

in: *METIS*, 9 (1), pp. 205-228, 2002. (ISSN 1592-6311)

Vanda Lucia Zammuner e Viviana Cavarra

Le emozioni nei fumetti: un metodo di ricerca e una griglia di analisi

#### Riassunto

L'articolo presenta un metodo di ricerca e una griglia di analisi utili ad esaminare la rappresentazione delle emozioni nei fumetti. La griglia presentata si basa, a livello teorico, sulla teoria multicomponentiale delle emozioni. Di conseguenza, un aspetto in essa fondamentale è rappresentato dalla classificazione e relativa codifica dei vari aspetti da considerare nell'analisi della rappresentazione delle emozioni. Le varie sezioni specifiche della griglia riguardano, oltre alle emozioni stesse, gli indici più importanti - visivi, verbali e comportamentali - nel riconoscimento delle emozioni provate ed espresse dai personaggi dei fumetti (comics). La griglia viene discussa in rapporto ad una ricerca già effettuata che ha considerato la rappresentazione delle emozioni in un ampio campione di fumetti di produzione italiana del 1999 e del 1989, di cui vengono accennati alcuni risultati.

#### Abstract

The paper presents a research method, and a content coding schema, that was developed to analyze the representation of emotions in the comics media. The discussed coding schema was constructed with reference to a multicomponential theory of emotion theoretical framework. Therefore, a crucial aspect of the schema is the classification, and related coding categories, of the various aspects that need to be taken into account in an analysis of emotion representations. Different schema sections code, in addition to categories related to the nature of emotions as such, the most salient visual, verbal and behavioral cues that permit the recognition of emotions that are felt and expressed by characters in the comics. The various components of the coding schema are discussed in relation to a study that was carried out by the authors on emotion representations in a large sample of comics publications produced in Italy in 1999 and in 1989; partial results of this study are reported for illustrative purposes.

Vanda Lucia Zammuner e Viviana Cavarra

### Le emozioni nei fumetti: un metodo di ricerca e una griglia di analisi

Parleremo in questo articolo delle emozioni nei fumetti, presentando un metodo di ricerca - e una griglia di analisi - utile ad esaminare questo connubio. Che le emozioni abbiano un ruolo importante nella nostra vita è fuor di discussione, ma, in caso avessimo dei dubbi sulla loro centralità, basterebbe prestare un pò d'attenzione ai media; ad esempio, di emozioni si parla molto nelle rubriche, sia di quotidiani che di riviste, dedicate alle lettere dei lettori. Di libri *sulle* emozioni si vanno riempiendo sempre più gli scaffali delle librerie e i chioschi delle edicole; nelle pubblicità degli ultimi due-tre anni, il termine "emozione" sembra essere un *must*, associato ai prodotti più vari, come in: "Essenzialità e luce. Per vivere una casa dell'emozione", "Emozioni viola. (...) le ricette a base di lavanda portano in paradiso il corpo e lo spirito", "Solo un impianto di alta qualità (...) ti regala l'opportunità di vivere una grande emozione", " (X, un'automobile). Per chi ha smesso di emozionarsi facilmente"; e così via. Ma di emozioni si nutrono soprattutto i 'produttori' e i 'consumatori' di arti quali pittura, cinema, teatro, e letteratura (e.g., Argenton, ; Levorato, 2000; Tan 1996), incluse quelle che potremmo considerare forme odierne di letteratura, ovvero i fumetti.

Il fumetto è un genere di letteratura piuttosto recente, considerato che la sua nascita è databile al 1895, con la comparsa del personaggio di "Yellow Kid" sulle pagine del quotidiano americano "New York World" (Brancato, 1994), anche se la storia dell'umanità è costellata fin da tempi remoti da esempi di immagini collegate a parole. Al giorno d'oggi, ne esistono varie tipologie, dai fumetti d'avventura a quelli 'famigliari', da quelli per adulti a quelli per adolescenti e bambini, da quelli 'd'autore' a quelli 'di massa' (vedi, ad es., Della Corte, 1961; Guerra, 1995). Ciò che tutti i fumetti condividono è il fatto di raccontare delle storie, degli eventi, in modo estremamente sintetico a livello verbale (poche le parole, riportate in didascalie e balloons che descrivono una situazione, o riportano ciò che dicono i personaggi, e a volte ciò che provano o pensano), ma molto ricco, a livello visivo, di immagini (statiche sì, ma, ad esempio, con linee cinetiche come artifici grafici per rappresentare il movimento). Queste prerogative del linguaggio del fumetto lo rendono unico e comportano che il lettore debba costruirsi una rappresentazione degli eventi narrati, ivi inclusa la conoscenza dei protagonisti di tali eventi (i personaggi), attraverso frammenti di "realtà", e che lo debba fare velocemente, se vuole 'godersi' il fumetto, senza peraltro poter avvalersi di molti elementi realistici caratteristici di altri medium, come la televisione, ugualmente caratterizzati da ritmi narrativi veloci. E' per questi motivi che il fumetto presenta caratterizzazioni molto marcate della realtà e dei personaggi che in essa agiscono, e lo fa utilizzando strumenti che ne facilitano il riconoscimento delle qualità più essenziali - ad esempio, la caricatura, l'uso di onomatopée, l'uso i segni di interpunzione per comunicare emozioni e stati d'animo, ecc. Per queste sue caratteristiche, cioè proprio perchè i concetti vengono espressi in esso mediante definizioni operative molto evidenti a livello dell'unità testo-immagine, possiamo dire che il fumetto si costituisce come un linguaggio di rappresentazione peculiare, molto precisamente definito, e contemporaneamente piuttosto vincolante - tutte caratteristiche che è necessario considerare nel definire le modalità di analisi dei suoi contenuti.

Come già accennato, presenteremo un metodo di ricerca - e relativa griglia di analisi operativa -

ideato quale strumento utile ad esaminare il connubio emozioni-fumetto. Perché studiare questo argomento?

Possiamo iniziare col dire che se la fortuna di un genere letterario si può basare sul numero di lettori, allora il fumetto è un tipo di letteratura molto amato. Per quanto ne sappiamo, il fumetto viene letto da varie fasce di popolazione, ma in particolare da quelle più giovani che trovano proprio in questo medium non solo un momento di divertimento, ma anche un luogo simbolico nel quale vivere 'modelli' possibili, eroi, figure immaginarie ma non per ciò meno reali. Possiamo ipotizzare anche che, se il fumetto è amato, lo è perché le storie che racconta risultano 'avvincenti'. Dobbiamo allora ipotizzare che, per essere avvincenti, è necessario che le storie non solo 'parlino' di eventi più o meno realistici, ma che lo facciano in modo 'emozionante', suscitando emozioni nel lettore, facendo cioè sì che il lettore si interessi alle sorti dei personaggi, si identifichi in essi, si interroghi circa lo sviluppo della storia, e così via. Dobbiamo allora ipotizzare anche che una lettura è 'emozionante' nella misura in cui 'risuona' nel lettore, e ciò avviene se rappresenta in modo adeguato gli eventi, in modo da permettere al lettore di capire ciò che avviene, perché avviene, e così via, se, in altre parole, la rappresentazione degli eventi del lettore coincide - perlomeno nei suoi punti essenziali - con l'intenzione rappresentativa di chi ha creato quel fumetto. Ciò dovrebbe comportare, tra le altre cose, non solo che il fumetto rappresenti in misura abbastanza frequente le emozioni dei suoi protagonisti, ma che lo faccia in modo che il lettore possa non solo capire di quali emozioni si tratta, ma capire perché quel protagonista prova quell'emozione, per quanto tempo la prova, con quale intensità, con quali conseguenze, e così via. A questo proposito si può ipotizzare infine che la convergenza nelle rappresentazioni del lettore da un lato, e di chi disegna e scrive il fumetto dall'altro, sia resa probabile e possibile dal fatto che ambedue le parti si rifanno - anche se con sensibilità spesso diverse, e in modi diversi - a teorie sulle emozioni condivise, vale a dire alle '*teorie ingenuie di emozioni*' che vigono in una data cultura in un dato momento storico (Zammuner, 1995a, 2000). L'analisi dei fumetti può dunque diventare un modo per accedere a tali teorie ingenuie sulle emozioni, dettagliandone i vari aspetti. Una ricerca sulle emozioni nei fumetti può comunque pur risultare interessante, noi pensiamo, anche semplicemente come ulteriore contributo di analisi su questo *medium* così affascinante - a quanto ci risulta, la relazione tra il fumetto e le emozioni non è mai stata infatti indagata empiricamente in precedenza, anche se esistono invece parecchi scritti sui fumetti, spesso pregevolissimi, in cui in una qualche misura si accenna a tale relazione, o la si ipotizza.

### Gli scopi della ricerca

Date le ipotesi esposte, la ricerca che abbiamo condotto si prefiggeva dunque di analizzare la rappresentazione delle emozioni nei fumetti studiando non solo e non tanto quali sono queste emozioni, poichè presumibilmente i fumetti ne rappresentano un'ampia gamma, ma soprattutto *in che modo* sono "convogliate", descritte in questo particolare medium. In altre parole, la ricerca si prefiggeva di analizzare e verificare l'esistenza dei principali tipi di relazione da un lato tra le varie *componenti* dell'emozione rappresentata (si assume qui che l'emozione sia un processo piuttosto che uno 'stato', e che abbia una natura multicomponentiale; vedi Zammuner 1995b) - dall'altro tra queste e variabili concettuali e sociali quali gli antecedenti delle emozioni stesse, il genere sessuale dei protagonisti, il loro ruolo nell'ambito

della storia narrata. Data la peculiarità della rappresentazione fumettistica, ci interessava mettere a fuoco quali sono gli indici - visivi, verbali e comportamentali - attraverso i quali le emozioni, i loro antecedenti, e le conseguenze dei processi emotivi vengono espressi, utilizzando un metodo che permettesse non solo un'analisi di tipo 'impressionistico', al livello di analisi puramente qualitativa, ma anche nei termini di un'analisi quantitativa, tale cioè da permettere di ottenere dati passibili di essere sottoposti ad analisi statistiche (e.g., frequenze, tavole di contingenza, analisi fattoriali su dati categoriali) i cui risultati permettono di rispondere in modo più analitico alle domande che ci ponevamo circa le relazioni indagate.

### Il campione di fumetti indagato: criteri e vincoli

Per raggiungere gli scopi della ricerca era necessario utilizzare un campione con caratteristiche ben definite. In particolare, dato il tema di ricerca, abbiamo ritenuto opportuno restringere l'universo in esame a fumetti di *produzione interamente italiana*. Questo criterio rispondeva soprattutto alla necessità di studiare una singola cultura, evitando tra l'altro in questo modo ambiguità teoriche ed empiriche quali quelle derivanti dalla non-equipollenza nelle traduzioni, o le differenze tra una cultura e l'altra nelle caratteristiche del mondo editoriale del fumetto (e.g., la natura di eventuali pressioni sugli autori, le preferenze per certi temi, ecc.) . Si è deciso inoltre di circoscrivere il tipo di fumetto indagato ad un singolo tipo, vale a dire ai *fumetti seriali pubblicati in albi* che si può ritenere abbiano un'alta tiratura (e.g., il fumetto *Dylan Dog*, parte del nostro campione, ha raggiunto anche un milione di copie al mese), ed *editi in uno stesso anno*, il 1999. Questi vincoli erano motivati dal desiderio di limitare il più possibile le fonti di variazione nelle rappresentazioni indagate. Poiché i fumetti si collocano in vari generi, abbiamo inoltre deciso di esaminare le emozioni in *generi di fumetto diversi*. Infine, quale scopo secondario ed esplorativo della ricerca, intendevamo anche analizzare se la variabile *tempo* influisce sulle rappresentazioni indagate, cercando cioè di fare un confronto diacronico: avendo scelto 10 anni quale arco temporale utile a tale scopo, ciò presupponeva scegliere come parte del campione albi che fossero stati pubblicati anche nel 1989.

In sintesi, il campione finale indagato è costituito da fumetti prescelti in base a più criteri, ma in presenza di vincoli posti dalla realtà del mondo dei fumetti. Più in particolare, per il campione del 1999 sono stati analizzati, quale popolazione o universo di riferimento, tre generi: i *fumetti d'avventura* (che comprende i sottogeneri avventura, supereroi, western, poliziesco-nero, militare, ecc.), per i quali abbiamo precelto "*Diabolik*" e "*Martin Mistère*", i *fumetti con 'eroi' o protagonista principale femminili*, comprendenti "*Julia*" e "*Legs Weaver*" (un genere scelto perchè ipotizzavamo che potesse differenziarsi in modi significativi da quelli con protagonisti maschi), e infine i *fumetti horror*, con la scelta di "*Dylan Dog*" e "*Brendon*". Per quanto riguarda infine lo scopo del confronto diacronico, dobbiamo precisare che, poiché molti fumetti hanno una "sopravvivenza" precaria, una longevità limitata, soddisfare questo scopo si è rivelato di non facile attuazione dato che abbiamo potuto analizzare solo il 50% delle testate scelte - in particolare, poichè dei sei fumetti elencati solo *Diabolik*, *Martin Mistère* e *Dylan Dog* erano pubblicati anche nel 1989, il nostro confronto nel tempo si è limitato ad essi (anticipiamo però qui che dal confronto temporale sono emerse poche differenze interessanti: i dati più eclatanti comprendono il maggior numero di emozioni rappresentate in proporzione nelle pubblicazioni del 1999 rispetto al 1989, e un certo

aumento, nel 1999, delle emozioni di rabbia, ma una lieve diminuzione di quelle di paura; per il resto i risultati sono piuttosto simili).

I soggetti veri e propri indagati nell'ambito della popolazione così definita sono stati prescelti effettuando un campionamento casuale semplice sulla lista di tutti gli albi disponibili (il problema della reperibilità del materiale è piuttosto cogente in questo campo, e nella nostra ricerca ha riguardato soprattutto l'annata 1989), e tenendo conto del fatto che avevamo deciso di analizzare *tre albi per ogni testata* - il campione totale indagato comprende 27 albi, 18 pubblicati nel 1999, e 9 nel 1989. Gli albi prescelti sono risultati avere un minimo di 98 pagine e un massimo di 130. In base alla lettura degli albi, e dunque in base ad un giudizio soggettivo (ma si veda sotto in che modo tale giudizio è stato emesso), in questo campione totale di albi abbiamo individuato 1777 *episodi emotivi* (1283 nel 1999 e 494 nel 1989), che dunque costituiscono le nostre unità di analisi: un *episodio emotivo* è qui definito come una 'parte di testo', o parte del fumetto, per così dire 'compiuta', che presenta cioè una propria unità e completezza; ad esempio, l'episodio è costituito dall'evento '*morte del personaggio X*' all'interno della storia. Sono questi episodi quelli ai quali è stata applicata la griglia di analisi da noi sviluppata.

#### La griglia di analisi delle emozioni nei fumetti

La costruzione della griglia di analisi delle emozioni nei fumetti è avvenuta individuando dapprima, e definendo poi in modo sempre più preciso, con un processo di tipo ricorsivo, un ampio insieme di variabili relative da un lato al tipo di oggetti analizzati, cioè i fumetti, e dall'altro alle emozioni.

Per quanto riguarda il medium, il fumetto, le variabili distinte da noi considerate, di cui dunque si sono annotati i valori, sono state tutte quelle che abbiamo reputato necessarie a permettere una chiara individuazione del soggetto (anche a scopo di eventuali controlli successivi). Abbiamo dunque codificato esplicitamente, oltre al *numero del soggetto*, ovvero il numero assegnato a ciascun singolo episodio, il *genere di fumetto* (e.g., Avventura), la "*identità*" del fumetto, ovvero il nome della testata (e.g., 1=Dylan Dog - il fumetto che è risultato avere il più alto numero di episodi emotivi in assoluto), il *numero* (ogni albo, proprio perché seriale, è numerato) e la *data di pubblicazione* dell'albo in cui si trova l'episodio in esame (l'annotazione dell'anno di pubblicazione serviva al confronto temporale che intendevamo effettuare tra i fumetti delle due annate che ci interessavano), il numero di *pagina in cui inizia l'episodio emotivo* considerato, e il *numero di vignette* (sia *totali* che *parziali*) che caratterizzano l'articolarsi di ciascun episodio emotivo - e.g., un episodio può essere raccontato in 3, 8, o 15 vignette in tutto; tipicamente solo un sottoinsieme di queste, composto di *n* vignette, rappresenta l'emozione in sé.

Per quanto riguarda le emozioni, il primo indice considerato riguarda le *emozioni*. Quelle prese in esame a priori nell'analisi comprendevano le emozioni cosiddette "di base" o primarie, e cioè *gioia, sorpresa, ansia, tristezza, paura, rabbia, disgusto* (e.g., D'Urso, Trentin, 1998) - si noti che il riconoscimento di tali emozioni ai fini dell'analisi è facilitato dal fatto che esiste un'ampia letteratura circa la loro espressione facciale, postura, ecc. tipiche. Un'analisi preliminare dei fumetti - fatta scegliendo dei fumetti a caso; e.g., *Dylan Dog, Il richiamo della foresta* - e la considerazione che vi sono altre importanti emozioni oltre a quelle di base nell'esperienza umana (e dunque anche come emozioni provate dai



<i>Gioia felicità amore passione</i>	17,8	10,4	5,9	17,0	39,3	9,6	100,0	135	7,6
<i>Sorpresa</i>	12,3	22,7	3,9	11,6	33,5	16,0	100,0	543	30,6
<i>Ansia angoscia tristezza depressione</i>	19,5	11,3	12,8	9,2	28,2	19,0	100,0	195	11,0
<i>Timore paura terrore</i>	17,6	14,8	8,7	10,9	31,0	17,0	100,0	393	22,1
<i>Dolore fisico</i>	13,5	16,6	12,9	17,2	20,2	19,6	100,0	163	9,2
<i>Irritazione rabbia</i>	16,6	9,8	12,6	15,4	35,4	10,2	100,0	325	18,3
<i>Disgusto, indignazione ribrezzo</i>	8,7		8,7	8,7	69,6	4,3	100,0	23	1,3
<b>Freq. testate</b>	276	276	152	227	576	270	100,0	1777	100
<b>% testate</b>	15,5	15,5	8,6	12,8	32,4	15,2	100,0		

Il fatto di prendere in considerazione un medium come il fumetto ci permette (e ci obbliga) di utilizzare per l'analisi una varietà di indici adeguati a tale mezzo. La nostra griglia prevedeva in effetti di analizzare gli *indici verbali* presenti nei balloons e nelle didascalie. Più in particolare, tali indici si articolano nella nostra griglia in più tipi: *etichette emozionali*, come paura o gioia, o *sinonimi di termini emozionali*, termini che vengono usati sia da parte di chi prova l'emozione, sia da parte di chi semplicemente ne parla; *perifrasi*, ovvero giri di parole, discorsi mirati a rendere esplicita l'emozione provata nel contesto; infine, vi sono i *segni speciali*, tipici di tale medium, cioè artifici particolari come il neretto o i segni di interpunzione -!?- al posto delle parole (vedi la griglia riportata in Appendice). I risultati della ricerca hanno mostrato che, coerentemente con le caratteristiche peculiari di questo medium, sono proprio i segni speciali e le perifrasi gli indici privilegiati per l'espressione delle emozioni, al contrario di etichette e sinonimi che invece sono piuttosto rari nei fumetti che abbiamo analizzato.

Ancora più importanti ai fini dell'analisi sono gli *indici visivi di emozione*, ossia tutto ciò che si può rilevare dalla rappresentazione grafica nella vignetta. Abbiamo suddiviso questi indici in tre categorie: 1. il *viso*, che può essere rappresentato in maniera parziale, totale, oppure non rappresentato; 2. l'*espressione del viso*, che può essere prototipica dell'emozione provata, non prototipica, oppure assente (ad es., quando la persona è disegnata di spalle); 3. il *corpo*, che presenta le stesse categorie di analisi del viso. Per delineare i canoni di prototipicità delle espressioni, ci siamo basate sulla letteratura riguardante le espressioni facciali delle emozioni. L'argomento viene affrontato da diversi autori (fra i quali citiamo Ekman e Friesen - 1978 - per i numerosi studi che vi hanno dedicato) che evidenziano l'importanza delle due aree del viso – quella superiore formata da fronte, sopracciglia, occhi e quella inferiore in cui sono compresi il naso e la bocca – e dei movimenti dei muscoli facciali come indici utili nell'espressione e nel riconoscimento delle emozioni. La letteratura sull'argomento ci ha permesso di definire una lista di segni espressivi - concisa, e dunque un pò semplicistica - molto utili nell'identificazione delle emozioni provate dai personaggi dei fumetti analizzati - gioia, felicità: occhi aperti, sorriso o bocca aperta; amore, passione: occhi socchiusi, sorriso o bocca socchiusa; sorpresa: occhi e bocca spalancati, ma anche sguardo fisso, fronte aggrottata; ansia, angoscia: smorfia del volto, angoli esterni degli occhi rivolti verso il basso;

tristezza, depressione: occhi socchiusi, lacrime, angoli della bocca rivolti all'ingiù; timore, paura, terrore: occhi e bocca spalancati, sudore sulla fronte (frequente); dolore fisico: occhi chiusi, naso arricciato, smorfia della bocca; irritazione, rabbia: fronte aggrottata, occhi aperti, smorfia della bocca; disgusto, indignazione, ribrezzo: fronte aggrottata, naso arricciato, occhi serrati, smorfia della bocca. I nostri risultati hanno mostrato che nella maggior parte degli episodi emotivi quando i personaggi provano un'emozione il viso è rappresentato totalmente mentre il corpo lo è in modo parziale. L'analisi ha inoltre mostrato che l'espressione del viso è per la maggior parte dei casi prototipica dell'emozione provata, un'altra conferma che il fumetto tende a rappresentare le emozioni in modo che possano essere 'colte' (decodificate) dal lettore molto velocemente e senza ambiguità. In sintesi, gli indici visivi citati sono stati molto utili nell'individuazione delle emozioni, il che non stupisce dato che i fumetti, per loro stessa natura, sono essenzialmente un *medium* visivo, come abbiamo detto in precedenza. Il testo che accompagna le vignette viceversa tende generalmente a fornire informazioni di fatto già supplete in larga misura dai disegni stessi, risultando essenziale per la comprensione delle emozioni espresse solo in alcuni casi - un aspetto questo dei fumetti che probabilmente contribuisce a spiegarne il grado di diffusione tra i più giovani.

Nell'analisi delle emozioni hanno un ruolo importante anche le reazioni comportamentali, cioè come il personaggio reagisce all'evento emotivo, come esprime l'emozione provata, o le sue conseguenze, in termini di *comportamento*. Poiché il fumetto è, come abbiamo detto, una narrazione di eventi, e spesso una narrazione di azioni che si susseguono a ritmo serrato, la griglia di analisi che abbiamo sviluppato (come sempre, con un lavoro che ha di fatto comportato varie fasi di messa a punto sempre più adeguate ai nostri scopi) comporta l'individuazione di una serie di comportamenti piuttosto articolata, onde permettere di rilevare se alle emozioni analizzate corrispondessero comportamenti specifici, e di quale tipo. Alcuni di questi comportamenti sono risultati legati a specifiche emozioni, come preciseremo ora, mentre altri non presentano frequenze differenziate in rapporto a questa o quella emozione: 1. non è presente nessun comportamento; 2. voltarsi, fissare, guardare attorno, indicare qualcosa o qualcuno (estremamente frequente nei casi in cui il personaggio prova *sorpresa*); 3. ridere, sorridere (*gioia*); 4. piangere, disperarsi, lamentarsi, cadere (*dolore, tristezza*); 5. urlare, chiedere aiuto (*paura*); 6. imprecare, insultare, litigare, minacciare, sbattere i pugni (soprattutto *rabbia*, ma anche *sorpresa*); 7. consolare, aiutare, soccorrere, accorrere con intenti positivi; 8. baciare, abbracciare, accarezzare, fare l'amore (*gioia, amore*); 9. evitare qualcosa o qualcuno, andarsene, fuggire, coprirsi il volto (*paura*); 10. inseguire con intenzioni violente, aggredire, ferire, uccidere (quasi esclusivamente *rabbia*); 11. tremare, sudare, svenire (*paura*, ma anche *ansia* e *disgusto*); 12. raccontare, ricordare, richiamare l'attenzione, salutare; 13. dare ordini, obbligare qualcuno a fare qualcosa, allontanare qualcuno (*rabbia, paura*); 14. leggere, chiedere spiegazioni (*sorpresa, paura*); 15. porgere, lanciare, gettare qualcosa (*rabbia, paura*); 16. bloccare, afferrare, trascinare, prendere qualcosa o qualcuno (*rabbia, paura*); 17. cercare di modificare la situazione (azioni varie: es. sfondare una porta chiusa ...). L'analisi di tali comportamenti in riferimento alle diverse testate ha mostrato, ad esempio, che in quasi il 50% degli episodi di *Diabolik* non è attuato alcun comportamento emotivo, mentre rispetto ad altre testate *Diabolik* presenta una frequenza molto alta della categoria 8 (baciare, abbracciare, accarezzare, ecc.); viceversa, *Legs Weaver* si caratterizza per la frequenza proporzionalmente molto alta rispetto alle altre testate di

comportamenti della categoria 6 (imprecare, insultare, litigare, ecc.), e ambedue Martin Mistère e Bredon per i comportamenti della categoria 2 (voltarsi, fissare, guardare attorno, ecc). Anche questo semplice accenno ai dati comportamentali mostra che essi sono molto utili a caratterizzare che tipo di rappresentazioni vengono proposte dai diversi fumetti.

Vi sono ulteriori aspetti importanti delle esperienze emotive che è utile indagare al fine di ottenere una descrizione più adeguata delle loro rappresentazioni nei fumetti. In particolare, la nostra griglia prevede la possibilità che l'emozione rilevata in un singolo episodio emotivo non sia l'unica, ma semplicemente la più evidente: a livello teorico la *compresenza*, o la velocissima successione, di più stati emotivi è del tutto ipotizzabile (e.g., Zammuner, 1995a) - un personaggio può provare *contemporaneamente* due o più stati emotivi, come sorpresa e paura, oppure ansia e rabbia; questa possibilità era stata inoltre rilevata nella fase preliminare di analisi, con il riscontro di casi in cui accanto ad una emozione più chiara, se ne intravedeva una meno palese. I primi risultati derivati dall'analisi in questi termini sembrano tuttavia evidenziare che questo fenomeno, pur presente, è infrequente nei fumetti: le frequenze maggiori per ogni emozione analizzata rappresentano situazioni in cui l'emozione provata è unica - le emozioni per le quali si verifica più spesso la compresenza di altre emozioni sono paura e sorpresa. In altre parole, potremmo dire che i dati confermano ancora una volta, ma da un'altra prospettiva, che il fumetti tendono a rappresentare le emozioni in modo semplice, senza sovrapposizioni di stati emotivi, un risultato probabilmente dovuto almeno in parte alla difficoltà oggettiva di rappresentare (graficamente) nel fumetto la compresenza.

Un'ulteriore variabile indagata riguarda le *conseguenze delle emozioni*: abbiamo cioè contemplato la possibilità che l'emozione *x* provata da un personaggio sia la causa diretta dell'emozione *y* provata sempre dallo stesso personaggio, o da un altro; per fare un esempio, potremmo citare il caso in cui la rabbia provata da un personaggio provoca la paura o la sorpresa in qualcun altro. I risultati per questa variabile hanno mostrato da un lato che i casi in cui tali conseguenze vengono rappresentate sono infrequenti (come è avvenuto per la variabile precedentemente discussa), dall'altro che, se si verificano, ciò avviene soprattutto in rapporto a rabbia, paura e sorpresa. Potremmo ipotizzare - ma l'ipotesi è naturalmente da verificare - che la relativa assenza di *conseguenze delle emozioni* sia dovuta ad una precisa scelta da parte degli sceneggiatori one ottenere effetti di maggiore suspense nel lettore.

Nel definire la qualità dell'esperienza emotiva giocano un ruolo importante - nella realtà, così come, presumibilmente, nei fumetti - l'intensità e la durata delle emozioni provate (e.g., Zammuner 1998). E' tuttavia arduo individuare nei fumetti indici oggettivi atti a misurare questi due aspetti. Invece di tralasciare l'analisi di entrambi questi aspetti, abbiamo deciso di avvalerci di dati soggettivi, utilizzando le nostre impressioni, sensazioni personali derivate dall'attenta lettura dei fumetti, senza dunque poter contare, se non a posteriori, su riscontri oggettivi. Più in particolare, l'*intensità*, come valore soggettivamente definito, poteva essere: 1. moderata; 2. intermedia; 3. forte. Similmente, la *durata* delle emozioni poteva essere: 1. breve (l'emozione raffigurata dura pochi secondi); 2. media (dura qualche minuto); 3. lunga (dura più di qualche minuto). Questi valori sono stati intenzionalmente limitati a tre soli intervalli, in quanto sembravano essere di più facile applicazione rispetto ad una scala più articolata. I risultati hanno mostrato che le emozioni rappresentate non sono quasi mai di intensità moderata, nè di lunga durata - la durata varia da un minimo di pochi secondi ad un massimo di più di qualche minuto, un

dato che si spiega anche considerando che, essendo lo spazio oggettivo per la rappresentazione così limitato, difficilmente le emozioni convogliano l'impressione di essere molto "durature". Questo risultato - che peraltro è coerente con quelle teorie sulle emozioni che sostengono che le emozioni per definizione hanno una durata breve (e.g., vedi D'Urso e Trentin, 1998) - sembra indicare che, privilegiando la quantità di emozioni provate dai personaggi 'a scapito' della loro durata, il fumetto convoglia un'impressione accentuata di dinamismo, avvicinando ed intrigando così il lettore.

Per verificare in modo più oggettivo, e forse in modo più congruo al medium considerato, l'articolazione o durata degli episodi emotivi e delle emozioni, abbiamo costruito un semplice indice basato sul conteggio delle vignette che li rappresentano, distinguendo, in particolare, tra il numero di *vignette totali*, quelle che rappresentano l'episodio emotivo nella sua totalità, indice che somma il numero di tutte le vignette di ogni episodio, comprese quelle che inquadrano particolari irrilevanti ai fini dell'identificazione dell'emozione in questione, e il numero di *vignette parziali*, ossia il numero di vignette in cui viene rappresentata l'emozione vera e propria provata da un personaggio, oppure elementi utili alla sua identificazione. Dopo aver ispezionato le frequenze ottenute, in una fase successiva i dati sono stati in parte ricodificati raggruppandoli e codificandoli in 5 categorie - numero di vignette totali: 1, 2, 3, da 4 a 6, e 7 o più vignette; numero di vignette parziali: 1, 2, 3, da 4 a 5, 6 o più vignette. I risultati ottenuti basati su questi parametri oggettivi hanno confermato i risultati emersi dai giudizi soggettivi di durata, e cioè che gli episodi emotivi sono in prevalenza brevi - rappresentati cioè perlopiù in 2 vignette 'totali' e 1 'parziale' - e che le emozioni differiscono per la durata tipica che hanno - le 'più lunghe' sono gioia, ansia, paura e rabbia, le 'più brevi' sono sorpresa, disgusto e dolore.

Infine, sempre per cercare di ovviare in qualche misura al fatto che questo tipo di ricerca ha comunque il limite di basarsi quasi esclusivamente su giudizi soggettivi ricavati dalla lettura dei fumetti esaminati, abbiamo ritenuto opportuno definire *in modo esplicito* il grado di *certezza del giudizio circa l'emozione rilevata*, categorizzandolo come: 1. poco certo - gli indici considerati indicano che l'emozione assegnata risulta nel complesso piuttosto ambigua; 2. abbastanza certo - vi sono solo lievi dubbi che l'emozione provata dal soggetto (quella rappresentata nell'episodio) sia quella rilevata nell'analisi; 3. sicuro - l'emozione provata dal personaggio è senza dubbio quella rilevata dall'analisi. Possiamo solo accennare qui al fatto che i risultati ottenuti con l'uso di questi giudizi - suffragati anche dai dati molto più oggettivi relativi all'espressione del viso del personaggio che prova l'emozione - indicano che l'individuazione è stata reputata sicura, o quantomeno abbastanza certa, nella grandissima maggioranza dei casi, e che solo gli albi del 1999 comprendono casi in cui l'individuazione è stata "poco certa" - il che fa pensare ad una minore ambiguità dei fumetti più vecchi, pubblicati nel 1989: essi sembrano ideati cioè in modo da rendere più comprensibili le emozioni espresse dai personaggi.

Tabella 2. Le emozioni rappresentate in rapporto al sesso dei personaggi (frequenze grezze F, e percentuali %).

Personaggi	Uomo		Donna		Coppia		Gruppo		% r	F	% c
	% r	% c	% r	% c	% r	% c	% r	% c			
Emozione	% r	% c	% r	% c	% r	% c	% r	% c			

Gioia felicità amore passione	26,7	3,2	20,7	5,7	40,0	49,6	12,6	29,8	100	135	7,6
Sorpresa	73,3	35,8	20,8	22,8	3,5	17,4	2,4	22,8	100	543	30,6
Ansia angoscia tristezza depressione	48,7	8,5	42,5	16,8	6,7	11,9	2,1	7,0	100	195	11,0
Timore paura terrore	53,4	18,8	38,4	30,4	2,8	10,1	5,3	36,9	100	393	22,1
Dolore fisico	82,2	12,0	16,6	5,4	1,2	1,8			100	163	9,2
Irritazione rabbia	68,9	20,1	27,7	18,1	2,8	8,3	0,6	3,5	100	325	18,3
Disgusto ribrezzo indignazione	78,3	1,6	17,4	0,8	4,3	0,9	0,0	0,0	100	23	1,3
% c, % r	100	62,7	100	27,9	100	6,1	100	3,2	100		100
F totali	1115		496		109		57			1777	

### Legenda

% r: Frequenza percentuale di riga; % c: Frequenza percentuale di colonna;

Per finire, e coerentemente con gli scopi di ricerca accennati in precedenza, poichè le emozioni vengono sempre provate da qualcuno - nel nostro caso, i protagonisti dei fumetti - la griglia prevede la codifica sia di *chi prova l'emozione*, sia del suo *ruolo* nell'ambito della storia narrata. Più in particolare, l'indice "chi" categorizza contemporaneamente il sesso del personaggio, e il fatto che si tratti di un solo individuo o di più individui, con le seguenti categorie: 1. *maschi* - i risultati mostrano che, essendo i personaggi più frequenti nei fumetti, risultano anche essere quelli che provano in assoluto più emozioni; 2. *femmine* - che proporzionalmente provano emozioni di paura molto più spesso dei maschi, mentre questi ultimi si stupiscono e si arrabbiano di più; 3. *coppie* - formate da maschio e femmina - che provano le emozioni affini alla gioia più delle altre categorie di personaggi ; e 4. *gruppi* - composti di più di due persone, purché non tutti dello stesso sesso (se erano dello stesso sesso, si assegnava la categoria relativa). I dati ricavati dall'analisi (vedi Tabella 2 per altri dettagli) sembrano quindi ricalcare una matrice piuttosto stereotipata delle differenze di *ruolo sessuale* (Bocchassi e Cavalli, 1990): un ruolo più passivo per le donne - benché in alcuni fumetti esse siano le principali protagoniste - che le porta a provare emozioni come la paura (ad esempio perchè vengono aggredite), ed un ruolo più assertivo, più attivo per gli uomini caratterizzati da alte frequenze di emozioni come la rabbia. Per quanto riguarda invece il ruolo che il personaggio ha nell'ambito della storia narrata, ci è sembrato utile differenziare tra: 1. *protagonista* - in pratica colui o colei che dà il nome alla testata, come *Dylan Dog* o *Julia*; 2.  *comprimario* - ovvero quei personaggi che, pur non protagonisti, sono presenti in quasi tutti gli albi di una testata con una parte rilevante nell'economia della storia, come la compagna di *Dylan Dog*; 3. *personaggio secondario* - cioè tutti i personaggi che non sono rientrano nelle due categorie precedenti. Paradossalmente sono proprio i personaggi secondari a provare il numero in assoluto più alto di emozioni rispetto alle altre categorie di personaggi, ma ciò può essere facilmente spiegato tenendo conto del fatto che essi sono anche sensibilmente più numerosi. E' invece interessante il fatto che i comprimari, pur essendo in numero maggiore rispetto ai protagonisti, siano meno coinvolti di questi ultimi in situazioni emotive - si ricordi però che quando una stessa emozione è provata da più persone contemporaneamente, essa viene assegnata

a ciascuna di tali persone, e dunque associata al ruolo che ciascuna ricopre nell'ambito del fumetto (e.g., se un criminale minaccia Dylan Dog e il suo assistente Grucho, la paura viene conteggiata per ambedue i ruoli: protagonista e comprimario).

#### Un breve commento conclusivo

In sintesi, abbiamo scritto questo contributo pensando che il metodo di ricerca da noi utilizzato, e in particolare la griglia di analisi sviluppata, possano essere ritenuti utili da un lato a fornire indicazioni, suggerimenti, circa alcuni modi possibili di affrontare i messaggi complessi, dall'altro a mettere in luce, in modo fondato, alcuni aspetti estremamente interessanti - quelli più emozionanti! - di quel particolare medium che è il fumetto. I risultati emersi nella nostra ricerca (Zammuner e Cavarra, 2001), ai quali qui abbiamo solo potuto fare qualche accenno, ci pare confermassero questa nostra aspettativa. Ci resta solo da augurarci che qualcun altro voglia utilizzare questo metodo applicandolo a tutti quei 'soggetti' - i fumetti, ma, perché no?, anche ai loro lettori - che noi non abbiamo ancora analizzato, apportando, se necessario, delle modifiche alla griglia in modo che sia funzionale agli specifici scopi della ricerca che si intende condurre. La griglia di analisi che riportiamo in Appendice è una esemplificazione del metodo di codifica dei dati su cui si è basata la nostra ricerca (abbiamo ommesso alcune variabili, come l'identità dell'episodio emotivo, il numero dell'albo, ecc., che servono soprattutto alla verifica successiva dell'analisi, o a confronti con ulteriori campioni): proponiamo questa griglia quale sintesi operativa del nostro lavoro, e come potenziale incentivo a lavori futuri nella direzione da noi intrapresa.

## Riferimenti bibliografici

- Argenton, ; A. (1996), *Arte e cognizione*, Raffaello Cortina, Milano
- Boccassi, U. , Cavalli, A. (1990). *Le Donne di Carta*. WR Ediprint s.r.l., Alessandria
- Brancato, S. (1994). *Fumetti. Guida ai Comics nel Sistema dei Media*. Datanews Editrice, Roma.
- D'Urso, V. , Trentin, R. (1998), *Introduzione alla psicologia delle emozioni*, Laterza, Roma.
- DELLA CORTE, C. (1961), *I fumetti*, Mondadori, Verona.
- Ekman, P., Friesen, V. (1978). Facial Action Coding System. Consulting Psychologists Press, Inc., Palo Alto, California.
- GUERRA, M. (1995), *Storia del fumetto*, Tascabili economici Newton, Roma.
- Levorato, M.C. (2000), *Le emozioni della lettura*, Il Mulino, Bologna.
- SHAVER, P., SCHWARTZ, J., KIRSON, D. AND O'CONNOR, C. (1987), Emotion knowledge: Further exploration of a prototype approach, *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1061-1086.
- Tan, E.S. (1996). *Emotion and the structure of narrative film. Film as an emotion machine*. Erlbaum, Hillsdale, N.J.
- Zammuner, V. L. (1995a), Naive Theories of Emotional Experience: Jealousy. In J. A. Russell, J. M. Fernandez Dols, A. S. R. Manstead e J. C. Wellenkamp (a cura di), *Everyday Conceptions of Emotion: An Introduction to the Psychology, Anthropology and Linguistics of Emotion*, pp. 435-456, Kluwer, Dordrecht .
- Zammuner, V. L. (1995b), *Le Emozioni*, In Arcuri, L. (Ed), *Manuale di Psicologia Sociale*, Il Mulino, Bologna.
- Zammuner, V. L. (1998), Concepts of emotion: 'Emotionness', and dimensional ratings of Italian emotion words, *Cognition and Emotion*, 12, 243-272.
- Zammuner, V. L., (2000), Men's and women's lay theories of emotion, In A.H. Fischer (Ed.), *Gender and emotion*, pp. 48-60, Cambridge University Press, Cambridge.
- Zammuner, V. L., Cavarra V. (2001). *La rappresentazione delle emozioni nei fumetti*. Università di Padova, manoscritto in corso di revisione.

Appendice  
Esemplificazione della griglia di analisi

<b>Variabile</b>	<b>Valore e spiegazione delle variabili</b>
Data di pubblicazione dell'albo esaminato	Mese e anno in cui il dato numero del fumetto in esame è stato pubblicato la prima volta; Per es.: 0199: gennaio 1999
Genere del fumetto	Per es.: 1= fumetto d'avventura, ..., 3= fumetto horror
Pagina in cui inizia l'episodio emotivo preso in esame	Viene segnato il numero della pagina in cui ha inizio l'emozione Es: Quando la colonna riporta il numero 32, vuol dire che l'episodio emotivo in questione inizia alla pag. 32
Numero di vignette dell'episodio emotivo nella sua totalità	Viene segnato il numero di vignette in cui si sviluppa l'emozione Es: il numero 5 vuol dire che l'emozione in questione occupa 5 vignette
Numero di vignette in cui si manifesta l'emozione presa in esame	Viene segnato solo il numero di vignette in cui l'emozione rilevata è chiaramente espressa; Es: il numero 3 vuol dire che l'emozione vera e propria occupa 3 vignette
Evento che scatena l'emozione; il personaggio percepisce:	1= una novità; Es: Dylan Dog vede un ex compagno di scuola a casa di un amico; 2= la perdita di qualcuno o di qualcosa importante; Es: Diana Lombard crede di essere stata avvelenata; 3= il raggiungimento di un obiettivo prefissato; Es: Martin Mistère e i suoi amici entrano in possesso di un libro molto importante; 4= un ostacolo per i propri scopi; Es: Dopo aver aperto una cassaforte, Diabolik sente scattare l'allarme; 5= una minaccia; Es: Martin Mistère vede che degli yeti stanno assalendo il suo accampamento; 6= una situazione incerta da cui si sente minacciato; Es: Un uomo non riesce a comprendere perché è stato aggredito e quale sarà il suo futuro; 7= un desiderio; Es: Diabolik vede la compagna Eva Kant; 8= la violazione di norme morali; Es: Il commissario Bloch vede il cadavere di un ragazzino.
Emozione presa in esame	1= gioia felicità amore passione; Es: Brendon vede dopo tanto tempo un vecchio amico; 2= sorpresa; Es: L'ispettore Bloch da' una notizia inaspettata a Dylan Dog; 3= ansia angoscia tristezza depressione; Es: Legs Weaver scopre che un ragazzo che deve proteggere è ferito; 4= timore paura terrore; Es: Julia viene aggredita da un assassino; 5= dolore fisico; Es: Leo viene picchiato da alcuni uomini; 6= irritazione rabbia; Es: Martin Mistère non riesce a trovare degli indizi; 7= disgusto indignazione ribrezzo; Es: Una cliente di Dylan Dog ha delle visioni di un omicidio
Il personaggio che prova l'emozione è un protagonista del fumetto	0= no; 1= si (Es: il personaggio che prova l'emozione è Diabolik, protagonista dell'omonimo fumetto)
Il personaggio che prova l'emozione è un comprimario del fumetto	0= no; 1= si (Es: Il personaggio che prova l'emozione è Java, comprimario del fumetto Martin Mistère)
Il personaggio che prova l'emozione è un personaggio secondario del fumetto	0= no; 1= si (Es: il personaggio che prova l'emozione è un cliente che si rivolge a Dylan Dog)
Compresenza di più stati emotivi nello stesso personaggio	0= no; 1= si (il personaggio, oltre all'emozione identificata, ne prova anche altre contemporaneamente)
Sesso del/i personaggio/i	1. uomo; 2. donna; 3. coppia (un uomo e una donna); 4. gruppo (Es, due donne e un uomo)
Il volto del personaggio che prova l'emozione è:	0= assente (nella vignetta non si vede il viso del personaggio o non se ne distinguono bene le componenti); 1= parziale (nella vignetta si vedono solo dei particolari del viso); 2= tutto (nella vignetta è disegnato tutto il viso)
L'espressione del viso del personaggio è:	0= assente (il viso non è disegnato nella vignetta); 1= non prototipica (l'espressione del volto non è caratteristica dell'emozione provata); 2= prototipica ( <u>Gioia, felicità</u> : occhi aperti, sorriso o bocca aperta; <u>Amore, passione</u> : occhi socchiusi, sorriso o bocca socchiusa;

	<p><u>Sorpresa</u>: occhi e bocca spalancati, sguardo fisso, fronte aggrottata; <u>Ansia, angoscia</u>: smorfia del volto, angoli esterni degli occhi rivolti verso il basso; <u>Tristezza, depressione</u>: occhi socchiusi, lacrime, angoli della bocca rivolti all'ingiù; <u>Timore, paura, terrore</u>: occhi e bocca spalancati, sudore sulla fronte (frequente); <u>Dolore fisico</u>: occhi chiusi, naso arricciato, smorfia della bocca; <u>Irritazione, rabbia</u>: fronte aggrottata, occhi aperti, smorfia della bocca; <u>Disgusto, indignazione, ribrezzo</u>: fronte aggrottata, naso arricciato, occhi serrati, smorfia della bocca)</p>
Il corpo del personaggio che prova l'emozione è:	0= assente (nella vignetta non si vede il corpo); 1= parziale (nel disegno viene rappresentata solo una parte del corpo); 2= tutto (nel disegno viene rappresentato tutto il corpo)
Indice verbale: uso dell'etichetta specifica o di un sinonimo dell'emozione	0= assente; 1= presente (Es: "che sorpresa!", "ti amo", "con il suo comportamento mi ha spaventato")
Indice verbale: uso di perifrasi che indicano l'emozione provata dal personaggio	0= assente; 1= presente (Es: "mi fai stare bene", "quel rumore mi ha fatto sobbalzare")
Indice verbale: uso di segni speciali per rappresentare l'emozione provata	0= assente; 1= presente (Es: "?!?", "...", uso del neretto per evidenziare parole chiave, ecc)
Reazione comportamentale del personaggio che prova l'emozione:	0= nessun comportamento; 1= voltarsi, fissare, guardarsi attorno, lasciar cadere qualcosa, essere impietrito... (caratteristico delle sorpresa); 2= ridere, sorridere, applaudire... (caratteristico della gioia); 3= piangere, disperarsi, lamentarsi, cadere... (caratteristico della paura); 4= urlare, chiedere aiuto, scusa, pietà...(tipico della paura); 5= imprecare, insultare, litigare, ribollire...(caratteristico della rabbia); 6= consolare, aiutare, soccorrere...; 7= baciare, abbracciare, accarezzare, fare l'amore (tipico della gioia); 8= evitare, andarsene, fuggire, proteggersi...; 9= inseguire, ferire, aggredire, uccidere, urtare, sparare... (caratteristico della rabbia); 10= tremare, sudare, svenire (tipico della paura); 11= raccontare, richiamare l'attenzione, salutare, ricordare...; 12= dare ordini, obbligare qualcuno a fare qualcosa, scacciare...; 13=leggere, esaminare, chiedere spiegazioni...; 14= passare, porgere, gettare...; 15= bloccare, afferrare, trascinare, prendere...; 16= cercare di modificare la situazione...
Durata soggettiva dell'emozione rilevata	1= breve (dura pochi secondi); 2= intermedia (qualche minuto); 3= lunga (più di qualche minuto)
Conseguenze dell'emozione provata dal personaggio su altri stati emotivi	0= no; 1= si (Es: l'emozione "rabbia" provata da Diabolik incute l'emozione "paura" o "sorpresa" in una sua vittima)
Intensità soggettiva dell'emozione rilevata	1= moderata (gli indici di identificazione dell'emozione sono scarsamente rappresentati); 2= intermedia (gli indici di identificazione dell'emozione sono abbastanza marcati); 3= forte (gli indici di identificazione dell'emozione sono assai marcati)
Grado di certezza dell'emozione rilevata	1= poco certa (l'emozione risulta piuttosto ambigua attraverso l'analisi di tutti gli indici); 2= abbastanza certa (ci sono lievi dubbi che l'emozione provata dal soggetto sia quella rilevata dall'analisi); 3= sicura (l'emozione provata dal personaggio è senza dubbio quella rilevata dall'analisi)