

**GIOVANNI
BARBIERI**

**DESIGN
DELLA
NARRA
ZIONE**

THE SIGN
COMICS & ARTS ACADEMY FIRENZE

MANUALE DI DESIGN DELLA NARRAZIONE

Testi: **Giovanni Barbieri**

Illustrazioni: **Alessia Moretti**

Copertina e progetto grafico: **Fabrizio Verrocchi**

Impaginazione: **Mattia Gentili**

Supervisione: **Gud**

I manuali TheSIGN nascono da un'idea

di Laura Vaioli, Sara Sasi e Marco Bianchini.

Copyright TheSIGN Academy - riproduzione vietata.

THE SIGN
COMICS & ARTS ACADEMY FIRENZE

MANUALE DI DESIGN DELLA NARRAZIONE

Una voglia non è un fumetto.

- Magnus

Mi capita spesso di essere avvicinato nei corridoi o alle macchinette del caffè dell'Accademia. Si tratta il più delle volte di studenti di altri corsi, che raccolgono il coraggio per farmi pressappoco la stessa domanda: "ho avuto un'idea per una storia, ti va di leggerla?".

Ovviamente mi va, ma molte volte li devo avvisare che quello che mi hanno fatto leggere non è un'idea per una storia: a volte sono le premesse, a volte le intenzioni, altre volte lunghi dossier su mondi immaginari, con tanto di cenni socio-storici e antropologici, altre volte ancora tentativi di racconti in prosa irrealizzabili con le immagini. In questi casi diventa difficile dare un parere, perché è come chiedere a un dentista cosa pensa dei nostri calli ai piedi.

Un'idea per una storia, il suo sviluppo in un soggetto e infine in una sceneggiatura sono per me qualcosa di estremamente preciso, pur nell'estrema varietà e diversità che questi scritti portano con loro. Credo che l'equivoco nasca proprio dal non avere idea di cosa sia la professione di sceneggiatore: non uno scrittore, né necessariamente un artista, ma un progettista sul cui lavoro si cimenteranno poi disegnatori, storyboard artist, registi, attori eccetera.

In un mondo sempre più affamato di storie, costantemente presenti nelle vite digitali di tutti, saper ideare, progettare e infine mettere in immagini una narrazione, può avere un grande valore, sia che ci vogliamo occupare di pubblicità, sia di televisione, cinema, comunicazione, gaming o fumetto.

Dedico allora questo manuale di buone pratiche di progettazione narrativa a chiunque voglia sapere se effettivamente la sua idea per una storia sia davvero tale... e magari se sia pure buona.

Così, quando ci incrociamo alle macchinette o nei corridoi, magari parliamo d'altro.

Nota per la consultazione

Nelle professioni creative non esiste un'unica strada per arrivare al risultato, che è sempre la cosa più importante. Il presente manuale non ha la pretesa di offrire metodi infallibili o verità assolute, ma vuole mettere a disposizione di chi legge il frutto della mia personale esperienza nel mondo della progettazione narrativa. Troverai degli inviti a produrre *Prova a...* e delle domande che spero possano aiutarti a mettere a fuoco, per ogni fase del lavoro, gli aspetti principali: i *Checkpoint*. I termini specialistici sono invece spiegati nella sezione *Keywords*.

Buona lettura e buon lavoro!



PERCHÉ SCRIVERE

La cosa più difficile, quando si scrive, è sapere che cosa scrivere.

- Syd Field



I perché delle storie

Quando a lezione gli allievi iniziano a dover produrre materiale originale, una delle mie prime domande è "perché vuoi raccontare questa storia?". Quasi sempre sono presi in contropiede, non ci hanno pensato, non hanno elaborato il loro *perché*.

Se facciamo lo sforzo di immaginare una storia, un motivo c'è, ci deve essere. Averlo chiaro ci aiuta immensamente a dare una direzione al nostro lavoro, a essere efficaci. Se so il perché, poi saprò anche il cosa e infine il come. Insomma, dopo è tutta discesa.



Prova a...

*chiederti perché vuoi raccontare la storia che hai in mente. Cerca di scavare nelle vere motivazioni: se si limitano a **una storia in bianco e nero dove c'è un solo elemento a colori oppure tutta raccontata dal punto di vista di una teiera**, beh... non sono sufficienti.*

Gli espedienti narrativi, il come raccontiamo, la messa in scena e la regia, vengono dopo il cosa e non è possibile mettere bene a fuoco quest'ultimo senza essersi dati un perché.

Temi e dinamiche narrative

A volte iniziamo il nostro progetto pensando a un tema, e poi, strada facendo, lo mettiamo a fuoco meglio. Può succedere, la scrittura è un processo che consente di conoscere più a fondo sé stessi, di leggere con più chiarezza dentro di noi. L'importante è che siamo consapevoli del tema che affrontiamo e che strutturiamo la nostra storia per valorizzarlo e approfondirlo.

Nel film *Turista per Caso*, ad esempio, il protagonista ha perduto il figlio e cerca faticosamente di ricostruire la propria vita. Tiene una rubrica giornalistica su come affrontare i viaggi sentendosi sempre come a casa ed è una persona ormai spenta. L'incontro con un'eccentrica

e istintiva toelettatrice di cani rimetterà in discussione le sue certezze e lo porterà ad accettare, nel bene e nel male, l'imprevedibilità della vita. Scoprirà che è assurdo viaggiare pretendendo di sentirsi a casa, mentre è bello perdersi nell'avventura, lasciandosi alle spalle il dolore. Attraverso una storia d'amore dai toni di commedia brillante, la storia affronta l'elaborazione del lutto.

I temi e le dinamiche narrative sono tanti, proviamo a raggrupparli in alcune grandi famiglie.

Uomo contro Natura

Il tema è quello del superamento di una serie di ostacoli, contrapponendo alla volontà umana una Natura ostile.

Rientrano in questa categoria le storie di viaggio (i *viaggi straordinari* di Jules Verne, ad esempio), colonizzazione (creazione di una comunità in un habitat inospitale, come nel

manga *Terra Formars*), sopravvivenza, esplorazione, catastrofi (terremoti, inondazioni, glaciazioni, come nel film *2012*), ricerca (ritrovare cose/persone in ambienti naturali o scarsamente civilizzati, come nella serie videoludica *Tomb Raider*).

Uomo contro Uomo

In queste storie è forte il dualismo fra protagonista e antagonista: lo scontro fisico e psicologico è al centro della narrazione.

Pensiamo allo *Shonen Manga*, il fumetto giapponese per maschi adolescenti, in cui attraverso una serie di scontri fisici il protagonista acquista nuovi poteri e consapevolezze, come

in *Naruto* o in *Dragon Ball*. Anche la vendetta rientra in questa categoria: il personaggio principale cerca di vendicare un torto subito (come la protagonista dei film di *Kill Bill* di Quentin Tarantino).

Uomo contro Sé Stesso

Sono le storie che parlano di emozioni: perdita dell'innocenza, elaborazione del lutto, dipendenza da droghe o alcol, identità sessuale, malattie o disturbi mentali, senso di colpa, accettazione o rifiuto della famiglia. L'accento è posto sull'interiorità, esplorandola.

Oggi sono numerosissimi i romanzi a fumetti (in inglese, *graphic novel*) che affrontano queste tematiche (per esempio *Rughe* di Paco Roca, *S. di Gipi* o *Blankets* di Craig Thompson).

Uomo contro Realtà

Sono narrazioni in cui è la realtà stessa a essere messa in discussione: esiste davvero? Prendiamo i film del ciclo di *Matrix*, in cui la realtà che conosciamo è solo una simulazione creata dalle macchine. Oppure, nel fumetto, il ciclo di *Animal Man* di Grant Morrison, in cui il

protagonista scopre di essere un... personaggio dei fumetti. In generale, appartengono a questa categoria tutte le meta-narrazioni, ovvero le storie che offrono riflessioni sul raccontare storie.

Questi sono solo alcuni esempi, perché in realtà possiamo trovare tante altre sotto-etichette. Non solo: temi e dinamiche possono mescolarsi e contaminarsi. A questo punto, non credo che provare a elencare e siste-

matizzare ogni variante possa offrirci elementi utili per le nostre idee narrative. Credo possa essere molto più proficuo cercare di individuare ciò che ci sta veramente a cuore raccontare.



Prova a...

Chiederti di che cosa parla la tua storia. Non pensarlo soltanto: scrivilo, approfondiscilo.

Cerca di arrivare a una sintesi che tu sia in grado di condividere con poche parole.

Perché scrivere

Facciamo un passo indietro e chiediamoci non solo *perché la storia*, ma anche *perché la scrittura*. Ognuno ha i suoi motivi, che hanno a che fare con la sfera personale più profonda. Scrivere professionalmente è in qualche modo esporsi, tirare fuori qualcosa di proprio e metterlo a disposizione del pubblico. Spesso, durante i corsi, questo si è rivelato utile se non terapeutico anche nell'esplorazione dei propri lati oscuri. Se li metto su carta, li tolgo dalla testa e riesco a vederli e gestirli meglio emotivamente. La storia diventa un modo per liberarsi di qualcosa, lasciarlo andare via.

Soprattutto, scriviamo storie perché è *divertente*. Immaginare personaggi, situazioni, avvenimenti insieme agli allievi è una delle cose che mi gratificano di più. Certo, non è un semplice fantasticare a ruota libera: a un certo punto subentrano le regole, le limitazioni. Il processo si finalizza verso una storia compiuta, con tutte le cose a posto. Poi devo prendere quella storia

e raccontarla in modo chiaro sequenza per sequenza, spremendo fino in fondo il suo potenziale. Insomma, accanto al divertimento va messa la *fatica*, il lavoro per *far quadrare i conti*, anche per i limiti oggettivi del mezzo: il fumetto, ad esempio, non ha il sonoro né il movimento; se lavoro per un personaggio seriale, poi, la storia deve chiudersi entro un limite prefissato di pagine, non una di più, non una di meno. Insomma, lo slancio creativo va accoppiato alla precisione del ragioniere.

Questo non toglie che alla base dell'attività di creare una storia ci sia (ci debba essere) il divertimento. Scriviamo perché ci diverte e da lettori o spettatori cerchiamo storie che a loro volta ci divertano. Bene, ma che cos'è il divertimento? Anche questa domanda crea un po' di confusione, quando la lancio agli allievi. Il divertimento è piacere, mi rispondono. Che è un po' come dire che l'acqua bagna.

Esplorando insieme la parola, finiamo con lo scoprire che divertirsi è provare *emozioni*: a una storia di paura chiedo di spaventarmi, a una sentimentale di commuovermi, a una comica di farmi ridere. Sono emozioni *controllate*, perché so che appartengono a una finzione, eppure mi aiutano poi, nella vita di tutti i giorni, a gestire meglio le mie emozioni. Mi aiutano a crescere.

Scrivere per emozionare

Psyco è un piccolo film: non ha un cast di stelle di prima grandezza, è in bianco e nero, ha un budget limitato. Eppure è ancora oggi citato e preso a paragone, il maggior successo di pubblico della straordinaria carriera del Maestro della Suspense Alfred Hitchcock, sfruttato all'inverosimile in diversi sequel, remake e serie TV.

In *Psyco*, Hitchcock dirige sapientemente la sua *orchestra*, fatta di fotografia, movimenti di macchina, recitazione, montaggio, per suscitare nel pubblico la paura, il raccapriccio, l'inquietudine, lo shock.

Devo immedesimarmi

Ci dev'essere almeno un personaggio in cui ci immedesimiamo. Se non abbiamo un *gancio* che ci porti dentro la storia, non riusciremo a sentirci coinvolti. Certo, non deve avere per forza il nostro aspetto fisico o il nostro carattere: magari è qualcuno che *vorremmo* essere, oppure che *potremmo* essere o che ci *spaventerebbe essere* nella realtà, ma per il quale sentiamo un'affinità, un legame. Magari all'inizio della storia è qualcuno che sentiamo vicino a noi e poi si trasforma in qualcosa che ci affascina e respinge allo stesso tempo.

Walter White della serie TV *Breaking Bad* è un frustrato professore di chimica che quando scopre di avere un tumore si trasforma in un abile confezionatore di droga sintetica. Si dà degli obiettivi che sono anche condivisibili, in qualche modo parteggiamo per lui, ma man-

Certo, non c'è *solo* questo, ma di base è proprio la capacità di suscitare emozioni nel pubblico che decreta la popolarità di un'opera, sia essa una storia a fumetti, un film o una serie TV. Non è il suo piano marketing, non è la sua coerenza narrativa, non è la presenza di questo o quest'altro *ingrediente segreto*: è la sua capacità di farci emozionare.

"Con *Psyco*", dichiara Hitchcock durante la celebre intervista che gli fece il regista François Truffaut, "mi comportavo come fa un direttore con la sua orchestra, era proprio come se stessi suonando l'organo".

È questa la chiave di ogni buona storia. Se il pubblico è coinvolto emotivamente, ci seguirà in capo al mondo. Ma questo coinvolgimento non avviene *come per magia*: ha delle regole ben precise. Non ci emozioniamo per qualunque cosa, altrimenti qualunque cosa avrebbe successo. Ci sono delle condizioni.

mano che la storia procede e lui sprofonda nella criminalità, siamo costretti a farci domande anche scomode: cosa avrei fatto io al suo posto? L'immedesimazione tiene in piedi la storia, interrogandoci costantemente e facendoci fremere per il destino di Walter e dei suoi cari.

A volte ci immedesimiamo in personaggi secondari: non importa, quello che è davvero fondamentale è che ci sia almeno un gancio, un appiglio. Possiamo essere uno dei sette nani, Biancaneve o la regina malvagia, l'importante è che parteggiamo per qualcuno, perché solo così ci importerà davvero della storia. Se non sentiamo legami con un personaggio, non ci importa se vivrà o morirà, se soffrirà o gioirà, quindi di riflesso non ci importerà un fico secco della storia. Se togliamo l'immedesimazione, la storia perde interesse ai nostri occhi.



Prova a...

Capire, nei tuoi fumetti, film o serie preferite, in quale personaggio ti immedesimi e perché. Ti serve per comprendere meglio chi sei e poter di conseguenza creare personaggi con cui senti di avere un legame. Se lo senti tu, è più facile che lo sentano anche gli altri. Il pubblico ha tanti difetti, ma si accorge quando non sei sincero o crei le cose troppo a tavolino.

Ci devo credere

Nel film *Casinò Royale*, James Bond (interpretato da Daniel Craig) viene avvelenato al tavolo da gioco. Rischia una crisi cardiaca mortale, si trascina nel parcheggio e fino alla propria auto, dove si mette in contatto con l'M-15 e infine riesce a salvarsi attivando un dispositivo a distanza.

Poi torna al casinò a finire la partita... Beh, qualunque cardiologo riderebbe fino alle lacrime, di fronte a questa palese assurdità medica.

Chiunque abbia una crisi cardiaca di quella portata dovrà farsi un bel po' di terapie e degenza in ospedale, prima di tornare alla vita di prima. Ma stiamo parlando di James Bond, non di chiunque. Nella sua realtà fittizia, valgono le *sue* regole. Il pubblico lo sa e le accetta.

Quando diamo alla nostra storia un set di regole e di premesse, l'importante è che restiamo all'interno di quelle e il pubblico ci seguirà. Se le tradiamo, ci volterà le spalle, perdendo totalmente interesse nella storia. Proviamo a immaginare cosa succederebbe se nella saga di Harry Potter a un certo punto spuntassero gli alieni a bordo di dischi volanti: rifiuteremmo la storia, pur essendo stati abituati a credere nella magia.

Essere *credibili* non ha niente a che fare con l'essere *realistici*: dobbiamo pensare che stiamo raccontando una bugia, e una bugia per funzionare ha bisogno di non contraddirsi, di essere coerente e di contenere quel tanto di verità che riesca a darla a bere al pubblico... esattamente come una storia.



Prova a...

Definire regole del mondo fittizio in cui si svolge la tua storia. Attenzione, però: crea il mondo in base alla storia che vuoi raccontare e non viceversa. Non creare un mondo alternativo stratificato e complesso se ancora non sai di cosa parlerà la tua storia. Devi mettere in campo personaggi e azioni, non un atlante storico-geografico.

Mi deve lasciare qualcosa

A volte ci sono fumetti o film che offrono ottimo intrattenimento, ma che pure, dopo un lasso di tempo più o meno lungo, dimentichiamo completamente.

Altri, invece, restano con noi a lungo. Ci ripensiamo, li rileggiamo (o riguardiamo) volentieri, ci sono cari e fanno parte di noi.

Ci hanno lasciato qualcosa, il che non significa necessariamente che ci abbiano dato una lezione *morale*:

potrebbe anche essere una riflessione, un dubbio, un punto di vista diverso sulle cose. In ogni caso, ci hanno dato una cosa che prima non avevamo.

Per questo insisto sempre tanto sul fatto che una storia deve essere in qualche modo *necessaria*: una non vale l'altra, dentro dev'esserci qualcosa a cui tengo e che voglio condividere, altrimenti sarà soltanto un innocuo passatempo, facilmente dimenticabile.

Devo capire

Una storia ci emoziona profondamente se capiamo cosa sta succedendo. Ne comprendiamo la logica, la relazione fra le parti, la concatenazione di causa ed effetto. Se a un certo punto perdiamo il filo e non sappiamo più cosa stia succedendo, perché i personaggi agiscano in quel modo o chi siano, facilmente abbandoniamo quella storia. Non ci coinvolge più perché non la capiamo.

Certo, esistono autori di indubbio valore che ignorano questo principio: il grande fumettista e illustratore Moebius dichiarò alla fine degli anni 70 che "Non c'è nessuna ragione perché una storia sia come una casa con una porta per entrare, finestre per guardare gli alberi e un caminetto per il fumo. Si può immaginare una storia a forma di elefante, o di campo di grano o di fiammella di un fiammifero".

Le sue storie brevi sono squarci su mondi e situazioni surreali, che lo resero uno degli autori più amati e imitati dai fumettisti di tutto il mondo. Tuttavia, queste storie vivevano del talento grafico del loro autore, della sua capacità di creare interi mondi, non a caso prestata anche al cinema in più di un'occasione. Le storie *a forma di elefante* possono certamente avere un *valore artistico*, ma non sono popolari, non hanno cioè la capacità di parlare a un pubblico ampio. Il che non significa assecondare i gusti del pubblico, anche perché nessuno sa con precisione quali siano, ma cercare di essere capiti da quante più persone possibili.

Se vogliamo condividere la nostra storia, dobbiamo anche metterci dalla parte del pubblico, sforzandoci di essere comprensibili.