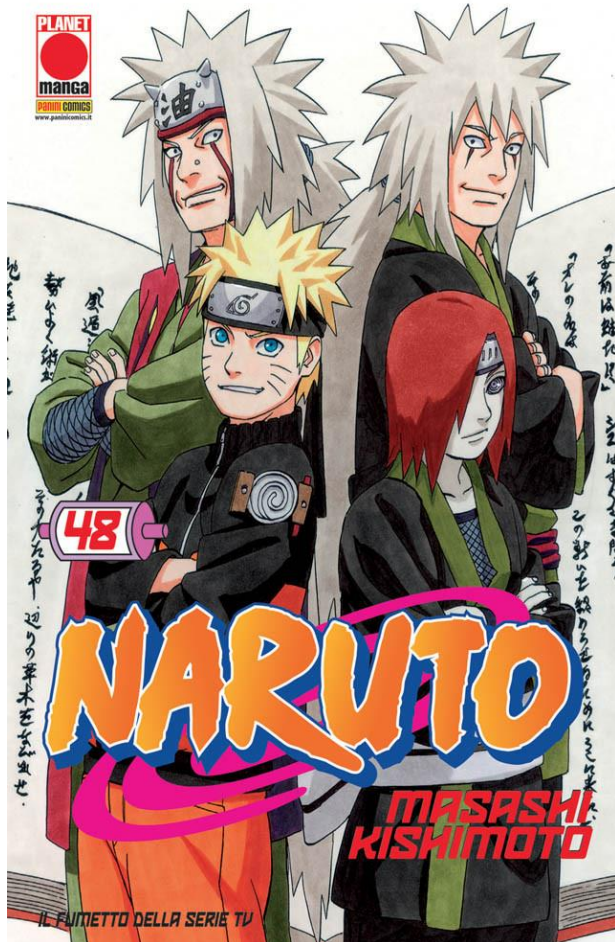


Figure 17 - Masashi Kishimoto, *Naruto*, 1999, copertina manga, Planet manga

Un altro manga edito dalla casa editrice famoso in tutto il mondo è *Naruto* (figura 17), scritto e disegnato da Masashi Kishimoto, pubblicato dal 4 ottobre 1999 al 10 novembre 2014 sulla già citata rivista *Weekly Shōnen Jump* di Shūeisha, per un totale di 15 anni di serializzazione, con 700 capitoli e 72 volumi tankōbon sotto l'etichetta Jump Comics. La trama segue le avventure e le molte disavventure del giovane Naruto Uzumaki, il quale, partendo da ninja inesperto, arriva al suo sogno di diventare uno dei ninja più potenti e hokage (capovillaggio di uno dei Cinque Grandi Paesi Ninja), nella storia ogni singolo personaggio va al limite del loro abilità e i lettori entrano in empatia con esse; le battaglie di Naruto affascinano per i loro sorprendenti sviluppi, che si

svolgono quando i combattenti si ingannano a vicenda con l'aiuto di tecniche ninja (ninjutsu o jutsu) e astuzia.

Naruto è un manga ninja e l'apparente popolarità di "ninja" in Occidente sorprese molto i giapponesi. Naruto ha avuto grande successo anche grazie al suo precursore *Dragon Ball*, l'autore stesso ha parlato più volte dell'influenza di *Dragon Ball* su di lui e sulla sua opera.²⁵

²⁵ Gō, I., 2018. *Particularities of Boys' Manga in the Early Twenty-First Century: How Naruto Differs from Dragon Ball, Mechademia: Second Arc*, 11(1), p. 113.

Dopo settecento capitoli, milioni e milioni di copie vendute in tutto il mondo, la trasposizione animata tuttora in corso, nove film e ben quindici anni di pubblicazioni, *Naruto*, con le sue oltre 250 milioni di copie, è diventato il quarto manga più venduto al mondo, dietro *One Piece*, *Golgo 13* e *Dragon Ball*.

3.4. Focus: Fiere Manga e Anime

Negli ultimi anni c'è stato un incremento di fiere specifiche per comics, games e cosplay, dai temi più vari e con la presenza di diversi generi narrativi. Il fumetto è sempre presente, anche con incontri di personaggi importanti che hanno contribuito all'ampliamento del prodotto come scrittori e lavoratori delle diverse case editrici o case di distribuzione. È anche vero che bisogna tener conto del fatto che queste fiere non vengono frequentate da un ampio pubblico, soprattutto per il fatto che siano fiere molto specifiche.

Appuntamenti importanti che riuniscono gli appassionati del fumetto come, *Lucca Comics & Games*, che si tiene durante il mese di novembre a Lucca, in Toscana. È una delle più importanti rassegne del settore in Italia, seconda d'Europa e terza del mondo fiera dedicata al fumetto, all'animazione, ai giochi (di ruolo, da tavolo, giochi di carte), ai videogiochi e all'immaginario fantasy e fantascientifico, anche se predomina ancora oggi la sezione Games, ogni anno ospita praticamente tutte le realtà editoriali anche indipendenti e le autoproduzioni; è l'evento dedicato al fumetto classico e da collezione, ma ci sono stand anche di collezionisti e rivenditori di soldatini, figurine. Durante le giornate di fiera vengono anche assegnati diversi premi così da far risaltare la creatività dei nostri tempi; negli anni sono state anche create delle zone apposite per il genere del manga e anime chiamati Japan Town e Japan palace.²⁶

Spostandosi verso Milano è presente la fiera di Cartoomics, una proposta più attenta al fumetto di qualità e alla rinnovata presenza di realtà indipendenti. La fiera è nata nel 1992 e attualmente si svolge a Rho, inizialmente si era tenuta presso lo Spazio Milano Nord; dal 1996 la manifestazione si è trasferita nei padiglioni della Fiera di Milano e dal 2009 nelle nuove strutture di Fieramilanocity, arrivando al 2022 nel mese di giugno si è unita alla Milan Games week creando la *Milan Games Week & Cartoomics 2022*.

Dal 7 aprile 2022 al 10 aprile 2022 si è svolta la XXIX edizione del Romics, storica fiera romana con propensione verso l'intrattenimento. La fiera si concentra sul fumetto, l'animazione, i videogiochi e il cinema, con un programma ricchissimo con oltre 100

²⁶ <https://curiosando708090.altervista.org/lucca-comics-games-dal-1966/>

presentazioni, incontri ed eventi in 10 location in contemporanea; il premio Romics d'Oro, la presenza di autori nazionali e internazionali, così come il programma culturale dell'ultimo anno le valgono una meritata menzione. Fu ideata nel 2001 da Isi.Urb e Investimenti Spa, organizzata da Fiera Roma Srl e Mens Nova Srl che si tiene due volte l'anno a Roma e vede una presenza di oltre 400.000 visitatori.²⁷

Arrivando al Comicon-Salone Internazionale del Fumetto, un evento culturale di rilevanza internazionale, dedicato al mondo dell'intrattenimento, che si svolge ogni anno a Napoli dal 1998 in quattro giorni durante la primavera all'interno degli spazi della Mostra d'Oltremare a Fuorigrotta. L'edizione del 2022 di COMICON si è svolta da venerdì 22 a lunedì 25 aprile; in chiusura dell'edizione di quest'anno, l'organizzazione di Comicon ha annunciato che nel 2023, oltre alla consueta edizione di Napoli, se ne terrà anche una seconda a Bergamo, che insieme a Brescia sarà capitale italiana della cultura. L'evento si svolgerà in particolare dal 23 al 25 giugno e sarà ospitato dalla fiera di Bergamo e da altri luoghi diffusi sul territorio, grazie anche alla partnership con Fiera di Bergamo-Promoberg.

«Continuiamo nel nostro percorso strategico come festival internazionale di cultura pop, che opera sull'intero territorio nazionale con mostre ed eventi» ha affermato Claudio Curcio, direttore di Comicon, nel commentare la novità. «È una grande sfida che non vediamo l'ora di affrontare».²⁸

3.5 Intervista a Fabiano Bertello e Simona Stanzani: il mestiere del traduttore di fumetti

Un passaggio in più che bisogna compiere per arrivare a vendere il manga in Italia è di sicuro la traduzione degli stessi nella lingua del nostro paese, è un passaggio di cui a volte non si fa caso ma negli ultimi anni, come abbiamo visto, con la crescita del fumetto è un ruolo che sta avendo grande importanza. Proponiamo in questa sede due interviste. La prima a Fabiano Bertello, traduttore editoriale, dal 2013, si occupa di traduzione editoriale di fumetto dal

²⁷<https://www.romics.it/it/aboutus#:~:text=Romics%20C3%A8%20il%20Festival%20Internazionale,Srl%20e%20Mens%20Nova%20Srl>.

²⁸ <https://fumettologica.it/2022/04/comicon-bergamo-napoli-2023/>

giapponese, i suoi principali partner sono le Edizioni BD e Hazard Edizioni; Bertello ha tradotto in italiano autori giapponesi come Gō Nagai e Osamu Tezuka.

Chi si occupa delle traduzioni fa parte di un reparto interno alla casa editrice o sono presenti lavoratori freelance?

Al giorno d'oggi, nessuna casa editrice (che io sappia) ha traduttori interni, a meno che non facciano parte dello staff con altri ruoli e si occupino della traduzione solo come ruolo secondario. La stragrande maggioranza dei traduttori sono freelance.

Chi si occupa delle traduzioni di un manga si occupa di tutta la serie o nel mentre si lavora anche su altri progetti?

Questo può variare da casa editrice a casa editrice, ma gli editori più seri, in genere, tendono ad affidare l'intera serie a un unico traduttore (o traduttrice). Al tempo stesso, normalmente un traduttore si occupa di più serie contemporaneamente; a volte anche tre o quattro serie in contemporanea, che si alternano. Questo perché le tempistiche di traduzione sono relativamente brevi rispetto all'edizione completa, quindi seguendo un'unica serie, il traduttore rimarrebbe per buona parte del tempo senza lavoro. Ci sono anche traduttori che lavorano contemporaneamente per più editori; io stesso, alcuni anni fa ho collaborato con Hazard Edizioni, pur continuando a lavorare per Edizioni BD.

Se può dirlo, ovviamente, quanti sono i traduttori che collaborano con jpop?

Purtroppo non lo so: essendo un esterno, non ho idea di quanti contatti abbiano loro. C'è anche da considerare che, se da un lato ogni editore ha un proprio zoccolo duro di collaboratori fissi, a questi si aggiungono un numero di traduttori che si occupano solo di qualche volume e poi, per vari motivi, da un lato o dall'altro si decide di interrompere collaborazione. Credo che fare un conteggio preciso di quanti collaboratori abbiano veramente all'attivo sia difficile anche per un interno.

Qual è la difficoltà maggiore nelle traduzioni dal giapponese all'italiano per il fumetto?

La domanda è difficile, perché in realtà ogni serie fa un po' storia a sé; ognuna ha le proprie difficoltà. I principali ostacoli che mi vengono in mente (e che per fortuna raramente si trovano tutti insieme in una serie):

- giochi di parole: croce e delizia di ogni traduttore. Io li considero una sfida con me stesso, per cercare di dare una resa accettabile senza allontanarmi troppo dalle analogie usate nell'originale. Non è facile, ma quando riesce è una bella soddisfazione.

- ricerca e documentazione: questo non è legato direttamente alla lingua giapponese, ma è un punto fondamentale in qualsiasi tipo di traduzione, sia letteraria, sia tecnica: il traduttore è umano, dunque non può essere onnisciente, eppure deve trovare il modo di parlare con cognizione di causa degli argomenti più disparati. Questo significa fare tanta ricerca e informarsi più che si può e se necessario richiedere anche l'aiuto di qualche esperto del settore in questione. Purtroppo non sempre i tempi editoriali permettono di approfondire più di tanto ogni singolo argomento, ma io in genere preferisco piuttosto prendermi mezza giornata, a volte anche un giorno per andare a fondo sulle questioni che mi lasciano in dubbio, anche a costo di dover poi correre i giorni successivi per recuperare il ritardo.

- cadenza e grammatica: questa difficoltà è tipica della traduzione di fumetto: molte volte i dialoghi dei personaggi sono strettamente legati alle immagini e quindi la data parola x deve cadere per forza nel balloon x; questo, spesso, fa a pugni con la grammatica italiana, per la differenza strutturale delle due lingue; in quel caso, bisogna inventare qualche espediente che riordini le parole nell'ordine necessario senza stravolgere troppo il senso del discorso.

- dimensione dei balloon: in giapponese, i balloon sono scritti in verticale e alcuni autori tendono a lasciare spesso balloon con una sola riga (colonna) di testo; questo rende molto difficile il lavoro di traduzione e adattamento, perché il risultato è un balloon lungo e stretto, in cui bisogna far entrare la minor quantità possibile di testo per evitare che questo diventi microscopico o che ci siano troppi ritorni a capo. A volte, quando possibile, si cerca di far entrare nel balloon una sola parola che verrà scritta dal letterista in verticale; ahimè, non sempre è un compito facile.

- *espressioni dialettali e parlate strane: il fumetto giapponese usa i dialetti o le parlate un po' "personalizzate" (tipo suffissi che vengono usati solo da quel determinato personaggio) per caratterizzare e differenziare i personaggi principali della storia. I dialetti, per retaggio storico, sono assolutamente o quasi assolutamente banditi da tutto ciò che è letteratura e affini, dunque anche dal fumetto; soprattutto in ambito traduttivo, dove assegnare un dialetto italiano a un personaggio straniero suona abbastanza discutibile. Nasce allora l'esigenza di far parlare quel determinato personaggio in modo strano pur rimanendo nell'ambito dell'italiano. Io spesso tendo ad assegnare al personaggio che parla strano qualche espressione caratteristica e facilmente riconoscibile (cosa che d'altronde fanno spesso anche i giapponesi), ma non sempre è facile inserirla in modo naturale tutto dove necessario: ci va un po' di fantasia e creatività.*

- *citazioni: per fortuna sono relativamente pochi i manga che fanno frequente ricorso a citazioni letterarie, ma quando questo capita, può diventare un bel problema, specie se la fonte non è dichiarata espressamente o la traduzione non è fedele all'originale e ne stravolge il senso... io in quel caso cerco di fare un adattamento che stia a metà strada o di rigirare il discorso in modo che l'originale funzioni ugualmente come dovuto.*

- *riferimenti alla vita reale: questo problema si presenta soprattutto nelle opere più datate, per le quali è più difficile risalire ad avvenimenti che si sono svolti ormai 50-60 anni fa.*

- *espressioni caratteristiche: il giapponese è una lingua molto cerimoniosa, che include espressioni che spesso in italiano sono difficili da rendere con naturalezza.*

È un lavoro in cui i giovani cercano di entrare o essendo di nicchia è più difficile?

Entrambe le cose, direi: molti giovani laureati cercano di entrarci, spesso anche accettando di lavorare per quattro spiccioli, pur di vedere qualcosa pubblicato con il proprio nome. Ahimè non sanno che una volta che si è accettata una tariffa è molto difficile scollarsi da questa e quindi finiscono solo per darsi la zappa sui piedi da soli (oltre che rovinare il mercato...).

Sua opinione, il manga sta crescendo in Italia e si sta concependo il prodotto non più come qualcosa di piccolo e per pochi ma alla portata di tutti?

Se il manga si stia trasformando in un prodotto per tutti, credo che sia una valutazione che è più facile fare dall'esterno: io e tutti quelli che ci lavoriamo vediamo intorno a noi prevalentemente gente interessata all'argomento, quindi il nostro punto di vista credo sia abbastanza distorto; in ogni caso, il fatto che proprio di recente il gruppo Mondadori abbia acquisito la casa editrice Star Comics (principale editore italiano di manga), credo la dica abbastanza lunga su dove si sta spostando il mercato.

Come vede il panorama dell'editoria del manga in questo momento in Italia?

La mia opinione è che il manga (inteso come fumetto giapponese) attualmente sia un una fase di stallo: dopo il boom e la crescita esponenziale degli anni '90 e 2000 e un periodo di assestamento durante gli anni '10, credo che attualmente siamo in una situazione di stasi, con un interesse che si sta facendo sempre più marcato verso "manga non giapponesi", come i manwha coreani o quelli che oggi sempre più spesso sono definiti euromanga. Credo che il mercato, da questo punto di vista sia in piena evoluzione.

L'intervista invece che segue è con Simona Stanzani: traduttrice di manga, anime, film dal giapponese all'italiano e all'inglese dal 1992, insegnante di traduzione manga in inglese presso la Japan Visualmedia Translation Academy di Tokyo, si occupa di consulenza editoriale e scouting per nuovi fumetti da pubblicare presso vari editori.²⁹

Con quale casa editrice italiana collabora ad oggi maggiormente?

Ho iniziato con Star Comics (con i Kappa Boys) ma dal 2005 lavoro principalmente con Planet Manga (Panini)

Chi si occupa delle traduzioni di un manga poi si occupa di tutta la serie o si lavora anche su più progetti?

²⁹ https://st.ilsole24ore.com/art/mondo/2016-03-29/italiani-estero-vivere-tokyo-tradurre-manga-073812.shtml?fbclid=IwAR0UD4oSjMvWsJ3ovkki1_e6s0eJi3fNEbvcTa48_4DgK_O6_Gz-MEO0r38

Sì, per questioni di continuità, coerenza, ecc. una volta che un traduttore inizia una serie la porta a compimento. Ci possono essere alcuni casi in cui per questioni di urgenze, motivi personali (traslochi, gravidanze, ecc) o altro si è costretti a passare una serie a qualcun altro, ma di regola non è così. Tendenzialmente si affidano anche le altre opere di un autore allo stesso traduttore, ma questo dipende dalla disponibilità, ecc.

Naturalmente si lavora su più di una serie (altrimenti non arrivi a fine mese). Io generalmente riesco a gestirne 3-4 al mese ma non di più perché ho anche altri impegni, come traduzioni di film, anime, ecc.

È un lavoro in cui i giovani cercano di entrare o essendo di nicchia è più difficile?

Vedo molto interesse, ma ovviamente non è facile, perché sono necessari molta preparazione e impegno, bisogna essere portati e soprattutto le tariffe non corrispondono per nulla agli sforzi compiuti: i nostri colleghi d'oltralpe guadagnano fino a 3 volte tanto i traduttori italiani.

Sua opinione, il manga sta crescendo in Italia e si sta concependo il prodotto non più come qualcosa di piccolo e per pochi ma alla portata di tutti?

Non è solo la mia opinione, anche se purtroppo in Italia le case editrici non pubblicano informazioni sulle vendite, i distributori lo fanno, quindi è possibile riscontrare una crescita, amplificata anche dalla pandemia. anche durante la crisi, quando tutti i settori erano in calo e le vendite dei fumetti erano calate, il manga è rimasto l'unico a tenere duro, e a riprendersi prima degli altri fumetti.

Come vede il panorama dell'editoria del manga in questo momento in Italia?

C'è molta concorrenza, troppa frammentazione e purtroppo le vendite non si riflettono nelle entrate dei liberi professionisti/lavoratori autonomi che contribuiscono alla produzione. di base vorrei vedere il lavoro del traduttore più riconosciuto e valorizzato, iniziando dalla pubblicazione del nome del traduttore in copertina come già accade per la narrativa. diciamo che c'è molta strada da fare.

Le fiere e gli eventi secondo lei stanno aiutando a conoscere il mondo dei manga giapponesi?

Certo, si può capire al volo quanto successo hanno manga e anime anche soltanto guardando i numeri dei visitatori dei vari eventi, o partecipando di persona; la pandemia poi ha contribuito a digitalizzare tutto quanto molto più in fretta quindi grazie agli eventi online è possibile raggiungere un pubblico ancora più vasto. spero che si continui a sfruttare le grandi possibilità che offre il digitale, con un'ibridazione sempre maggiore degli eventi in presenza + streaming.

Le risposte a queste domande ci fanno comprendere meglio il mondo del manga in Italia grazie anche a figure, come i traduttori che ne fanno parte ogni giorno e che ci permettono di fruirne.

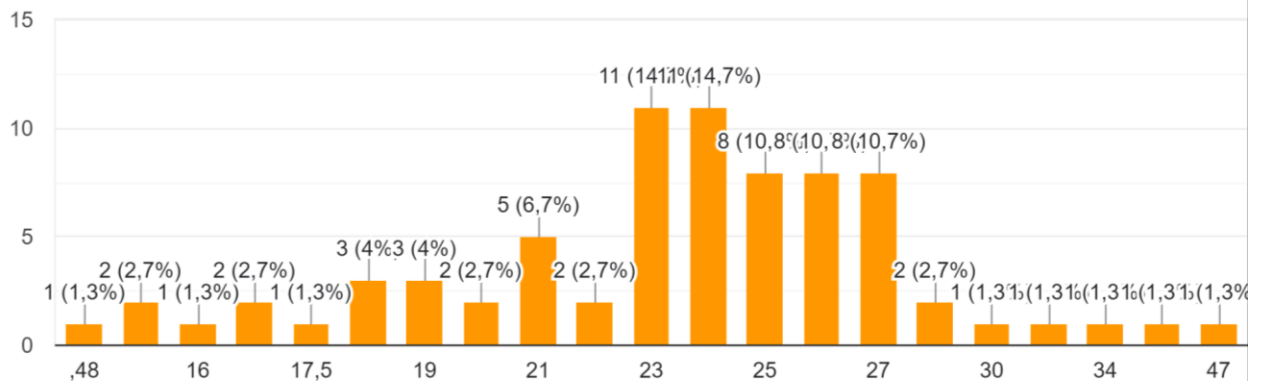
3.6 Questionario: lettori italiani di manga

Come il primo questionario presentato nel secondo capitolo, il secondo questionario è stato somministrato sempre attraverso i canali di WhatsApp e Instagram ma era rivolto solo a persone italiane. Il questionario è visionabile e online all'indirizzo <https://docs.google.com/forms/d/1ITdJ9FrSX8Bs4G55zgLdKe9s5QuxwFUo3xYdnayhGj4/edit#responses>. I soggetti di questo questionario/intervista sono stati settantacinque, uomini e donne, con età compresa tra i 15 e i 47 anni (età avuta grazie alle risposte alla prima domanda), a cui sono state sottoposte le seguenti domande:

1. Quanti anni hai?
2. Hai mai letto un manga?
3. Hai mai guardato anime?
4. Quando hai iniziato a leggere manga?
5. Il tuo manga preferito
6. Chi lo pubblica o lo ha pubblicato?
7. Ti tieni aggiornata/o sulle nuove uscite?
8. Se sì, su che sito o applicazione?
9. Secondo te, il manga in Italia è un prodotto di nicchia?
10. Perché?

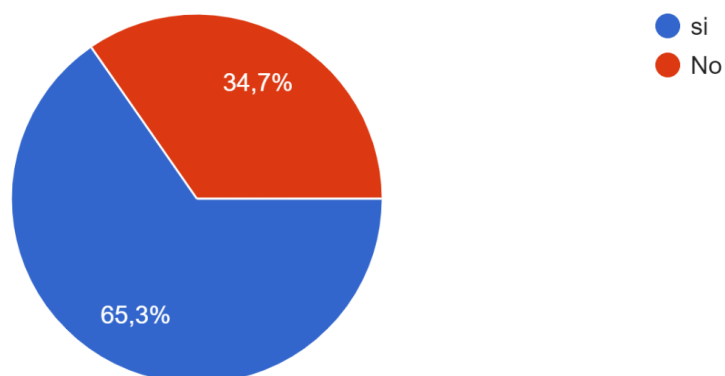
La prima domanda è stata fatta per dare un range ai campioni presi in esame, con un totale di 75 soggetti si può vedere il range prima riportato:

75 risposte



Alla seconda domanda, *Hai mai letto un manga?* hanno risposto il 34,7% di no, mentre il 65,3% di si. Questa seconda domanda già divide il campione preso in esame e si può vedere una fetta di intervistati che non ha mai avuto a che fare con il genere.

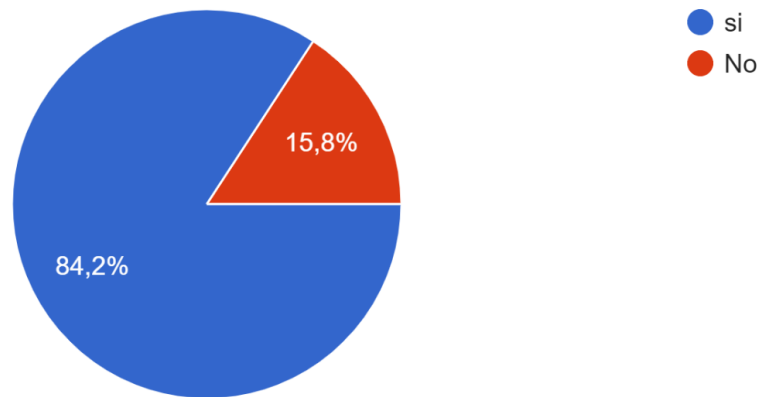
75 risposte



Non soffermandosi solo sul prodotto cartaceo, la terza domanda era: *Hai mai guardato anime?*. Bisogna tener conto che a questa domanda hanno risposto solo 19 intervistati su 75, il 15,8% ha risposto in maniera negativa mentre l'84,2% in maniera positiva, anche se il campione è

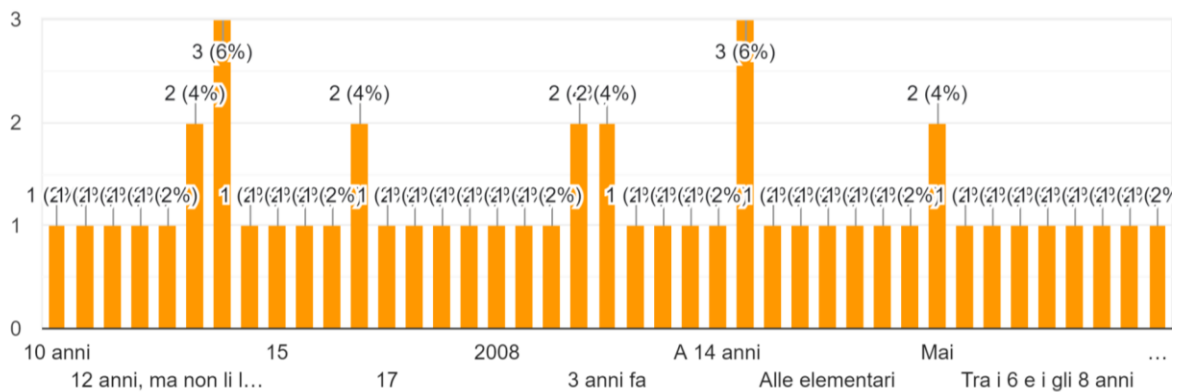
piccolo gli anime sono più conosciuti o in qualche modo più fruibili.

19 risposte



Con 50 risposte su 75 alla domanda: *Quando hai iniziato a leggere manga?*

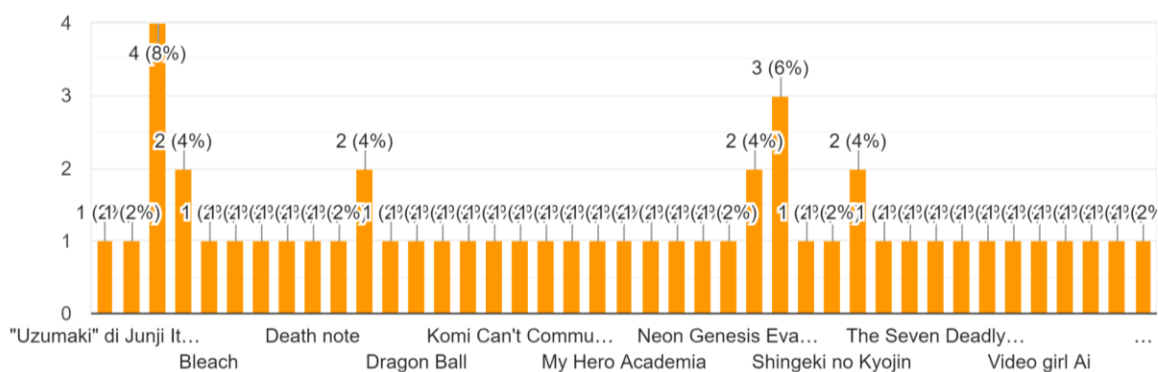
50 risposte



Sono stati indicati diversi periodi di tempo, a differenza della stessa domanda posta al campione giapponese che si aggirava in un range tra scuole elementari e medie, qua possiamo vedere si un inizio di lettura in fase scolastica ma anche in età più adulta.

Quando si arriva alla domanda: *Quale è il tuo manga preferito*, le risposte variano molto; troviamo titoli ricorrenti famosi a tutti come: One piece, Death note, Demon Slayer, InuYasha e Attack on Titan; ma anche titoli meno conosciuti al grande pubblico tra cui Berserk, Slam Dunk, Bleach, Blue Period, Video girl Ai e Solo leveling

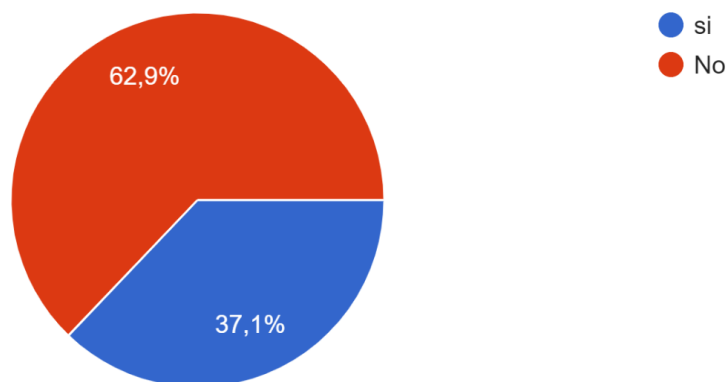
50 risposte



Arrivando alla domanda *chi lo pubblica o lo ha pubblicato?* posta per vedere se le case editrici nominate sarebbero state quelle italiane o quelle giapponesi e per vedere se ci fossero nuovi nomi di case editrici: Star comics, Jpop, Panini comics di cui già abbiamo parlato, ovviamente anche le etichette giapponesi già nominate Shūeisha, Kōdansha, Shogakukan; anche presenti case editrici non ancora nominate come: Webtoon (editore sudcoreano), Hakusensha (casa editrice giapponese nata il 1° dicembre 1973 dalla Shūeisha, da cui si è separata).

La domanda *Ti tieni aggiornata/o sulle nuove uscite?* con risposta positiva e negativa era seguita dalla domanda *Se sì, su che sito o applicazione?* stabilendo dove un utente va a reperire le informazioni che gli interessano. Non tutti infatti sanno come e dove reperire quello che può interessargli.

70 risposte

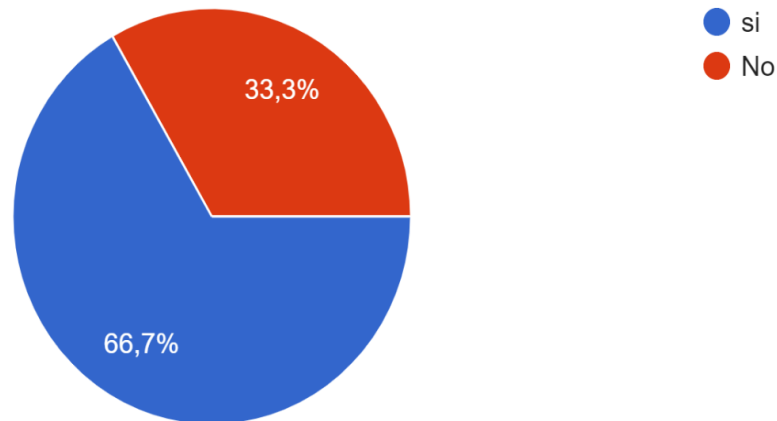


Le risposte sono state varie da: Manga world, Animeclick.it, Instagram, twitter, MangaPlus, Onepiecepower.info, oppure vengono segnalate applicazioni come Mangago, dai motori di

ricerca, Mangakakalot, fumetteria di fiducia, Webtoon (per leggere soprattutto i manga coreani), Crunchyroll oppure anche da riviste come *Young Animal*.

Come ultima domanda si è arrivati a quella di carattere più culturale e che ha portato anche a diverse risposte, dove hanno risposto per entrambi 72 soggetti: *Secondo te, il manga in Italia è un prodotto di nicchia? e Perché?*

72 risposte



Con 48 sì e 24 no, si riportano alcune risposte in merito all'argomento, come nel caso del primo questionario, volevo riportare alcune risposte che possono rispecchiare la visione del fenomeno manga in Italia:

Sebbene grazie alle ultime uscite di film Anime, quali *Kimi No Na Wa*, *Demon Slayer: Mugen Ressha Hen*, *Tenki No Ko* e così via, il mondo dell'animazione, e di conseguenza dei manga, sia arrivato al grande pubblico, il fenomeno sia in espansione tra le nuove generazioni, esso si limita attualmente a esse e a una piccola parte di millenials.

Negli ultimi anni il mondo degli anime e manga in Italia è diventato sempre più conosciuto, anche se ancora qualcuno pensa che siano una cosa infantile e non una vera e propria passione come tante altre.

Perché non c'è abbastanza cultura sull'argomento, spesso viene considerato come un ambito da "nerd" e per questo sottovalutato o comunque messo in disparte. Perché tra i giovani viene considerato un po' "da sfigati".

È un prodotto di nicchia perché in Italia viene acquistato/letto solo da chi ha un'attrazione verso l'Oriente e gli piace la tipologia. Sono poco conosciuti e quindi solo chi si interessa al 100% dell'argomento, conosce.

Per il crescente numero di fiere del fumetto, ma anche dal fatto che adesso puoi acquistare manga in librerie generiche dov'è prima di un paio di anni fa non c'era nemmeno la sezione (esempi vissuti in prima persona: Feltrinelli di Lucca, Ubik a Lucca, Mondadori dei Gigli). Inoltre, penso che l'aumento di anime presenti su piattaforme streaming come Netflix accenda l'interesse delle persone, che sono più motivate a scoprire di più sul mondo anime-manga (basandomi sulla mia esperienza personale)

I manga in Italia non hanno ancora raggiunto molta fama, perché di solito si arriva ai manga attraverso gli anime che non sono molto diffusi. Certo non è rarissimo che si trovi qualcuno che li conosce o che li ha guardati qualche volta, ma in genere l'arte di comprare manga è riservata ai veri appassionati. Considerando anche l'esistenza dei siti che permettono la visione gratuita che molte persone usano come alternativa al comprare manga.

Conclusione

Il manga abbiamo visto che ha una storia antica, che parte da tempi lontani, ha una storia propria che però prende e si rinnova anche dall'incontro con gli altri paesi, dalle influenze geograficamente più vicine come Cina, Corea e America a quelle più lontane.

Nel panorama del Sol Levante di sicuro il manga continuerà ad essere un prodotto trainante dell'editoria e perno delle politiche e strategie di mediamix; abbiamo visto come i personaggi stessi fanno oramai parte dell'immaginario comune e sono portatori di valori e principi propri della cultura nipponica. Sarà interessante vedere come negli anni si evolverà il prodotto magari prendendo la strada del mondo digitale e delle pubblicazioni su di esso, che al momento sono in fase di avviamento.

Interessante sarà osservare se in futuro si svilupperanno ancora altri sottogeneri e sottocategorie che amplieranno la scelta per i diversi fruitori, avvicinandosi o allontanandosi dai lettori d'oltreoceano? Essendo, come abbiamo visto, il mondo editoriale vario e in continuo cambiamento non si sa cosa aspettarsi e quali saranno le prossime tendenze, se non solo supposizioni per i prossimi anni.

Del panorama italiano si può dire che, come mostrato dai dati, il prodotto del fumetto nelle sue varie declinazioni è di sicuro in aumento, bisogna capire se è solo una moda del momento o si imporrà come genere nell'editoria italiana.

L'aumentare delle sezioni manga nelle librerie dimostrano che il prodotto sta uscendo sempre di più dalla sua nicchia, rispetto a qualche anno fa e che lo stigma nei confronti del manga è stato sicuramente sdoganato ed è diventata una realtà molto più comune e accettata (soprattutto tra gli under 35/40), basti vedere la quantità di manga che ora vengono venduti nelle librerie di catena o indipendenti invece che solo nelle tradizionali fumetterie.

Bibliografia di riferimento

- Allison, A., 2006, *Millennial monsters japanese toys and the global imagination*, Berkeley e Los Angeles: University of California Press.
- Barbieri, D., 2009, *Breve storia della letteratura a fumetti*, Roma, Carocci.
- , 2017, *Semiotica del fumetto*, Carrocci, Roma.
- Bencivenni, A., 2003, *Hayao Miyazaki. Il dio dell'anime*, Le Mani Edizioni, Genova.
- Benecci, E., 2005, *Anime. Cartoni con l'anima*, Alberto Perdisa, Ozzano dell'Emilia, Bologna.
- Bindi, V., Raffaelli, L., 2021, *Che cos'è un fumetto*, Roma, Carocci.
- Bouissou, J.M., (Autore), Pellitteri, M. (a cura di), Di Fratta, G. (Traduttore), 2011, *Il manga. Storia e universi del fumetto giapponese*, Tunué, Latina.
- Caroli, R., Gatti, F., 2004, *Storia del Giappone*, Laterza, Bari.
- Craig, T., 2000, *Japan Pop! Inside the World of Japanese Popular Culture*, Sharpe, Armonk.
- Casari, M., 2011, *Culture del Giappone contemporaneo. Manga, anime, videogiochi, arti visive, cinema, letteratura, teatro, architettura*, Tunué, Latina.
- Figal, G., 1999, *Civilization and Monsters: Spirits of Modernity in Meiji Japan*, Durham, Duke University Press, New York.
- Gravett, P., 2004, *Manga: Sixty years of Japanese Comics*, Harper Design, London.
- Hirata, S., Neimoto, K., Akasana, N., 2005, *Nihon no Leonardo Da Vinci. Tezuka Osamu to 6-nin*, Butikku-sha, Tokyo.
- Ibaragi, M., 2007, *Media no naka no manga. Shinbun Hitokoma manga no sekai*, Rinsen Shoten, Kyoto.
- Koyama-Richard, B., 2007, *Mille anni di manga / Brigitte Koyama-Richard*, Rizzoli, Milano.
- Lucianetti, S., Antonini, A., 2001, *Manga, Immagini del Giappone contemporaneo*, Castelvecchi, Roma.
- MacWilliam's, M., 2008, *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, Armonk, N.Y., Sharpe
- Napier, S.J., 2005, *Anime - From Akira to Howl's Moving Castle*, Palgrave Macmillan, New York.
- Novielli, M., 2014, *Animerama Storia del cinema d'animazione giapponese*, Marsilio, Venezia.
- Pellitteri, M., 2021, *I manga, introduzione al fumetto giapponese*. Roma, Carocci.
- Piovani, M., 1996, *Osamu Tezuka. L'arte del fumetto giapponese*, Musa, Mestre.
- Restaino, F., 2004, *Storia del fumetto: da Yellow Kid ai manga*, UTET libreria, Torino.
- Spagnoli, A., 2009, *Hayao Miyazaki: le insospettabili contraddizioni di un cantastorie*, Sovera, Roma.
- Steinberg, M., 2019, *Anime system. Il successo polimediale dell'animazione giapponese*, Tunué, Latina.
- Takao, Y., 2007, *Tezuka secondo me: una biografia d'autore*, Kappa, Bologna.
- Tavassi, G., 2017, *Storia dell'animazione giapponese. Autori, arte, industria, successo dal 1917 a oggi*, Tunué, Latina.

Sitografia articoli sulla storia del manga

Amato, E., 2006. *Da Omero a Miyazaki. La mitologia classica negli «anime» (e nei «manga») giapponesi: spunti per una futura ricerca. Anabases*, (4), [online].

Capriati, M., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, 2001, Vol. 41 (2001), *L'ukiyo-e come arte «di uso e consumo»*. [online]

Daliot-Bul, M., 2009. *Japan Brand Strategy: The Taming of 'Cool Japan' and the Challenges of Cultural Planning in a Postmodern Age. Social Science Japan Journal*, 12 (2). [online].

Di Fratta, G., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 40 (2000), *Il fumetto in Giappone: 1) l'evoluzione del manga dagli anni Settanta agli anni Ottanta*. [online]

—, Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone* Vol. 41 (2001), *Il fumetto in Giappone: 2) Il manga nella prima metà degli anni Ottanta*. [online]

—, Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 42 (2002), *Il fumetto in Giappone: 3) Dal cyberpunk al manga degli anni Novanta*. [online]

—, Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 43 (2003), *Il fumetto in Giappone: 4) Il manga di fine millennio*. [online]

—, 2014. *The Italian anime boom: The outstanding success of Japanese animation in Italy, 1978–1984. Journal of Italian Cinema & Media Studies*, 2(3) [online]

Gō, I., 2018. *Particularities of Boys' Manga in the Early Twenty-First Century: How Naruto Differs from Dragon Ball, Mechademia: Second Arc*, 11(1), [online].

Hikari, H., University of Minnesota Press, in *Mechademia: Second Arc*, Vol. 8, *Tezuka's Manga Life (2013), Tezuka, Shōjo Manga, and Hagio Moto*. [online]

Orsi, M.T., Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO) in *Il Giappone*, Vol. 18 (1978), *Il fumetto in Giappone: 1) L'evoluzione del manga dall'era Meiji alla guerra del Pacifico*. [online]

—, Istituto Italiano per l'Africa e l'Oriente (ISIAO), in *Il Giappone*, Vol. 21 (1981), *Il fumetto in Giappone: 3) l'evoluzione degli anni Sessanta e le ultime proposte*, [online]

Sitografia capitolo 1

<https://www.treccani.it/enciclopedia/fumetto/>

<https://jisho.org/search/%22manga%22>

<https://artslife.com/2020/08/31/larte-degli-emaki-giapponesi/>

<https://www.tokugawa-art-museum.jp/en/about/treasures/painting/post-01/>

<https://www.barnebys.it/blog/ukiyo-e-le-straordinarie-immagini-del-mondo-fluttuante>

<http://www.cultor.org/Orient/Ukiyo/Ukiyo-e.pdf>

<https://artevitae.it/shunga-la-stampa-erotica-giapponese-tra-il-1600-e-il-1800/>

<https://www.watabi.it/blog/cultura-giapponese/teatro-kabuki/>

https://www.lifegate.it/passengers_newsletter_14_18-2

<https://www.analisedellopera.it/la-grande-onda-di-kanagawa-hokusai/>

<https://www.ilpost.it/2015/03/27/grande-onda-hokusai/>

<https://library.brown.edu/cds/perry/kawaraban.html>

<https://tezukaosamu.net/en/>

<https://www.hisour.com/it/the-osamu-tezuka-manga-museum-tokyo-japan-5311/>
<https://www.treccani.it/vocabolario/serie/>

<https://corp.toei-anim.co.jp/en/company/history.html>

<https://www.ciakclub.it/2021/08/29/dieci-film-danimazione-giapponesi-non-studio-ghibli-da-vedere/>

<https://www.studioghibli.it/>

<https://fumettologica.it/2022/04/netflix-anime-2022/>

<https://www.animenewsnetwork.com/news/2007-02-20/hideaki-anno-releases-statement-about-new-evangelion-movie>

Sitografia capitolo 2

<https://www.shueisha.co.jp/>

<https://ilovevg.it/2021/09/shueisha/>

<https://apkpure.com/manga-plus-by-shueisha/jp.co.shueisha.mangaplus>
<https://www.shonenjump.com/mangaplus/whatismangaplus/>

<https://shueisha-games.com/>

<https://www.starcomics.com/news/one-piece-n-99-celebration-edition-a-un-passo-dal-volume-100>

<https://www.animenewsnetwork.com/encyclopedia/lexicon.php?id=37>

<https://skdesu.com/it/acronimi-ova-oad-ona-ost-pv/>

<https://www.mangaforever.net/25052/kodansha-alla-conquista-dellamerica>

<https://www.kodansha.co.jp/>

<https://fumettologica.it/2022/05/manga-premi-kodansha-2022/>

<https://www.fumettologica.it/2013/12/kodansha-lancia-la-sua-app-manga-box/>

<https://kodansha.us/>

<https://www.tomshw.it/culturapop/lattacco-dei-giganti-la-copertina-dellultimo-volume/>

<https://fumettologica.it/2022/01/katsushiro-otomo-the-complete-works-manga/>

https://www.treccani.it/enciclopedia/keiretsu_%28Dizionario-di-Economia-e-Finanza%29/

<https://www.corriere.it/spettacoli/cards/doraemon-giovane-50enne-ambasciatore-anime-poco-gradito-cina/doraemonambasciatore.shtml#:~:text=Il%20termine%20icona%20%C3%A8%20spesso,Ambasciatore%20della%20Cultura%20degli%20Anime.>

<https://www.pokemonmillennium.net/manga/>

<https://www.britannica.com/topic/Golden-Week>

<https://www.fumettologica.it/2021/03/manga-vendite-2020/>

<https://www.giornaledellalibreria.it/news-mercato-giappone-il-mercato-editoriale-resiste-grazie-ai-manga-e-al-digitale-4050.html>

<https://shuppankagaku.com/wp/wpcontent/uploads/2022/07/%E3%83%8B%E3%83%A5%E3%83%BC%E3%82%B9%E3%83%AA%E3%83%AA%E3%83%BC%E3%82%B92207-1.pdf>

<https://www.oricon.co.jp/special/59188/>

Sitografia capitolo 3

<https://www.cbr.com/manga-sales-all-time-high-2020/>

<https://www.gonagaiworld.com/osamu-tezuka-i-capolavori-inediti-arrivano-in-italia-grazie-a-j-pop-manga-e-hazard-edizioni/>

<https://www.insidemarketing.it/riposizionamento-dei-manga-in-italia-un-nuovo-target/#FootNota>

<https://it.readkong.com/page/il-mercato-del-manga-in-italia-le-prospettive-del-fumetto-6385568>

<https://www.aie.it/Cosafacciamo/AIEtiinforma/News/Leggilanotizia.aspx?IDUNI=z4bwaqa2ulauee1bghy3zf48927&MDId=10597&RAE=10635;1;102-71-2007.3.16;102-3320-2021.12.2;1;102;&Skeda=MODIF102-3320-2021.12.2>

<https://www.giornaledellalibreria.it/news-notizie-dallaie-il-mercato-del-fumetto-per-la-prima-volta-al-salone-del-libro-di-torino-aie-presenta-i-numeri-del-settore-4905.html>

https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-8752-2022.5.19/AIE_Torino_2022_II%20mercato%20del%20fumetto%20in%20Italia_studiericerche.pdf?IDUNI=3raeon4fk54thmos13cwf4x29670

<https://www.illibraio.it/news/editoria/vendite-fumetti-2022-1422985/>

https://www.aie.it/Portals/_default/Skede/Allegati/Skeda105-8827-2022.7.12/AIE_Mercato_primi_sei_mesi_2022.pdf?IDUNI=1gmvkn4p1oco5r1oyhhqc3vo146

<https://www.j-pop.it/>

<https://www.gonagaiworld.com/osamu-tezuka-i-capolavori-inediti-arrivano-in-italia-grazie-a-j-pop-manga-e-hazard-edizioni/>

<https://www.dentiblu.it/>

<https://fumettologica.it/2018/07/bd-j-pop-manga-fumetti-intervista/>

<https://www.comicon.it/manga-heroes-prosegue-la-mostra-al-mann/>

<https://fumettologica.it/2022/04/j-pop-manga-dandadan/>

https://it.wikipedia.org/wiki/Image_Comics

https://web.archive.org/web/20131109001538/http://www.nanoda.com/intervista_2009_Star_Comics/

<https://www.repubblica.it/cultura/2021/01/24/news/starcomics-283822534/>

https://www.borsaitaliana.it/borsa/notizie/teleborsa/finanza/mondadori-acquisisce-51-di-edizioni-star-comics-per-crescere-nei-fumetti-77_2022-06-06_TLB.html?lang=it

<https://www.editorialedomani.it/idee/cultura/mondadori-acquisizione-star-comics-fumetti-manga-cuc5hsi7>

<https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-02-20/haikyuu-manga-gets-new-1-shot-for-10th-anniversary/.182804>

<https://www.tomshw.it/culturapop/planet-manga-annuncia-la-nuova-edizione-di-neon-genesis-evangelion/>

<https://curiosando708090.altervista.org/lucca-comics-games-dal-1966/>

<https://www.romics.it/it/aboutus#:~:text=Romics%20%C3%A8%20il%20Festival%20Internazionale,Srl%20e%20Mens%20Nova%20Srl.>

<https://fumettologica.it/2022/04/comicon-bergamo-napoli-2023/>

https://st.ilssole24ore.com/art/mondo/2016-03-29/italiani-estero-vivere-tokyo-tradurre-manga-073812.shtml?fbclid=IwAR0UD4oSjMvWsJ3ovkki1_e6s0eJi3fNEbvcTa48_4DgK_O6_Gz-MEO0r38