

Comics are art. Just funnier

L'arte del fumetto secondo JWT

Federica Pellati

Nel 2007 l'agenzia JWT realizza una campagna per il MUF – Museo del Fumetto di Lucca – con l'obiettivo di far acquisire credibilità e autorevolezza al museo, in modo particolare agli occhi di un pubblico riluttante a considerare il fumetto una forma d'arte. Protagonisti dei soggetti *Scream* e *Nativity* sono due classici della pittura: *L'urlo* di Edvard Munch e la *Sacra Famiglia* di Andrea del Sarto (Palazzo Barberini). I creativi, infrangendo l'aura di sacralità che circonda le due opere, intervengono inserendo in ciascun dipinto un balloon – la 'nuvoletta' destinata a contenere i dialoghi nei fumetti – trasformandolo così in vignetta.

Il nuovo connubio tra testi e immagini stravolge il significato originario, tragico e serio, delle scene rappresentate, e ne propone una nuova lettura in chiave ironica. *L'urlo* di Munch smette di essere un urlo di angoscia esistenziale per diventare l'urlo di spavento provocato da uno scherzo. L'e-



spressione pensosa di San Giuseppe associata alle parole "he doesn't look like me..." esplicitano invece una riflessione dissacrante sull'incarnazione di Cristo.

Nel 2008 JWT sviluppa il *sequel* della campagna MUF. I soggetti sono tre: *The shot*, *The waking up* e *The bill*. Al centro della campagna si trovano nuovamente opere d'arte celebri: il *San Sebastiano* e il *Cristo morto* di Andrea Mantegna, *La morte di Marat* di Jacques-Louis David

I creativi in questo caso intervengono direttamente sulle immagini. I personaggi ritratti da Mantegna e David smettono i panni tragici per indossare quelli di protagonisti di episodi tragicomici: San Sebastiano è vittima di un Guglielmo Tell particolarmente maldestro, Marat muore dopo aver letto il conto esorbitante del *room service*, e Cristo torna a dormire dopo aver spento la sveglia.

Ogni episodio è narrato in una sequenza di immagini. Il linguaggio fumettistico fa incursione anche in questo caso, trasformando ciascun dipinto in una striscia: "Comics are art. Just funnier".





CREDITS

Agenzia JWT, Milano

Copy Bruno Bertelli, Paolo Cesano

Art Cristiana Bocassini, Flavio Mainoli

Illustrator Manlio Truscia