

Strappare lungo i bordi di genere. Strategia di resistenza alla maschilità egemone nella miniserie Netflix di Zerocalcare *

Antonella Capalbi**

Università di Modena e Reggio Emilia

Moving from the idea that gender is a creative social praxis, Men's Studies have highlighted how masculinity, far from being perceived and universal, has different dimensions. There are different ways of inhabiting masculinity, and different postures in relation to hegemonic models of masculinity. Within' this framework is the animated miniseries *Strappare lungo i bordi* by Zerocalcare, distributed by Netflix Italia in 2021. The series proposes a representation of gender identity in opposition to the model of hegemonic (Connell and Messerschmidt 2005) and normative (Kimmel 1995) masculinity, in accordance with plural masculinities (Connell 1995). Based on this theoretical framework, the aim of the paper is to analyze in depth (Eisenhardt 1989) the series, with specific reference to strategies of resistance and intolerance with respect to the hegemonic masculinity model. The analysis will also frame the series within the Netflix show schedule, which is characterized by an increasing focus on inclusion and diversity as a promotional strategy and as part of its brand (Jenner 2023). Specifically, the analysis intends to observe whether and how the editorial perspective of an international platform has influenced - from a gender perspective - the representation processes of a national series.

Keywords: Masculinities; Gender; Representation; Netflix; Zerocalcare

* Articolo proposto il 08/11/2023. Articolo accettato il 13/05/2024.

** antonella.capalbi@unimore.com

Gli studi sulla maschilità traggono linfa dalla definizione di maschilità plurali, proposta da Connell (1995), che per prima ha tematizzato il costrutto di maschilità egemone, rileggendolo e riaggiornandolo costantemente (Connell & Messerschmidt, 2005; Connell, 2014; Connell, 2016), anche in relazione alle diverse critiche mosse rispetto a questo framework interpretativo - tra le principali quella di Demetriou (2001).

Il quadro teorico proposto da Connell, e in generale dai Men's Studies, risulta particolarmente utile per analizzare in prospettiva di genere la serie tv *Strappare lungo i bordi*, distribuita da Netflix nel 2021 e realizzata da Zerocalcare. Oltre a essere un interessante prodotto di tipo intermediale realizzato a partire da uno dei più noti graphic novel dell'autore del 2011 (*La profezia dell'armadillo*), la serie propone in più punti una rappresentazione della maschilità in aperto contrasto con i modelli di maschilità egemone (Connell & Messerschmidt, 2005; Messerschmidt, 2022) o normativa (Kimmel, 1995), nel solco delle maschilità plurali (Connell, 1995).

Strappare lungo i bordi, infatti, racconta il difficile posizionamento del protagonista nel mondo degli adulti, di cui fatica a seguire i percorsi, non riuscendo a collocarsi in un contesto in cui non è sufficiente strappare correttamente lungo i bordi di un immaginario foglio di carta per costruire una figura di adulto completo. La narrazione costituisce un affresco animato di timori, ansie e preoccupazioni del suo protagonista, ma anche di una generazione, quella dei Millennials, che nella lettura proposta sembra far fatica a trovare il proprio posto nel mondo.

All'interno di questo affresco, Zerocalcare problematizza anche il suo ruolo di maschio adulto, restituendo una panoramica di pressioni derivanti dal dover aderire a modelli di maschilità egemone. La serie propone la rappresentazione di una maschilità non completamente a proprio agio rispetto alle aspettative di genere, risultando così un significativo caso di studio.

Muovendo da questo inquadramento teorico, si propone un'analisi in profondità (Eisenhardt, 1989) della serie, con specifico riferimento alla rappresentazione di strategie di resistenza rispetto al modello di maschilità egemone. In questo senso, livello ulteriore di analisi sarà relativo all'inquadramento della serie nel palinsesto di Netflix, che sempre di più ha reso *diversity* e *inclusion* parte della propria retorica autopromozionale (Jenner, 2023). Nello specifico, si intende osservare in che modo la prospettiva di genere abbia trovato spazio all'interno dell'ecosistema mediale (Pescatore, 2021) di cui la serie fa parte, a partire dalla cornice produttiva di riferimento.

Rappresentare le maschilità plurali

I *men's studies*, o *critical studies of men* (Hearn, 2004), hanno aperto una riflessione su come le identità maschili possano essere molteplici, dal momento che il genere risulta essere una prassi sociale creativa, motivo per cui maschilità e femminilità costituiscono

progetti di genere. Se è vero che donne non si nasce, ma lo si diventa (de Beauvoir, 1949), allo stesso modo “non si nasce nemmeno uomo, ma lo si diventa nutrendosi di aspettative sociali invisibilizzate che dicono come un uomo [...] dovrebbe muoversi, parlare, vestirsi, attraversare lo spazio pubblico, orientare le proprie preferenze e gusti (Abbatecola e Rinaldi, 2019, p. 7), compresi quelli sessuali e amorosi (Flood, 2008).

Muovendo da queste premesse, all'interno dei progetti di genere il costrutto della maschilità egemone costituisce il modello ideale (temuto, desiderato, fantasticato), da cui traggono vantaggio patriarcale anche gli uomini che non aderiscono apertamente a quel modello (Connell, 1995). Allo stesso modo, la maschilità normativa (Kimmel, 1995), in quanto standard socialmente stabilito, diventa il criterio per identificare devianza e/o normalità di pratiche compiute dagli uomini, in una data società e in un dato momento storico. Poiché dato per assodato, il costrutto di maschilità egemone risulta essere spesso invisibile, poiché normalizzato, e genera un effetto di percezione secondo cui il maschile, così inteso, risulterebbe neutrale (Oddone, 2020). Rendere evidente che dietro quella presunta oggettività si nasconde un modello, e diverse relazioni con quel modello, risulta essere la premessa per valutarne gli effetti anche in termini di differenze di potere non solo rispetto alle donne (Kimmel, 1995) ma anche tra gli stessi uomini (Messerschmidt, 2022), motivo per cui uscire dal *bias* androcentrico diventa cruciale per meglio comprendere anche la frastagliata geografia delle maschilità.

La maschilità egemone, dunque, risulta essere un costrutto con cui convivono altre maschilità - subordinate, marginalizzate, complici (Connell, 1995) - motivo per cui va sempre inquadrato all'interno dei processi di negoziazione che gli individui possono strutturare. In ottica processuale, il modello di maschilità egemone può essere costantemente aggiornato (Demetriou, 2001) e/o messo in discussione (Connell e Messerschmidt, 2005); in contrasto con l'idea che esista una struttura gerarchica di genere di tipo dicotomico e statico, figlia dell'impostazione bouerdieuvana (1998), “L'egemonia è dunque una relazione storicamente mobile” (Connell, 1996, p. 69). In questo senso, secondo un costante riaggiornamento del concetto in ottica globale e post-coloniale (Connell, 2014; 2016), risulta significativo valorizzare l'*agency* degli uomini che faticano ad aderire a quel modello.

Muovendo da queste premesse, l'analisi delle forme di rappresentazione delle maschilità trova spazio, dal momento che le immagini “rappresentano uno dei terreni fondamentali su cui competere per costruire socialmente le identità di genere, di etnia, di generazione, di classe sociale” (Tota, 2008, p. 21). Se è vero che la costruzione del genere è allo stesso tempo il prodotto e il processo delle sue rappresentazioni (de Lauretis 1989), si può dire che la percezione dell'identità di genere non è solo riflessa all'interno delle rappresentazioni audiovisive, ma ne risulta allo stesso tempo forgiata. All'interno della contemporanea società performativa (Abercrombie e Longhurst, 1998), la costruzione dell'identità individuale può essere connessa con l'esperienza spettatoriale (Scaglioni, 2006), considerando naturalmente l'*agency* degli spettatori nei processi di fruizione dei prodotti culturali (Jenkins, 2007; Larsen e Zubernis, 2012).

Il costruttivismo e la fenomenologia (Schutz, 1962; Berger e Luckmann 1966) hanno dimostrato che noi siamo le parole che ascoltiamo, ma allo stesso modo le immagini

costituiscono uno degli elementi primari della società contemporanea attraverso cui interpretiamo la realtà, motivo per cui la figuratività non è mai innocente (Floch 2002): non solo siamo le immagini che vediamo (Tota *et al*, 2023), ma quelle stesse immagini possono alimentare la costruzione della nostra identità. Un fatto estremamente amplificato in un contesto come quello contemporaneo caratterizzato da una forte dialettica tra mondo reale e mondo virtuale (Floridi 2014), in cui le piattaforme di streaming erogano contenuti fruibili in qualsiasi tempo e in qualsiasi spazio (Van Dijck *et al*, 2018). In questo senso, prima di passare all'analisi della serie a firma di Zerocalcare, risulta significativo inquadrarne le prospettive di rappresentazione nel contesto produttivo di riferimento: quello della piattaforma Netflix.

Quando la diversity diventa un brand: Il caso Netflix

Com'è noto, la piattaforma Netflix, nata nel 1997 come società di distribuzione online di video a noleggio, nel giro di due decenni si è guadagnata un posto tra gli OTT di settore, (Brembilla, 2018). Pur mantenendo in realtà player da tempo operanti nel settore, e pur non avendo di fatto il primato rispetto alla produzione di contenuti originali innovativi¹, grazie a un'attenta campagna promozionale (Barra, 2017) la piattaforma ha fatto di produzioni originali, interfaccia, prezzo, user-experience e recommendation i punti di forza della sua rivoluzione digitale (Barra, 2022), in aperta concorrenza soprattutto con le più tradizionali forme di palinsesto televisivo (Lotz, 2018), presentandosi «allo stesso tempo come espansione alla televisione ordinaria e come alternativa (per certi versi migliore) a essa» (Brembilla, 2018, p. 85). Stando a Jenner (2023), «binge-watching and 'quality' TV» (p. 139), risultano essere gli elementi cardine della strategia promozionale di Netflix sin da quando la piattaforma ha iniziato a produrre opere originali. In termini comunicativi, dunque, la strategia di Netflix si fonda da sempre sull'idea di (op)porsi come alternativa qualitativamente superiore soprattutto al sistema televisivo tradizionale, facendo dell'orizzontalità di consumo il perno attorno a cui si costruisce lo storytelling della piattaforma (Tryon, 2015).

Naturalmente non mancano letture critiche rispetto a quanto questa forma di fruizione all'apparenza più democraticizzata di fatto risulti guidata dagli algoritmi della piattaforma, che nel profilare gusti e interessi influenzerebbero molto le scelte di consumo tramite criteri di somiglianza rispetto ai contenuti fruiti in precedenza, non favorendo particolarmente l'eterogeneità del catalogo (Avezzù, 2017) e generando bolle di gusto, secondo una tendenza rilevabile anche in altri ambiti della comunicazione (Boccia Artieri e Marinelli, 2018). Inoltre, anche la strutturazione del catalogo per generi risulta essere mossa da una prospettiva editoriale (Cunningham e Craig, 2021) volta ad aggregare più nicchie possibile (Brembilla, 2021), motivo per cui Lotz (2017) propone l'utilizzo della definizione di "portale"

¹ Si pensi alla Second Gold Age delle tv via cavo come HBO, il cui slogan significativamente è stato "It's not TV. It's HBO" (Brembilla, 2021).

– o “giardino protetto” (wallet garden) (Barra, 2020) - in grado di sottolineare il ruolo sostanziale di intermediario della piattaforma, che organizza il palinsesto con una specifica prospettiva editoriale. In contrasto rispetto al mito dell'autonomia di fruizione paventato dalla piattaforma, dunque, il ruolo di intermediazione svolto da Netflix risulta infatti essere tutt'altro che neutrale, poiché “Netflix also clearly guides, or nudges, choices» (Jenner, 2023, p. 110). Il catalogo risulta presentato secondo una serie di filtri e categorie che rispondono anche al modello di business della piattaforma, il cui ruolo risulta particolarmente preponderante all'interno dell'esperienza di fruizione e anche nella costruzione di una prospettiva editoriale ben definita.

Nello specifico, rispetto alla prospettiva editoriale, si può osservare che Netflix abbia abbracciato sin dagli esordi l'intento di dare spazio a sguardi storicamente meno rappresentati, con particolare attenzione alla dimensione di genere e, più di recente, all'ottica intersezionale (Capalbi, 2022a; Jenner, 2023). Il motivo di questa scelta non prescinde da esigenze di posizionamento sul mercato (Asmar, Raats e Van Audenhove, 2023) e aderisce alla retorica autopromozionale costruita dalla piattaforma, che da sempre si presenta come *disruptive* dal punto di vista della progettazione dei contenuti e del palinsesto, per quanto stando alla lettura di Brembilla (2018) più che di rivoluzione si tratti di una naturale evoluzione delle precedenti modalità di produzione, distribuzione e fruizione.

Rispetto a questa analisi, ciò che risulta interessante osservare è che Netflix sembra attribuirsi anche una *disruption* del punto di vista nei processi di rappresentazione, proponendosi come contenitore di prospettive storicamente poco rappresentate nell'industria audiovisiva novecentesca (Capalbi, 2022b), pur essendo di fatto il proprio catalogo piuttosto “hollywoodcentrico” (Lobato, 2020, p.181). È possibile osservare, infatti, come Netflix abbia calibrato la propria strategia di marketing, ponendo un'attenzione particolare alle tematiche legate alla diversity. «The company has recalibrated its brand. Its emphasis now lies on the concept of diversity, aiming for a broad spectrum of experiences to be represented via Netflix texts» (Jenner, 2023, p. 23), in un'ottica inclusiva che corrobora la propria retorica autopromozionale (Brembilla, 2018),

Il nuovo paradigma valoriale più inclusivo a cui la piattaforma tende, dunque, sembra costituire parte del brand della piattaforma stessa, con potenziali ricadute culturali all'interno di un circuito, come quello della rappresentazione, in cui causa ed effetto si rincorrono. La prospettiva editoriale abbracciata da Netflix, seppur guidata da ragioni di carattere economico, contribuisce alla strutturazione di nuove forme di rappresentazione, che in maniera diversificata possono partecipare a un cambiamento culturale che

viene alimentato da un processo di immaginazione socializzata, il cui principale alimento sono appunto le immagini, le storie – in una parola – le risorse tratte dall'immenso serbatoio dei mezzi di comunicazione di massa. Sono i media, coi loro modelli di stile, coi loro racconti, con le icone e i suoni che attraversano e impregnano il mondo sociale, a fornire il carburante immaginativo essenziale per la vita quotidiana tardo moderna (Scaglioni, 2006, pp. 82-83).

Un fatto che risulta estremamente amplificato dalla dimensione visuale del racconto, considerando che, stando a Mitchell (2018), le immagini possono essere considerate «i mattoni dei nostri mondi psico-sociali» (p.244),

Strappare lungo i bordi: la serie Netflix di Zerocalcare

Alla luce del precedente inquadramento, non sembra casuale che la miniserie a firma di Zerocalcare abbia trovato collocazione proprio all'interno del palinsesto di Netflix, dal momento che il suo autore, Michele Reich, rappresenta una delle punte di diamante del panorama fumettistico italiano, capace di coniugare un'estetica di "contro-rappresentazione" a un linguaggio pop in grado di parlare a un pubblico mainstream.

Nello specifico, la serie sembra rispondere all'esigenza degli OTT come Netflix di "oscillare costantemente tra un appeal 'di massa' e uno 'di classe'" (Brembilla, 2021, p. 107), ma anche tra una dimensione internazionale e nazionale (Lobato, 2020). Se Netflix ha sicuramente una dimensione transnazionale, globale e cosmopolita, mantenendo la promessa digitale di abbattere la «tirannide della geografia» (Iordanova e Cunningham, 2012), allo stesso tempo è anche fondamentalmente nazionale per molti aspetti importanti (Lobato, 2020), poiché "Da un lato, le idee, i volti e i format circolano su scala più ampia, i pubblici dispersi entrano in relazione tra loro e sviluppano abitudini condivise. Dall'altro, la produzione locale rimane cruciale, il contesto istituzionale e normativo cambia da paese a paese, i competitor e il successo sono nazionali" (Barra, 2020), secondo una complementarità molto forte tra locale e globale (Lotz e Lobato, 2023). Nonostante la grande quantità di contenuti di derivazione statunitense, dunque, che secondo alcune letture contribuiscono a una forma di imperialismo culturale strutturato dalla piattaforma proprio sotto la bandiera della *diversity* (Salsabila, 2021), "lo schema generale è che le audience vogliono ancora la televisione nella propria lingua con volti familiari e storie culturalmente pertinenti" (Lobato, 2020, p. 235).

E in effetti la serie di Zerocalcare sembra rispondere perfettamente a quest'esigenza, dal momento che il suo autore ha alle spalle una produzione fumettistica molto ricca e di successo nel territorio italiano. Si tratta di una produzione che racconta un contesto estremamente definito: quello della periferia romana, dello *straight edge* e del punk-hardcore. Nella sconfinata produzione di Zerocalcare, esistono dei punti fermi, quali la connotazione politica – nel 2001 inizia la sua attività di fumettista realizzando un racconto a fumetti del G8 di Genova -, il sostegno esplicito ad alcune cause – come quella curda nell'albo intitolato *Kobane Calling* - l'appartenenza ai centri sociali e la lettura della realtà allo stesso tempo individuale e collettiva, intimistica e ironica, paranoica e luminosa. La carriera di Zerocalcare nasce dalla rete, e nello specifico sul suo blog dove pubblicava settimanalmente delle strisce, per poi passare all'editoria su carta nel 2011, quando pubblica il suo primo albo a fumetti con Bao Publishing: *La profezia dell'armadillo*.

La serie oggetto di quest'analisi risulta essere proprio la rielaborazione audiovisiva del *La profezia dell'armadillo*, già soggetta a una omonima trasposizione cinematografica nel

2018, andando a costituire ulteriore tassello di un ecosistema di derivazione (Pescatore, 2021, p. 27). Muovendo dal riferimento fumettistico, però, rispetto al film prodotto nel 2018, la serie animata proposta su Netflix è composta anche da episodi presenti in altre tavole o del tutto inediti. Nello specifico, risultano inedite proprio le sezioni oggetto di questa analisi, in cui Zerocalcare problematizza il suo ruolo di maschio adulto e le relative aspettative derivanti dall'adesione a un modello egemone, percepito come paradigma di riferimento a cui tendere e, proprio per questo, fonte di frustrazione, insofferenza e rinegoziazione.

Si può osservare, dunque, che l'impianto narrativo originario sia stato modificato una volta approdato sulla piattaforma Netflix, arricchendosi di sezioni inedite, con un taglio e una prospettiva di genere molto espliciti. In questo senso, la serie costituisce un interessante caso di studio, poiché permette di osservare come i processi produttivi di una piattaforma internazionale - con una prospettiva editoriale ben definita - intrecciano e possono influenzare un prodotto nazionale, che muove da un impianto narrativo originario strettamente legato al territorio di appartenenza. In questo senso, muovendo dal quadro teorico precedentemente illustrato, si propone un'analisi della serie in profondità (Eisenhardt, 1989), con particolare riferimento alle sezioni che risultano essere inedite rispetto all'impianto narrativo di partenza, osservando se e in che modo la prospettiva editoriale di Netflix fondata sulla *diversity* possa averne influenzato la costruzione in prospettiva di genere.

Strappare lungo i bordi di genere

Una suggestione rispetto alla prospettiva di genere viene offerta a partire dalla sigla che fa camminare il suo protagonista lungo i bordi di un immaginario foglio da tagliuzzare, in modo che venga fuori la figura di un adulto: non riuscendo a strappare correttamente lungo i bordi e deviando dalla strada tratteggiata, verrà fuori semplicemente l'immagine di Zerocalcare, che viene presentata come distante da quello che dovrebbe essere un modello di realizzazione. A livello visuale, l'aspetto interessante di una sigla molto evocativa sta nel modo in cui viene presentata quella che dovrebbe essere la figura ideale di adulto a cui Zerocalcare non riesce ad aderire: vediamo il ritaglio di un uomo muscoloso, sicuro, con le braccia spalancate in segno di potenza.



Questa rappresentazione contiene l'indicazione di ciò che nella serie verrà esplicitamente problematizzato: tra i motivi dell'inadeguatezza vissuta dal protagonista, c'è anche il fatto di non aderire alle aspettative di genere derivanti da un modello di maschilità "associata al senso di diritto al potere e alla pratica dell'identità come dominio" (Ruspini, 2003, p. 20). Risulta interessante osservare come questa inadeguatezza venga rappresentata a livello visuale tramite uno specifico riferimento al corpo, che si conferma non solo come oggetto della pratica sociale, ma anche come agente sociale, in quanto parte integrante dei processi di costruzione delle maschilità (Connell, 1995)

Uomini che amano le donne

L'influenza di modelli egemoni nel processo di costruzione della maschilità viene esplicitata già nel primo episodio della serie, quando viene descritto il primo incontro tra il protagonista e Alice, con cui costruirà una relazione in bilico tra amicizia e interesse romantico mai realmente sviluppato, motivo per cui diventerà causa di rimpianto una volta scoperta la notizia del suicidio della ragazza. Il primo incontro viene descritto come un colpo di fulmine:

"[...] Ero così innamorato che pensavo: sai che c'è? Ora a questa non je dico popo un cazzo de niente, senò divento rosso come n'aragosta, lei pensa che so' un sottone e invece devo sembrare supertruce, che non me ne frega 'n cazzo." (S1, E1)

Il motivo per cui è necessario mostrarsi freddo e distante, talmente tanto che Alice non coglierà mai l'interesse di Zero nei suoi confronti, è spiegato subito dopo con un'esplicita correlazione proprio con le influenze derivanti da un modello di maschilità egemone di tipo eteronormato:

"D'altronde la mia educazione sentimentale era influenzata da una scritta gigante al quartiere mio (Amare le femmine è da froci, *nda*) che era la sintesi perfetta tra la tradizionale omofobia di

borgata e la misteriosa eterofobia che nessuno ha mai visto con esattezza, ma che mi lasciava comunque piuttosto confuso.” (S1, E1)



In poche battute molto esplicite, l'autore sintetizza un elemento portante della costruzione della maschilità nel solco di quello che viene presentato come il modello dominante negli anni '80 della periferia romana: la necessità di mostrarsi attratti dal mondo femminile, ma non così tanto da poter essere associati a ciò che è femminile e quindi essere tacciati di omosessualità. In un'ottica eteronormata di tipo binario, che associa identità di genere e orientamento sessuale, le donne risultano essere oggetto del desiderio, a cui avvicinarsi senza però superare il confine tra i generi e senza abitare troppo quella femminilità. La contraddizione tra “la tradizionale omofobia di borgata e la misteriosa eterofobia” rilevata da Zerocalcare risulta essere la rielaborazione narrativa di quella che Flood (2002) definisce “ambivalenza eterosessuale” e che Mac An Ghail (1996) definisce “misoginia ambivalente”, motivo per cui la femminilità è allo stesso tempo oggetto di desiderio e disprezzo.

Risulta interessante osservare come questa stessa impostazione sia rilevabile all'interno del romanzo-saggio di Edoardo Albinati, *La scuola cattolica*, che indaga i processi di costruzione della maschilità in età adolescenziale nel contesto romano borghese degli anni '70: “Il vero contrario della mascolinità non era la femminilità bensì l'omosessualità: un confine pericoloso” (Albinati 2018, p. 146). Se il modello di maschilità egemone risulta essere eteronormato, l'omosessualità ne costituisce la vera minaccia, motivo per cui “Il giovane maschio va ulteriormente mascolinizzato. La mascolinità di cui dispone, in nove casi su dieci, è deforme, brancolante, incerta, va rimodellata e fissata. Se inclina verso il femminile, va raddrizzata e sviata” (Albinati 2018, p. 146). Stando a Fidolini (2019), la cornice eteronormata eterosessuale contribuisce al formarsi di maschilità egemoni, che si si rinsaldano reciprocamente, soprattutto in ambienti omosociali in cui si manifestano sguardi e attese rispetto a comportamenti maschili, anche nell'ottica di una competizione implicita in termini di maschilità (Bird, 1996) e un'influenza rispetto ai comportamenti da assumere nella sfera sessuale (Flood, 2008).

Pur con le dovute differenze rispetto ai contesti (quartieri periferici; quartieri residenziali)

e al periodo di riferimento (anni '80; anni '70), l'assonanza di riferimenti tra la serie audiovisiva di Zerocalcare e il romanzo di Albinati dimostra una certa pervasività di comuni modelli di maschilità egemoni, percepiti come normativi (Kimmel, 1995)² nei decenni di ambientazione delle narrazioni prese in esame

Dal binarismo di genere alla decostruzione degli stereotipi

Nella narrazione proposta, dunque, il confine di demarcazione tra i generi deve essere netto e assolutamente in ottica binaria. Questo elemento è perfettamente rappresentato all'interno di un episodio che mette in scena e poi decostruisce gli stereotipi di genere.

Zerocalcare si trova in un bar con la sua amica di infanzia Sara. Stanno per partire alla volta di Biella, dove si terranno i funerali di Alice. Zero ha bisogno di cambiare i pantaloni, motivo per cui Sara gli suggerisce di andare in bagno: proposta che diventa oggetto di derisione da parte del protagonista, che spiega in modo canzonatorio alla sua amica quanto sia ingenua la sua proposta dal momento che, se i bagni femminili costituiscono un Eden di ordine e pulizia, quelli maschili sono un terreno minato di sporco e germi, replicando il comune stereotipo di genere che associa alla femminilità una dimensione di grazia e alla maschilità una dimensione di rozzezza (Butler, 2013). La rappresentazione stereotipata si fa anche visiva, perché nella sua digressione immaginativa Zero immagina un bagno femminile profumato, luminoso e dominato dalle tinte rosa, laddove quello maschile risulta essere disgustoso, lugubre e cupo.



Questa rappresentazione visuale, che in ottica metanarrativa costituisce una rappresentazione dei più comuni stereotipi di genere, viene immediatamente rovesciata dalla sua amica Sara, che spiega a Zero quanto anche i bagni femminili possano risultare problematici e a sua volta lo sbeffeggia in quanto maschio dominante incline alla lamentela.

² Spallacci (2012) osserva come nell'ultimo decennio invece la cura del corpo, e in generale alcuni aspetti tipizzati come femminili, risultano sempre più integrati nelle pratiche di costruzione della maschilità, secondo la definizione di un nuovo modello di uomo (*new man*) attento alla dimensione emotiva e alla cura del corpo, molto presente a livello mediatico e nei processi di rappresentazione.

“Vorrei ribattere, ma mi sento scippato del mio sacrosanto e maschile diritto alla lagna (ma mi posso lamentare di questo quindi resto nella mia comfort zone)” (S1, E1).



La chiusa ironica - ma ancora una volta esplicita rispetto al tema delle maschilità-, infila con destrezza nell'economia narrativa della serie un punto di vista femminile in grado di decostruire la percezione derivante da una concezione stereotipata del rapporto tra i generi, confermando così l'interesse dell'autore a destrutturare costrutti culturali che vengono percepiti come granitici e indiscutibili.

Insofferenza e strategie di resistenza al modello di maschilità egemone

Che Zerocalcare muova dall'esplicita volontà di problematizzare i ruoli di genere, e nello specifico le aspettative che investono anche la parte maschile della società, risulta evidente da un'altra scena dal valore fortemente simbolico. Dopo essersi convinto a cambiare i pantaloni nel bagno dei maschi, Zero si dirige insieme a Sara alla sua macchina, per poter andare a prendere il treno che li porterà a Biella insieme a Secco, altro amico d'infanzia del protagonista. Nel corso del tragitto si buca una ruota dell'auto; stando alla lettura del protagonista, l'aspettativa sociale di genere rispetto al comportamento da assumere di fronte all'imprevisto è piuttosto elevata, motivo per cui è importante dimostrare di saper sostituire la ruota senza alcuna difficoltà.

Sulle prime l'operazione risulta facile, a tal punto che Zero chiede a Sara di scattargli una foto da inviare a suo padre. Questo elemento risulta particolarmente interessante per questa analisi: al contrario di quella della madre, la figura del padre di Zero risulta rara non solo nella miniserie, ma anche nelle sue produzioni fumettistiche fino al 2024³; eppure in questa situazione è al padre che si fa riferimento poiché, come esplicita lo stesso Zero,

³ Nel maggio del 2024 è uscito *Quando muori resta a me*, albo a fumetti in cui per la prima volta viene approfondito il rapporto padre-figlio nelle storie di Zerocalcare.

vedendo il figlio cambiare correttamente la ruota “non je’ sembrerà d’aver fallito come genitore maschio” (S1, E2). La battuta ironica evoca processi di costruzione della maschilità in ottica patrilineare: stando ancora una volta a un modello culturale che appare granitico, dal padre si apprendono le caratteristiche primarie dell’essere maschi che vengono esplicitate subito dopo. “Io in quanto maschio solo tre cose devo sape’ fa’: cacciare, commenta’ ‘a serie A e capicce de machine” (S1, E2).

Il disagio di Zerocalcare viene esplicitato da una scena in cui il protagonista immagina quali possano essere i commenti dei passanti relativi alla sua incapacità di cambiare la ruota, che risultano essere di compatimento. Inoltre a Zero pare inaccettabile accogliere il consiglio di Sara relativo al fatto di chiedere aiuto a qualcuno. Anche in questo caso, l’autore specifica chiaramente che questo costituirebbe uno strappo eccessivo lungo i bordi (delle aspettative) di genere.

“No! [...] Te se sei da sola puoi chiedere aiuto, perché il tuo destino nella società patriarcale è de partori’ i ragazzini e fa’ ‘e crostate al cardamomo e quindi se sbaji a mette’ er crick fai tenerezza come il gattino che se impiccchia cor gomitololo! [...] Se io chiedo aiuto pe’ ‘na gomma non sto a chiede’ aiuto: sto insultando Dio e ‘a patria e tutto ciò di più sacro su cui se fonda ‘a nazione per la quale i nostri avi hanno versato sangue e lacrime.” (S1, E2)



Il siparietto comico si chiude in un classico flusso di coscienza nevrotico, che ben sintetizza lo stress derivante dal timore di non aderire perfettamente alle aspettative di genere derivanti dal modello di maschilità egemone.

“La paranoia ormai è totale! Tutto si tramuta in una grande metafora dell’inadeguatezza di genere e sessuale: er crick che non alza abbastanza, la ruota che non se infila. È la debacle assoluta! Nessuno se ferma a chiede’ se voglio ‘na mano perché so’ un appestato!” (S1, E2)

Risulta significativo come si faccia esplicitamente riferimento all’inadeguatezza di genere e sessuale, sottolineando come il disagio vissuto nel corso della situazione descritta non derivi tanto dall’incapacità di risolvere il problema appena sorto, ma piuttosto dal fatto che quell’incapacità risulta in contrasto con le aspettative di genere che investono Calcare in quanto maschio adulto.

La scena poi si conclude con la resa incondizionata di Zero, che accetta di non essere in grado di sostituire la gomma e di chiedere aiuto a sua madre, che riesce a risolvere il problema senza troppe difficoltà. Ancora una volta in modo ironico, e molto esplicito, Calcare suggerisce che tutto sommato il fatto di aver chiesto aiuto a sua madre lo fa riconciliare con la sua identità di genere, dal momento che risulta essere una “grande tradizione dell’identità maschile latina” (S1, E2).

Strappare lungo i bordi (di Netflix): un ecosistema di derivazione

Come si può osservare dall’analisi proposta, l’intenzione di problematizzare le aspettative di genere risulta piuttosto dichiarata nella serie prodotta da Netflix. Osservando il graphic novel di partenza del 2012 e la sua trasposizione cinematografica del 2018, utilizzando i quadri teorici suggeriti da Pescatore (2021), si può osservare che nella relazione con i prodotti precedenti la serie Netflix costituisca un ecosistema di derivazione.

Sono diversi i punti in comune tra le produzioni: l’amore inespresso di Zero per la giovane donna, la tragica morte nel finale, il forte radicamento del protagonista nella sua Rebibbia, i riferimenti al precariato come ferita esistenziale (Gallino, 2007), il sentirsi costantemente fuori posto. Ma altrettante sono le differenze: se il film *La profezia dell’armadillo* risulta essere un calco molto fedele dell’andamento narrativo e visivo su carta – con riproduzioni visuali e testuali quasi letterali del fumetto –, la serie *Strappare lungo i bordi* ne mantiene l’impianto di partenza, differenziandosene per molti aspetti a partire dal titolo.

Se nel *graphic novel* e nel film la giovane ragazza a cui Zero non riesce a dichiarare il proprio amore si chiama Camille e ha origini francesi, nella serie si chiama Alice e ha origini biellesi, contribuendo a radicare ancora di più la storia nel contesto nazionale (Lobato, 2020). Film e serie si concludono con il fatto che Zero raggiunge il luogo d’origine della defunta amica, ma sono diverse le ragioni che portano la ragazza alla morte: nel film e nel fumetto si tratta di anoressia, nella serie la ragazza viene rappresentata come vittima della violenza di genere, realizzando così un primo strappo (lungo i bordi) della narrazione originaria, in un’ottica marcatamente di genere. Allo stesso modo, il personaggio di Secco, bizzarro amico di Zerocalcare, viene rappresentato in modo molto diverso nella serie: se nel fumetto e nel film risulta essere comunicativo, critico e anche incline allo scontro dialettico, nella serie viene rappresentato comicamente come capace di proferire quasi unicamente la domanda “Annamo a pijà er gelato?”, destinata a diventare (e forse progettata per essere)

tormentone virale sui social. Ulteriore novità sta nel fatto che nella serie ha un ruolo di rilievo il personaggio di Sara: amica storica di Zero, parte della comunità LGBTQI+, presentata come saggia e razionale, capace di dare solidi consigli e impartire vere e proprie lezioni a Zero, anche e soprattutto rispetto a tematiche relative al genere.

Questo elemento risulta completamente assente nel fumetto e nel film: in entrambi i casi, anzi, il protagonista sembra riprodurre alcuni stereotipi di genere, senza necessariamente problematizzarli. Quando nel fumetto incontra Camille, per esempio, il giovane Zero immagina che la ragazza ascolti Laura Pausini, secondo lo stereotipo della “ragazza triste” (p. 82) e quando scopre che invece ascolta altra musica rimane stupito perché “Camille non era una ragazza come le altre” (p. 83). Allo stesso modo, nel film Camille viene presentata come giusta e salda: faro valoriale per il giovane Zero, come lo sarà Sara nella serie. L’aspetto interessante è che nel film viene presentato un altro personaggio che ha fatto parte dell’infanzia di Zero: Greta, femminista da adolescente, estremamente conservatrice da adulta, a tal punto da generare lo smarrimento di Zero, che non trova nell’ex-amica di infanzia la complice con cui vivere il dolore derivante dalla morte di Camille. Risulta significativo per quest’analisi che nel film, quando si rappresenta la Greta adolescente, viene ricalcato lo stereotipo della femminista intransigente, le cui rimostranze vengono presentate come a volte petulanti, superflue e fuori luogo, al punto che quando Greta rimprovera i suoi amici di fare quello che oggi viene definito *mansplaining* Secco la zittisce brutalmente:

“Oh, basta! Subito l’uomo che insegna alla donna: mi fai schifo!”

“Ah Greta, epperò mo hai rotto er cazzo!” (1.32.00)

Ulteriore elemento di interesse è che nel film e nel fumetto Zerocalcare mostra già elementi di insofferenza rispetto alle aspettative di genere che lo investono in quanto maschio – nel confronto con i compagni di classe che vengono definiti “alpha” o nel confronto con quello che nel fumetto diventa il fidanzato di Camille – ma questa insofferenza non viene problematizzata esplicitamente in ottica di genere come invece avviene nella serie.

Pur non avendo l’obiettivo di analizzare nel dettaglio l’ecosistema mediale di cui i tre prodotti fanno parte, per questa analisi risulta interessante osservare che non solo la serie presenta sezioni inedite, ma rilegge ed espande anche alcuni elementi dell’impianto narrativo originario in un’ottica dichiaratamente di genere. All’interno della cornice produttiva di Netflix l’ottica di genere trova spazio in modo molto esplicito: un fatto che sembra corroborare una certa influenza della prospettiva editoriale di Netflix precedentemente illustrata, che risulta riscontrabile non solo nella distribuzione, ma anche nella progettazione dei contenuti.

Problematizzare le aspettative di genere in ottica maschile: una nuova tendenza di rappresentazione?

Si può osservare, dunque, che l'ingresso della serie nella piattaforma Netflix abbia favorito l'ampliamento e la costruzione di sezioni narrative marcatamente in prospettiva di genere, che riflettono una certa insofferenza e strategie di resistenza alle aspettative derivanti dal modello di maschilità egemone (Connell e Messerschmidt, 2005). Nello specifico, si può osservare come questa forma di insofferenza sia esplicitamente espressa dal protagonista della serie, che in maniera chiara, seppur con piglio ironico, esprime dichiaratamente le difficoltà derivanti dalle aspettative di genere che investono la parte maschile della società. Questo aspetto risulta interessante rispetto alle tendenze di rappresentazione delle maschilità nella produzione audiovisiva.

Se, stando a Lotz (2014), dagli anni '90 in poi le produzioni televisive hanno fatto spazio a rappresentazioni alternative di maschilità, costruendo personaggi definiti *new men* – termine che stando a McMahon (1993) in realtà foraggerebbe un certo psicologismo pop sulle maschilità -, la serie di Zerocalcare sembra aderire a una nuova tendenza di rappresentazione. I *new men* di cui parla Lotz (2014) sono personaggi che, nel tentativo di ribaltare i più comuni stereotipi di genere che vedono la maschilità associata all'aggressività, al dominio e all'ambito razionale, danno spazio a dimensioni culturalmente tipizzate come femminili, quali l'emotività, la sensibilità e la cura (pp. 43-44). Questa differente caratterizzazione, stando a Scharrer e Blackburn (2017), trova spazio particolarmente nella serialità comica, costruendo un ribaltamento dei ruoli in cui i "new men" risultano essere estremamente emotivi, sensibili e vivono l'amicizia maschile come una forma di innamoramento – si pensi al *guy love* di *Scrubs* (Lotz, 2014). Allo stesso tempo, diverse letture critiche hanno messo in luce quanto questa caratterizzazione, lungi dal decostruire gli stereotipi di genere e l'asimmetria di potere che ne deriva, può contribuire a confermarli (Capalbi, 2020) e a perpetuare nuove forme di egemonia maschile (Lotz, 2014; Demetriou, 2001), che si rinnova tramite una nuova veste.

La serie di Zerocalcare, pur essendo una comedy animata che presenta una rappresentazione di genere innovativa delle maschilità, sembra rispondere ad altre caratteristiche: non si assiste a un ribaltamento dei ruoli tradizionalmente attesi in ottica binaria per il maschile e per il femminile, ma a un'autoriflessione – esplicita e a tratti didascalica – rispetto alle pressioni di genere derivanti dai modelli di maschilità egemone. Un fatto che sembra essere riscontrabile in altre produzioni Netflix di successo. È il caso di *Bridgerton*, ucronia intersezionale di Shonda Rhimes, in cui i vari personaggi maschili sono tipizzati in senso tradizionale, ma esplicitano le loro difficoltà nell'aderire alle aspettative derivanti dal loro genere - dare continuità alla discendenza, nel caso del duca di Hasting, o avere il peso delle responsabilità economiche e di rango, nel caso del conte Bridgerton. Ma questa tendenza risulta riscontrabile anche in *Sex Education*, in cui il protagonista Otis prende le distanze da un padre autore di best-sellers sulla "maschilità difensiva" (Spallacci, 2012), o nell'ultimo successo della piattaforma, *Baby Reindeer*, in cui il protagonista compie

un doloroso viaggio nel suo trauma, che risulta accompagnato da un'auto-riflessione rispetto alle pressioni derivanti dal dover aderire a un modello maschile eteronormato. Risulta interessante osservare che tutti i personaggi citati, compreso quello di Zerocalcare, elaborano questo tipo di insofferenza, frustrazione o pressione a partire dal rapporto con i padri, che viene esplicitamente problematizzato nelle diverse narrazioni.

La serie di Zerocalcare, dunque, sembra inserirsi all'interno di una nuova tendenza di rappresentazione delle maschilità, molto presente sulla piattaforma Netflix, in cui i personaggi maschili problematizzano esplicitamente frustrazioni, insofferenza e resistenza alle pressioni derivanti dai modelli di maschilità egemone: non figure maschili che rovesciano in maniera caricaturale gli stereotipi di genere, paradossalmente confermandoli, ma che esplicitamente problematizzano le aspettative di genere connesse alle maschilità.

Conclusioni

Dalla panoramica effettuata, risulta evidente quanto la serie di Zerocalcare, pur non avendo come tematica specifica la problematizzazione delle aspettative di genere derivanti dal modello di maschilità egemone, offra una rappresentazione di una possibile insofferenza e resistenza a quel modello, nel solco delle maschilità plurali (Connell, 1995). La miniserie di Zerocalcare offre uno spaccato di quanto il modello egemone lungi dall'essere universale, risulti una costruzione di carattere socio-culturale non da tutti facilmente abitabile (Messerschmidt, 2022) e per questo costantemente rinegoziato tramite specifici processi di agency, sottolineandone così la natura processuale.

La collocazione della serie all'interno del palinsesto di Netflix sembra aver favorito la problematizzazione del tema in ottica di genere, rispondendo a una più ampia progettazione di contenuti da parte della piattaforma volta alla rappresentazione di una pluralità di punti di vista. La volontà di dare spazio a prospettive meno rappresentate sembra inquadarsi all'interno della campagna autopromozionale incentrata sull'innovatività di contenuti adottata da Netflix sin dagli esordi (Brembilla 2018), ma anche e soprattutto all'interno di una più recente strategia di promozione della piattaforma, che fa di *diversity* e inclusione elementi preponderanti (Jenner, 2023). Nello specifico, la serie di Zerocalcare sembra inquadarsi in una più ampia tendenza di rappresentazione, caratterizzata dalla problematizzazione esplicita – e a tratti didascalica – di aspettative, frustrazioni e insofferenza derivanti dai modelli egemoni di maschilità.

In questo senso, sembra si possa osservare che la collocazione all'interno del palinsesto di Netflix della serie italiana abbia favorito una rappresentazione più esplicita della tematica di genere, in linea con il manifesto di inclusività abbracciato dalla piattaforma, con un potenziale impatto sull'esperienza spettatoriale. Muovendo da queste premesse, ulteriore orizzonte di ricerca potrebbe essere relativo alla ricezione della serie tra i pubblici, al fine di analizzare i processi di negoziazione simbolica attraverso cui la costruzione dell'identità di genere è mediata dai prodotti culturali, tenendo conto dell'agency della comunità spettatoriali (Jenkins, 2006; Eugeni, 2013; Larsen e Zubernis, 2012) nel più ampio quadro della cultura prosumer (Collins, 2010):

Nota biografica

Antonella Capalbi, PhD, è assegnista di ricerca presso l'Università di Modena e Reggio Emilia. I suoi interessi di ricerca vertono sull'analisi delle rappresentazioni audiovisive, delle narrazioni e delle forme della comunicazione, con una particolare attenzione alla prospettiva di genere e di tipo intersezionale. Tra le sue più recenti pubblicazioni, *Rileggere Raewyn Connell*, Il Mulino (2024); *Narratives and legacies of 1960s Vogue Italia covers on contemporary Italian young women* (con Noia, E. e Salice, Sm) (2023), *Journal of Film, Fashion & Consumption*; *Hollywood vs Netflix. Una guerra di contenuti, sguardi e punti di vista. La narrazione intersezionale nella miniserie Hollywood*, Mediascapes Journal (2022); *La rappresentazione della violenza emotiva, psicologica e intima. Analisi delle matrici culturali e delle interazioni in alcuni film* (con Rossi, E.), *About gender* (2022).

Bibliografia

- Abercrombie, N. e Longhurst, B. (1998), *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Abbatecola, E. e Rinaldi, C. (2019), *Prefazione*, in Fidolini L., *Fai l'uomo!*, Milano, Meltemi.
- Albinati, E. (2018), *La scuola cattolica*, Milano, Mondadori.
- AsmaR, A., Raats, T. e Van Audenhove, L. (2023). Streaming difference(s): Netflix and the branding of diversity. *Critical Studies in Television*, 18(1), 24-40
- Avezzù, G. (2017). The Data Don't Speak for Themselves: The Humanity of VOD Recommender Systems. *Cinéma & Cie*, 17(29), 51-66.
- Barra, L. (2017). OnDemand Isn't Built in a Day. Promotional Rhetoric and Challenges of Netflix's Arrival in Italy. *Cinema&Cie*, 17(29), 19-32.
- Barra, L. (2022). *La programmazione televisiva: palinsesto e on demand*. Bari: Laterza.
- Barra L. (2020), *Prefazione. Piattaforme on demand globali: un groviglio geografico da districare*, in Lobato R. (2020), *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution*, Roma: Minimum Fax.
- Berger, B. L e Luckmann, T. (1966), *The social construction of reality*, Anchor Books: New York.
- Bird S. R. (1996), Welcome to the Men's Club: Homosociality and the Maintenance of Hegemonic Masculinity, *Gender & Society*, 10(2),120-132.
- Boccia Artieri, G., e Marinelli, A. (2018). Piattaforme, algoritmi, formati. Come sta evolvendo l'informazione online. *Problemi dell'informazione*, 3, 349-368.
- Bourdieu, Pierre. 1998. *La domination masculine*. Paris: Seuil.
- Brembilla, P. (2021), Tecnologia, istituzioni e industria: l'ambiente economico e normativo degli ecosistemi narrativi, in Pescatore (a cura di), *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*, Roma, Carocci.

- Brembilla, P. (2018), *It's all connected: l'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Milano, Franco Angeli.
- Butler, J. (2013), *Questione di genere. Il femminismo e la sovversione dell'identità*, Bari, Laterza, trad. it. di *Gender trouble. Feminism and the Subversion of Identity (1990)*, London, Routledge.
- Capalbi, A., 2022a, Hollywood vs Netflix: una guerra di contenuti, sguardi e punti di vista. La narrazione intersezionale della miniserie Hollywood, "Mediascapes Journal", n.19, pp. 142-153.
- Capalbi, A., 2022b, Intersezioni di sguardi. La rappresentazione intersezionale in alcune serie Netflix di success. *Culture e Studi del Sociale*, vol. 7(1)-87-100
- Collins, S., 2010. Digital fair presumption and the fair use defence. *Journal of Consumer Culture*, (101), pp. 37-55.
- Connell, R. [1995], *Masculinities*, Allen&Unwin, Berkeley, University of California Press.
- Connell, R. e Messerschmidt, J. W. [2005]. Hegemonic masculinity: rethinking the concept. "Gender and Society", vol. 19 no. 6, 829-859
- Connell, R. [2005]. Change among the gatekeepers: men, masculinities, and gender equality in the global arena. "Signs", vol. 30 no. 3, 1801-1825
- Connell, R. [2014], Margin becoming centre: for a world-centred rethinking of masculinities, "NORMA: International Journal for Masculinity Studies", 9:4, pp. 217-231
- Connell, R. [2016]. Masculinities in global perspective: hegemony, contestation, and changing structures of power. "Theory and Society", 45, pp. 303–31.
- Cunningham, S. e Craig, D. (2019). *Social media entertainment: the new intersection of Hollywood and Silicon Valley*. New York: New York University Press; trad. It. (2021) *Social media entertainment: quando Hollywood incontra la Silicon Valley*. Roma: Minimum Fax.
- De Beauvoir (1949), *Le deuxième sexe*, Paris, Gallimard.
- de Lauretis T. (1989), *Technologies of gender. Essays on Theory, Film, and Fiction*, Macmillan, Houndmills.
- Demetriou, D. Z. [2001], Connell's concept of hegemonic masculinity: A critique, *Theory and Society*, 30 (3), 337-61.
- Eisenhardt, K. M. (1989), Building Theories from Case Study Research, *The Academy of Management Review*, 14 (4), 532-550.
- Eugeni Ruggero (2013), *Semiotica dei media. Le forme dell'esperienza*, Roma: Carocci.
- Fidolini L. (2019), *Fai l'uomo!*, Milano, Meltemi.
- Floch J. M., (2002), *Identità visive. Costruire l'identità a partire dai segni*, Milano, FrancoAngeli.
- Floridi, L., (2014), *The Onlife Manifesto. Being Human in a Hyperconnected Era*. New York: SpringerOpen.
- Flood M. (2008), Men, Sex, and Homosexuality How Bonds between Men Shape. Their Sexual Relations with Women, *Men and Masculinities*, 10 (3), 339-359.

- Flood, M. (2002), Pathways to manhood: The social and sexual ordering of young men's lives, *Health Education Australia*, 2(2), 24-30.
- Gallino L. (2007). *Il lavoro non è una merce. Contro la flessibilità*. Roma-Bari: Laterza.
- Hearn, J. (2004), From Hegemonic Masculinity to the Hegemony of Men, "Feminist Theory", 5, 1.
- Iordanova, D. and Cunningham, S. (a cura di) (2012). *Digital disruption: cinema moves online*. St Andrews: St Andrews Film Studies.
- Jenner, M. (2023). *Netflix and the re-invention of television*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Jenner, M. (2023). *Diversity, Netflix and the Binge*, in *Netflix and the Re-invention of Television (2023)*. Cham: Palgrave Macmillan.
- Larsen, K. e Zubernis, L. S. (2012), *Fan Culture; Theory/Practice*, Cambridge Scholars, Newcastle Upon Tyne.
- Lobato (2019), *Netflix Nations. Geografia della distribuzione digitale*, New York: New York University Press, trad. it. di *Netflix Nations. The Geography of Digital Distribution (2020)*, Roma: Minimum Fax.
- Lotz A. e Lobato R. (a cura di) (2023), *Streaming Video: Storytelling Across Borders*, New York: New York University Press.
- Lotz, A. (2017). *Portals. A Treatise on Internet-Distributed Television*. Ann Harbor: Maize Books.
- Lotz, A. (2018). *We now disrupt this broadcast. How cable transformed television and the internet revolutioned it all*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Lotz, A. D. (2014). *Cable Guys: Television and Masculinities in the 21st Century*. NYU Press.
- Jenkins, H. (2007). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., 2006, *Convergence Culture*, New York University Press, New York.
- Kimmel, Michael (a cura di) (1995), *The Politics of Manhood*, Philadelphia: Temple University Press.
- Mac An Ghail, M. (1996), 'What about the boys?' Schooling, class and crisis masculinity, in *Sociological Review*, vol. 44, n. 3, pp. 381-397.
- McMahon, A. [1993], *Male Readings of Feminist Theory: The Psychologization of Sexual Politics in the Masculinity Literature*, in *Theory and Society*, 22(5), 675-695.
- Messerschmidt, J. M (2022), *Maschilità egemone. Formulazione, riformulazione e diffusione*. Torino: Rosenberg & Seller.
- Mitchell, W. J. T. (2018), *Scienza delle immagini. Iconologia, cultura visuale ed estetica dei media*, Johan & Levi: Cremona.
- Oddone, C. (2020), *Uomini normali. Maschilità e violenza nell'intimità*, Torino: Rosenberg & Sellier.
- Pescatore, G. (2021) (a cura di), *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*, Roma: Carocci.
- Ruspini, E. (2003), *Le identità di genere*, Roma, Carocci.
- Salsabila, K. (2021), Netflix: Cultural Diversity or Cultural Imperialism, in *Rubikon. Journal of Transnational American Studies*, 8(1), 15-27.

- Scharrer, E. e Blackburn, G. (2017). Cultivating Conceptions of Masculinity: Television and Perceptions of Masculine Gender Role Norms, in *Mass Communication and Society*, 21(2), 149–177.
- Schütz, A. (1962), *Collected Papers*, Martinus Nijhoff, The Hague.
- Scaglioni, M. (2006), *Tv di culto: la serialità televisiva americana e il suo fandom*, Milano: V&P.
- Spallacci, A. (2012), *Maschi*, Bologna: Il Mulino.
- Tota A. L. (a cura di) (2008), *Gender e Mass Media. Verso un immaginario sostenibile*, Roma: Meltemi.
- Tota, A. L, De Feo, A e Luchetti, L (2023)., *Inquinamento visuale. Manifesto contro il razzismo e il sessismo nelle immagini*, Milano, Mondadori Education.
- Tryon, C. (2015), TV Got Better: Netflix0s Original Programming Strategies and Binge Watching, in *Media Industries*, 2(2), 104-116.
- Zerocalcare (2011), *La profezia dell'armadillo*, Milano: Bao.
- Zerocalcare (2015), *Kobane Calling*, Milano: Bao.
- Zerocalcare (2024), *Quando muori resta a me*, Milano: Bao.
- Van Dijck, J., Poell, T. and de Waal, M. (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press.