

NO. 13// 2019

# INDISTINTI CONFINI

TRANSMEDIALITÀ NEI PROCESSI CULTURALI E  
COMUNICATIVI



### Editor

Giovanni Boccia Artieri  
*Università degli Studi di Urbino Carlo Bo*

### Comitato editoriale

Sara Bentivegna (*"Sapienza" Università di Roma*)  
Federico Boni (*Università degli Studi di Milano*)  
Vanni Codeluppi (*Università di Modena e Reggio Emilia*)  
Fausto Colombo (*Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*)  
Stefano Cristante (*Università del Salento*)  
Giovanni Fiorentino (*Università degli Studi della Tuscia*)  
Gino Frezza (*Università di Salerno*)  
Guido Gili (*Università degli Studi del Molise*)  
Gianluca Manzoli (*Università di Bologna*)  
Alberto Marinelli (*"Sapienza" Università di Roma*)  
Andrea Minuz (*"Sapienza" Università di Roma*)  
Francesca Pasquali (*Università degli Studi di Bergamo*)  
Gianfranco Pecchinenda (*Università "Federico II", Napoli*)  
Giovanni Ragone (*Sapienza Università di Roma*)  
Mario Ricciardi (*Politecnico di Torino*)  
Massimo Scaglioni (*Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano*)  
Luca Toschi (*Università di Firenze*)

### Comitato scientifico

Maurice Aymard (*Fondation Maison des Sciences de l'Homme, Parigi*)  
Sebastiano Bagnara (*Università di Sassari*)  
Roberta Bartoletti (*Università di Urbino Carlo Bo*)  
Nancy Baym (*University of Kansas*)  
Sergio Brancato (*Università di Napoli "Federico II"*)  
Jean Burgess (*Queensland University of Technology*)  
Enrique Bustamante (*Universidad Complutense, Madrid*)  
Gustavo Cardoso (*ISCTE, Lisbona*)  
Gianni Corino (*University of Plymouth*)  
Patrice Flichy (*Université Paris Est Marne-la-Vallée*)  
Laura Gemini (*Università degli studi di Urbino Carlo Bo*)  
Jeremy Hight (*California Institute of Arts, Los Angeles*)  
Paula Levine (*San Francisco State University*)  
Jorge Lozano (*Universidad Complutense, Madrid*)  
Roberto Maragliano (*Università di Roma 3*)  
Sara Monaci (*Università degli Studi di Torino*)

Xavier Perez (*Universitat Pompeu Fabra, Barcellona*)  
Mike Philips (*University of Plymouth*)  
Beppe Richeri (*Università della Svizzera Italiana, Lugano*)  
Massimo Riva (*Brown University, Providence*)  
Gino Roncaglia (*Università della Tuscia, Viterbo*)  
Roberto Saracco (*EIT ICT Labs, Trento*)  
Donald Sassoon (*Queen Mary College, Londra*)  
Chris Speed (*Edinburgh College of Art*)  
Yvon Thiec (*Eurocinema, Bruxelles*) Ugo Volli (*Università di Torino*)

### Journal Manager

Manolo Farci  
*Università degli studi di Urbino Carlo Bo*

### Direttore responsabile ai termini di legge

Giovanni Ragone  
*"Sapienza" Università di Roma*

### Hanno diretto la rivista

Alberto Abruzzese (2013-2015)

### Casa Editrice Sapienza

ISSN: 2282-2542

Rivista telematica scientifica della Sapienza Università di Roma registrata presso il Tribunale Civile di Roma (N. 256 del 30/10/2013)



Questa rivista è pubblicata sotto una licenza Creative Commons Attribution 3.0

# Indice

## Editoriali

### Introduzione

*Gino Frezza*.....3

## Saggi

### Retrieving Transmediality. Il gioco di specchi tra avanguardie artistiche e comics

*Sergio Brancato, Sara Pastore*.....5

### Alla ricerca di una nuova identità disciplinare. Il fumetto e la transdisciplinarietà

*Mario Tirino*.....21

### Alla ricerca di una nuova identità disciplinare. Il fumetto e la transdisciplinarietà

*Lorenzo Di Paola*.....47

### Transmedia is coming. Il caso FantaGot e la storyworld interactivation

*Silvia Leonzi, Fabio Ciammella, Elisabetta Trinca*.....56

### Transmedia Legacy. La forza vitale dell'universo narrativo di "Doctor Who"

*Marzia Antenore, Giovanni Ciofalo, Grazia Quercia*.....72

### Da Triumph des Willens a Der Fuehrer's Face: Forme aurorali di transmedialità nella propaganda della Seconda guerra mondiale

*Nicola Martellozzo*.....86

### Gassman transmediale: Il Mattatore del miracolo tra teatro, cinema e tv

*Agnese Bertolotti*.....98

### Performing media. Mediologia del teatro e proto-transmedialità nel pensiero di Raymond Williams 1952 – 1954

*Alfonso Amendola, Vincenzo Del Gaudio*.....110

### Riflessi estetici e illuminazioni selvagge. Per una poetica del corpo danzante

*Linda De Feo*.....123

### Riscrivere Cappuccetto Rosso: un'esperienza di narrazione partecipata in carcere

*Oriana Binik*.....135

### L'azione sociale e l'interazione sociale tra sociologia, filosofia della mente, scienze cognitive, neurodiritto e informatica giuridica

*Francesco Paolo Pinello*.....147

<b>Riscrivere Cappuccetto Rosso: un'esperienza di narrazione partecipata in carcere</b> <i>Francesca Fichera</i> .....	163
---	-----

### **Percorsi di ricerca**

<b>Dall'esposizione all'algoritmo. Forme di organizzazione del consumo nelle piattaforme digitali</b> <i>Federico Tarquini, Tito Vagni</i> .....	170
---	-----

<b>Lo spettatore al replay. Le immagini sportive e i loro effetti</b> <i>Antonio Rafele</i> .....	188
--	-----

## INTRODUZIONE

### **Transmedialità, transdisciplinarietà, cambio generazionale**

Gino Frezza

Questo numero di Mediascapes nel quale si presenta un primo gruppo di saggi e ricerche sui temi della transmedialità e della transdisciplinarietà (un secondo gruppo sarà presentato in un numero successivo) testimonia l'intenso lavoro svolto all'interno della comunità nazionale dei sociologi della cultura e della comunicazione attorno ai profili più avanzati dello stadio attuale dei media e della società digitale.

Si tratta di un interesse forte, che oggi trova riscontro in numerosi gruppi di ricerca del mondo dei sociologi e mediologi italiani. Molti fra questi partecipano e danno un contributo significativo a un dibattito più ampio, internazionale, sui segni e le caratteristiche che distinguono i processi comunicativi attuali. In particolare, la qualità partecipativa dei singoli e dei gruppi e di intere comunità di utenti delle reti nelle forme e nelle modalità relazionali consentite dai dispositivi digitali incide radicalmente, intervenendo sulle regole e sulle direzioni stesse dei sistemi tecnologici-produttivi e delle piattaforme con cui comunicare vuol dire costruire e ridefinire il rapporto sociale.

Questi saggi documentano la vivacità e la vitalità del convegno tenuto a Bologna su transmedialità e transdisciplinarietà a metà giugno 2019, nel quale i temi e le istanze di ogni singolo saggio sono divenuti occasione concreta di un confronto aperto, di una discussione di merito e di una valutazione attenta. Il convegno ha avuto per nome "Gli indistinti confini", prendendo esplicitamente a prestito il titolo della introduzione di Italo Calvino a *Le metamorfosi* di Ovidio. Il titolo intendeva sottolineare i molti passaggi attraverso cui la transmedialità implica andare oltre gli ambiti precostituiti delle discipline consolidate della comunicazione e dei media. La transdisciplinarietà è quindi essa stessa un oggetto di ricerca, un processo dentro cui le discipline note e strutturate in un dato percorso entrano in tensione, sia al proprio interno che verso quei nuovi orizzonti di pensiero richiesti dai nuovi processi osservati.

Se, quindi, la transmedialità è un carattere ormai fortemente sistematico del nesso cultura-comunicazione-società, essa tuttavia richiede il superamento di confini disciplinari e la costruzione di modelli aperti e trasversali di sapere e di ricerca. E il fatto stesso che nel convegno di Bologna ci sia stata una fitta partecipazione della comunità dei sociologi dei media e della comunicazione conferma che questa comunità vi ha ritrovato, non a caso, l'occasione di puntualizzare le fenomenologie più ricorrenti e interessanti insediate nel nodo transmedialità-transdisciplinarietà. Tutto ciò sotto vari profili: non solo quelli del *transmedia storytelling* e della *co-creazione*, ma varie e numerose dimensioni o profili processuali o campi innovativi che dimostrano l'estensione e la qualità socio-culturale,

spesso anche estetica e più volte perfino politica (ma bisognava essere ciechi per non accorgersene) dei fenomeni della transmedialità. Ecco dunque emergere campi e temi quali *social media e prosumerismo, comunicazione politica e ecosistemi mediali ibridi, narrazioni transmediali e serialità, archeologia della transmedialità, transmedialità e comunicazione sociale-istituzionale*, e poi *transmedialità e comunicazione pubblica, metodi di ricerca per la transmedialità e transdisciplinarietà, crossover sociologia-mediologia, sfera pubblica media e immaginari sociali, Narrazioni sociali transmediali, performance e materiale-immateriale*.

C'è stato un ulteriore significato del convegno di Bologna che, a mio avviso, non va sottovalutato. Questo numero di Mediascapes in vari modi lo documenta, sia pure per vie traverse e non direttamente volute, ma proprio per questo tanto più significative. Ossia che nei temi, nei contenuti e nei fenomeni nuovi osservati, indagati e fatti oggetto di confronto appunto transdisciplinare si è dato campo a quello che si può ritenere l'inizio di un importante cambio generazionale nella comunità dei sociologi della comunicazione e della cultura.

Quasi tutti gli autori dei saggi di questo numero di Mediascapes (e del numero che seguirà a questo sugli stessi temi) sono soprattutto giovani, valenti, ricercatori e studiosi di processi della cultura, di fatti sociali e mediali, di connessioni fra comunicazione e società. È un risultato che vale da sé lo sforzo che è stato messo in gioco nel convegno di Bologna e che questo numero di Mediascapes esplicita con netta evidenza. Esso concretamente attesta che, dopo di noi, saranno in ogni caso attivi gruppi, individui, energie, teste e corpi in grado di puntare verso nuove mete, per una qualità ancora più alta del senso di comunità dei sociologi-mediologi, e degli orizzonti verso cui acquisire obbiettivi di sapere e di cultura più avanzati di oggi.

-----

**P.S.** Fra i saggi qui pubblicati, quasi in appendice, il lettore potrà leggere il testo firmato da Francesca Fichera. Questa giovane dottoranda dell'università di Napoli, pur già colpita da una grave malattia, ha partecipato attivamente al convegno di Bologna. Il testo qui pubblicato è presentato nella sua forma incompleta, Francesca non ha avuto il tempo di concludere il lavoro e di affinare il saggio, sottoposto a doppio referaggio cieco, essendo venuta a mancare proprio mentre si stava editando questo numero di Mediascapes.

La scomparsa di Francesca, come quella di ogni giovane, è una perdita secca per l'intera nostra comunità. Assieme alla direzione della rivista abbiamo voluto ricordarla pubblicando il suo testo anche se imperfetto e incompleto. Lo facciamo sperando di rimarcare quello che la scomparsa di Francesca deve farci sentire come fra le cose più importanti del nostro lavoro di ricercatori: la solidarietà umana e professionale fra colleghi, la disponibilità e l'attenzione spiccata verso i più giovani, il trovare per loro soluzioni concrete lì dove sono necessarie per dare spazio a chi entra oggi nel mondo dell'università e della ricerca.

Napoli-Madrid, 19 dicembre 2019

## Retrieving Transmediality. Il gioco di specchi tra avanguardie artistiche e comics \*

Sergio Brancato \*\*, Sara Pastore \*\*\*  
Università degli Studi di Napoli "Federico II"

Transmedia dynamics define the media system by continuously deconstructing and reconstructing its boundaries in an ongoing evolution. Grasping transmediality phenomena prior to the digital revolution is therefore an essential exercise in order to comprehend how contamination and overlapping are structural elements in the mediatic ecosystem. No matter how apparently distant, the intersection between the comics universe and avant-garde visual art is a perfect case study. By analysing the three different but complementary spheres of the aesthetics, the relationship with the institution and the communication with the public, it becomes possible to pick up the signals of the match between avant-garde visual art and comics.

The observation of the aesthetic forms shows the stylistic and expressive affinity between these two languages, which denotes a relation of mutual attention and reciprocity. By analysing the relationship with the institution, which constitutes itself as productively and strategically conflictual, is it possible to point out similar goals and tactics. Lastly, the relationship and the communication with the public becomes an exemplary element in showing the substantial changes in the media industry, in the conception of artistic activity and in fruition mechanisms. In light of media landscape's most recent developing, which follows and at the same time affects in a sort of virtuous circle the technological, economical, political and cultural changes of the social sphere, the analysed fields result again in a relationship of reciprocity, rising both as symptom and outcome of transmediality.

**Keywords:** transmediality, media studies, avant-garde, visual art, comics

Il fumetto è stato a lungo interpretato nei termini di un medium di massa dai caratteri sostanzialmente costanti, fondato sui principi della riproducibilità tecnica e incardinato alle pratiche della comunicazione tipografica. Sebbene il suo percorso nelle dinamiche culturali della modernità industriale possa riconoscersi ampiamente in tali circostanze, esse tuttavia non ne esauriscono la fenomenologia: il transito epocale verso i territori digitali, infatti, impone una riconsiderazione generale dei comics nel quadro degli attuali processi comunicativi, in cui l'osservazione sui conflitti di culture in atto nel presente trae giovamento e sostanza teorica da una rivisitazione delle preesistenze iconologiche che hanno definito il campo mediatico dell'immaginario disegnato e le forme assunte dai suoi linguaggi.

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* [sergiobrancato@libero.it](mailto:sergiobrancato@libero.it)

\*\*\* [sara42pastore@gmail.com](mailto:sara42pastore@gmail.com)

## Osservare oggi la transmedialità

Il concetto di *disruptive technologies* è stato introdotto da Christensen e Bower in un articolo edito nel 1995 e pubblicato sull'*Harvard Business Review*. Si definisce disruptive technology (o *disruptive innovation*) un'innovazione che crea una nuova rete di mercato sconvolgendo quella preesistente. Essa si distingue da ciò che la precede per due caratteristiche: presenta un set di proprietà e attributi relativi alla performance nuovi e sconosciuti ai consumatori; tali attributi di performance permettono alla suddetta tecnologia di penetrare e dominare rapidamente il mercato.

Ogni oggetto tecnologico ideato e posto sul mercato possiede una propria evoluzione di performance, vale a dire il tasso di miglioramento delle proprie capacità performative. Il tratto distintivo delle disruptive technologies – ciò che le distanzia dalle cosiddette *sustaining technologies* – è che esse non si muovono lungo l'asse dell'evoluzione di performance, ma tracciano un tragitto inedito, e nel farlo esercitano un forte impatto sull'assetto economico del mercato in cui si insinuano.

Lungi dall'essere una questione di mero interesse economico, quello sulle disruptive technologies è un discorso nevralgico per la cultura contemporanea, dal quale la ricerca scientifica risulta organicamente influenzata. Come per ogni altro oggetto materiale, anche intorno a queste tecnologie si tesse una narrazione sovrastrutturale. Siamo infatti abituati ad osservare il mondo contemporaneo attraverso ciò che si potrebbe definire il filtro delle disruptive innovation. La contemporaneità guarda a sé stessa come la rivoluzionaria età dell'informazione, fatta di rotture, rivoluzioni e tagli netti con il passato. Tale approccio può risultare estremamente fuorviante nei processi atti a comprendere il funzionamento di oggetti complessi quali i processi relativi ai meccanismi di produzione e fruizione culturale e artistica. Per questo motivo, il discorso in seno all'archeologia della transmedialità – volto a individuare e analizzare forme aurorali di transmedialità – diviene un esercizio analitico fondamentale.

L'espressione transmedialità descrive un fenomeno caratterizzante del sistema dei media, in cui i processi di genesi e diffusione dei prodotti sono fortemente dipendenti dalla loro continua riformulazione. (Manovich, 2010; Lessig, 2008). Attraverso la dispersione di elementi di uno specifico storytelling lungo i diversi step della filiera dei vari media, il fenomeno della transmedialità è responsabile della costante destrutturazione e ridefinizione dei confini del prodotto culturale, innescando la creazione di "mondi immaginari complessi" (Jenkins, 2008): ecosistemi dell'immaginario, vale a dire, la cui struttura è basata su convivenze, connessioni e contaminazioni. In tal modo l'oggetto mediatico riesce ad evolversi ed espandersi trovando di volta in volta nuove vesti, interpretazioni e collocazioni. Tale sconfinamento dei prodotti mediatici induce, di conseguenza, anche una vera e propria de-settorializzazione della cultura e, talvolta, una sua de-istituzionalizzazione: vale a dire la genesi di prodotti culturali che avviene in

maniera non istituzionale (basti pensare ad una delle ultime tappe di questo sconfinamento, cioè la fitta rete di fan fiction e simili che popolano il web).

La transmedialità assume dunque un ruolo di primaria importanza anche nella costituzione dell'impianto economico del sistema dei media: in quest'ambito, essa ha infatti il compito di realizzare la sinergia del business assicurando allo storytelling in questione, nelle sue varie declinazioni mediali, l'appeal per tutte le segmentazioni del pubblico.

Il discorso sulla transmedialità è oggi uno degli staple della mediologia. Negli anni si è assistito all'ascesa inarrestabile di tale topic. Da fenomeno marginale o emergenziale, la transmedialità si è così trasformata in vero e proprio paradigma: "*Transmedia storytelling is the ideal aesthetic form for an era of collective intelligence*" (Jenkins 2007, p.95). Si tratta di una forma dell'intelligenza collettiva imperniata sulla condivisione e su ciò che può essere definito come scambio di dati culturali.

Con il proliferare di strumenti, canali e forme estetiche legate all'universo informatico e digitale, l'inevitabile *conversazione* tra i media lascia gradualmente il posto alla *conversione*. Il prodotto mediale migra così di formato in formato, creando un ecosistema quantomai fluido e variegato. Duplicazione, manipolazione e condivisione sono alla base di un estremo arricchimento e di una radicale differenziazione. La copia è, infatti, un elemento caratteristico, o meglio imprescindibile, dell'ecosistema digitale: si crea una copia in luogo di ogni produzione, fruizione, trasmissione. Tali processi imitativi, di cui occorre sottolineare l'inclinazione creativa e innovativa, sono alla base dei meccanismi della riproduzione (intesa nel suo senso "organico") culturale.

Per la sua attinenza con le caratteristiche delle tecnologie informatiche e digitali contemporanee è molto facile, pertanto, incorrere nell'errore di annoverare la transmedialità nel novero dei fenomeni intesi esclusivamente quali "contemporanei", astraendo tale dinamica dal suo storico e inevitabile legame con il sistema mediatico alla cui costruzione, decostruzione e ricostruzione contribuisce da sempre. È essenziale sottolineare che affermare la tipicità delle dinamiche transmediali rispetto alla contemporaneità è cosa diversa dal proclamarne l'esclusività.

Un esempio di forma aurorale di transmedialità è costituito dal rapporto tra avanguardie storiche del Novecento europeo e comics occidentali, due territori del sistema artistico che, sebbene a uno sguardo superficiali possano apparire tra loro distanti (per mezzi, canali, strumenti, target), in realtà si sono più volte incrociati avviando un autentico cortocircuito mediatico: un fenomeno di innovazione che impatta su di un sistema consolidato, esercitandovi significative quote di stress che determinano una profonda ridefinizione dei confini convenzionalmente disegnati tra quei linguaggi espressivi. Ciò vale sia per lo spazio pittorico che per quello fumettistico.

I punti di intersezione fra comics e avanguardie sono numerosi e diversificati. Tra i più significativi reperiamo: le forme estetiche; il rapporto con l'establishment intellettuale; il rapporto e le modalità di comunicazione con il pubblico. Approfondiamo, a questo punto, le implicazioni teoriche sottese a tali attraversamenti di campo.

## Forme estetiche

Nel caso delle forme estetiche, espressione intesa nell'accezione che ne dà Alberto Abruzzese in un celebre saggio del 1976 (Abruzzese, 2011), il discorso è piuttosto semplice e le immagini non lasciano troppo spazio alla contestazione. Entrambi frutto della modernità industriale e dei suoi conflitti generativi, avanguardie e fumetto ne recano inevitabilmente la traccia nelle modalità di rappresentazione degli spazi, degli individui, delle folle, delle macchine e così via. Negli schizzi di Tatlin e Sant'Elia o nei dipinti di Malevič, così come nelle tavole della *sequential art* di Moebius o Igort, si ritrova infatti la metropoli di Simmel incessantemente percorsa da stimoli mediatici. Essa si caratterizza per creare specifiche condizioni psicologiche:

Ad ogni attraversamento della strada, nel ritmo e nella varietà della vita economica, professionale, sociale essa crea già nelle fondamenta sensorie della vita psichica, nella quantità di coscienza che ci richiede a causa della nostra organizzazione come esseri che distinguono, un profondo contrasto con la città di provincia e con la vita di campagna, con il ritmo più lento, più abitudinario e inalterato dell'immagine sensorio-spirituale della vita che queste comportano (Simmel 1903, p. 37).



Figura 1 Sant'Elia, La Città Nuova, 1913

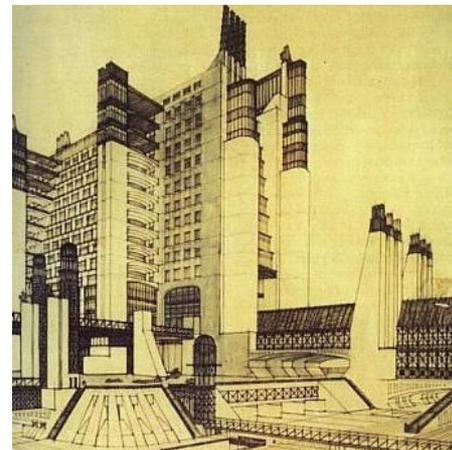


Figura 2 Sant'Elia, La Città Nuova, 1913

Si tratta di una città:

che si presenta sotto forma di mercato, vetrina e fantasmagoria della merce, spazio in divenire, territorio che va sollevato alla coscienza (...). Il panorama urbano si accende intorno a una metafora centrale, il viaggio temporale si inaugura nello spazio dei varchi, della soglia (...). Intorno a tale metafora gravitano temi, immagini, personaggi- la moda , la casa, il sogno, il gioco, la rivoluzione, la pubblicità, la trasformazione urbana, le Esposizioni, le ferrovie, l'illuminazione a gas, i grandi magazzini, le strade, gli specchi, i panorami, la fotografia, Marx, Grandville, Baudelaire (Fiorentino 2012, p. 74).

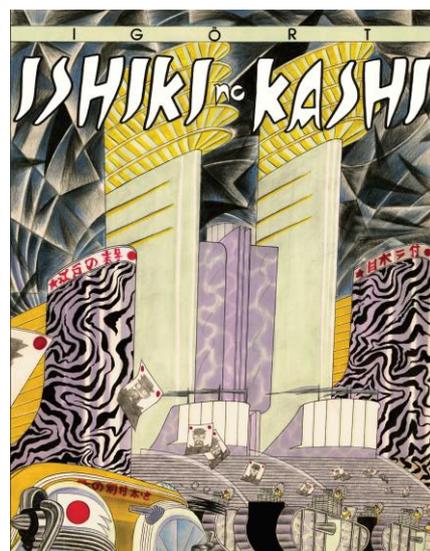


Fig. 3 Igort, Il Letargo dei Sentimenti, 1984

Fig. 4 Moebius, L'Incal Nero, 1981

Sono territori popolati e solcati dal flâneur benjaminiano, che pure ritorna ad abitare i dipinti avant-garde e le illustrazioni di un fumetto che preme per uscire dagli spazi angusti delle strisce domenicali. È la rappresentazione tipologica di un individuo isolato e – al tempo stesso – parte di un tutto informe e indefinito, così come il suo viso, che talvolta si perde nel caos metropolitano. Per certi versi, si tratta di un habitat che ricorda e anticipa ciò da cui siamo circondati oggi: relazioni mediate e mediatriche, individui immersi in società naturalmente artificiali e sommersi da una gran mole di stimoli informativi o, si potrebbe anche osare dire, di *dati*. Questi schizzi, tele e illustrazioni sono la documentazione tangibile del processo di contaminazione tra arti avanguardistiche e comics che si è innescato a partire dal secolo scorso, producendo risonanze radicali nell'estetica di entrambi i linguaggi.



Fig.5 Igort, Il Letargo dei Sentimenti, 1928-29



Fig. 6 Malevic, Ragazze in un Campo, 1928-29

La prossimità estetica e formale tra questi due media, inoltre, si declina in un intreccio indissolubile nelle mani di alcuni artisti che colgono tale congruenza e ne diventano veri e propri rappresentanti. È il caso, ad esempio, di Lyonel Feininger, grande esponente del gruppo pittorico espressionista nonché rivoluzionario illustratore di comics. Studente d'arte sin da bambino, cartoonist appena ventenne e pittore a partire dai trentasei anni, Feininger rappresenta perfettamente l'estrema permeabilità tra mondo dei comics e quello delle fine arts.



Fig. 7 Feininger, The White Man, 1907

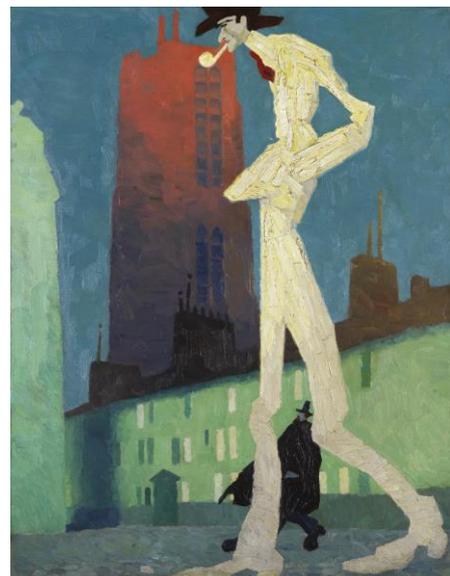


Fig. 8 Feininger, The Kin-der-Kids, 1906-07

Così come nell'opera multimediale di Feininger, avant-garde e fumetto si intrecciano anche nella biografia di un altro grande esponente dell'arte novecentesca: Salvador Dalì. Tra i massimi esponenti del Surrealismo, Dalì incarna – come artista e finanche *dramatis persona* – quel “automatismo psichico puro” (Breton, 1924) con cui i surrealisti si proponevano di “esprimere, sia verbalmente che in ogni altro modo, il funzionamento reale del pensiero, in assenza di qualsiasi controllo esercitato dalla ragione, al di fuori di ogni preoccupazione estetica o morale” (Breton, 1924). E tale automatismo psichico puro costituirà il filo conduttore delle sue creazioni sia nella pittura che nell'illustrazione.

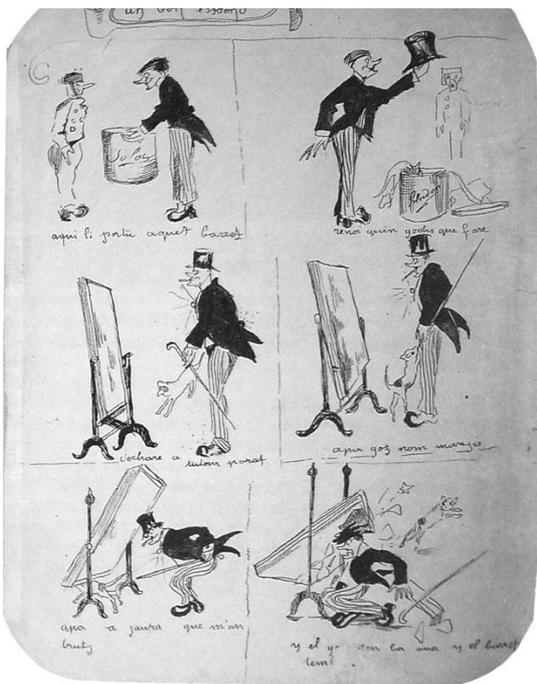


Fig. 9 Dalì, Senza Titolo, 1916



Fig. 10 Dalì, Senza Titolo, 1916

L'esperienza di Dalì nell'universo dell'illustrazione è in genere poco conosciuta, sebbene egli abbia iniziato a cimentarsi in quest'ambito sin dalla prima adolescenza. Successivamente, negli anni '30, durante il suo soggiorno statunitense, egli lavorerà al film (poi mai realizzato) *The Surrealist Mysteries of New York*, producendo pagine di disegni preparatori, storyboard e fumetti. La somiglianza con le vignette adolescenziali è dunque palese. Ma le forme e gli stilemi presenti in queste illustrazioni ritornano anche in opere di gran lunga più conosciute. Sia le illustrazioni che le tele di Dalì sono infatti imbevute del flusso di coscienza e del gioco, nel quadro dell'associazione libera che costituisce la base del Surrealismo. Le une e le altre opere sono inequivocabilmente fondate sull'automatismo psichico puro.

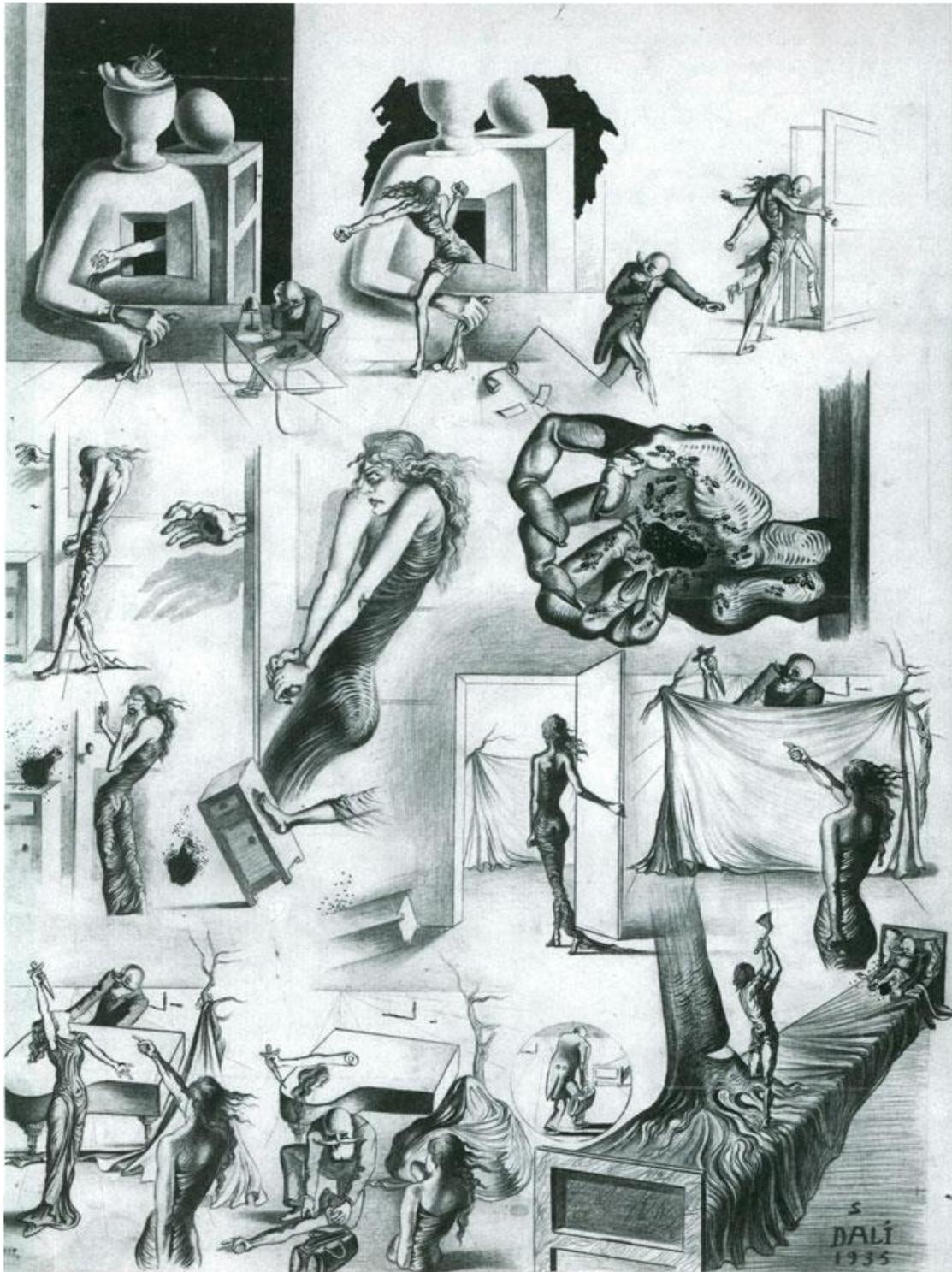


Fig. 11 Etudes Pour lo Scénario de Mystères Surréalistes de New York, 1935

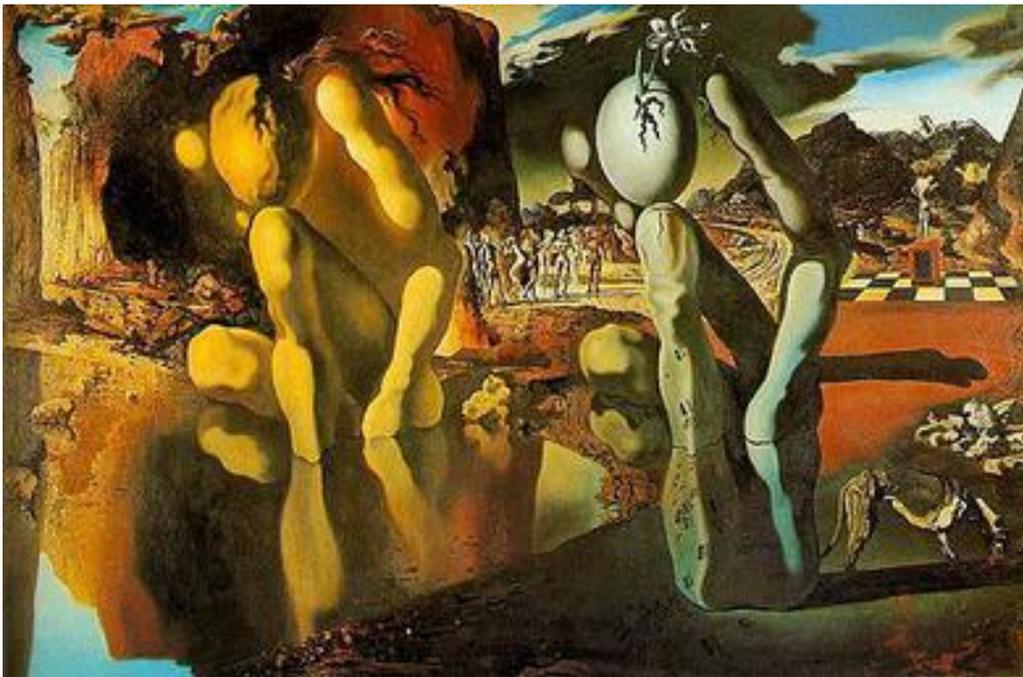


Fig. 12 Dalí, La Metamorfosi di Narciso, 1937



Fig. 13 Dalí, Morbida Costruzione con Fagioli Bolliti: Premonizione alla guerra, 1936

## Rapporto con l'establishment intellettuale e sfida ai confini istituzionali del proprio medium

Gli artisti esponenti dei movimenti d'avanguardia condividono anche un altro spazio con gli illustratori e gli scrittori che hanno rivoluzionato il medium fumetto, ovvero il loro controverso rapporto con l'establishment intellettuale. Nello specifico, si possono identificare due momenti cardine di tale processo: i primi decenni del ventesimo secolo e gli anni Settanta e Ottanta. Agli albori del Novecento, con l'avvento della Fabbrica quale impianto produttivo e paradigma economico, si assiste anche all'ascesa dell'Industria Culturale: la produzione e il consumo di massa da un lato, la cultura di massa dall'altro, in un inestricabile intreccio fondato su una radicale remediation dell'immaginario collettivo.

È in questo contesto che Futuristi e Costruttivisti – e subito dopo Dadaisti e Surrealisti – hanno esercitato la loro dirompente influenza sul landscape culturale. Rivoluzionando le modalità del fare arte dal punto di vista formale, strumentale e contenutistico, questi gruppi hanno aggredito l'istituzione culturale di cui erano parte. Il caso dei Futuristi è esemplare: operando in un'epoca di estrema instabilità e transizione, si fecero portavoce di una critica spietata all'immobilismo accademico a loro contemporaneo. “Noi vogliamo distruggere i musei, le biblioteche, le accademie d'ogni specie” (Marinetti, 1909), recitava per l'appunto il Manifesto Futurista del 1909.

Essi contribuirono così a produrre un crollo degli archetipi e delle forme istituzionali, rendendo possibile all'azione estetica di attingere a piene mani dal vissuto quotidiano, caratteristica che informerà inevitabilmente la produzione artistica di tutto il resto del secolo. Un ruolo simile fu assunto anche dai *comics-maker* che operavano oltreoceano nello stesso periodo. Il *Little Nemo* di Winsor McCay e i *Kin-Der-Kids* di Feininger, ad esempio, grazie ai loro rivoluzionari connotati formali e narrativi, furono fondamentali nell'estendere il bacino di fruizione del fumetto.

Artisti quali Boccioni, Duchamp, Man Ray, McCay e Feininger – seppure in settori diversi – hanno perseguito il medesimo obiettivo: demistificare la convenzionale (e teoricamente fuorviante) divisione tra cultura delle élite e cultura delle masse, allargare i confini della comunicazione artistica e abilitare un rinnovamento basato sulla scoperta di linguaggi sperimentali, fondati su significanti e significati innovativi.

Innescatosi nel primo Novecento, il processo appena descritto si configura come un fenomeno estremamente interessante che ci parla di contaminazione e di influenza transmediale nelle loro declinazioni maggiormente polarizzate: vale a dire quelle in cui capo e coda del filo – contaminatore e contaminato – si confondono e intrecciano indissolubilmente. In tal senso, il controverso rapporto con l'establishment intellettuale non è solo una caratteristica che i due settori culturali hanno in comune: va invece considerato il frutto di un dialogo interattivo, dinamico e consapevole risultante da una reciproca influenza.

A catturare la nostra attenzione, poi, è anche ciò che si verifica qualche decennio dopo, a cavallo fra gli anni '70 e '80 del Novecento, stavolta esclusivamente nel vecchio

continente. In quel periodo viene sferrato un nuovo attacco contro un'altra istituzione: si tratta dell'ambito letterario. A impugnare le armi sono nuovamente dei collettivi, stavolta di comics artist – narratori e illustratori – dichiaratamente ispirati alle precedenti avanguardie. Questi nuovi gruppi si pongono quali capofila di un movimento di attacco all'elitarismo culturale, nel quadro di una strategia volta a estendere le facoltà semantiche, estetiche, narrative e simboliche del fumetto.

È proprio grazie ad artisti quali Moebius e Druillet della rivista francese *Métal Hurlant*, oppure Igort e Carpinteri del gruppo italiano noto come *Valvoline Motorcomics*, che i comics scavalcano i limiti imposti dall'elitarismo culturale per migrare dal mondo dell'entertainment puramente inteso a quello dell'arte e della letteratura (un transito che cogliamo in modo esemplare nella definizione oggi in voga di *graphic novel*). O meglio, per fondere le consuete dimensioni dell'entertainment, dell'arte e della letteratura in un assetto nuovo, dimostrando così che tali confini – come non di rado accade con le barriere culturali – erano costrutti pensati e imposti arbitrariamente, più che delle reali frontiere semantiche.

E ancora una volta questo fenomeno si rende chiaro sin dai suoi connotati estetici: nel realizzare ciò che prima di essi avevano fatto gli avanguardisti d'inizio Novecento, il lavoro di questi comics artist è pregno di riferimenti e suggerimenti tratti dal linguaggio futurista come da quello costruttivista, surrealista e così via. Il tutto, ancora una volta, finalizzato alla messa in atto di un'autentica rifondazione dello statuto identitario del medium disegnato.

## Rapporto e modalità di comunicazione con il pubblico

Gli artisti di “piattaforme programmatiche” come *Métal Hurlant* e *Valvoline Motorcomics*, in tale prospettiva, mettono in atto un richiamo voluto e dichiarato alle avanguardie storiche, le cui citazioni sono volte a innescare un rinnovamento sia nell'estetica figurativa – vale a dire quella relativa all'aspetto formale delle varie specifiche opere – che nell'estetica discorsiva, cioè quella relativa allo storytelling dell'universo simbolico e valoriale legato sia ai singoli gruppi che al medium in generale.

Un ultimo passaggio di questo set di processi transmediali riguarda il rapporto con il pubblico. Qualche decennio prima, le avanguardie storiche avevano determinato una crescita quantitativa del pubblico basata sulla graduale estensione della zona d'impatto dell'attività artistica, crescita che si configura come programmatica e programmaticamente rivoluzionaria. È il medesimo obiettivo degli artisti-militanti di gruppi come *Valvoline Motorcomics* e *Métal Hurlant*. Obiettivo che, tra le altre cose, concorre a sottolineare l'importanza sostanziale del momento della fruizione dell'opera d'arte, e di conseguenza la rilevanza del ruolo del fruitore. Il tutto, infatti, si basa sull'assunto che l'atto della creazione estetica comprende, in tutte le sue declinazioni specifiche, un processo di accostamento tra la persona cui è indirizzata e l'artista:

se la vera opera d'arte si attua pienamente nel preciso istante in cui il pubblico prova gli stessi sentimenti dell'autore, ne condivide cioè il messaggio e vi aderisce, il principio determinante che si viene a fondare è che l'arte è il pubblico stesso. L'opera d'arte diviene, cioè, il popolo intero fattosi pubblico, e la bellezza estetica si cancella nella riuscita di questo processo ideologico (Abruzzese 2011, pp. 82-83).

Quest'azione di allargamento del pubblico è estremamente importante per il fiorire del fumetto e il suo confluire a pieno titolo nell'arte visiva da un lato, e nella letteratura grafica dall'altro. Senza la dirompente comunicazione e le modalità di espressione estreme di questi gruppi, ciò non sarebbe stato possibile. A tal proposito, appare emblematico ciò che Jean Pierre Dionnet, direttore di *Métal Hurlant*, scrive nell'editoriale del primo numero della rivista:

Il 19 dicembre del 1974, alle quattro del mattino ora locale, al confine tra Livry-Gargan e la foresta di Clichy sono finalmente insieme a Druillet, l'illuminatore paranoico; Moebius alias Gir, alias Giraud, alias l'artista dalle mille facce; Jean-Pierre Dionnet detto gratta-gratta, vostro umile servitore; e Bernard Farkas, che è venuto a mettere un po' di ordine nei nostri grandiosi progetti e un po' di anima nei nostri conti: all'unanimità dichiarano che d'ora in avanti risponderanno soltanto al nome collettivo di Umanoidi Associati" (Dionnet, 1974).

Il tutto, prosegue Dionnet, allo scopo di pubblicare "racconti di Fantascienza a fumetti in cui dare libero sfogo alle fantasie più putride e compiaciute" (Dionnet, 1974). È inevitabile, leggendo tali parole, pensare all'automatismo psichico puro del surrealismo o alle aggressive proclamazioni che percorrono il Manifesto Futurista di Marinetti:

Noi canteremo le grandi folle agitate dal lavoro, dal piacere o dalla sommossa: canteremo le maree multicolori e polifoniche delle rivoluzioni nelle capitali moderne; canteremo il vibrante fervore notturno degli arsenali e dei cantieri, incendiati da violente lune elettriche; le stazioni ingorde, divoratrici di serpi che fumano; le officine appese alle nuvole per i contorti fili dei loro fumi; i ponti simili a ginnasti giganti che scavalcano i fiumi, balenanti al sole con un luccichio di coltelli; i piroscafi avventurosi che fiutano l'orizzonte, e le locomotive dall'ampio petto, che scalpitano sulle rotaie, come enormi cavalli d'acciaio imbrigliati di tubi, e il volo scivolante degli aeroplani, la cui elica garrisce al vento come una bandiera e sembra applaudire come una folla entusiasta (Marinetti, 1909, p. 43).

## Conclusioni. Transmedialità presenti e future tra Software Art e Comics

Il termine "avanguardia" è stato introdotto nel linguaggio teorico artistico e culturale a cavallo tra il XIX e il XX secolo per indicare quei movimenti letterari e artistici impegnati nel propugnare e attuare nuove poetiche, politiche e modalità espressive, andando controcorrente rispetto alla tradizione e i canoni istituzionalizzati maggiormente diffusi. Si tratta di un termine mutuato dal vocabolario bellico, dove era utilizzato in riferimento ai reparti dell'esercito che in battaglia precedevano tutti gli altri. I primi, i più dirompenti, i più aggressivi. Esattamente come le controverse personalità che animavano lo scenario artistico primo-novecentesco.

Al giorno d'oggi, nonostante il cambiamento nel sistema dei media abbia ridefinito le strutture interne e le dinamiche relative ai mondi dell'arte (Becker, 1982), è possibile cogliere movimenti creativi che, con il loro carattere dirompente e rivoluzionario

costituiscono una possibile versione contemporanea dei gruppi avant-garde dei primi anni del secolo breve. Ci si riferisce in particolare alla pratica artistica nota come *Software Art*, ovvero l'arte che basa il processo di creazione artistica sull'implementazione di specifiche componenti software (Magnusson, Thor, 2002; Shanken, 2002).

Una particolare declinazione della *Software Art* è rappresentata da quella che è nota come *Generative Art*, vale a dire quella nicchia dell'arte che nel processo di creazione si serve di un qualsiasi meccanismo dotato di una certa autonomia. Nella sua declinazione informatica, si tratta di una tecnica che vede gli artisti creare immagini – fisse o animate, stampate o *on screen*, mute o sonore – attraverso l'utilizzo di algoritmi computer (Pearson, 2011). Tali linguaggi artistici si basano sulla sperimentazione di soluzioni tecnologiche innovative al fine di rivoluzionare il significato del termine opera d'arte. Ne risulta di conseguenza una radicale ridefinizione strutturale del sistema artistico nel suo complesso.

La comunicazione di molti esponenti del *comics universe* – sia quella messa in atto attraverso le opere che quella collaterale, che procede per altre vie – è caratterizzata da un'impostazione dirompente, fondata sulla creazione di interferenze e disturbi lungo le trasmissioni tradizionali della pratica artistica. In questo modo, il *comics universe* si costituisce come un oggetto estremamente entropico, uno scenario caratterizzato dalla costante tendenza a innovare e rinnovarsi.

Queste nuove pratiche artistiche, basate sull'impiego di strumenti hardware e software informatici e digitali, non hanno dunque lasciato indifferente il mondo della letteratura a fumetti. Esempio in tal senso è il caso di John Pound, scrittore e illustratore che realizza le sue vignette e storyboard attraverso la scrittura di programmi computer che si servono del meccanismo di randomizzazione: il programma combina in maniera casuale parole, colori, forme, figure, oggetti e scene, realizzando in questo modo immagini e pagine di fumetti.

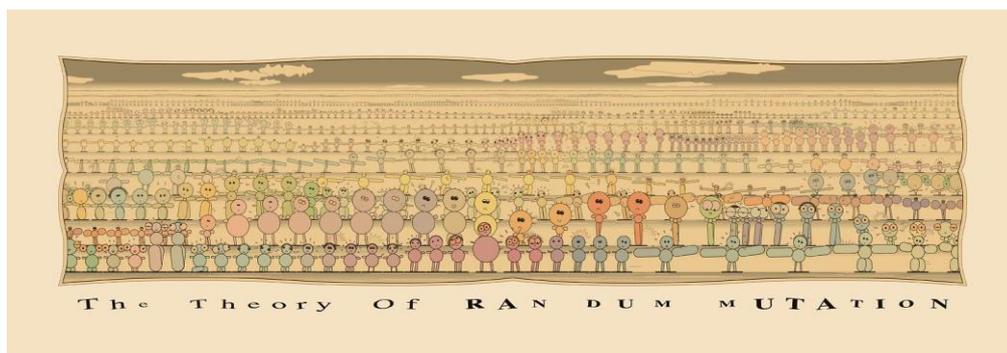


Fig. 14 Pound, *The Theory of Random Mutation*, 2002

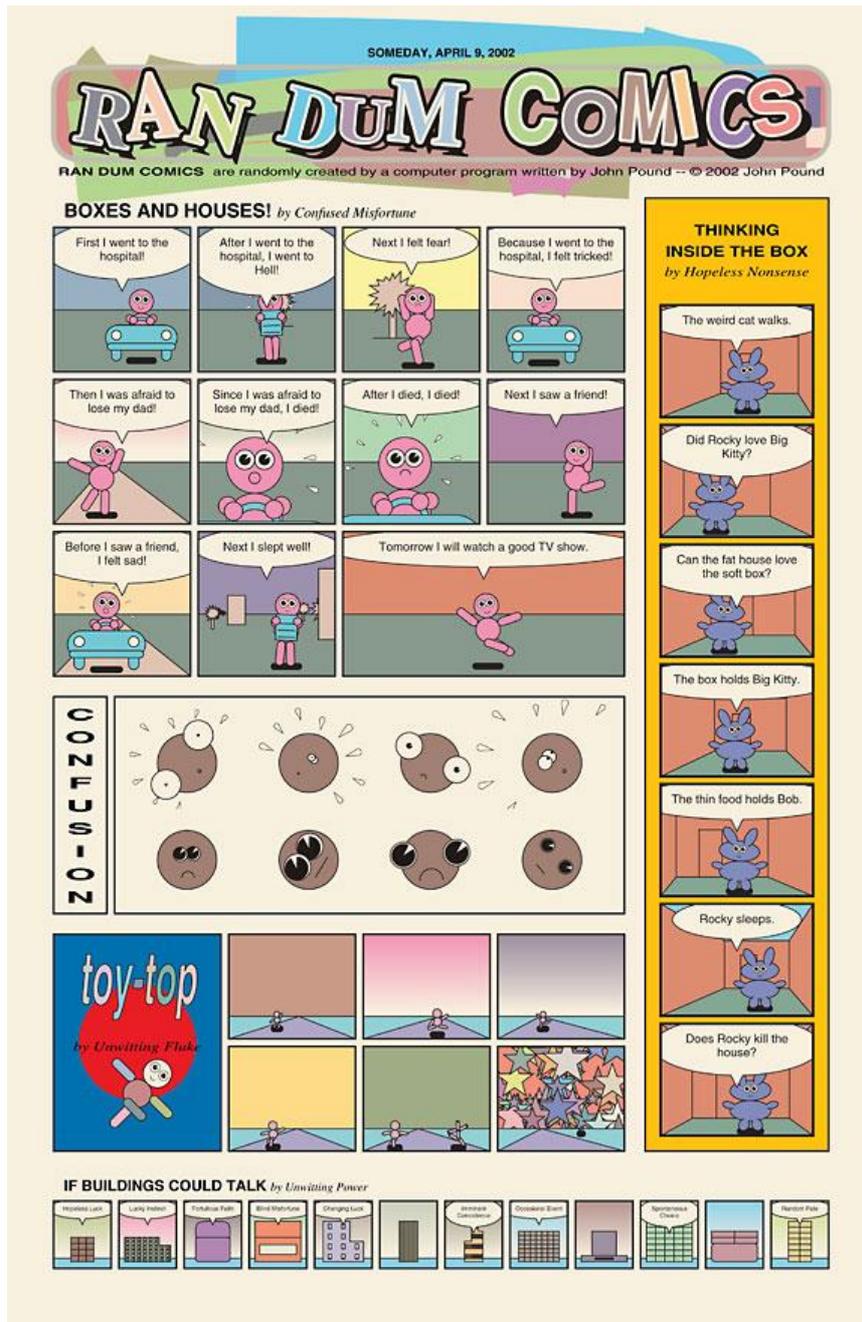


Fig. 15 Pound, Boxes and Houses, 2002

Si tratta di comics sperimentali, tendenzialmente affrancati dalla matrice originaria della riproducibilità tecnica, che sono stati esposti nell'ambito di gallerie e manifestazioni artistiche. Nonostante utilizzi il *visual language* dei comics, il focus principale delle opere di Pound risiede nelle associazioni formali e concettuali e nel graphic design, piuttosto che nella scrittura di gag e nello storytelling lineare. Alla domanda “perché random comics”, Pound risponde che tale scelta deriva dalla volontà di scoprire cosa accade nel momento in cui un programma informatico è usato non come un tool passivo ma come un tool attivo: una sorta di partner dell'artista incaricato di assumere decisioni creative.

La randomizzazione, ossia la distribuzione casuale di probabilità, è dunque alla base di questi artworks. Non si tratta di un'assoluta novità. Dalla *non-intentional music* di John Cage, alla pratica dell'Exquisite Corpse – gioco surrealista in cui ogni artista partecipava alla realizzazione di un disegno collettivo senza conoscere i contributi degli altri partecipanti – il campo della sperimentazione artistica è ricco di esempi del genere. L'idea della *randomness*, centrale in tutti questi progetti, abbraccia la poetica del nonsense, dell'anarchia e della rottura delle narrazioni tradizionali, elementi che caratterizzano il contesto della produzione creativa dalla postmodernità in poi. Essa rappresenta inoltre anche l'estetica del pastiche, che con il suo principio di fusione di tecniche, strumenti, linguaggi e suggestioni formali differenti, costituisce una sorta di ulteriore stadio evolutivo della transmedialità, estesa in questo caso a tutte le componenti strutturali del prodotto mediatico.

## Nota biografica

Sergio Brancato è professore associato di Sociologia delle tecnologie culturali e di Sociologia e storia dei media presso l'Università di Napoli "Federico II". La sua ricerca riguarda i nessi tra media, società e cultura di massa, con particolare riferimento alle dinamiche dell'innovazione tecnologica sulle forme della serialità e sui processi dell'immaginario. Sui comics ha pubblicato *Fumetti. Guida ai comics nel sistema dei media* (1994-2000), *Il secolo del fumetto* (2008), *L'imperio dei segni. Igort tra Walter Benjamin e Walt Disney* (2017).

Sara Pastore è laureata in Comunicazione Pubblica, Sociale e Politica presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", dove attualmente frequenta il XXXV ciclo del Dottorato in Scienze Sociali e Statistiche. Ha partecipato a convegni nazionali e internazionali. Alcuni suoi articoli sono in corso di pubblicazione. I suoi interessi di ricerca sono principalmente il rapporto tra società e media e l'evoluzione delle forme artistiche in relazione all'implementazione di nuove tecnologie e strumenti, con un focus particolare sui processi di ibridazione e sulle pratiche collettive.

## Riferimenti bibliografici

- Abruzzese A. (2011). *Forme estetiche e società di massa*. Marsilio: Venezia.
- Barbieri D. (1990). *Valvoforme e valvolori*. Idea Books: Milano.
- Barbieri D. (2005), a cura di, *La linea inquieta. Emozioni e ironia nel fumetto*. Meltemi: Milano.
- Becker H. S. (1982) *Art Worlds*. University of California Press: Berkeley and Los Angeles.
- Bower J., Christensen C. (1995), *Disruptive Technologies*. "Harvard Business Review", Boston.
- Breton A. (1924). *Manifeste du Surréalisme*. Sagittaire Editions: Paris.

- Brancato S. (2017). *L'imperio dei segni. Igort tra Walter Benjamin e Walt Disney*. Edizioni d'if: Napoli.
- Fiorentino G. (2012). *Il metodo. O l'occhio del medium*, in Pireddu, Serra (2012), pp. 72-82.
- Foster H., Krauss R., Bois Y., Buchloch B., (2004) *Art Since 1900. Modernism, Antimodernism, Postmodernism*. Thames & Hudson: London.
- Frezza G., (1978) *L'immagine innocente. Cinema e fumetto americani delle origini*. Napoleone: Roma.
- Jenkins H., (2008) *Convergence Culture*. Sage: London, Los Angeles, New Delhi and Singapore.
- Magnusson T. (2002). *Processor Art: Currents in the Process Oriented Works of Generative and Software Art*. University of Sussex: Brighton.
- Manovich L (2016). *Software Culture*. Edizioni Olivares: Milano.
- Marinetti F. (1909), *Primo Manifesto del Futurismo*. In Davico Bonino, G. (a cura di), *Manifesti futuristi*. Rizzoli: Milano, 2009, pp. 47-59.
- Pearson M. (2011), *Generative Art*. Manning: New York.
- Pireddu M., Serra M. (2012), a cura di, *Mediologia. Una disciplina attraverso i suoi classici*. Napoli: Liguori.
- Pound J. (2002) *About Random Computer-Generated Comics*. in PoundArt.com
- Sausverd A. (2012), *De Figueras à New York. Les bandes dessinées de Salvador Dalí*. in Topfferiana.fr
- Shanken E. (2002), *Art in the Information Age: Technology and Conceptual Art*. Leonardo: Milano.
- Wolff J. (1993) *Aesthetics and the Sociology of Art*, Macmillan Education: London.

## Archeologia della transmedialità: teorie, approcci e formati. Il caso Flash Gordon\*\*

Mario Tirino\*\*

Università degli studi di Salerno

This paper proposes three objectives. First, we intend to circumscribe the concept of transmedia, clarifying the specificity of this theoretical tool. Secondly, we intend to investigate concepts, theories and approaches of transmedia archeology. Finally, the third paragraph will be devoted to the analysis of an example of historical transmedia storytelling – that is the set of transmedia narratives of Flash Gordon's franchise.

**Keywords:** Transmedia Archeology; Serialization; Pop Cultures; Transmediality; Flash Gordon

Questo paper, per motivi di chiarezza e sintesi espositiva, ha una struttura tripartita. Nel primo paragrafo, stabiliamo i termini del concetto di transmedialità, cercando di dissipare possibili ambiguità semantiche e definirne la portata. Sulla scorta di questo impianto concettuale, nel secondo paragrafo illustreremo, da una prospettiva squisitamente mediologica, i principali approcci teorici, l'oggetto della ricerca e gli obiettivi dell'archeologia della transmedialità. Infine, nel terzo paragrafo, ci dedicheremo all'analisi di un caso specifico di transmedia storytelling storico, ovvero il franchise di Flash Gordon.

### Di cosa parliamo quando parliamo di transmedialità

Nell'ambito dei Media Studies il concetto di transmedialità è stato oggetto di notevoli fraintendimenti e slittamenti semantici, tanto da essere utilizzato per indicare un range ampio di differenti relazioni tra i media. Il dibattito sulla transmedialità è innescato dalle trasformazioni mediali nell'era della convergenza culturale: dall'intreccio di fattori tecnologici, industriali e sociali (Pescatore, 2011) sono scaturiti una serie di effetti, sintetizzabili nel disfacimento della corrispondenza biunivoca tra infrastruttura materiale e forma di espressione (i contenuti di ciascun medium sono veicolabili su più piattaforme) (Zecca, 2012), nella nascita di conglomerati mediali che incorporano differenti segmenti dell'industria dei media (come Disney), nel progressivo radicamento di una cultura partecipativa basata sulla massiccia interazione dei pubblici connessi (Varnelis, 2008), in grado di trasformarsi in co-creatori dei contenuti mediali. Questi processi di riconfigurazione, associati alla digitalizzazione dei media, sono stati oggetto di numerosi contributi che, da differenti prospettive, hanno considerato fenomeni come multimedialità, crossmedialità, intermedialità e, appunto, transmedialità.

---

\*\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* [mario.tirino@gmail.com](mailto:mario.tirino@gmail.com)

Zecca (2015), in un prezioso lavoro di chiarificazione teorica, ha provato a circoscrivere la portata di ciascuno di questi tool teorici, sgombrando il campo, per quanto possibile, da sovrapposizioni e ambiguità. Il punto di partenza di Zecca è la distinzione, operata da Ryan (2004, 2005, 2013), tra teorie concentrate su una definizione trasmissiva di medium (inteso prioritariamente come infrastruttura o piattaforma) e teorie basate su una definizione semiotica di medium (concepito come sistema di espressione e significazione). In seguito, la digitalizzazione dei media ha spinto gli studiosi a concepire i media come dispositivi teorici più complessi, plasmati da fattori tecnologici, economici, socioculturali e istituzionali (Colombo, 2003). Su queste basi, Zecca propone una convincente classificazione dei concetti che inquadrano le relazioni tra i media, fondata su tre assi: dimensione (tecnologica o espressiva), oggetto della relazione e modalità della relazione. Cercheremo ora, basandoci su tale schema, di introdurre alcuni approfondimenti ulteriori.

In primo luogo, il concetto di multimedialità – che originariamente incorporava gli altri tre, essendo utilizzato per indicare genericamente un qualche tipo di relazione tra i media (Casetti, 2005) – può essere interpretato in due differenti modi (Ciotti & Roncaglia, 2000: 324):

1) multimedialità centripeta: ovvero la coesistenza materiale e/o spaziale di molteplici flussi comunicativi, un tempo associati a differenti canali tecnologici, all'interno di un unico ambiente/artefatto mediale – questa definizione, nata per inquadrare dispositivi come gli ipermedia, on e offline, e, pertanto, fortemente associata alla navigabilità tra nodi di contenuto di differenti tipologie (testo, audio, video, ecc.), non va confusa con la multimedialità tout court, ovvero con la proprietà, tipica di alcuni media, analogici e digitali, di manipolare significati associabili a differenti codici di espressione<sup>1</sup>. Questo tipo di multimedialità è associata anche a progetti artistici (es. una performance che integra significanti tecnico-espressivi di cinema, teatro e televisione: Balzola & Monteverdi, 2004; Balzola & Rosa, 2010);

2) multimedialità centrifuga: ovvero la proprietà di svilupparsi su più media, tipica di alcuni progetti formativo-educativi (es. un corso di lingue che prevede lezioni in presenza, esercitazioni online, dispense). Va precisato che, nel corso degli anni, la multimedialità centrifuga è stata più spesso concepita come transmedialità, con riferimento ai molteplici progetti di *transmedia education*.

In ogni caso, la multimedialità, muovendosi nella dimensione tecnologica, prevede come oggetto della relazione prodotti mediali fondati sulla combinazione materiale e/o spaziale di diversi elementi mediali in un unico artefatto/ambiente.

Al netto della confusione terminologica di alcuni studi (Giovagnoli, 2009, 2013), la crossmedialità (Casetti, 2006) inquadra le operazioni di conduzione (ovvero trasporto, distribuzione e delivery) di un singolo prodotto mediale su varie piattaforme (per esempio, un film distribuito in sala, in DVD, in streaming o in peer-to-peer), fortemente incentivate dai processi di sfruttamento commerciale intensivo e di accesso globale ai contenuti.

Se multimedialità e crossmedialità si muovono all'interno di una concezione tecnologica dei media, intermedialità e transmedialità si riferiscono, invece, alla dimensione espressiva e simbolica dei media.

In un senso generale, l'intermedialità si riferisce alla traduzione (trasferimento/rifacimento) di contenuti di un medium di partenza nei contenuti di un medium d'arrivo (l'esempio tipico è l'adattamento di un romanzo in un film) (Müller, 2006). Per alcuni studiosi (Wolf, 1999, Rajevisky, 2000, Montani, 2010), è essenziale la co-presenza di elementi ascrivibili a diversi media all'interno del prodotto mediale di arrivo, affinché possa parlarsi di intermedialità; ma – con Frezza (2015) – appare più appropriato riconoscere, quale elemento qualificante di un progetto intermediale, la possibilità che i contenuti del medium di partenza e quelli del medium di arrivo siano in una relazione di potenziale reciproca ibridazione e contaminazione. Zecca (2015), nel definire l'intermedialità, utilizza concetti propri della linguistica (nello specifico, da Hjelmslev e Lotman): tale scelta però è discutibile, poiché riaprirebbe una controversa tendenza a concepire come espressioni linguistiche prodotti medialità, come i film o i videogiochi, che, a nostro avviso, non lo sono.

Così circoscritti i principali concetti che descrivono le relazioni tra i media, da questi possiamo distinguere il concetto di transmedialità. In prima istanza, formuliamo una definizione generica, applicabile a un vasto range di fenomeni medialità e non strettamente riducibile al transmedia storytelling: in questa prospettiva, definiamo la transmedialità come la proprietà tipica di quei progetti comunicativi, fondati sulla dispersione di unità di contenuto su più media, all'interno di universi di senso, contrassegnati in varia misura da espansione, coerenza e consistenza diegetica. Questa definizione si basa sul fatto che la transmedialità (termine coniato da Kinder, 1991) designa una logica di produzione dei contenuti nel DNA della cultura mediale contemporanea (Scolari, 2017), che eccede il campo della fiction e comprende progetti nel campo del marketing, dell'educazione, dell'attivismo politico, dello sport (Tirino, 2019b). Come scrivono Freeman e Gambarato (2018), a livello globale si muovono due opposte tendenze: da un lato la transmedialità come espansione commerciale e dall'altro la transmedialità come democratizzazione. Sotto il primo profilo, la transmedialità può essere concepita come flusso di contenuti organizzati da network industriali per accrescere l'appeal economico e culturale dei propri progetti (Brembilla, 2018). In questa accezione l'accento è posto soprattutto sul transmediale come modalità di diversificazione (Proctor, 2018; Horne, 2018) e di ri-localizzazione e ri-contestualizzazione (Evans, 2018) dei contenuti per l'engagement di nuove audience a fini commerciali. Sul piano degli aspetti sociali della transmedialità, essa si configura come una forma di esperienza mediale integrata (Davidson, 2010), più piena e connessa, che offre nuovi livelli di interazione tra pubblico e contenuti medialità (Freeman & Gambarato, 2018). Inoltre, nell'era della mediatizzazione della vita quotidiana (Couldry & Hepp, 2016), i pubblici sempre più spesso non si limitano a consumare contenuti transmediali, ma arricchiscono i mondi narrativi, per esempio attraverso la produzione di user-generated content (Hills, 2002, Gray, 2010), paratesti (Hills, 2018) e fanfiction. In sintesi, si può affermare che, in quanto insieme di logiche di produzione medialità che coinvolgono industrie, pubblici e culture, la transmedialità si configura essenzialmente come una nuova modalità di percezione e narrazione dei media e del mondo, attraverso la tecnologia (Freeman & Gambarato, 2018, p. 11).

## ***Il contributo di Henry Jenkins***

In questa sede, ci preme tuttavia concentrarci sulle forme di transmedia storytelling legate alla fiction. In merito, il contributo di Henry Jenkins è centrale, per varie ragioni. Innanzitutto, lo studioso ha conferito al termine convergenza – impiegato nei Media Studies fino ad allora esclusivamente in senso tecnologico – un significato più ampio, intendendo con esso “the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in searching of the kinds of entertainment experiences they want” (Jenkins, 2006a, p. 2, cfr. anche Jenkins & Deuze, 2008). In secondo luogo, la riflessione jenkinsiana sul transmedia storytelling si articola in una serie di contributi (2003, 2006a, 2006b, 2007, 2008, 2009a, 2009b, 2014a, 2014b, 2016, 2018), tra i quali la definizione più completa dell’oggetto della ricerca può essere considerata la seguente: “Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience. Ideally, each medium makes its own unique contribution to the unfolding of the story” (Jenkins 2011). In un transmedia storytelling di un franchise – nel caso specifico analizzato, Matrix – Jenkins (2006a) specifica che: 1) ciascun medium dovrebbe essere coinvolto per le sue peculiarità e dovrebbe narrare una parte originale della storia; 2) ogni accesso al franchise deve essere autonomo (si può fruire anche di singoli tasselli) e ogni tassello deve fungere da porta d’accesso al franchise; 3) una narrazione transmediale così congegnata deve offrire un’esperienza di fruizione affettiva, che motiva al consumo e attrae pubblici differenziati.

In terzo luogo, egli sottolinea con forza che il transmedia storytelling è l’arte del *worldbuilding*, cioè la capacità di creare storyworld (mondi narrativi) possibili, in cui elementi integrali di una storia – che eccedono il singolo testo – si sviluppano in maniera coerente (senza contraddizioni) e consistente (in modo da garantire la progressiva espansione dello storyworld, senza ridondanze). Secondo lo studioso (Jenkins 2006a: 334), il processo di distribuzione su più piattaforme contribuisce a fornire agli utenti una maggiore comprensione dello storyworld.

In quarto luogo, Jenkins insiste sugli aspetti sociali del transmedia storytelling, chiarendo come esso contribuisca all’ascesa della cultura partecipativa. Il transmedia storytelling agisce, infatti, sia da attrattore culturale, poiché unisce diverse comunità di utenti mediali, sia da attivatore culturale, incentivando l’esplorazione, l’interpretazione e l’elaborazione dei contenuti della narrazione in forma collettiva. Stimolando l’epistemofilia – ossia la ricerca di nuova conoscenza intorno ai prodotti mediali (si pensi all’eclatante caso della serie tv *Lost*: Jones, 2007; Pearson, 2009; Scolari, 2013b) – la narrazione transmediale incentiva tutte le forme di cultura partecipativa individuate da Jenkins *et al.* (2005, p. 3): affiliazione (appartenenza a varie comunità di fan ospitate su diversi social media, come Facebook, Instagram, Twitter, ecc.), creatività (produzione di user-generated

content, come fanvideo, meme, fanfiction, ecc.), problem-solving collaborativo (team che sviluppano nuova conoscenza in forma di Wiki, spoiling, alternative reality gaming), circolazione (condivisione del contenuto attraverso post, podcasting, reti di peer-to-peer, ecc.).

In quinto luogo, infine, Jenkins ha individuato la dinamica essenziale del transmedia storytelling come campo di forze contrapposte, che si implicano reciprocamente: a una convergenza dall'alto (processo discendente), innescata dalle corporation interessate alla concentrazione del potere mediatico, si oppone una convergenza dal basso (processo ascendente), sostenuta dalle energie grassroots dei pubblici che partecipano alla creazione della cultura circolante – opposizione che si può collegare a quella, citata, tra transmedialità come espansione commerciale e transmedialità come democratizzazione.

## **L'archeologia della transmedialità. Teorie, approcci, questioni**

Sintetizzando il lavoro di Jenkins, possiamo affermare che il transmedia storytelling costituisce una modalità di espansione su più piattaforme di un singolo mondo narrativo, da un lato alimentato da un canone definito dall'industria mediale e dall'altro variamente manipolato dagli utenti attraverso la produzione di contenuti grassroots (Ibrus & Scolari, 2012; Scolari, 2009a, 2013a, 2013b). Scolari, Bertetti e Freeman (2014, p. 3) propongono una piramide della partecipazione e del coinvolgimento degli utenti di una narrazione transmediale: alla base figurano i consumatori di un singolo testo mediale, al secondo livello i consumatori di differenti prodotti mediali del franchise, al terzo livello i fan che partecipano attivamente alle conversazioni e condividono contenuti online, al vertice gli utenti che producono nuovi contenuti ed espandono la narrazione.

Se il transmedia storytelling rappresenta una modalità di racconto caratterizzata dall'espansione della narrazione su più media, in molti casi con la partecipazione attiva degli utenti, vari studiosi hanno affermato che non si tratta affatto di un fenomeno nuovo. In quanto "trans-historical practice of media production" (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014, p. 8), il transmedia storytelling può essere indagato nell'ambito dell'archeologia della transmedialità, da intendersi come un approccio multidisciplinare volto a indagarne le forme storiche.

L'archeologia della transmedialità si propone almeno tre obiettivi principali (Bertetti 2018): 1) rileggere alcuni aspetti della storia culturale in una nuova prospettiva; 2) riconsiderare la storia delle industrie mediali; 3) comprendere più pienamente la transmedialità stessa, in quanto uno sguardo diacronico consente di rilevare, in confronto con le narrazioni transmediali del passato, ciò che c'è di più specifico nelle forme di transmedia storytelling digitale (Freeman, 2016, p. 3).

### ***World-building e character-building: due modelli possibili***

L'archeologia della transmedialità consente di valutare il transmedia storytelling contemporaneo, come definito da Jenkins, come uno dei modelli possibili (Bertetti, 2018,

p. 364), ma non l'unico. Lo studio delle forme di narrazione transmediale storicizzate richiedono, infatti, il ricorso a un modello più flessibile di quello adottato da Jenkins, fondato sulla dispersione sistematica di tasselli narrativi di un unico storyworld fondato sulla coerenza e sulla consistenza. In realtà, lo stesso Jenkins (2006a) rileva che un tale livello di integrazione e coordinamento è assai raro, preferendo ragionare in termini di *continuity* (il rispetto integrale della coerenza narrativa nei testi canonici dello storyworld proposti dalle corporation) e *multiplicity* (con riferimento a storyline alternative elaborate dagli utenti e a pratiche produttive meno programmate) (Jenkins, 2009). Il modello jenkinsiano esalta gli elementi di pianificazione strategica della creazione transmediale, fondata su una matrice narrativa (o *mothership*, Jenkins, 2014a) a partire da cui si sviluppa il progetto multiplatforma per varie tipologie di utenti (Innocenti & Pescatore, 2008). Le forme storiche di transmedia storytelling, che Freeman (2016) fa risalire agli inizi del Novecento, manifestano, invece, una dimensione *ad hoc* e contingente (Fast & Örnebring, 2015), anche perché molte delle strategie che presiedevano alle nuove modalità di racconto erano esse stesse emergenti (Freeman, 2018, p. 18) – come mostrano i casi di Bauman (Oz) e Burroughs (Conan). Nello storytelling transmediale storico, i requisiti di coerenza e consistenza erano ritenuti meno significativi rispetto all'esigenza delle media company di attingere nuovi segmenti di audience. A questo punto risulta utile ricorrere allo schema di Freeman (2016, p. 9), secondo il quale il transmedia storytelling si fonda su tre meccanismi: il *worldbuilding*, che, secondo Jenkins (2016), ne rappresenta la logica essenziale, il *character-building* e l'*authorship*. Se le forme recenti di transmedia storytelling sono frutto di un accorto lavoro di *worldbuilding*, le narrazioni transmediali del passato seguivano una logica più semplice, basata sull'espansione delle avventure di un singolo personaggio (Bertetti, 2014, p. 2344), come avveniva nei franchise del cinema muto (Scott, 2009). Per garantire il successo di questo tipo di transmedia storytelling *character-oriented* l'elemento assolutamente imprescindibile che ogni testo deve rispettare è la riconoscibilità del personaggio, sebbene, entro certi limiti, i pubblici siano disposti ad ammettere anche un certo numero di variazioni (Bertetti, 2014). Un personaggio transmediale può allora essere considerato “un eroe finzionale la cui storia è raccontata in testi diversi su diverse piattaforme mediali, ognuno dei quali apporta nuovi dettagli alla sua biografia” (Bertetti, 2019a, p. 50). Inoltre, specifica Bertetti (2019), tra personaggi e storyworld transmediali non c'è diretta corrispondenza per almeno tre ragioni: perché in un mondo narrativo condiviso possono muoversi diversi personaggi e le storie possono concentrarsi, a turno, su qualcuno di loro; perché la presenza all'interno di testi/media diversi non implica necessariamente uno stesso mondo condiviso (per esempio, i personaggi disneyani); 3) perché, quando anche le diverse incarnazioni di un personaggio condividessero un'unica ambientazione, ciò non implicherebbe una condivisione di uno stesso mondo narrativo possibile – in quanto lo storyworld non è semplicemente un'ambientazione, ma è l'insieme dei fatti che in esso avvengono. L'alternativa tra uno storyworld fondato su una dispersione coerente e integrale della storia su più testi e media e una narrazione *character-centered* si può meglio cogliere ricorrendo alla distinzione tra personaggi a corso di eventi singolo, tipico dei mondi narrativi basati sulla *continuity* (come nelle saghe dei supereroi Marvel e negli altri

franchise transmediali contemporanei) e personaggi a molteplici corsi di eventi (che possono attivare differenti narrazioni, anche in contraddizione l'una con l'altra), in cui le variazioni identitarie sono più frequenti e tollerate e, come abbiamo visto, è la riconoscibilità l'unica proprietà imprescindibile del personaggio (Bertetti, 2019a).

Nel corso degli anni si sono sviluppati studi sul transmedia storytelling, sia centrati sulle forme di *worldbuilding* (Klastrup & Tosca, 2004, 2016; Ryan, 2004, 2005, 2013; Ford, 2007; Dena, 2009; Smith, 2012; Wolf, 2012; Fast & Örnebring 2015; Freeman, 2015b; Harvey, 2015; Tirino, 2015b; Brinker, 2017; Johnson, 2013, 2017), sia sul *character-building* di personaggi come Lone Ranger (Santo, 2006, 2015), Conan (Bertetti, 2011), Tarzan (Clayton, 2012; Freeman, 2014b, 2015a; Bertetti, 2016), Superman (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014), Capitan Marvel (Freeman & Taylor-Ashfield, 2018), Flash Gordon (Tirino, 2019a), Pippo (Bertetti, 2019a), Buck Rogers (Bertetti, 2019b). Non vanno tuttavia dimenticati gli approcci critici alla transmedialità (Hay & Couldry, 2011) e i contributi centrati sulle trasformazioni di singoli media, come televisione (Evans, 2011; Clarke, 2013; Mittell, 2015), musica (Brembilla, 2018) e fumetto (Proctor, 2018).

Inoltre, ci limitiamo a suggerire un'ulteriore possibile evoluzione degli studi sulla narrazione intermediale e transmediale, rinviando a un successivo studio l'approfondimento della questione. Insieme al concetto di storyworld, sia legato al *worldbuilding* che al *character-building*, occorrerebbe prendere in considerazione quello di ecosistema narrativo, nell'accezione da noi proposta di costellazione di elementi finzionali legati, secondo differenti logiche (remake, reboot, sequel, prequel) a un testo-matrice (Tirino, 2015a, 2017a, 2017b; Amendola & Tirino, 2019). La differenza tra ecosistema narrativo e storyworld transmediale è che, mentre il secondo ospita una serie di elementi votati all'espansione su molteplici media di una singola narrazione, in forma coesa e integrata (nel transmedia storytelling contemporaneo) oppure basandosi sulla riconoscibilità di un personaggio chiave (in molte forme storiche di transmedia storytelling), l'ecosistema narrativo comprende una serie di testi che possono seguire molteplici tipologie di relazione con il testo-matrice e con gli altri presenti nell'ecosistema, sia secondo le logiche della dispersione, tipiche della transmedialità, sia secondo quelle della traduzione, tipiche della intermedialità (Pescatore, 2018). Ne sono esempi gli ecosistemi narrativi legati al romanzo *L'invasione degli ultracorpi* (Tirino, 2017a, Amendola & Tirino, 2019) e al personaggio di Hannibal Lecter (Tirino, 2017b).

### ***La storicizzazione delle narrazioni transmediali***

Storicizzare il transmedia storytelling è un'operazione necessaria, dunque, per esplorare la pluralità dei processi di adattamento e traduzione dei contenuti, illuminando così anche l'evoluzione dei modelli di media franchising (Johnson, 2017). Secondo Bertetti (2018) sono tre gli approcci complementari allo studio dell'archeologia della transmedialità: 1) un approccio narratologico-testuale, che indaga come le narrazioni sono organizzate in quanto espansioni transmediali, evidenziando come modelli seriali, formule narrative, storyworld e personaggi transitino da alcuni media – i pulp magazine – ad altri (comic

books, radiodrammi, movie serial) (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014, p. 74); 2) un approccio socio-culturologico, orientato a collegare le differenti forme di transmedia storytelling ai più ampi contesti culturali e industriali, in considerazione del mutare delle condizioni socio-storiche, economiche, istituzionali; 3) un approccio centrato sul ruolo delle audience, volto ad analizzare come, nel passato, si è sviluppata la loro esperienza narrativa attraverso i media e come si è articolato il loro contributo all'espansione transmediale (per esempio, lo studio sulle audience del fumetto *L'Eternauta* in Scolari, Bertetti & Freeman, 2014).

In questo saggio, ci concentreremo sui primi due. L'approccio narratologico-testuale, adottato nelle ricerche di Bertetti (2011, 2014, 2016, 2018, 2019a, 2019b), ci consente innanzitutto di distinguere tra un'espansione mediale, che consiste nell'arricchimento di uno storyworld passando da un medium all'altro (per esempio, film, serie animate e romanzi della saga di Star Wars), e un'espansione narrativa, consistente nell'incorporazione di nuovi personaggi ed eventi nello stesso medium. In termini narratologici, il livello della storia (trama e personaggi) è indipendente dalla tipologia di manifestazione mediale; in questo senso, il transmedia storytelling può essere considerato come un caso specifico di un più ampio storytelling trans-testuale (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014).

Sempre sul piano narratologico, un importante contributo arriva da Steirer (2011), che individua quattro proprietà della narrazione dei media storici e contemporanei, alla base del transmedia storytelling: 1) *narrative implication*: consente di presumere che storie, eventi, personaggi e ambientazioni non siano completamente esplorati nella storia stessa, lasciando intravedere *backstory* inedite; 2) *narrative extension*: attiva l'espansione di una storia oltre i confini di un singolo testo, normalmente in modo che molti dei personaggi, ambientazioni ed eventi siano sviluppati attraverso l'incontro con nuovi personaggi, ambientazioni ed eventi; 3) serialità: ha lo scopo di espandere l'esperienza del singolo testo producendo storie che possono ripercuotersi da un capitolo all'altro (Singer, 1990, p. 190) oppure come elementi fruibili singolarmente (Jenkins, 2006a) – sia i pulp magazine che gli storyworld immersivi del presente “have a serial storytelling structure, multiple creative forces which author various parts of the story, a sense of long-term continuity, a deep character backlog, and a sense of permanence” (Ford, 2007); 4) *worldbuilding*: il processo di progettazione di un universo finzionale sufficientemente dettagliato da consentire a molte storie diverse di emergere e sufficientemente coerente da rendere ciascuna storia adattabile alle altre (Jenkins 2006a: 335) – come scritto precedentemente, nel passato troviamo sia forme di transmedia storytelling basate sul *worldbuilding*, sia forme *character-centered*. In riferimento al *worldbuilding*, una delle strategie più interessanti è il *retroactive linkage* (Wolf, 2012), ovvero quella tecnica, originariamente sperimentata per fini commerciali, che consiste nell'unione di due distinti mondi finzionali creati indipendentemente, per esempio attraverso un personaggio che appare in entrambi oppure attraverso la rivelazione che i due mondi condividono un legame geografico: gli autori ricorrono a questo legame in maniera retroattiva, per mettere insieme gli sforzi di *worldbuilding* in un'unica entità (Wolf, 2012, pp. 380-381).

Con riferimento all'approccio socio-culturologico, Pearson (2014, p. vii) rileva come i modelli di narrazione transmediale evolvano in funzione delle trasformazioni inevitabili nei media, nelle industrie culturali e nelle tecnologie. Numerosi sono stati i tentativi di rintracciare in varie narrazioni del passato forme di transmedia storytelling, più o meno rudimentale: i cicli di Re Artù e Robin Hood (Evans, 2011), i miti dell'Antica Grecia (Johnson, 2013), le storie della Bibbia (Pearson, 2009), Alice nel paese delle meraviglie (Jenkins, 2014b). Freeman (2018), invece, evidenzia come la nascita del transmedia storytelling sia legata a tre processi che si manifestano negli Stati Uniti a partire dall'inizio del XX secolo: l'industrializzazione, l'affermazione delle culture del consumo e la regolazione dei media. Con la progressiva implementazione della produzione di massa, la pubblicità diventa un mezzo indispensabile per la commercializzazione dei prodotti dell'era industriale. Inoltre, l'industrializzazione innesca nuove culture del consumo, legate alla distribuzione di massa, che diffonde nuovi prodotti per molteplici media e pubblici e dà origine a licensing, franchising e sponsorizzazioni – fondamentali per la commercializzazione delle narrazioni transmediali. Lo sviluppo di un sistema mediale industriale avanzato richiede, infine, la regolazione da parte delle istituzioni pubbliche.

L'intreccio tra industrializzazione di massa, culture del consumo e regolazione dei media produce un'evoluzione del transmedia storytelling, che Freeman (2016) suddivide in tre macro-fasi: 1) una prima fase (1900-1918) segnata dal *worldbuilding* legato all'advertising, con il ricorso a strategie di *cross-promotion* (ne è un esempio il transmedia storytelling di Oz) attraverso elementi visivi preponderanti (mappe e poster a colori, personaggi dei fumetti, elementi spettacolari); 2) una seconda fase (1919-1939), dominata dal *licensing* (Jenkins, 2014; Johnson, 2013; Santo, 2006, 2015), che – attraverso la concessione di licenze – consentiva alle media company di espandere l'influenza di una proprietà intellettuale in ogni area della vita del consumatore, senza investire in infrastrutture manifatturiere e reti di distribuzione. Le grandi imprese sfruttarono il transmedia storytelling attraverso licensing, franchising, sponsorship e patrocinii, pratiche che ispirarono nuove idee su come una storia potesse essere raccontata su molteplici media; 3) una terza fase (1940-1950), contrassegnata dall'intervento governativo mirato alla produzione di messaggi di propaganda transmediali durante la Seconda Guerra mondiale e, successivamente, dalle partnership industriali (soprattutto per la produzione di B-movie e prime serie tv). Pubblicità, franchising, licensing e propaganda incentivarono la produzione di quelle narrazioni che mutavano la fruizione di una storia in un'esperienza pubblica e performativa, permettendo a milioni di persone di familiarizzare nella vita quotidiana con le narrazioni transmediali (Klastrup & Tosca, 2016, p. 118).

Il lavoro archeologico di Freeman sulle forme di transmedia storytelling nell'America della prima metà del Novecento attesta che, poiché le industrie mediali si definiscono per condizioni sempre mutanti (innovazioni tecnologiche, composizione dei pubblici, evoluzione delle normative, organizzazione dei mercati nazionali e globali), gli stessi modelli di transmedia storytelling si riconfigurano nel corso dei decenni, in funzione della variabilità diacronica, geografica e anche di quella legata all'asse fiction/no fiction (Freeman, 2018, p. 21).

## ***Transmedia pulp fiction: dai magazine a comics, radiodrammi e serial cinematografici***

Non è un caso che alcuni dei più interessanti progetti di transmedia storytelling analizzati in chiave archeologica risalgano a quella che Freeman (2016) ha individuato come seconda fase: è negli anni Trenta che si definiscono nuovi assetti tra industrie dei media e pubblici, si implementano nuove politiche dell'intrattenimento e si progettano forme espressive in grado di ri-mediare l'immaginario fantastico e tecnologico tardo-ottocentesco, costruito da media come il romanzo d'appendice, l'illustrazione popolare, i circhi e le fiere, le forme aurorali di cinema e pre-cinema, le grandi esposizioni universali, il fumetto, la stampa quotidiana e periodica (Abruzzese, 1973, 2007). Un ruolo fondamentale nello sviluppo del transmedia storytelling di questo decennio va attribuito ai pulp magazine, che, con più pregnanza, effervescenza e presa popolare, seppero declinare le tensioni, i traumi, le ansie e i desideri di larghe fasce di pubblico, coniugando efficacemente i saperi grafici con quelli narrativi.

I pulp magazine presentano le caratteristiche narratologiche individuate da Steirer (2011). Questi prodotti culturali di capitale importanza per l'immaginario di massa esibiscono, infatti, un continuo differimento narrativo, una struttura serializzata e tecniche di *worldbuilding*. La pulp fiction ha contribuito in maniera decisiva a consolidare il transmedia storytelling come parte integrante della cultura popolare del Novecento (Goulart, 1972; Haining, 2000; Rabinowitz, 2015). Nelle riviste pulp, che nascono nel 1880 ma fioriscono soprattutto nel periodo a cavallo delle due guerre mondiali (Smith, 2000), si sviluppano quelle strategie del racconto che producono un inedito allineamento tra diversi formati mediali: pulp magazine, comic book, radiodrammi e serial cinematografici si contaminano reciprocamente, durante gli anni Trenta e Quaranta, incoraggiando connessioni utili a nutrire una comune propensione al transmedia storytelling. Queste dinamiche di *cross-pollination* (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014, p. 41) facilitano la costruzione di vari storyworld transmediali, tra cui Superman e Flash Gordon – come vedremo nel prossimo paragrafo. In altri termini, la modalità con cui la forma narratologica intrinseca dei pulp magazine e la loro frammentazione seriale di uno storyworld in espansione – ogni capitolo è suddiviso in segmenti sparsi su più numeri – plasmano il modello narratologico per la diffusione dei contenuti di un mondo narrativo transmediale.

Le principali proprietà narratologiche dei pulp magazine sono infuse, in primis, nei comic books, che sono già il prodotto di una cultura ricombinatoria, in quanto ibrido tra pulp fiction e comic art (Lopes, 2009, p. 46). Tra le tecniche ereditate dalla pulp fiction, la serializzazione riveste particolare rilevanza per il successo del formato dei comic books, in cui i personaggi passavano attraverso diverse iterazioni, finalizzate a coltivare “the type of loyal consumer that purchases and engages with a succession of narrative instalments so as to discover ‘what happened next’” (Hagedorn, 1988, p. 12). La permeabilità tra pulp

magazine e comic books è dovuta anche al fatto che numerosi scrittori, sceneggiatori e artisti passano dalle riviste ai fumetti (Saunders, 2012; Reed, 1997). Strisce e albi a fumetti sono decisivi per l'evoluzione del transmedia storytelling. Evolvendo a partire dalla cultura pulp, il fumetto rappresenta il primo esempio di serialità nella cultura americana, dopo i magazine e prima dei serial televisivi – mentre in alcuni paesi europei vanno annoverati i formati del feuilleton e del romanzo d'appendice, distribuiti a puntate (via posta o su quotidiani e riviste). Tre generi della fiction sostengono, in maniera particolare, l'ascesa della narrazione transmediale nel passaggio dai pulp ai comics: fantasy, science fiction e avventure di supereroi (Young, 1969; Harvey, 2015). Sono soprattutto le storie fantasy e fantascientifiche a svolgere un ruolo cruciale per il transmedia storytelling. Entrambi i generi esplorano mondi paralleli o possibili, costruendo spazi finzionali aperti che promuovono una sorta di "sense of wonder" (Redmond, 2004, p. 3). La creazione di mondi paralleli all'interno di un più ampio storyworld, infatti, è un ulteriore esempio di come il transmedia storytelling possa realizzare la *narrative implication*. L'infusione di questa e di altre strategie come *narrative expansion*, serialità e *worldbuilding* dalla pulp fiction ai comics è alla base della creazione di mondi narrativi transmediali, ma vi sono anche altre ragioni per apprezzare la centralità del medium fumettistico nell'evoluzione storica del transmedia storytelling. Innanzitutto, i comics erano vincolati alla pubblicità industriale e, pertanto, svolgevano un ruolo essenziale anche nella prima fase (1900-1918) del transmedia storytelling (Freeman, 2016). Il fatto che le tavole fossero distribuite inizialmente nelle pagine interne dei quotidiani americani, nazionali e locali, assicurava ai comics un'audience di massa, cosicché i loro personaggi diventavano attraenti per gli inserzionisti, interessati spesso a farne i testimonial della pubblicità commerciale. In secondo luogo, i personaggi dei fumetti, grazie alla loro immagine vibrante, si rivelavano molto efficaci nel guidare i lettori verso altre storie e prodotti correlati: per questa ragione, i vari formati del fumetto svolgono un'azione fondamentale per la sperimentazione della narrazione come promozione (Gray, 2010), anche nella seconda fase storica (1919-1939) della narrazione transmediale negli USA. In terzo luogo, come evidenzia Kidman (2012, pp. 14-16), i fumetti svolgono una funzione cruciale nella narrazione transmediale grazie ai diritti d'autore: i personaggi dei fumetti sono generalmente proprietà intellettuali facili da registrare, tanto da renderle attraenti per i licenziatari e le aziende, interessati a sviluppare sinergie attraverso licensing, franchising, sponsorship e patrocinii. In quarto luogo, le storie imbastite nei fumetti popolari degli anni Trenta e Quaranta esemplificano le caratteristiche fondamentali di una fiction, spesso sviluppando in maniera originale e coinvolgente i principi essenziali delle logiche transmediali, individuati da Jenkins (2009a, 2009b): diffusione/perforabilità, continuity/multiplicity (è proprio nelle saghe dei supereroi Marvel e DC che si manifesta per la prima volta la problematica della coerenza trans-testuale), immersione/estraibilità, *worldbuilding*, serialità, soggettività e performance.

La *cross-pollination* tra pulp fiction e altri media si estende anche alla serialità radiofonica e cinematografica per una serie di processi convergenti e contingenti. Negli anni Trenta la programmazione radiofonica ricorre sempre più spesso ai programmi registrati, a scapito di quelli live. Inoltre la serializzazione diventa la modalità privilegiata di

produzione dei contenuti narrativi, con un incremento dei radiodrammi, favorito dalle dinamiche dell'industrializzazione di massa (Smith, 2012).

Il movie serial, negli anni Dieci, nasce invece già secondo logiche transmediali, essendo, in prima istanza, il frutto della cooperazione tra editori e produttori cinematografici per raccontare una storia sia sulle pagine sia sugli schermi – come mostra il caso di *What Happened to Mary?* (1912). Questa sinergia tra carta stampata e industria filmica è fondamentale per l'affermazione popolare del movie serial. Nel corso degli anni il serial adotta molte delle strategie narrative della pulp fiction, tra cui il *cliffhanger*, tecnica consistente nella momentanea sospensione del racconto a ogni capitolo, all'apice della tensione emotiva. Ideato nell'Ottocento dagli scrittori di feuilleton pubblicati da quotidiani e riviste a puntate, il *cliffhanger* da allora è stata una costante di qualsiasi forma di fiction seriale (radio, cinema, televisione): è per tale motivo che il suo utilizzo nei comics e nei pulp magazine trasmigra senza problemi nella serialità audiovisiva (Barbour, 1984). I serial filmici erano principalmente b-movie a basso budget, trascurati dalla cultura mainstream come i pulp, progettati per ottenere un rapido ritorno economico (Balio, 1995) e differenziati per generi, pratiche fruibili e culture di riferimento (Canjels, 2011; Brasch, 2018). Il successo dei serial, destinati a un pubblico adulto e considerati parte dei programmi ordinari, cresce per tutti gli anni Venti, fino all'avvento del film sonoro, quando gli episodi iniziano a essere programmati il sabato, durante le matinée per bambini e ragazzi. A partire dagli inizi degli anni Trenta l'appeal dei movie serial decresce velocemente e la loro sopravvivenza è affidata soprattutto a tre compagnie di produzione, Universal, Columbia e Republic. È in questo contesto che si assiste a una crescente attenzione delle case produttrici verso una fonte fino ad allora inesplorata di storie, come il fumetto, nell'intento di sfruttare quelle stesse strategie dei pulp che i comics, in quegli anni, avevano introiettato: in particolare, la Universal acquista un pacchetto di diritti dalla King Features Syndicate, comprendendo il potenziale seriale della narrativa fumettistica, nonché la sua propensione alla trasformazione transmediale, particolarmente utile nel caso dei serial filmici (Tirino, 2019a). Anche i contenuti narrativi sono mutuati dai pulp: eroi orientati all'azione con un'enfasi su plot semplici, ripetitivi e standardizzati. Questi prodotti cinematografici miravano a promuovere il consumo di uno storyworld transmediale, serializzato e in espansione (Freeman, 2014a). I movie serial basati sui personaggi di fumetti (sia quelli protagonisti delle *sunday page*, sia quelli veicolati attraverso i comic books) invadono dunque le sale tra gli anni Trenta e Quaranta (Tirino, 2019a).

In conclusione, possiamo affermare che molte delle caratteristiche narratologiche delle riviste pulp sono state adattate e infuse nelle altre forme medialità di comic books, radiodrammi e movie serial. Questa infusione ha rafforzato una contaminazione reciproca di pratiche narrative tra questi media, che ha permesso alla particolare dotazione narrativa della pulp fiction – un tempo culturalmente emarginata – di diventare la fonte essenziale delle pratiche cross-industriali di narrazione transmediale degli anni Trenta e Quaranta negli Stati Uniti.

## Lo storytelling transmediale di Flash Gordon

Flash Gordon, creato dal disegnatore Alex Raymond, esordisce sugli inserti domenicali dei quotidiani americani il 7 gennaio del 1934, dando vita, in breve tempo, a uno storytelling transmediale di genere fantasy/fantascientifico che arriva fino ai nostri giorni e che esemplifica paradigmaticamente i processi di *cross-pollination* tra pulp, comic books, radiodrammi e serial filmici, di cui parla Freeman (2016).

La trama del racconto esibisce una qualità narrativa particolare, pensata per stimolare la partecipazione del lettore alle avventurose storie serializzate nei formati delle tavole quotidiane e poi del comic book. La natura stessa della mitografia gordoniana – in particolare, il suo rapporto con la felicità e il dolore – richiede un continuo ciclo di sospensione e riavvio della narrazione; infatti, come nota Frezza (1999, pp. 138-139):

Flash Gordon (...) in verità non giunge mai autenticamente a soffrire e, quindi, sempre non sarà compiutamente felice. È una sorta di Ulisse ridotto da un lato alla sua caratteristica, sfrontata certezza di sopravvivere, e dall'altro costretto a farsi portatore di una pulsione per la quale tutto non è mai finito, ogni cosa spinge verso un'ulteriore prosecuzione del viaggio. (...) E così Gordon (...) [tiene] costantemente aperta la possibilità di una continuity che a sua volta rimandi verso un desiderio sospeso, una tensione prolungata di là dall'ultima striscia/tavola dell'avventura.

Dal punto di vista narrativo, dunque, Flash Gordon edifica uno storyworld potenzialmente infinito, in quanto connesso all'esplorazione delle utopie del fantastico e della fantascienza, attraverso una sapiente ricombinazione delle tecniche narrative dello storytelling seriale. Questa radice narrativa si appoggia sull'ampiezza scenografica del disegno di Raymond, grazie alle cui volute sensibili e sensuali "lo sguardo è condotto verso una soglia di maggiore precisione degli sfondi, dei corpi, dei dettagli e delle contestualizzazioni visive del racconto" (Frezza, 1995, p. 81), all'interno di ambientazioni che – tra foreste, regni sottomarini, imprese volanti – sembrano riprodurre altrettante "vie maestre dell'immaginario" (Frezza, 1995, p. 83).

Con l'approdo alla serializzazione radiofonica Flash Gordon certifica le potenzialità transmediali del proprio storytelling. In realtà, i ventisei episodi settimanali del radiodramma *The Amazing Interplanetary Adventures of Flash Gordon*, trasmesso negli Stati Uniti attraverso il Mutual Broadcasting System dal 27 aprile al 26 ottobre 1935, rientrano in una logica intermediale, essendo una trasposizione fedele delle tavole a fumetti. In questa prospettiva, tuttavia, il serial radiofonico rappresenta un esperimento innovativo per l'industria culturale americana degli anni Trenta: infatti, i primi quattro episodi (dal 27 aprile al 18 maggio) ricostruiscono, sinteticamente, il primo anno delle tavole domenicali della serie (Cotto, 2001); dal quinto episodio in poi, il serial – interpretato da Gale Gordon (Flash Gordon), Maurice Franklin (dottor Zarkov) e Bruno Wick (Ming) – segue passo dopo passo la striscia domenicale, drammatizzando la nuova storyline *The Witch Queen of Mongo*. In pratica, i lettori delle trentadue pagine che, ogni domenica, escono sui quotidiani, il sabato successivo possono rivivere le avventure di Flash drammatizzate in radio, in una sorta di rinforzo e "antipasto" in vista della nuova tavola in uscita il giorno dopo. La radio, quindi, aggiunge voce e sostanza drammatica a un universo narrativo già fortemente connotato graficamente e visivamente dalle tavole di

Raymond. È con la puntata conclusiva di *The Amazing Interplanetary Adventures of Flash Gordon* che il serial radiofonico inizia a espandere, transmedialmente, la storia del fumetto attraverso il citato espediente del *retroactive linkage*: il serial si conclude, infatti, con un episodio inedito rispetto alle strisce del fumetto, in cui Flash, Dale e Zarkov ritornano sul pianeta Terra, approdando in Malesia, dove si ricongiungono con Jungle Jim, l'omonimo protagonista di un altro mondo narrativo del fumetto seriale degli anni Trenta, anch'esso firmato da Alex Raymond. Questo spettacolare crossover tra Jungle Jim e Flash Gordon, in primo luogo, attesta la percezione diffusa tra i fan dell'authorship di Alex Raymond, in grado, presumibilmente, di apprezzare il crossover di due storyworld da lui creati – percezione confermata, d'altro canto, dalle trasposizioni/espansioni dei suoi fumetti in movie serial: Flash Gordon ne ispira tre, Secret Agent X9 (1934 – 1996) due (1937 e 1946), Jungle Jim uno (1937). In secondo luogo, la puntata finale di questo serial radiofonico attesta che il crossover, pratica largamente diffusa nel transmedia storytelling digitale (per esempio, nel Marvel Cinematic Universe), ha radici ben piantate nelle sperimentazioni dei media analogici, che se ne servono, prevalentemente, per rafforzare l'engagement del fandom, ma anche per testare ulteriori possibilità narrative. Non a caso, il successo imprevisto di *The Amazing Interplanetary Adventures* spinge il Mutual Broadcasting System a produrre il sequel *The Further Interplanetary Adventures of Flash Gordon*, in cui le avventure di Flash, Dale e Zarkov costituiscono a tutti gli effetti un'espansione transmediale del franchise. Le dinamiche produttive e fruttive di questo secondo serial radiofonico ci consentono di sottolineare sia la tendenza degli autori a considerare lo spazio radiofonico come un'opportunità di vivificare l'universo narrativo originario, sia lo sfruttamento intensivo del successo popolare del franchise. Infatti, *The Further Interplanetary Adventures* inizia il 28 ottobre 1935, appena due giorni dopo l'ultimo episodio di *The Amazing Interplanetary Adventures*, ed è trasmesso, al ritmo di cinque episodi a settimana, per ben settantadue puntate complessive, fino al 6 febbraio 1936.

A ulteriore conferma di quanto Flash incontrasse i gusti popolari, proprio nel 1936 viene distribuito il primo serial cinematografico, *Flash Gordon*, diretto da Frederick Stephani e Ray Taylor, che occupa un ruolo fondamentale nella storia dei modelli seriali del Novecento. Il budget per il progetto, curato da Henry McRae (figura fondamentale per la storia del movie serial), molto più alto della media dell'epoca (Stedman, 1977), è giustificato dalla necessità di girare scene in interni ed esterni, di retribuire un ampio cast di personaggi principali e dai numerosi effetti speciali richiesti dallo script. Questo investimento attesta quanto la Universal credesse nel progetto. Anche le vicende distributive della pellicola sono un indice dell'importanza che Gordon rivestiva per le audience americane – in una vera e propria "scia" transmediale, tra strisce domenicali, radio e film, per quanto all'interno di una dimensione ad hoc/contingente e non frutto di pianificazione strategica: a differenza degli altri serial, i *chapterplay* di Flash Gordon ottengono la vecchia collocazione, in abbinamento al lungometraggio previsto dal programma serale, di cui spesso costituiscono addirittura l'attrazione principale, e sono distribuiti nelle sale principali delle metropoli americane. Tale scelta è evidentemente dettata dal fatto che il franchise Gordon è prevalentemente indirizzato a un pubblico adulto. Nonostante il budget, però, per rispettare le sei settimane previste dalla

produzione, cast e tecnici sono costretti a ritmi massacranti – evento abbastanza comune per la produzione di serial e che spiega la ricorrenza del doppio regista. Questo modello produttivo è successivamente adottato dalla televisione commerciale nelle narrazioni seriali del secondo dopoguerra. La stessa scelta del personaggio Buster Crabbe per il ruolo di Flash risponde a una logica transmediale, in quanto mira a conquistare al franchise nuovi segmenti di audience, sfruttando il traino della *celebrity* sportiva del nuotatore (Whitezel, 2000; Vermilye, 2008). La sceneggiatura dei movie serial gordoniani esibisce tutte le proprietà del racconto transmediale – *narrative implication*, *narrative extension*, serializzazione e *retroactive linkage*. Le avventure di Flash Gordon, perennemente impegnato a salvare Dale, si misurano con la malvagità di Ming, con il doppio gioco di sua figlia Aura, innamorata di Flash, con l'aiuto del fedele e ingegnoso dottor Zarkov e con vari altri personaggi, come il principe Barin, Thun, principe degli Uomini-Leone, Vultan, principe degli Uomini-falco, e molti altri. Ciascun *chapterplay* si conclude con un *cliffhanger*, lasciando lo spettatore al culmine della tensione, in ansimante attesa della puntata successiva, proiettata nei cinema la settimana seguente. Il successo del serial è strepitoso, sostenuto non solo dalla base di fan del serial radiofonico e delle strisce domenicali, ma anche da una campagna di marketing evoluta, che prevedeva la pubblicazione di disegni di Raymond e di fotogrammi del serial sui quotidiani (anche quelli su cui non erano pubblicate le strisce quotidiane e domenicali) e una serie di spot radiofonici. Come sottolinea Dixon (2011), il successo di *Flash Gordon* apre la strada non solo a tante serializzazioni filmiche tratte da fumetti, ma anche a numerose *space opera*. La forza transmediale del franchise Flash Gordon richiede una nuova serializzazione in quindici capitoli, *Flash Gordon's Trip to Mars* (1938), tratto dalla versione dell'arco narrativo *Flash Gordon and the Witch Queen of Mongo* e diretto da Ford Beebe e Robert F. Hill. Il serial espande l'universo di Gordon, distinguendo la narrazione filmica dall'originale fumettistico: le due più rilevanti variazioni concernono l'ambientazione della storia, trasferita dal pianeta Mongo a Marte, e il destino di Azura, che, sullo schermo, va incontro a una morte "assente" dalle pagine. Anche per ragioni di budget, la stessa *continuity* rispetto al primo serial sembra più volte compromessa dalle scelte della sceneggiatura, come accuratamente dimostrato (Kinnard, Crnkovich & Vitone, 2008). Queste variazioni consolidano la tesi di un franchise *character-oriented*, invece che uno centrato sul *worldbuilding*. Anche a livello iconografico, questo serial rafforza il legame dello storyworld gordoniano con i pulp magazine di science fiction degli anni Venti e Trenta (Ashley, 2000), come si può dedurre dalla presenza di alieni dalle teste deformi o sovradimensionate, molto simili a quelle ritratte sulle copertine di queste riviste. Ricco di escamotage visivi, questo serial deve fare i conti con il codice Hays, che costringe la Universal ad alcuni accorgimenti volti a ridurre le suggestioni sessuali, invece abbastanza percepibili nel precedente serial: i due esempi più evidenti riguardano l'eliminazione di ogni desiderio sessuale di Azura nei riguardi di Flash e, soprattutto, l'adozione di costumi più casti per i personaggi femminili, Dale Arden compresa. Il secondo serial è, pertanto, un esempio di come la regolazione dei media influenzi le pratiche concrete di transmedia storytelling (Freeman, 2016). Terzo e ultimo serial, *Flash Gordon Conquers the Universe* (1940), suddiviso in dodici capitoli e nuovamente affidato a Ford Beebe e Ray Taylor,

nonostante l'estrema economia di mezzi, è uno dei migliori serial Universal e costituisce un'ulteriore espansione dell'universo gordoniano, caratterizzandosi come un sequel di *Trip to Mars*, privo di referenti tra le strisce dei comics. L'opera risente anche del clima sociopolitico dell'epoca - la Seconda Guerra mondiale, infatti, è iniziata da pochi mesi - caratterizzando Ming come il capo di una dittatura militare, tecnologicamente avanzata, più che come un folle sadico, come era stato nei due serial precedenti. I serial gordoniani rientrano tra i consumi popolari degli Americani dagli anni Cinquanta agli anni Ottanta, grazie a *feature film*, edizioni home video e costante programmazione televisiva.

Il franchise legato a Flash Gordon - che, in realtà, si espande ulteriormente nei decenni successivi tra serie televisive, un lungometraggio, serie e film animati, videogiochi (Tirino, 2019a) - mostra dunque come alcuni formati mediali (comic books, radiodrammi, movie serial) negli anni Trenta, mutuando dalla pulp fiction formule e strategie narrative, diano luogo a fenomeni di contaminazione reciproca nella costruzione di uno storytelling transmediale fondato su un personaggio e frutto di processi sociostorici contingenti.

## Conclusioni

Una volta sgombrato il campo dagli impieghi impropri e ambigui, il concetto di transmedialità si presta a inquadrare un ampio campo di pratiche, di cui la fiction è solo l'esempio più rilevante. La lunga ricerca di Jenkins sul transmedia storytelling, oltre a descrivere il fenomeno nelle sue dimensioni tecnoculturali e sociali, ha contribuito a estrarre le caratteristiche fondamentali della narrazione transmediale contemporanea, fondata sulla dispersione integrale di una narrazione su più media e più piattaforme, secondo principi di coerenza (nessuna contraddizione e nessuna ridondanza tra le varie unità mediali) e consistenza (continua espansione diegetica dello storyworld). Tuttavia, l'approccio archeologico alla transmedialità attesta non solo che il transmedia storytelling è un insieme di pratiche affatto nuove, ma anche che le forme in cui la fiction transmediale si è manifestata nel passato sono il frutto di processi complessi connessi all'evoluzione tecnologica, alle pratiche narrative, all'organizzazione delle industrie mediali e alle attività dei pubblici. In questo senso, il franchise di Flash Gordon costituisce un esempio quantomai trasparente di come la particolare forma del transmedia storytelling dominante negli Stati Uniti tra gli anni Trenta e Quaranta fosse il prodotto delle logiche industriali fondate su franchising e licensing, delle strategie narrative della pulp fiction e dei fenomeni di reciproca ibridazione tra vari formati mediali (comic books, radiodrammi e movie serial). Inoltre, l'archeologia della transmedialità ci consente di apprezzare modelli di storytelling fondati sull'espansione delle vicende del singolo personaggio, spesso in avventure a corso molteplice di eventi (e perciò con variazioni identitarie e contraddizioni anche notevoli tra l'una e l'altra), in cui l'unico elemento indispensabile è la riconoscibilità dell'eroe. Con qualche cautela, si può affermare che nel corso della storia dell'industria culturale di massa lo storytelling transmediale genera storyworld centrati, di volta in volta, in misura maggiore sul *worldbuilding* (nelle narrazioni transmediali contemporanee) o sul *character-building* (in alcune delle forme storiche), anche se persistono casi in cui le due tecniche

possono coesistere. La variabilità di forme e modelli della narrazione transmediale nel corso dei decenni, svelata dagli approcci archeologici, suggerisce in ultima istanza due riflessioni.

In primo luogo, da un punto di vista teorico, ha poco senso attribuire a singoli media aggettivi che attestano la loro capacità di narrare transmedialmente: se, infatti, consideriamo i media come dispositivi complessi e instabili, che mutano al variare di fattori economici, tecnologici, politici, sociali e culturali, essi hanno rappresentato, nel corso dei decenni, piuttosto opportunità di scelta contingenti per autori e produttori che decidono di raccontare una storia. In questa prospettiva, crediamo sia più opportuno parlare di progetti narrativi transmediali, che, in forma pianificata o in una dimensione contingente, distribuiscono su più piattaforme medialità i contenuti di una narrazione – quelli che Edgar Rice Burroughs, in un'intervista del 1923 (Scolari, Bertetti & Freeman, 2014), definì “stepping stones of entertainment” – invece che di cinema, fumetto o televisione transmediali.

In secondo luogo, l'archeologia della transmedialità, esplorando le culture popolari del Novecento, ci consente di apprezzare quanto esse si collochino sul fronte avanzato di una sperimentazione narrativa e socioculturale, grazie alla quale ampie fasce di pubblico potevano godere di esperienze medialità immersive, gratificanti e partecipate, come testimonia la quantità di fanfiction e user-generated content prodotte dal fandom dell'era analogica.

## Nota biografica

Mario Tirino è assegnista di ricerca presso l'Università degli Studi di Salerno. I suoi interessi di ricerca comprendono la sociologia delle culture audiovisive, la mediologia della letteratura e la teoria dei media, temi su cui ha scritto oltre sessanta articoli in volume e su riviste scientifiche. Ha curato i volumi *Sport e scienze sociali* (2019, con L. Bifulco), *Flash Gordon. L'avventurosa meraviglia: mito, immaginario e media* (2019), *I riflessi di Black Mirror* (2018, con A. Tramontana), *Romanzi e immaginari digitali. Saggi di mediologia della letteratura* (2017, con A. Amendola), *Saccheggiate il Louvre. William S. Burroughs tra eversione politica e insurrezione espressiva* (2016, con A. Amendola). Dirige, con G. Frezza e L. Di Paola, “L'Eternauta. Collana di studi su fumetto e media”.

## Bibliografia

- Abruzzese, A. (1973). *Forme estetiche e società di massa*. Venezia: Marsilio.
- Abruzzese, A. (2007). *La grande scimmia*. Roma: Sossella.
- Amendola, A., & Tirino, M. (2019). Mediology of Literature: A Sociocultural Approach for the Study of Narrative Ecosystems. The Case of The Body Snatchers. *Italian Journal of Sociology of Education*, Vol. 11, Issue 2, 253-277. DOI: doi: 10.14658/pupj-ijse-2019-2-12 [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Ashley, M. (2000). *The Time Machines: The Story of Science-Fiction Pulp Magazines from the beginning to 1950*. Liverpool: Liverpool University Press.

- Balio, T. (1995). *Grand Design: Hollywood as a Modern Business Enterprise, 1930-1939*. Berkeley, University of California Press.
- Balzola, A., & Monteverdi, A.M. (a cura di) (2010). *Le arti multimediali digitali*. Milano: Garzanti.
- Balzola, A., & Rosa, P. (2010). *L'arte fuori di sé*, Milano: Feltrinelli.
- Barbour, A.G. (1984). *Cliffhanger: A Pictorial History of the Motion Picture Serial*. Secaucus: Citadel.
- Bertetti, P. (2011). *Conan il mito*. Pisa: ETS.
- Bertetti, P. (2014). Toward a Typology of Transmedia Characters. *International Journal of Communication*, Vol. 8, 2344–2361.
- Bertetti, P. (2016). Personaggi seriali e mondi transmediali. I pulp, Tarzan e le origini del Transmedia Storytelling. *Mediascapes Journal*, Vol. 6, 155-167. Testo disponibile all'indirizzo <https://ojs.uniroma1.it/index.php/mediascapes/article/view/13728> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Bertetti, P. (2018). Transmedia Archaeology: Narrative Expansions across Media before the Age of Convergence. In M. Freeman e R. Rampazzo Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 263-271). London - New York: Routledge.
- Bertetti, P. (2019). Transmedia Storytelling: archeologia, mondi, personaggi. *Digicult – Scientific Journal on Digital Cultures*, Vol. 4, Issue 1, 47-58. DOI: <https://doi.org/10.4399/97888255263185> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Bertetti, P. (2019b). Buck Rogers in the 25th century: Transmedia extensions of a pulp hero. *Frontiers of Narrative Studies*, Volume 5, Issue 2, 200-219. DOI: <https://doi.org/10.1515/fns-2019-0013> [ultimo accesso 20.12.2019].
- Bolter, J.D. (2001). *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print. 2<sup>nd</sup> Edition*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Booth, P. (2010). *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang.
- Brasch, I. (2018). *Film Serials and the American Cinema, 1910-1940: Operational Detection*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Brembilla, P. (2018). Transmedia Music: The Values of Music as a Transmedia Asset. In M. Freeman e R. Rampazzo Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 82-89). London - New York: Routledge.
- Brinker, F. (2017). Transmedia Storytelling in the Marvel Cinematic Universe and the Logic of Convergence-Era Popular Seriality. In M. Yockey (ed.), *Make Ours Marvel: Media Convergence and a Comics Universe* (pp. 207-233). Austin: University of Texas Press.
- Canjels, R. (2011). *Distributing Silent Film Serials: Local Practices, Changing Forms, Cultural Transformation*. London: Routledge.
- Casetti, F. (2005). *L'occhio del Novecento. Cinema, esperienza, modernità*. Milano: Bompiani.
- Casetti, F. (2006). Novi territori. Multiplex, Home Theater, canali tematici, peer to peer e la trasformazione dell'esperienza di visione cinematografica. In F. Casetti e M. Fanchi

(a cura di), *Terre incognite: lo spettatore italiano e le nuove forme dell'esperienza di visione del film* (pp. 9-13). Roma: Carocci.

- Casetti, F. (2008). L'esperienza filmica e la ri-locazione del cinema. *Fata Morgana*, No. 4, pp. 23-40.
- Casetti, F. (2011). I media nella condizione post-mediale. In R. Diodato e A. Somaini (a cura di), *Estetica dei media e della comunicazione* (pp. 315-328). Bologna: il Mulino.
- Ciotti, F., & Roncaglia, F. (2000). *Il mondo digitale. Introduzione ai nuovi media*. Roma-Bari: Laterza.
- Clarke, M.J. (2013). *Transmedia Television: New Trends in Network Serial Production*. New York: Bloomsbury.
- Clayton, A. (2012). Evolution and Race on the Island of Caspak: How Tarzan and T-Rex Decode Manhood in the Comic that Time Forgot. In A. Wannamaker e M. Abate (eds.), *Global Perspectives on Tarzan: From King of the Jungle to International Icon* (pp. 180-197). New York: Routledge.
- Colombo, F. (2003). *Introduzione allo studio dei media*. Roma: Carocci.
- Cotto, M. (2001). Flash Gordon. In R.B. Browne & P. Browne (eds.), *The Guide to United States Popular Culture*. Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press.
- Couldry, N. (2011). More Sociology, More Culture, More Politics. Or, a Modest Proposal for 'Convergence' Studies'. *Cultural Studies*, Vol. 25, Issue 4/5, 487–501. DOI: 10.1080/09502386.2011.600528 [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Couldry, N., & Hepp, A. (2016). *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge: Polity.
- Davidson, D. (2010). *Cross-Media Communications*. Pittsburgh: ETC.
- De Sola Pool, I. (1983). *Technologies of Freedom*. Cambridge: Belknap.
- Dena, C. (2009). *Transmedia Practice: Theorising the Practice of Expressing a Fictional World Across Distinct Media and Environments*. PhD thesis, University of Sydney. Testo accessibile all'indirizzo [http://cirt-transdisciplinarity.org/biblio/biblio\\_pdf/Christy\\_DeanTransm.pdf](http://cirt-transdisciplinarity.org/biblio/biblio_pdf/Christy_DeanTransm.pdf) [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Dixon, W.W. (2008). Tomorrowland TV: The Space Opera and Early Science Fiction Television. In J.P. Telotte (ed.), *The Essential Science Fiction Television Reader* (pp. 97-100). Lexington: The University Press of Kentucky.
- Dixon, W.W. (2011). Flash Gordon and the 1930s and 40s Science Fiction Serial. *Screening the Past*, 32. Testo accessibile all'indirizzo <http://www.screeningthepast.com/2011/11/flash-gordon-and-the-1930s-and-40s-science-fiction-serial/> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Elleström, L. (2010). *Media Borders, Multimodality and Intermediality*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Evans, E. (2011). *Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life*. New York: Routledge.

- Evans, E. (2018). Transmedia Television: Flow, Glance and the BBC. In M. Freeman e R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 35-43). London – New York: Routledge.
- Fast, K., & Örnebring, H. (2015). Transmedia world-building: *The Shadow* (1931 – present) and *Transformers* (1984 – present). *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 20, Issue 6, 636-652. DOI: <https://doi.org/10.1177/1367877915605887> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Ford, S. (2007). Immersive Story Worlds (Part One). *Confessions of an ACA-Fan*, May 01. [http://henryjenkins.org/blog/2007/05/immersive\\_story\\_worlds.html](http://henryjenkins.org/blog/2007/05/immersive_story_worlds.html)
- Freeman, M. (2014a). Advertising the Yellow Brick Road: Historicizing the Industrial Emergence of Transmedia Storytelling. *International Journal of Communication*, Vol. 8, 2362-2381.
- Freeman, M. (2014b). The Wonderful Game of Oz and Tarzan Jigsaws: Commodifying Transmedia in Early Twentieth-Century Consumer Culture. *Intensities: The Journal of Cult Media*, Vol. 7, 44-54.
- Freeman, M. (2015a). Author-as-Franchise-Product: Edgar Rice Burroughs Inc. and Tarzan and Historical Branded Entertainment. In J. Martí-Parreño, C. Ruiz-Mafé & L. Scribner (eds.), *Engaging Consumers through Branded Entertainment and Convergent Media* (pp. 53-73). Hershey: IGI Global.
- Freeman, M. (2015b). Branding Consumerism: Cross-media Characters and Story-worlds at the turn of the 20th century. *The International Journal of Cultural Studies*, Vol. 18, Issue 6, 629-644.
- Freeman, M. (2016). *Historicising Transmedia Storytelling: Early Twentieth-Century Transmedia Story Worlds*. New York – London: Routledge.
- Freeman, M. (2018). El concepto de arqueología transmedia. In C.T. Gómez, M. Freeman & E.M. Velásquez (eds.), *Arqueología transmedia en América Latina: mestizajes, identidades y convergencias* (pp. 9-25). Medellín: Editorial EAFIT.
- Freeman, M., & Gambarato, R.R. (2018). Transmedia Studies – Where Now?. In M. Freeman e R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 1-12). London – New York: Routledge.
- Freeman, M., & Proctor, W. (2018). *Global Convergence Cultures: Transmedia Earth*. New York – London: Routledge.
- Freeman, M., & Taylor-Ashfield, C. (2018). “I Read Comics from a Feministic Point of View”: Conceptualizing the Transmedia Ethos of the Captain Marvel Fan Community. *Journal of Fandom Studies*, Vol. 5, Issue 3, 317-335.
- Frezza, G. (1999). *Fumetti: anime del visibile*. Roma: Meltemi.
- Frezza, G. (2015). Campi transmediali. *Sociologia della Comunicazione*, Vol. 50, 51-60.
- Giovagnoli, M. (2009). *Cross-media: le nuove narrazioni*. Milano: Apogeo.
- Giovagnoli, M. (2013). *Transmedia. Storytelling e comunicazione*. Milano: Apogeo.
- Goulart, R. (1972). *Cheap Thrills: An Informal History of the Pulp Magazines*. New Rochelle: Arlington House.
- Grainge, P. (2007). *Brand Hollywood: Selling Entertainment in a Global Media Age*. New York: Routledge.

- Grainge, P., & Johnson, C. (2015). *Promotional Screen Industries*. London – New York: Routledge.
- Gray, J. (2010). *Show Sold Separately: Promos, Spoilers, and Others Media Paratexts*. New York: New York University Press.
- Hagedorn, R. (1988). Technology and Economic Exploitation: The Serial as a Form of Narrative Presentation. *Wide Angle*, No. 10, 4-12.
- Haining, P. (2000). *The Classic Era of American Pulp Magazines*. London: Prion.
- Harmon, J., & Glut, D.F. (1973). *Great Movie Serials: Their Sound and Fury*. London: Woburn.
- Harvey, C. (2015). *Fantastic Transmedia: Narrative, Play and Memory Across Science Fiction and Fantasy Storyworlds*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hay, J., & Couldry, N. (2011). Rethinking Convergence Culture: An Introduction. *Cultural Studies*, Vol. 25, No. 4-5, 473-486. DOI: <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600527> [ultimo accesso 30.06.2019].
- Hills, M. (2002). *Fan Cultures*. New York: Routledge.
- Hills, M. (2018). Transmedia Paratexts: Informational, Commercial, Diegetic, and Auratic Circulation. In M. Freeman e R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 289-294). London – New York: Routledge.
- Holt, J., & Sanson, K. (2014). *Connected Viewing: Selling, Streaming, and Sharing Media in the Digital Era*. New York – London: Routledge.
- Horne, A. (2018). Transmedia Publishing: Three Complementary Cases. In M. Freeman e R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 62-71). London – New York: Routledge.
- Ibrus, I., & Scolari, C.A. (eds.) (2012). *Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions*. Frankfurt: Peter Lang.
- Innocenti, V., & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio, temi*. Bologna: Archetipolibri.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling. *MIT Technology Review*, January 15. Testo accessibile all'indirizzo <https://www.technologyreview.com/s/401760/transmedia-storytelling/> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jenkins, H., Purushotma, R., Clinton, K., Weigel, M., & Robison, A.J. (2005). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21<sup>st</sup> Century*. Chicago: MacArthur. Testo accessibile all'indirizzo <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf> [ultimo accesso 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2006a). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2006b). *Fans, Bloggers, and Gamers: Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2007). Transmedia Storytelling 101. *Confessions of an ACA-Fan*, March 21. Testo accessibile all'indirizzo [http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/blog/2007/03/transmedia_storytelling_101.html) [ultimo accesso il 30.06.2019].

- Jenkins, H. (2008). I Have Seen the Future of Entertainment ... And It Works. *Confessions of an ACA-Fan*, October 20. Testo accessibile all'indirizzo [http://henryjenkins.org/blog/2008/10/i\\_have\\_seen\\_the\\_futures\\_of\\_ent.html](http://henryjenkins.org/blog/2008/10/i_have_seen_the_futures_of_ent.html) [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2009a). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling (Well, two actually. Five more on Friday). *Confessions of an ACA-Fan*, December 12. Testo accessibile all'indirizzo [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html) [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2009b). Revenge of the Origami Unicorn: The Remaining Four Principles of Transmedia Storytelling. *Confessions of an ACA-Fan*, December 12. Testo accessibile all'indirizzo [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2011). Transmedia 202: Further Reflections. *Confessions of an ACA-Fan*, July 31. Testo accessibile all'indirizzo [http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining\\_transmedia\\_further\\_re.html](http://henryjenkins.org/blog/2011/08/defining_transmedia_further_re.html) [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2014a). The Reign of the 'Mothership': Transmedia's Past, Present, and Possible Futures. In D. Mann (ed.), *Wired TV: Laboring over an Interactive Future* (pp. 244-268). New Brunswick: Rutgers University Press.
- Jenkins, H. (2014b). 'All Over the Map': Building (and Rebuilding) Oz, *Film and Media Studies*, No. 9. Testo accessibile all'indirizzo <http://www.acta.sapientia.ro/acta-film/C9/film9-1.pdf> [ultimo accesso 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2016). Transmedia What?. *Immerse*, November 15. Testo accessibile all'indirizzo <https://immerse.news/transmedia-what-15edf6b61daa> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jenkins, H. (2018). Foreword. In M. Freeman e R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. xxvi-xxix). New York: Routledge.
- Jenkins, H., & Deuze, M. (2008). Editorial. Convergence Culture. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, Vol. 14, Issue 1, 5-12.
- Jenkins, J., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press.
- Johnson, D. (2013). *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries*. New York: New York University Press.
- Johnson, D. (2017). A History of Transmedia Entertainment. *Spreadable Media*, July 27. Testo accessibile all'indirizzo <https://spreadablemedia.org/essays/johnson/#.XVdA4XtS-00> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Jones, S. (2007). Dickens On Lost: Text, Paratext, Fan-based media. *Wordsworth Circle*, Vol. 38, Issue 1-2, 71-78.
- Kidman, S. (2012). Five Lessons for New Media From the History of Comics Culture. *International Journal of Learning and Media*, Vol. 3, No. 4, 41-54.

- Kinder, M. (1991). *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. Berkeley: University of California Press.
- Kinnard, R. (1998). *Science Fiction Serials*. Jefferson – London: McFarland.
- Kinnard, R., Crnkovich, T., & Vitone, R.J. (2008). *Flash Gordon Serials, 1936 – 1940: A Heavily Illustrated Guide*. Jefferson – London: McFarland.
- Klastrup, L., & e Tosca, S. (2004). Transmedial Worlds – Rethinking Cyberworld Design. In AA.VV., *Proceedings International Conference on Cyberworlds 2004* (pp. 409-416). Los Alamitos: IEEE Computer Society. DOI: 10.1109/CW.2004.67 [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Klastrup, L., & Tosca, S. (2016). The Networked Reception of Transmedial Universes: An Experience-Centered Approach. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, Vol. 32, No. 60, 107-122.
- Lahue, K.C. (1964). *Continued Next Week: A History of the Moving Picture Serial*, Norman: University of Oklahoma Press.
- Lobato, R., Thomas, J., & Hunter, D. (2011). Histories of User generated Content: Between Formal and Informal Media Economies. *International Journal of Communication*, Vol. 5, 899-914.
- Lopes, P. (2009). *Demanding Respect: The Evolution of the American Comic Book*. Philadelphia: Temple University Press.
- Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media Convergence: Networked Digital Media in Everyday Life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: New York University Press.
- Montani, P. (2010). *L'immaginazione intermediale. Perlustrare, rifigurare, testimoniare il mondo visibile*. Roma – Bari: Laterza.
- Müller, J.E. (2006). Vers l'intermédialité. Histoires, positions et option d'un axe de pertinence. *Médiamorphoses*, No. 16, 99-110.
- Pearson, R. (ed.) (2009). *Reading Lost: Perspectives on a Hit Television Show*. London: I.B. Tauris.
- Pearson, R. (2014). Foreword. In C.A. Scolari, P. Bertetti & M. Freeman, *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines* (pp. vi-ix). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Pescatore, G. (2011). Convergenza digitale e nuove forme culturali. In M. Fadda (a cura di), *Corto circuito. Il cinema nell'era della convergenza* (pp. 19-27). Bologna: Archetipolibri.
- Pescatore, G. (a cura di) (2018). *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*. Roma: Carocci.
- Proctor, W. (2018). Transmedia Comics: Seriality, Sequentiality, and Shifting Economies of Franchise Licensing. In M. Freeman e R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies* (pp. 62-71). London – New York: Routledge.
- Rabinowitz, P. (2015). *American Pulp: How Paperbacks Brought Modernism to Main Street*. Princeton: Princeton University Press.

- Rajewsky, I.O. (2000). *Intermedialität*. Tübingen: A. Francke.
- Redmond, S. (2004). *Liquid Metal: The Science Fiction Film Reader*. London: Wallflower Press.
- Reed, R.T. (1997) The Pulp: Their Weaknesses Were Their Strengths. In R. Lesser (ed.), *Pulp Art: Original Cover Paintings for the Great American Pulp Magazines* (pp. 44-51). New York: Gramercy.
- Ryan, M.-L. (2004). *Narrative Across Media: The Languages of Storytelling*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Ryan, M.-L. (2005). On the Theoretical Foundations of Transmedial Narratology. In J.C. Meister (ed.), *Narrative Beyond Literary Criticism* (pp. 1-23). Berlin: De Gruyter.
- Ryan, M.-L. (2013). Transmedia Storytelling and Transfictionality. *Poetics Today*, Vol. 13, Issue 3, 361-388.
- Santo, A. (2006). *Transmedia Brand Licensing Prior to Conglomeration: George Trendle and the Lone Ranger and Green Hornet Brands, 1933-1966*. Ph.D Thesis, University of Texas.
- Santo, A. (2015). *Selling the Silver Bullet. The Lone Ranger and Transmedia Brand Licensing*. Austin: University of Texas Press.
- Saunders, D. (2012). The Pulp and the Comics. *Major Malcolm Wheeler-Nicholson*, June 22. Testo accessibile all'indirizzo <https://majormalcolmwheelernicholson.com/2012/06/22/the-pulps-and-the-comics/> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Scolari, C.A. (2009a). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication*, Vol. 3, 586-606.
- Scolari, C.A. (2009b). The Grammar of Hypertelevision. An Identikit of the Convergence Age Television (Or How Television is Simulating New Interactive Media). *Journal of Visual Literacy*, Vol. 28, Issue 1, 28-49.
- Scolari, C.A. (2012). The Triplets and the Incredible Shrinking Narrative: Playing in the Borderland between Transmedia Storytelling and Adaptation. In I. Ibrus e C.A. Scolari (eds.), *Crossmedia Innovations: Texts, Markets, Institutions* (pp. 45-60). Frankfurt: Peter Lang.
- Scolari, C.A. (2013a). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C.A. (2013b). Lostology: Transmedia Storytelling and Expansion/Compression Strategies. *Semiotica*, Vol. 195, 45–68. DOI: 10.1515/sem-2013-0038 [ultimo accesso 30.06.2019].
- Scolari, C.A. (2014). Don Quixote of La Mancha: Transmedia Storytelling in the Grey Zone. *International Journal of Communication*, Vol. 8, 2382-2405.
- Scolari, C.A. (2016). Transmedia Literacy: Informal Learning and Media Skills in the New Ecology of Communication. *Tèlos*, Vol. 103, 13-23.
- Scolari, C.A., Bertetti, P. & Freeman, M. (2014). *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

- Scott, J. (2009). The Character-Oriented Franchise: Promotion and Exploitation of Pre-sold Characters in American film, 1913-1950. In I.R. Smith (ed.), *Cultural Borrowing: Appropriation, Reworking, Transformation* (pp. 34-55). Nottingham: Scope.
- Smith, A. (2012). *Media Contexts of Narrative Design: Dimensions of Specificity within Storytelling Industries*. Ph.D Thesis, University of Nottingham.
- Smith, A. (2018). *Storytelling Industries: Narrative Production in the 21<sup>st</sup> Century*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Smith, E.A. (2000). *Hard-Boiled: Working-Class Readers and Pulp Magazines*. Philadelphia: Temple University Press.
- Stedman, R.W. (1977). *The Serials: Suspense and Drama by Installment*. Norman: University of Oklahoma Press.
- Steirer, G. (2011). Narrative Worlds: A Provisional Definition. *Cultural Production*. Testo prima disponibile all'indirizzo [www.culturalproductionblog.com](http://www.culturalproductionblog.com) [ultimo accesso 02.12.2012].
- Tirino, M. (2015a). L'Ur-Script. The Walking Dead dal fumetto alla serie tv. In G. Frezza (a cura di), *Endoapocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il postumano* (pp. 133-156). Cava de' Tirreni: Areablu.
- Tirino, M. (2015b). La carne, la carta, gli schermi. The Walking Dead e i media. In G. Frezza (a cura di), *Endoapocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il postumano* (pp. 157-175). Cava de' Tirreni: Areablu.
- Tirino, M. (2017a). La globalizzazione, la guerra al sonno, il simulacro e il postumano: la società digitale e l'ecosistema narrativo de L'invasione degli ultracorpi di Jack Finney. In A. Amendola & M. Tirino (a cura di), *Romanzi e immaginari digitali. Saggi di mediologia della letteratura* (pp. 35-52). Mediglia: Gechi.
- Tirino, M. (2017b). La bocca del male. Cannibalismo, estetizzazione e performatività nell'ecosistema narrativo di Hannibal Lecter. *Im@go – A Journal of the Social Imaginary*, No. 9, 162-180. Testo accessibile all'indirizzo <http://cab.unime.it/journals/index.php/IMAGO/article/view/1582> [ultimo accesso il 30.06.2019].
- Tirino, M. (2019). Il fumetto oltre il fumetto. Flash Gordon e l'archeologia della transmedialità. In M. Tirino (a cura di), *Flash Gordon. L'avventurosa meraviglia: mito, immaginario e media* (pp. 21-47). Eboli: NPE.
- Tirino, M. (2019b). La mediatizzazione dello sport. In L. Bifulco & M. Tirino (a cura di), *Sport e scienze sociali. Fenomeni sportivi tra consumi, media e processi globali* (pp. 148-175). Roma: Rogas.
- Varnelis, K. (ed.) (2008). *Networked Publics*. London – Cambridge: MIT Press.
- Vermilye, J. (2008). *Buster Crabbe: A Biofilmography*, Jefferson: McFarland.
- Young, W.H. Jr. (1969). The Serious Funnies: Adventure Comics During the Depression 1929–1938. *Journal of Popular Culture*, Vol. 3, Issue 3.
- Whitezel, K. (2000). Buster Crabbe: An All-American in Outer Space. *Filmfax*, 79, 52-59.
- Wolf, M.J. (2012). *Building Imaginary Worlds: The Theory and History of Subcreation*. New York: Routledge.

- Wolf, W. (1999). *The Musicalization of Fiction: A Study in the Theory and History of Intermediality*. Amsterdam: Rodopi.
- Zecca, F. (2012). Dalla convergenza dei media alla narrazione transmediale. In F. Zecca (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico* (pp. 9-37). Milano: Mimesis.
- Zecca, F. (2013). *Cinema e intermedialità. Modelli di traduzione*. Udine: Forum.
- Zecca, F. (2015). Le relazioni tra i media nell'epoca della convergenza. *Fata Morgana*, No. 26, 203-215.

## Note

1 In questo senso, è appropriato, a nostro avviso, parlare, per esempio, del cinema come di un medium multicodiale (in quanto manipola audio, video, testo scritto, ecc.), ma non di un medium multimediale. Vedremo, a breve, come in realtà i concetti che inquadrano le relazioni tra i media, non vanno associati al singolo medium, quanto, piuttosto, a progetti e contenuti.

## Alla ricerca di una nuova identità disciplinare. Il fumetto e la transdisciplinarità\*

Lorenzo Di Paola\*\*

Università degli studi di Salerno

Comics - born as a mass medium and then slowly transformed into a niche space in which to experiment and almost predict the media and anthropological forms of the future - is a rich field of investigation to better understand the logic of transmedia narrative and to outline a serious and effective proposal for a study that is truly transdisciplinary. The multimedia nature of comics, which has always been able to anticipate and accompany the methods and forms of the current multimedia communications system (Frezza 1999, 2017) means that today comics are almost a 'permeable membrane' for other sectors of the cultural industry (Jenkins 2006). Indeed, low production costs and a relatively marginal position in the entertainment sector have meant that «l'immaginario su carta è stato ambito di riformulazione radicale dei generi della narrazione visiva e potenzialmente filmica. Dall' inizio del cinema digitale [...] il filo del rapporto tra film digitali e fumetti non si è mai spezzato, si è incrementato esponenzialmente, man mano che le tecnologie digitali si perfezionavano e integravano con quelle tradizionali dei media audiovisivi» (Frezza 2017, 29). This particular nature of comics, which is nurtured precisely by dialogue with other media, however, puts a strain on the efforts of those who would like to frame comics in a certain taxonomy approved by the community of scholars. The institutional weakness and the scarce disciplinary identity of the studies, therefore, depend, on the one hand, on the enigmatic, stratified and multimedia nature of comics, which constantly involves the most diverse disciplines. The strength of studies on the medium, however, lies precisely in the challenge that they can launch to the compartmentalisation of knowledge typical of the academic world, but to do this a truly transdisciplinary shared workspace is indispensable. With this paper, we intend to try to propose a transdisciplinary research practice that rejects a hierarchy of disciplines and that restores the full complexity of the object of analysis, with the hope of helping to define a new and strong disciplinary identity in which the different theoretical approaches and methodologies, far from operating in a blind autonomy, can dialogue and contribute to strengthening studies on the medium.

**Keywords:** fumetto, transmedialità, transdisciplinarità, rimediazione

La relativamente breve storia del fumetto è una storia densa di avventure e capovolgimenti improvvisi e a saperla leggere ci ritroveremmo davanti ai nostri occhi un fantastico atlante dell'Immaginario, e degli Immaginari, che hanno nutrito per più di un secolo la nostra società. In filigrana potremmo leggere delle mutazioni dell'intero sistema mediale, dei sistemi produttivi e di consumo, delle tensioni, dei grandi traumi sociali, della realtà emotiva che anima le nostre società. Il fumetto non ha mai smesso e mai smetterà di raccontarci storie, o di interrogare il senso del nostro dirci umani; diventa indispensabile però provare a comprendere in quali 'luoghi' oggi questo medium trova gli spazi per dispiegare la propria potenza creativa e comunicativa.

Dalle prime scuole di fumetto, come la storica *Zio Feininger* (che ha visto tra i suoi docenti Paziienza, Faeti, il gruppo Valvoline) molte cose sono cambiate. Su tutto il territorio nazionale si moltiplicano e prosperano corsi, accademie e scuole dedicate alla formazione

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* lorenzodipaola85@gmail.com

di sceneggiatori, disegnatori, inchiostatori, coloristi, grafici e di tutte quelle figure professionali ormai capaci di spendere le proprie competenze nei settori più diversi.

Il fumetto ha conquistato spazi sempre più rilevanti e inediti grazie alla facoltà di trasmettere informazioni complesse in tempi rapidi; la sua capacità di sintesi e le sue potenzialità didattiche hanno fatto breccia anche nelle scuole di management<sup>1</sup>, nel marketing, nella formazione e aumentano i servizi offerti da fumettisti per creare sintesi visive di conferenze aziendali o campagne pubblicitarie e di marketing. In particolare sta prendendo piede anche in Italia la professione del *visual facilitator* o facilitatore visuale, una sorta di mediatore grafico in grado di trasformare in immagini le relazioni e gli interventi che si svolgono nelle riunioni aziendali, nei workshop, nelle conferenze.

Tutto questo fermento intorno alla figura del fumettista e i corsi delle varie scuole di fumetto - dedicati alla grafica digitale, al cinema d'animazione, alla modellazione 3D, al board game design, alla programmazione di videogame - mostrano come la natura dei comics oggi stia evolvendo verso direzioni nuove in linea con quella rivoluzione digitale che sta stravolgendo modalità di produzione e consumo, e le forme dei linguaggi dell'intero sistema mediale.

È palese, poi, come l'industria culturale negli ultimi tempi attinga sempre più a piene mani dall'immenso serbatoio dell'immaginario fumettistico; e non si tratta solo della gigantesca e complessa operazione portata avanti dalla *Marvel* che espande le proprie trame su ogni medium e piattaforma esistente, e che rappresenta un modello capace di scardinare le precedenti logiche di produzione e consumo costringendo buona parte dell'industria dell'intrattenimento a una radicale riconfigurazione. Oggi i fumetti che viaggiano da una piattaforma mediale all'altra con strategie e modalità varie sono tantissimi. Una delle ragioni per cui le contemporanee esperienze di storytelling transmediale trovano un'inesauribile fonte di carburante tra le pagine dei comics è sicuramente - come afferma Jenkis - l'assenza di rischi dovuta ai bassi di costi di produzione e dalla loro posizione marginale nel sistema dei media:

Una volta mainstream, i fumetti sono sempre più una forma di intrattenimento marginale (anche di avanguardia), che attrae prevalentemente studenti universitari o professionisti di istituti universitari. Mentre pochi leggono i fumetti, i loro contenuti scorrono fluidamente attraverso diverse piattaforme multimediali, trovando un vasto pubblico in film, televisione e nei giochi per computer. Qualcosa come venti volte il numero di persone sono andate a vedere il film di Spider Man il giorno della sua uscita rispetto a quanti hanno letto un fumetto di Spider Man. Come spiega Avi Arad, responsabile della divisione cinematografica della Marvel, "Non si possono guadagnare 155 milioni di dollari solo con i fanatici della Marvel". I creatori dei fumetti sono combattuti tra il desiderio di creare contenuti che attraggano l'interesse generale (per venderli ad altre società e per ampliare i propri lettori) e produrre contenuti che attraggano e mantengano i loro lettori più accaniti. I fumetti sono entrati in una fase di sperimentazione, testando nuovi temi, adottando stili diversi e ampliando il loro vocabolario di genere. Poiché il costo di produzione e quindi il prezzo della sperimentazione è inferiore nei fumetti rispetto a qualsiasi altro medium, i film e la televisione monitorano il fumetto, cercando materiali che possano condurli da un consumo di nicchia al mainstream. La distanza tra ideazione e distribuzione è molto più breve nei fumetti con il risultato che questi saranno i primi tra tutti i media a reagire ai nuovi sviluppi culturali. (Jenkis 2006)<sup>2</sup>

Credo però che la peculiare configurazione che permette al fumetto di trasformarsi in una sorta di membrana permeabile per gli altri settori dell'industria del divertimento dipenda anche dalla complessa macchina narrativo-mitologica che questo medium riesce a dispiegare. Da sempre il fumetto è riuscito a rappresentare traumi sociali e snodi critici delle nostre società (Frezza 1995), incarnando nel proprio dispositivo le rivoluzioni medialie che hanno contribuito, e che stanno contribuendo, a modificare lo statuto stesso di umanità. Supereroi, mutanti, androidi, zombie, apocalissi, ecc., diventano così le tracce di

un immaginario alla ricerca di sé stesso, di una mutazione eccitante e spaventosa che attraverso le vignette continuamente interroga la vita e le sue relazioni con l'inorganico, con la tecnologia, con la morte. È utile a questo punto riportare le parole di Alberto Abruzzese che in poche righe riesce a cogliere la delicata e per niente marginale posizione dei comics nel sistema dei media:

Cosa c'entra il fumetto? Poco o nulla, se lo inchiodiamo alle nicchie del suo consumo. Ma molto, moltissimo, [...] se si pensa al contributo eccezionale che l'immaginario dei fumetti ha dato e sta dando a quella visione post-umana del presente che assai probabilmente può diventare il campo di riflessione più utile alla nascita dei dispositivi di sperimentazione e innovazione – liminare, decentrata e dal basso – che dovrebbero rimpiazzare il vuoto di strumenti lasciato dai regimi culturali di massa e dalle loro istituzioni. Università in testa. La densa e fluttuante molteplicità dei fumetti, una volta dissolta la loro storia e una volta dispersa nell'aria la loro tradizione, occupa – forse in modo provvisorio, terminale, ma proprio per questo efficace – le zone in cui l'immaginario collettivo dei moderni è stato costretto a precipitare e ad abbandonare ogni suo detrito, ogni sua scoria. Gran parte dei territori del fumetto è roba fatta non più per politici, borghesi, guerrieri o contadini, diverse predisposizioni del lavoro intellettuale e dei suoi insediamenti residenziali, ma è roba fatta per nomadi e raccoglitori. Per i loro sciamanico andare e sostare. (Abruzzese 2008, p.27)

D'altronde questa 'permeabilità' del fumetto nei confronti dell'intero sistema mediale non è affatto cosa nuova, la contemporaneità ha solo visto affinarsi più sofisticate pratiche e complesse tecniche narrative volte a costruire coerenti e immersivi cosmi transmediali, ma sin dai suoi esordi sulla scena del divertimento statunitense i comics hanno saputo nutrire e trarre nutrimento dalle più disparate forme mediali, in una logica di rimediazione particolarmente attiva. Sin dagli esordi il fumetto riconfigura, rimedia, forme mediali precedenti e contemporanee alla ricerca di una propria identità - negli stessi modi in cui oggi "la grafica computerizzata, la realtà virtuale e il web trovano una propria specificità prendendo in prestito, rendendo omaggio, criticando o riconfigurando i loro predecessori (principalmente televisione, cinema, fotografie e pittura, ma anche stampa" (Grusin 2017, p.63) - offrendo nello stesso tempo 'carburante' mediale alle altre forme di spettacolo. Il rapporto dei primi fumetti con la scena mediale è molto ricco e sfaccettato in quanto non coinvolge unicamente il cinema e l'animazione: partiture musicali, sceneggiati radiofonici, musical e spettacoli teatrali dedicati al fumetto mostrano come le potenzialità transmediali e intermediali del fumetto non siano assolutamente una scoperta recente.

La fluidità mediale, resa oggi possibile dall'avvento del digitale e del web, può essere allora ripensata e analizzata guardando a quegli scambi e sovrapposizioni, a quei processi di rimediazione e convergenza - da sempre in atto nel fumetto - in grado di ridisegnare zone di frontiera e comuni aree mediali. Grazie ai numerosi studiosi che da diversi campi teorici e con diverse metodologie hanno esaminato e dissezionato il fumetto (Stefanelli 2012), oggi è finalmente possibile affrontare lo studio del fumetto da una prospettiva più ampia senza preoccuparsi di rivendicare l'evidente dignità culturale del medium. Fumettisti e teorici hanno a lungo lottato contro i resistenti pregiudizi della cultura alfabetica nei confronti del fumetto, si è passati così dalle forti istanze censorie ben rappresentate da Wertham e dal suo *Seduction of the innocent* (1954) ai Premi Pulitzer e candidature a prestigiosi premi letterari (nel 2018 il premio Pulitzer è stato assegnato al webcomic *Welcome to the New World*.)

Gli intellettuali che si sono dedicati allo studio del fumetto si sono però ritrovati a inseguire un medium in continua evoluzione e refrattario a ogni tentativo di definizione, i confini instabili del medium (che trova nutrimento proprio nel dialogo con altri media), la sua forma magmatica (che impedisce una codificazione universalmente accettata delle regole e dei meccanismi di funzionamento), la genealogia incerta e dilemmatica (in cui il

mistero di una ‘doppia nascita’ alimenta un dibattito apparentemente senza fine), mettono a dura prova gli sforzi di chi vorrebbe inquadrare i comics in una tassonomia certa e approvata dalla comunità di studiosi.

È evidente la mancanza di una teoria unitaria e condivisa a fronte di una pluralità di metodologie e discipline che cercano di circoscrivere il campo e che raramente dialogano tra loro. La questione è evidente già a partire dai vari tentativi di definizione che hanno quasi sempre diviso teorici e spaccato il campo in fazioni (il fumetto è solo arte sequenziale o ha anche altre caratteristiche? La presenza del balloon è una condizione indispensabile per distinguere dall’illustrazione? La sua storia inizia negli Stati Uniti o è antica almeno quanto le narrazioni per immagini? Possiamo parlare di fumetto se sono assenti le immagini, è un medium narrativo o questa è solo una delle sue possibilità? Queste sono solo alcune delle questioni che continuano a dividere teorici e fumettisti).

Come è possibile, allora, tenere sotto lo stesso ombrello definitorio, un prodotto del XIX secolo pensato per le tavole domenicali dei newspaper statunitensi come *Yellow Kid* e un fumetto digitale del 2015 come *The Last Saturday* di Chris Ware progettato per il sito del *The Guardian*? È palese come tutto il panorama mediale e sociale in questo lasso di tempo, abbia subito una profonda metamorfosi, e come esistano differenze profonde tra i due fumetti; eppure riconosciamo facilmente entrambe le opere e le definiamo senza problemi fumetti, anche se le strutture semiotiche che governano il processo di costruzione degli spazi e delle storie è drasticamente cambiato, anche se le dinamiche dello sguardo che mettono in moto la narrazione si sono arricchite e sono state rese più complesse grazie a nuove rivoluzioni medial e percettive, anche se non leggiamo più su carta ma su schermi digitali appartenenti ai dispositivi più diversi, anche se il tono e il genere delle storie, i meccanismi di produzione e consumo, il pubblico e tanto altro ancora, è completamente diverso.

Se però riconosciamo entrambi i prodotti come fumetti, nonostante le enormi differenze, vuol dire forse che esiste una profonda e irriducibile identità del medium e che questa, evidentemente, non si nasconde nel genere delle narrazioni, nei formati fisici, nelle tecnologie a disposizione o nelle caratteristiche formali, ma in qualcosa che allo stesso tempo comprende e trascende questi fattori, nel fecondo e misterioso potere delle immagini e del disegno, nella capacità (e nella necessità) della mente di costruire e animare storie attraverso indizi disegnati e disseminati su di uno spazio, cartaceo o digitale che sia. Dicendo questo non voglio affermare che sia necessario guardare al fumetto da una posizione storica, è fondamentale infatti comprendere come il panorama sociale, culturale e mediologico configurino le diverse modalità formali, semiotiche e simboliche attraverso cui i comics si legano ai loro pubblici.

Riprendendo il principio di rimediazione di Grusin<sup>3</sup> potremmo dire che il fumetto, proprio come i nuovi media, ha sempre rimediato media precedenti e contemporanei, e che questa rimediazione ha avuto e ha fortissime influenze non solo sugli aspetti formali e narrativi ma anche sui protocolli di lettura e nel ‘contatto’ con il pubblico. Nei comics delle origini la creazione della spettatorialità si basava su tecnologie di rappresentazione antiche e/o contemporanee come l’illustrazione, le stampe d’Epinal, il vaudeville, la lanterna magica, e soprattutto il cinema; il fumetto, poi ha incamerato, nel suo cammino verso quel fondamentale processo di standardizzazione, forme e protocolli derivati dal supporto che ospita il medium e che lo connette al vasto pubblico statunitense. La stampa infatti ha effetti enormi sull’uso dello spazio visivo, sulle strutture di pensiero e sulla percezione stessa (Ong 1982), così non è azzardato affermare che molti degli aspetti formali del fumetto, i bordi delle tavole e delle vignette, la suddivisione dello spazio in

vignette e la tipica modalità di lettura da sinistra a destra e dall'alto verso il basso, derivano proprio dalle proprietà della cultura della stampa.

Il web, i personal media, le tecnologie digitali, le nuove forme di lavoro flessibile, stanno riconfigurando non solo le modalità di produzione e consumo e di conseguenza l'intero sistema editoriale ma anche le strutture spaziali e semiotiche del fumetto e le stesse modalità di lettura. Nel rimediare videogame, spazi web, infografiche, graphic design, app di messaggistica, social network e altre forme medialità contemporanee, il fumetto cerca di adattarsi alle nuove strutture cognitive che lentamente stanno riorganizzando i nostri sistemi di lettura in direzioni rizomatiche, vettoriali, pienamente immersive e partecipative. L'unica costante in questo processo fatto di continue metamorfosi e mutazioni, quindi, è forse rilevabile in quella meccanica che mette in moto lo spettacolo delle figure mentali nel gioco dialettico tra percezione e memoria, nella tensione tra continuità e discontinuità, in quella feconda ibridazione tra testo e immagine in grado di sconvolgere e scuotere il linguaggio e la narrativa. Nella recente eppure antichissima storia del fumetto, nella sua capacità di incarnare nel proprio corpo i segni di un Immaginario sfuggente e sfilacciato, nelle intime e stratificate connessioni che lo legano al colto e al popolare, all'antico e al contemporaneo e soprattutto nello stretto legame affettivo ed emozionale che lo incatena al suo pubblico, possiamo ritrovare quella che forse è l'anima del fumetto.

Non bisogna, infatti, sottovalutare l'importante coinvolgimento emotivo che lega il medium ai lettori, il modo in cui il fumetto opera affettivamente: i media, infatti, non contribuiscono unicamente a produrre conoscenza ma operano anche a livello corporeo ed emozionale creando nuove strutture cognitive e affettive che modificano in profondità l'essere umano (Grusin 2017). Ecco perché è importante, nell'analisi dell'evoluzione dei formati del fumetto, uscire da un'ottica meramente storiografica o descrittiva ed esaminare le strutture semiotiche, le modalità di costruzione della pagina e gli elementi paratestuali per comprendere in che modo di volta in volta vengono creati percorsi di senso e processi di visione/lettura, e per cogliere quelle essenziali dinamiche che permettono l'immersione dei lettori nelle narrazioni a fumetti. L'*immersione incarnata* (Kukkonen 2013) che ci trasporta *attraverso* le vignette fornisce a queste una vera e propria esistenza psico-affettiva in grado di costruire e influenzare soggettività, gruppi di persone e intere generazioni; i vari formati del fumetto sono in grado di strutturare, codificare desideri e aspirazioni, di dare forma a strutture di sentimento indelebili e pienamente formative.

Questa natura complessa, stratificata e multimediale del fumetto ovviamente chiama costantemente in causa le discipline più diverse le quali quasi mai lavorano in maniera concertata: la debolezza sul piano istituzionale e la scarsa identità disciplinare degli studi dipende, forse, soprattutto da questo. Questi studi però possono sfidare la compartimentazione dei saperi tipica del mondo accademico, ma per far questo è indispensabile uno spazio di lavoro condiviso e realmente transdisciplinare.

Le differenze tra scuole di pensiero e approcci - che oggi ostacolano il raggiungimento di una identità istituzionale del settore - potrebbero trasformarsi in ricchezza critica, in orizzonti più vasti e in una nuova identità se solo si provasse realmente a superare i propri confini disciplinari tenendo conto anche dei risultati altrui in vista di obiettivi consapevolmente condivisi.

È necessario provare a delineare un campo di studi realmente condiviso e alimentato dall'interesse di discipline vecchie e nuove (letteratura, arte, linguistica, semiotica, sociologia, mediologia, cognitivism, filosofia, storia, economia, neuroscienze, ecc.).

La sempre più evidente natura transmediale e multimediale del fumetto, la sua capacità di *passare attraverso* barriere formali, medialità e disciplinari, ha portato, negli ultimi tempi, studiosi dei più vari settori del sapere a interrogare questo medium e ad aggiornare

pratiche e metodologie d'indagine. Convegni e opere collettanee diventano così un'importante fonte di riflessione che permette di inquadrare i comics da posizioni inedite e inusuali. Sono proprio queste, attualmente, le uniche occasioni in cui è possibile sperimentare un approccio non tanto transdisciplinare quanto interdisciplinare.

In un convegno del 2017, intitolato *Spazi tra le nuvole. Lo spazio nel fumetto*<sup>4</sup> (a cui ho avuto il piacere di partecipare nelle vesti di relatore), il tema della spazialità nel fumetto - articolato attraverso le seguenti questioni «In che modo lo spazio viene tematizzato e trasformato, potenziato o depotenziato, nella narrazione a fumetti? In quale misura il fumetto riscrive e reinventa lo spazio offrendosi come luogo di una riconfigurazione possibile, o utopica, o fantastica delle coordinate spaziali? In che modo tale riconfigurazione incide sui dispositivi di percezione? E ancora, come si modifica la rappresentazione della spazialità a fumetti entro la rete delle trasformazioni transmediali in corso?»<sup>5</sup> - ha dato vita a un intenso e proficuo dibattito in cui si sono confrontati studiosi della sociologia dei media, di cinema e fotografia, di letteratura italiana, straniera e comparata, di critica letteraria, storici, filologi e linguisti, insomma studiosi di vari settori disciplinari che spesso si sono occupati del medium. Al convegno però hanno partecipato anche specialisti 'normalmente' lontani dal fumetto come studiosi di architettura (Petrelli 2018), geografi (Peterle 2018) e esperti di farmacologia (Morelli 2018) che hanno contribuito ad ampliare lo spettro delle riflessioni e a proporre strumenti e metodi d'indagine in grado di rovesciare le usuali prospettive da cui siamo abituati a osservare il fumetto.

Ovviamente sono molti i convegni e i contributi in cui studiosi provenienti dai più svariati campi trovano uno spazio per confrontarsi ed è proprio da qui, che a mio parere, emerge l'esigenza di una ricerca transdisciplinare; non basta infatti esaminare il fumetto dall'estesa prospettiva delle varie discipline in quanto si fa sempre più necessario un coordinamento delle prospettive scientifiche.

Il fumetto richiede un allargamento dei tipici confini accademici e il passaggio da un'ottica multidisciplinare a una transdisciplinare che riconosca la complementarità del sapere e la complessità del reale evitando di istituire gerarchie e di appiattare la ricerca sui paradigmi scientifici dominanti. Siamo di fronte a un campo ancora tutto da esplorare - anche se la prima definizione di transdisciplinarietà risale agli anni Settanta (Piaget 1972) - che richiede enormi cambiamenti a un sistema universitario chiuso nei suoi settori scientifico-disciplinari e sempre più incapace di valorizzare, attraverso il dialogo, lo scambio e un serio coordinamento, le identità delle varie discipline:

Ci chiediamo [...] se i progetti formativi universitari siano in grado di sostenere *"l'occhio transdisciplinare ed extradisciplinare"* [...]. In questa prospettiva, pur movendoci nella rigorosa fiducia verso la sensatezza disciplinare, è indispensabile tracciare linee di apertura a partire da un recuperato dialogo interdisciplinare che conduca a visioni e strutture transdisciplinari. Forse ciò che appare indispensabile è soprattutto la *capacità di trasgredire*: ci manca una saggia *indisciplinarietà* [...] che non solo ci tragga fuori dalle strettoie disciplinari, ma ci obblighi a *un sano strabismo culturale* e a una *indisciplinata reazione culturale che dal sonno ci porti alla veglia*, anzi a una *vigile veglia* che impedisca *l'autismo culturale e sociale*. (Milani 2015)

Lungi dal vagheggiare una *superdisciplina* che contenga le altre, è chiaro che nel proporre un metodo di ricerca transdisciplinare diventa ancora più indispensabile costruire l'identità dell'eterogeneo campo di studi che si è andato a creare intorno al fumetto; è necessario quindi trovare il giusto spazio accademico per fondare una disciplina che per forza di cose avrà confini incerti e in divenire, ma che sicuramente può offrire molto a tutti i campi del sapere. Se nel passato studiosi e intellettuali hanno dovuto lottare con

pregiudizi e posizioni ‘apocalittiche’ difficili da scalfire, oggi chi si interessa al fumetto deve lottare per trovare una propria identità disciplinare in un sistema accademico che non ama e non valorizza particolarmente la contaminazione. Continuare a interrogare il fumetto, significa saper interrogare noi stessi, la nostra storia e il nostro futuro, perché in questo corpo capace sempre di rigenerarsi e di sorprenderci, possiamo ritrovare i cocci di un Immaginario collettivo ormai frantumato, nostalgie di tempi passati e perduti, e trampolini di lancio per futuri imprevedibili, entusiasmanti o terrificanti. Nei segni immobili, nel loro virtuale e mentale fluire, nello spazio bianco e nel silenzioso mormorio delle immagini, si nascondono ancora molte domande e molti interrogativi che ancora una volta potrebbero mettere in discussione certezze e gerarchie di saperi, modelli teorici e conoscenze.

## Nota biografica

Lorenzo Di Paola è laureato in Filologia moderna presso l'Università degli Studi di Napoli "Federico II". Attualmente è dottore di ricerca in Scienze della Comunicazione presso l'Università degli Studi di Salerno. Si occupa in particolare di storia e mediologia del fumetto. Ha pubblicato sulle riviste «Between» e Dante e l'arte. Dirige, insieme a G. Frezza e M. Tirino "L'Eternauta. Collana di studi su fumetti e media".

## Bibliografia

- Abruzzese, A. (2008). Sul luogo del delitto. Metafore della critica e inattualità del fumetto. In S. Brancato (a cura di), *Il secolo del fumetto. Lo spettacolo a strisce nella società italiana 1908-2008* (pp.11-25). Cisterna di Latina, Tunuè.
- Abruzzese, A. (2011). *Il crepuscolo dei barbari*, Milano, Benvivino Editore.
- Abruzzese, A. (2007). *La grande scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti: l'immaginario collettivo dalla letteratura al cinema all'informazione*, Roma, Sossella editore.
- Brancato, S. (1994). *Fumetti. Guida ai comics nel sistema dei media*, Roma, Datanews.
- Brancato, S. (1996) Il magnifico bastardo. Critica e fumetto, connubio imperfetto. In G. Ferruccio (a cura di), *Gulp! 100 anni a fumetti: un secolo di disegni, avventure, fantasia* (pp.31-36). Milano, Electa.
- Faeti, A. (2008). *La freccia di Ulceda. Di fumetti e altro*, Roma, Coniglio Editore.
- Frezza, G. (1978). *L'immagine innocente. Cinema e fumetto americani delle origini*, Roma, Napoleone.
- Frezza, G. (1987). *La scrittura malinconica. Sceneggiatura e serialità nel fumetto italiano*, Scandicci, La Nuova Italia.
- Frezza, G. (1995). *La macchina del mito: tra film e fumetti*, Scandicci, La Nuova Italia.
- Frezza, G. (1999). *Fumetti, anime del visibile*, Roma, Meltemi.
- Frezza, G. (2008). *Le carte del fumetto. Strategie e ritratti di un medium generazionale*, Napoli, Liguori.
- Frezza, G. (2017). *Nuvole mutanti. Scritture visive e immaginario dei fumetti*, Milano, Meltemi.

- Gadducci, F. (2006). *Notes on the Early decades of Italian comic art*, San Giuliano Terme, Felici.
- Gadducci, F., Stefanelli, M. (2008). La storiografia del fumetto in Italia. In S. Brancato (a cura di), *Il secolo del fumetto. Lo spettacolo a strisce nella società italiana 1908-2008* (pp.107-126). Cisterna di Latina, Tunuè.
- Grusin, R. (2017). *Radical Mediation. Cinema, estetica e tecnologie digitali*, Cosenza, Luigi Pellegrini Editore.
- Harvey, R. C. (2005). Describing and Discarding “Comics” as an Impotent Act of Philosophical Rigor. In Jeff McLaughlin (ed), *Comics as Philosophy* (pp.14-26). Jackson, University Press of Mississippi.
- Jenkis, H. (2006) *Comics and Convergence Part One*.  
[In rete] [http://henryjenkins.org/blog/2006/08/comics\\_and\\_convergence.html](http://henryjenkins.org/blog/2006/08/comics_and_convergence.html) (Ultimo accesso 19/03/2019).
- Kukkonen, K. (2013) “Space, time, and causality in graphic narratives: An embodied approach”, in S. Daniel, T. Jan-noël (eds), *From Comic Strips to Graphic Novel. Contributions to the Theory and History of Graphic Narrative* (pp.49-66). Berlin/Boston, Walter de Gruyter GmbH.
- Maigret, E., Stefanelli, M. (a cura di). (2012). *La bande dessinée: une médiaculture*. Parigi, Armand Colin.
- Meskin, A. (2007). Defining Comics? *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, Vol. 65, No. 4, pp.369-379. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-594X.2007.00270.x>
- Milani, L. (2015). Transdisciplinarietà come progetto politico. La crisi sociale come crisi culturale e di senso, *Metis*, Anno V, Numero 1.doi: 10.12897/01.00077
- Morelli, M., (2018) “Comics and Studies on Brain Functions”, *Spazi tra le nuvole. Lo spazio nel fumetto*, Eds. G.V. Distefano, M. Guglielmi, L.Quaquarelli, Between, VIII.15, DOI: <http://dx.doi.org/10.13125/2039-6597/3455>
- Piaget, J. (1972). L'épistémologie des relations interdisciplinaires. In CERI-Centre pour la Recherche et l'Innovation dans l'Enseignement (ed), *L'interdisciplinarité: problèmes d'enseignement et de recherche dans les universités. Séminaire sur l'Interdisciplinarité dans l'Université organisé par le CERI avec la collaboration du Ministère Français de l'Education nationale à l'Université de Nice (France) du 7 au 12 septembre 1970* (pp. 131-144). Paris: OCDE.
- Peterle, G., (2018) “Orientarsi tra le nuvole: cartografie, atlanti e pratiche mappanti nel racconto a fumetti”, *Spazi tra le nuvole. Lo spazio nel fumetto*, Eds. G.V. Distefano, M. Guglielmi, L. Quaquarelli, Between, VIII.15, DOI: <http://dx.doi.org/10.13125/2039-6597/3221>
- Petrelli, M., (2018) “Manifest Destiny: the American West as a Map of the Unconscious”, *Spazi tra le nuvole. Lo spazio nel fumetto*, Eds.G. V. Distefano, M. Guglielmi, L. Quaquarelli, Between, VIII.15 (2018), DOI: <http://dx.doi.org/10.13125/2039-6597/3247>
- Stefanelli, M. (2012). Un siècle de recherches sur la bande dessinéein. In Maigret, E., Stefanelli, M. (a cura di). (2012). *La bande dessinée: une médiaculture* (pp. 17-45). Parigi, Armand Colin.

## NOTE

<sup>1</sup> Per esempio in Italia la “Fondazione Istud” - che si occupa di formazione manageriale e ricerca sul management - li ha adottati per la formazione in azienda, la business school francese “Grenoble Ecole de Management” li ha introdotti come metodo di insegnamento.

<sup>2</sup> Traduzione mia

<sup>3</sup> Analizzando i processi di rimediazione del cinema Grusin afferma: “Proprio come i nuovi media, il cinema delle origini fin dal suo principio fu impegnato in una riconfigurazione o rimediazione di media precedenti. La creazione della spettatorialità si basava su tecnologie della rappresentazione così antiche come la lanterna magica o il panorama. Nel rappresentare soggetti realistici e/o esotici, come la guerra, il viaggio o i disastri naturali, il cinema delle origini rimediava media documentari come la fotografia e la stereografia; e non appena cominciò a utilizzare forme narrative ancora rudimentali, intraprese la strada della rimediazione di opere, romanzi e altre storie familiari [...]. L’esperienza pubblica del cinema delle origini, come quella pubblica e privata dei nuovi media digitali, ha rimediato forme di intrattenimento già esistenti” (Grusin 2017, pp.50-51).

<sup>4</sup> Organizzato dal Dipartimento di Filologia, Letteratura e Linguistica dell’Università di Cagliari in collaborazione con l’Università Paris Nanterre e il Centro Internazionale del Fumetto.

<sup>5</sup> Call for paper, *Spazi tra le nuvole. Lo spazio nel fumetto*, Convegno Internazionale, Cagliari 26/27 ottobre 2017.

## Transmedia is coming. Il caso FantaGot e la storyworld interactivation\*

Silvia Leonzi<sup>\*\*</sup>, Fabio Ciammella<sup>\*\*\*</sup>, Elisabetta Trinca<sup>\*\*\*\*</sup>  
"Sapienza" Università di Roma

In transmedia environment *storyworlds* represent a fundamental resource for diegetic expansions and for user interaction. The UGCs (User Generated Content) fit into the narrative structure as a strategic value for narrative brands. In this sense, games play a very important role, representing forms through which users experience narrative universes according to a process of *interactivation*.

In this scenario our research analyzes FantaGOT, a game based on HBO's Game of Thrones, in order to investigate the dynamics between the content, the authors and the fandom. Through the use of focus group we try to reach a typology of fan intervened in the game, while with an hermeneutic interview we have investigated the organizational and management dynamics that the creators of the game gave place. Fantagot's creators can be considered a particular kind of fan, that we called *Superparticifan*, a subject capable of operating a sort of complexity reduction of the dynamics arising within social interactions.

**Keywords:** Transmedia, Storyworld, Game Of Thrones, Superparticifans, FantaGoT

### Introduzione

"Transmedia storytelling is a particular narrative structure that expands through both different languages (verbal, iconic, etc.) and media (cinema, comics, television, video games, etc.). TS is not just an adaptation from one media to another. The story that the comics tell is not the same as that told on television or in cinema; the different media and languages participate and contribute to the construction of the transmedia narrative world. This textual dispersion is one of the most important sources of complexity in contemporary popular culture" (Scolari, 2009, p. 587)

La definizione di transmedia storytelling (TS) proposta da Scolari (2009) e le formulazioni che l'hanno preceduta e seguita (Jenkins, 2003; Jenkins, Green, Ford 2013; Andò e Leonzi, 2013) restituiscono una dimensione culturale che fa riferimento alla distribuzione dei testi e contenuti, in parallelo con l'evoluzione dei media e dei linguaggi. La diffusione

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* [silvia.leonzi@uniroma1.it](mailto:silvia.leonzi@uniroma1.it)

\*\*\* [fabiociammella@gmail.com](mailto:fabiociammella@gmail.com)

\*\*\*\* [trinca.elisabetta@gmail.com](mailto:trinca.elisabetta@gmail.com)

dei *Transmedia Studies* (Leonzi, 2018) va di pari passo con i cambiamenti di un paradigma comunicativo fondato sulla convergenza culturale e tecnologica e sulla crescente rilevanza delle pratiche partecipative (Jenkins, 2006).

Scolari (2013) indica due caratteristiche fondamentali delle narrazioni transmediali: i contenuti che si diffondono attraverso diverse piattaforme mediali e la partecipazione degli utenti all'espansione dell'universo narrativo. L'originaria e "naturale" connessione del transmedia al concetto di storytelling e alle sue possibili applicazioni ha visto ampliare il suo campo di azione al brand (Tenderich, 2014), all'activism (Srivastana, 2009 in Jenkins, 2016), al giornalismo (Rampazzo Gambarato & Tárchia, 2017), rendendo necessaria una riflessione che non si limiti a evidenziare la natura complessa e articolata dei prodotti culturali appartenenti al campo dell'intrattenimento. La *forza* del transmedia si fonda su una struttura multidimensionale che si differenzia ed è allo stesso tempo complementare alla logica funzionale della piattaformaizzazione (van Dijck, Poell & De Waal, 2018) e della *commodification*.

La definizione di *narrative turn* (Salmon, 2007), applicata a una caratteristica dell'epoca attuale, esprime la tendenza a impiegare modalità e tecniche dello storytelling anche in campi tradizionalmente lontani dalle logiche della finzione narrativa. Il richiamo di Lyotard (1979) alla fine delle Grandi narrazioni, infatti, non coincide con una perdita di rilevanza dell'atto del raccontare, che è invece un bisogno atavico dell'*homo communicans* (Leonzi e Ciofalo, 2013), quanto con una frammentazione e espansione delle storie, possibile non solo grazie alla diffusione dei personal e social media, ma anche in virtù dell'emersione di una sensibilità culturale al racconto e all'ascolto, che muta nelle forme, ma resta legata a un bisogno primario dell'essere umano (Barthes, 1969). Grazie alle possibilità offerte dell'innovazione tecnologica, questo aspetto si traduce nella disponibilità dei pubblici connessi a fruire e produrre significati attraverso gli user generated content (Boccia Artieri, 2012).

In questo saggio si intende esplorare il rapporto tra contenuti, utenti fruitori e prosumer (Toffler, 1987), in relazione a un complesso e articolato storyworld. Il caso di studio preso in considerazione è una creazione UGC che risponde al nome di *FantaGoT*, ovvero un gioco che prevede l'applicazione delle regole del fantacalcio alla serie *Game of Thrones* (GOT). Proponiamo, quindi, uno studio delle dinamiche che si sviluppano tra il contenuto, fan *producer* (i creatori del gioco) e fan *user*. L'obiettivo di questo percorso è quello di comprendere le dinamiche di partecipazione, tenendo conto che questo prodotto, in modo piuttosto atipico, non offre la possibilità di esplorare espansioni narrative, ma si limita a intavolare una competizione collettiva basata sulla conoscenza, o sulla *presunzione* di conoscenza dell'universo di GOT. L'imprevedibilità e la capacità di sfidare andamenti narrativi immaginabili costituisce probabilmente uno dei motivi del valore e del gradimento di questa serie e quindi una possibile motivazione alla base della voglia di sfidarsi e mettere in campo le proprie competenze tramite il gioco. Fantagot rappresenta, secondo la nostra analisi, uno strumento attraverso cui far emergere la conoscenza partecipata dell'universo narrativo, attivando letture condivise ed *engagement* intorno alla serie, nonché una forma di co-creazione di significato da parte degli utenti. Sono proprio questi,

secondo Scolari (2013), alcuni degli elementi fondanti dei *transmedia project* (Giovagnoli, 2017).

## Transmedia storytelling: il caso di *Game of Thrones*

Il 19 maggio è andato in onda sul canale HBO l'ultimo episodio di *Game of Thrones* (GOT) (HBO, 2011 – 2019), serie in otto stagioni che ha riscosso un notevole successo ed ha generato un'ampia community di fan. La trama di GOT è un riadattamento della saga di romanzi di George R. R. Martin denominata *A Song of Ice and Fire* (*Le cronache del ghiaccio e del fuoco*), della quale dal 1996 ad oggi sono stati pubblicati cinque volumi. Secondo quanto affermato più volte dall'autore, sarebbero previsti almeno altri due volumi a conclusione della storia, ma ad oggi non sono ancora stati pubblicati. Difatti, la serie tv ha dovuto procedere in autonomia rispetto allo storyline del romanzo dalla sesta stagione in poi (2016).

Le ultime tre stagioni, quindi, propongono una trama che esula dalle storie create da Martin.

Questo è stato possibile per via di una caratteristica intrinseca allo storyworld di *Game of Thrones*: il vasto parco di personaggi e linee narrative basate sul multiprotagonismo consentono, al di là dell'andamento lineare della storia, numerose e importanti espansioni transmediali (Mittel, 2015). Infatti, considerando ogni personaggio come un'unità narrativa di base, attraverso il principio della *subjectivity* (Jenkins, 2009), il racconto potrebbe procedere su linee narrative ulteriori traslocando su altri media.

La presenza di un setting fantasy, inoltre, permette di espandere ancor di più la narrazione attraverso quelle che Scolari definisce *storie periferiche* (Scolari, 2009), ossia racconti così distanti dalla storia principale da non creare alcun punto di contatto con essa. Questo è il caso dei due videogiochi basati sulla serie tv: *Game of Thrones* della Cyanide (2012) e *Game of Thrones* della Telltale (2014). Nel corso degli anni, poi, sono state realizzate diverse campagne promozionali che seguono strategie transmediali, come ad esempio *Maester's Path* (della Campfire, 2011), un *alternate reality game* che si basava su contenuti online e offline, e che ricorreva a elementi della serie e dei libri per coinvolgere i fan in modo diretto, arrivando a riscuotere un ottimo successo (Klastrup & Tosca, 2014).

Per le caratteristiche che abbiamo sin qui descritto, GOT rappresenta un esempio significativo di transmedia storytelling non solo in riferimento all'aspetto produttivo e alla diffusione dei contenuti attraverso diverse piattaforme mediali, ma anche, in larga parte, per le pratiche di coinvolgimento e partecipazione dell'audience all'espansione dell'universo narrativo, che saranno oggetto di questo studio.

Sulle pratiche di consumo transmediale di GOT in Italia è già presente una ricerca empirica, quella di Spanò (2016), la quale analizza le strategie e gli atteggiamenti dei fan molto attivi nella fruizione della serie tv. I fan privilegiano la visione di episodi sottotitolati in streaming per restare al passo con la messa in onda della emittente ed evitare di venire in

contatto con spoiler e leak. Un altro dato interessante riguarda proprio, non a caso, lo scarso apprezzamento della politica della HBO nella distribuzione dei contenuti da parte dei fan italiani. Infatti, la società statunitense non permette la visione degli episodi tramite sito al pubblico a chi si collega al di fuori del territorio USA. Questa limitazione genera un impedimento sul pieno decollo della diffusione transmediale dei prodotti ufficiali: il sito ufficiale HBO è per i fan italiani prevalentemente uno strumento di marketing, e non consente possibilità estese di approfondimento. Aspetti importanti come la condivisione dell'esperienza di consumo (Jenkins, 2008), o la ricerca di materiale aggiuntivo alla base della *drillability* (Jenkins, 2009), sono quindi disincentivati per il fan italiano, che risente di questi limiti. Tuttavia, il fan italiano ha sviluppato un'attenzione anche maggiore ai materiali creati da altri fan, come le pagine di Wikipedia che hanno in oggetto la serie, o i prodotti UGC (Spanò, 2016).

Prima di presentare le ipotesi che guidano il presente lavoro, descriviamo alcuni aspetti teorici meritano un approfondimento. In particolare, l'elemento dello storyworld assume un ruolo fondamentale, in quanto una narrazione transmediale ha bisogno di essere collocata in un universo, dotato di leggi, caratteristiche specifiche, oltre che ovviamente di personaggi e storie. Lo vediamo nel prossimo paragrafo.

## Storyworld Interactivation e worldness

La costruzione dello storyworld è diventato un elemento sempre più rilevante del transmedia, da un lato perché permette di avere una risorsa costante a cui attingere per generare continue espansioni narrative, dall'altro, perché facilita la fruizione che non necessariamente segue un tipo di narrazione lineare. Lo storyworld, in sostanza, rappresenta un bacino dinamico dove sono depositati contenuti, narrativi o meno, che possono appartenere sia al mondo della fiction, sia ad altri ambiti del reale (Klastrup & Tosca, 2004; Ryan, 2014). In un'ottica di comunicazione top-down, tali contenuti vengono estratti per formare porzioni di testo da diffondere attraverso le varie piattaforme mediali. Gli storyworld di ogni progetto transmediale, quindi, diventano essenziali per mantenere una coerenza all'interno delle narrazioni che si diffondono sui diversi media, alimentano la creazione di storie, definiscono le regole per la costruzione di contenuti. Il processo di *worldbuilding* (Jenkins, 2009; Wolf, 2014), diventa l'attività primaria nello strutturare una narrazione transmediale e multiplatforma.

Ciò può avvenire seguendo due strategie: per *adattamento*, quando la storia presente su un mezzo viene rimodellata per essere pubblicata su un mezzo differente, ma senza aggiungere nulla al canone dell'universo narrativo originale; per *espansione (growth)* quando un mezzo viene utilizzato per presentare un nuovo contenuto che alimenta il canone dello storyworld. Anche l'adattamento può aggiungere qualcosa alla storia, il volto di un attore di un film può legarsi all'idea del personaggio di un libro (Wolf, 2014).

La transmedialità produce una fruizione differente dello storyworld, a seconda del mezzo che viene usato come finestra sul mondo stesso. L'esperienza si basa su una

combinazione di elementi, come parole, immagini, suoni, oggetti fisici e interazioni. Anche se le immagini, i suoni e gli oggetti lavorano direttamente sui sensi mentre le parole e le interazioni sono di natura concettuale, questi elementi per Wolf compongono il frame attraverso i quali sperimentiamo i mondi immaginari. In base agli elementi appena descritti l'autore definisce i processi di trasformazione che coinvolgono ciascuno di essi: *description* (adattamento in parole), *visualization* (adattamento in immagini o oggetti), *auralization* (adattamento nei suoni), *interactivation* (adattamento in media interattivi) e *deinteractivation* (adattamento che si sposta dai media interattivi ai media non interattivi).

La serie tv *Game Of Thrones* è un adattamento derivato da un processo di *visualization*, almeno per le prime cinque stagioni. I videogiochi rappresentano un processo di *interactivation*, così come le *Xbox SmartGlass*, lanciata per la seconda stagione da Microsoft, che permette un'integrazione dei contenuti in *second screen*, attraverso una mappa interattiva o schede di approfondimento sui personaggi.

Nel caso di *FantaGot*, in particolare, il processo che viene attivato può essere ricondotto all'*interactivation* del contenuto. L'interattività deriva dalla combinazione degli elementi (parole, immagini, suoni, oggetti). Attraverso le meccaniche di gioco derivate dal fantacalcio si genera l'interazione tra gli utenti e i personaggi dello *storyworld*. Il processo di *interactivation* presuppone una semplificazione dell'universo narrativo in modo da fornire all'utente una gamma prestabilita di azioni da intraprendere. Nel regolamento di *FantaGoT* vengono schematizzate le possibili azioni che i personaggi potrebbero compiere nell'episodio che sta per essere trasmesso e a ognuna viene associato un punteggio. In questo modo l'utente è portato a compiere delle scelte in base alle proprie conoscenze sulle trame e sui personaggi di *GOT* e alle logiche del gioco.

In questo caso non si attivano esplorazioni dirette all'interno del setting, anche perché si tratta di una forma di interazione derivata da un prodotto UGC, e quindi non destinata a creare espansioni narrative centrate sul canone. Tuttavia, attraverso l'interazione tra utenti e creatori del gioco si attiva una dinamica di intelligenza collettiva volta a co-creare un'immagine del mondo di *GOT* condivisa e approfondita, attraverso il ricorso ai testi originali (libri e serie TV). Questo processo è fondamentale per la condivisione della *worldness*, descritto da Klastrup e Tosca, che definiscono il *transmedia world* come un sistema astratto di contenuti che attualizza le varie forme di narrazione sui diversi tipi di media (2004). Derivato dagli studi sui videogiochi, con il concetto di *worldness*, le autrici vogliono sottolineare come i designer, nel progettare un gioco, devono condividere con gli utenti la stessa idea del mondo transmediale:

“That is, TMWs are mental constructs shared by both the designers/creators of the world and the audience/participants. The TMW is not defined by the material entity of any particular instantiation (the media platform) but by the shared idea of the world, a sort of platonic approach that situates the ontological status of the TMW in a disembodied plane. We call this mental image “worldness,” and a number of distinguishing and recognizable features of the TMW originate from the first version, or instantiation, of the world but can be elaborated and changed over time.” (Klastrup & Tosca, 2014, p. 297)

Tale idea non è legata solo alla narrazione, ma è fondata su tre aspetti riconducibili allo storyworld: l'*ethos*, il *topos* e il *mythos*. L'*ethos* è costituito dai valori etici espliciti e impliciti del mondo narrativo e dal codice morale di comportamenti, che si suppone che i personaggi debbano condividere. In sostanza, l'*ethos* è la forma di conoscenza richiesta per sapere come comportarsi all'interno dello storyworld. Il *topos* ha a che fare con la collocazione dello storyworld in un dato periodo storico e in uno specifico contesto geografico. Il *mythos* è costituito dai conflitti, dalle battaglie, dalle leggende, dalle storie e dai personaggi su cui è stato fondato un certo storyworld.

La worldness si fonda su queste tre dimensioni, che qualora non venissero rispettate o si rivelassero poco coerenti o contraddittorie, rischierebbero di suscitare una reazione negativa dei fan. A nostro avviso nel caso di FantaGoT possiamo identificare due tipi di worldness, una condivisa tra gli autori della serie tv e i fan e una negoziata nel corso del gioco, che nasce dall'interazione tra gli autori di Fantagot e i partecipanti, in grado di attivare un secondo livello di interpretazione dello storyworld di GOT.

## Il caso FantaGoT

Il gioco italiano *FantaGoT* è stato creato dal collettivo di autori del blog 'Seriangolo', sito web nato nel 2012 con lo scopo di fornire ai fan recensioni, approfondimenti ed extra delle serie tv più famose e più amate. FantaGoT, come lo stesso nome denota, adatta le prassi di gioco del fantacalcio all'universo narrativo di GOT. I partecipanti hanno a disposizione dei crediti di partenza con cui "comprare" dieci (dodici nell'ultima stagione) dei personaggi presenti nella narrazione all'inizio di ogni stagione. Prima di ogni puntata è possibile schierare quattro personaggi che, a seconda di quanto avvenuto durante la puntata, conquistano punti bonus e malus. Il computo dei punteggi ottenuti durante l'intera stagione costituisce la classifica collettiva dei giocatori con cui si decreta il vincitore. Inoltre, l'architettura del gioco prevede anche una sorta di struttura che ricalca la ripartizione in casate, a cui ci si può iscrivere in gruppo (Lannister, Stark, Targaryen, etc). Il sistema delle casate rende possibile un secondo livello del gioco che riguarda la conquista dei regni e attiva una modalità di competizione a squadre. La gestione dei punteggi è interamente opera dello staff di Seriangolo, attraverso il sito internet. Il meccanismo del gioco si fonda, quindi, sull'interpretazione dei comportamenti dei personaggi nella narrazione. Tali azioni si basano, dunque, sulla condivisione da parte dei moderatori del gioco dell'*ethos* e *mythos* del transmedia world. Il flusso di contenuti legato a FantaGoT attiva anzitutto una forma di *storyworld interactivation*, con cui i giocatori sperimentano il ruolo dell'autore, come vedremo in seguito, e, in secondo luogo, un livello approfondito di *worldness*, che è materia di discussione tra utenti sui social network sites legati al FantaGoT.

## La ricerca

La ricerca costituisce uno studio esplorativo sulle dinamiche di partecipazione attivate dal fandom di GOT attraverso il gioco FantaGoT. Lo studio è basato su un focus group e un'intervista a un testimone privilegiato, che hanno avuto l'obiettivo di ricostruire sia gli aspetti relativi ai partecipanti, che quelli relativi ai fan che hanno creato il gioco.

Per analizzare le dinamiche espletate dai partecipanti si è ricorso alla tecnica di ricerca del focus group, che ci ha consentito di recuperare la dimensione relazionale nel processo di costruzione delle opinioni sul gioco e sull'universo narrativo di GOT. Abbiamo effettuato un campionamento a valanga che ha preso in considerazione 8 soggetti di età compresa tra i 22 e i 24 anni, iscritti ai corsi di laurea in Scienze della Comunicazione del Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (Coris) dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza", provenienti da tutta Italia. Questo campionamento è stato scelto per far sì che il gruppo fosse omogeneo nelle competenze. Essendo stati i primi due soggetti a suggerire gli altri possibili partecipanti (che dunque rientravano nella loro sfera amicale), è stato possibile formare un campione di individui in possesso di una pari conoscenza dell'universo narrativo di GOT, in particolare della serie tv, e del gioco, anche se quest'ultimo aspetto non è stato identificato come prerequisito vincolante (si è ritenuto necessario che tutti i partecipanti avessero almeno familiarizzato con le regole e l'obiettivo del gioco). In tabella 1 riportiamo le statistiche dei soggetti coinvolti nel focus group, che si è tenuto ad inizio giugno 2019 a seguito della puntata conclusiva della serie tv.

*Tabella 1. Partecipanti al focus group*

NOME	SESSO	ETÀ'
R.	donna	23
F.	donna	22
M.	uomo	24
C.	uomo	23
D.	donna	23
G.	uomo	23
P.	uomo	24

La traccia del focus group ruota attorno a due assi, quello del rapporto tra giocatori e contenuto, e quello delle relazioni tra utenti e tra utenti e organizzatori. Questa struttura ci ha permesso di rilevare diversi aspetti: la relazione tra lo storyworld e il mondo extradiegetico ai fini del gioco (ad esempio la ricerca di informazioni per decidere lo schieramento ritenuto vincente ad ogni episodio, cercando leak, da parte di componenti del cast) e il ruolo del gioco rispetto all'universo narrativo; il rapporto tra moderatori e giocatori; il processo attraverso cui i giocatori costituiscono una community; il conflitto tra ricoprire il ruolo di fan e quello di giocatori.

Per analizzare le dinamiche intercorse sul lato ideativo e organizzativo è stata svolta un'intervista in profondità a un testimone privilegiato, il creatore di FantaGoT Italia. In questo caso, si è voluto partire dall'aspetto creativo e gestionale per comprendere il processo di evoluzione del gioco UGC. La traccia di intervista è del tipo semi-strutturato, della durata di 45 minuti. L'intervista ha avuto luogo nel mese di giugno 2019, a seguito del finale di stagione di GOT.

Si è proceduto dunque all'analisi ermeneutica delle sbobinature di entrambe le tracce (Montesperelli, 2005). A monte, è stato effettuato un monitoraggio delle conversazioni sulla pagina Facebook ufficiale di FantaGoT Italia, durante la settima stagione della serie tv, con l'obiettivo di individuare le principali tematiche che scatenavano le interazioni tra gli utenti.

## Fan Lovers & Fan Gamblers

Le tendenze emerse dal focus group hanno fornito informazioni su: 1) specifici modi di rapportarsi al gioco; 2) come la conoscenza generale dell'architettura della serie e delle sue estensioni mediatiche condiziona l'attaccamento e la fruizione del gioco; 3) una tipizzazione dei fan che decidono di partecipare al gioco; 4) le possibili contraddizioni che emergono tra l'essere fan della serie e adottare determinate strategie di gioco, che appaiono poco coerenti con l'attaccamento "affettivo" a personaggi e intrecci (dimensione suggerita anche da Spanò, 2016).

I partecipanti al focus group hanno familiarizzato con il gioco in modo piuttosto variegato:

Ho conosciuto il FantaGoT attraverso la pagina Facebook, che è di Seriangolo. Avevo seguito Seriangolo già da qualche anno, loro partono come blog di serie tv. Quindi da lì in poi attraverso le loro pubblicazioni è stato mostrato con i post cosa facevano in questo gioco... (M.)

L'ho fatto tramite i social perché comunque seguivo la pagina di Seriangolo da tempo. (F.)

L'ho conosciuto non tramite i social ma da amici che ci giocavano e ne parlavano, quindi me ne hanno parlato di persona, in realtà non l'ho mai visto su internet. (D.)

Due dei partecipanti ne hanno sentito parlare ma non hanno partecipato in modo assiduo:

L'ho scoperto solo molto di recente perché me ne è stato parlato. Non so se ci giocherei e se mi potrebbe interessare, ma la trovo comunque molto interessante come proposta. (C)

Per alcuni la modalità del fantacalcio ha intensificato l'interesse con cui si è guardata la serie tv e ha stimolato la socialità di gruppo sia online che offline tra fan:

Giocando al fantacalcio da vari anni le dinamiche le conoscevo e ritengo che riesca a migliorare l'esperienza che si vive nel vedere la serie tv. Per esempio, fai molta più attenzione ai particolari rispetto al solito, magari seguiresti in modo più leggero...e invece vedi ogni azione che fanno i personaggi. Poi magari ci sono dinamiche, ad esempio su un WhatsApp, dove ci si prende in giro. Ci sono dinamiche social anche molto divertenti. (P)

(Su Whatsapp, ndr) Condividiamo informazioni su GOT, magari immagini che abbiamo trovato su internet, ci si prende in giro rispetto a ciò che succede nel gioco... (M)

In alcuni casi il risultato conseguito nel gioco ha compromesso l'attaccamento alla serie:

Non è che la seguo più attentamente, perché in alcuni casi, come è successo a me, perdo interesse perché il personaggio è morto. (M)

Molto spesso fai anche delle scelte obbligate sui personaggi e la serie te la godi meno. In qualche modo il gioco ti influenza nella visione della serie... non è positivo in molti casi. (C)

Per i fan meno coinvolti, invece, il gioco è stato un incentivo alla visione, all'engagement:

Io non sono un fan accanito della serie, quindi è stato un modo per viverla meglio. Lei (intendendo D., ndr) ne sa molto più di me, quindi faceva caso a molti più dettagli di quelli che vedevo io. (P)

In altri casi, invece, l'engagement nei confronti del gioco ha prevalso sulla serie:

Mi sono goduto meno gli episodi per pensare più allo schieramento...per esempio nel quinto episodio ho schierato Yara convinto che apparisse, stavo concentrato ad aspettare che si vedesse, perché in teoria la logica voleva che apparisse, ma questo non è successo... (G)

Si potrebbe dire che l'attaccamento al gioco è inversamente proporzionale a quello della serie. La dimensione affettiva non condiziona solo il coinvolgimento nel gioco. Anche la scelta dei personaggi da schierare prima di ogni puntata sembra essere legata non tanto a un fattore strategico quanto all'attaccamento che il fan prova per essi:

Al di là del FantaGoT o delle idee che cerchi di seguire, io la compravendita dei personaggi l'ho fatta su una base affettiva. Io non ho pensato molto alla strategia, ho pensato 'adoro questo personaggio, credo in questo personaggio': lo compro. Ho sbagliato, pessima scelta. (R)

Comunque non lo so, si crea un certo confronto anche molto forte con gli altri, per cui tu magari sei molto affezionato a un personaggio e lo difendi a spada tratta nonostante faccia pessime scelte nella trama. Io sono arrivato anche a discutere con alcuni per difenderlo. (R.)

I personaggi li ho scelti perché mi piacciono, potevo scegliere Daenerys o i personaggi che sono rimasti in vita fino alla fine, invece ho scelto quelli che mi piacevano burlandomi dei punteggi. (M.)

Questa componente emotiva, d'altronde, ha animato le discussioni sulle pagine dei social network sites, sulle quali avevamo riscontrato un flaming scatenato dalle polemiche sulla attribuzione di punteggi.

Seguivo i commenti perché mi piace vedere gente che si arrabbia, che condivide stupidaggini e vedere fino a che punto si arrabbia per i punteggi che ricevono. Mi piace questa dinamica del litigio per cose che effettivamente non hanno un gran senso (...) (M)

Le dinamiche di gioco, in generale, sembrano essere state un incentivo a penetrare maggiormente nella narrazione. Sollecitano, quindi, la drillability:

È bello perché nel mio caso ho iniziato a leggere molto di più, perché ero spronata a giocare e vincere, quindi cercavo delle possibili teorie. Ho letto tantissimo, guardavo video su Youtube e cercavo di informarmi, cosa che nelle stagioni precedenti facevo sì, ma non in questa misura. (R.)

Io con i vari personaggi che mi sono scelta mi sono creata una mia storia. Quindi quei personaggi sono essenzialmente quelli che potevano continuare a vivere e alla fine con dei bei risultati finali. All'interno del gioco la prevedibilità delle scelte di sceneggiatura ha poi penalizzato le scelte che avevo fatto io. (D.)

Rispetto a questa prima tendenza di attaccamento a temi e personaggi abbiamo poi riscontrato un'altra attitudine dei giocatori, molto più legata all'atto dello *scommettere*. La scommessa, in alcuni casi, prevale addirittura sul trasporto che i fan provano per gli accadimenti narrati nelle puntate. La scommessa genera una competizione tra pari e chiama in causa dinamiche di gruppo in cui i partecipanti si sfidano:

La cosa divertente - a dirlo adesso mi sento stupida - è che ho anteposto il FantaGoT all'ultima puntata della stagione finale. Purtroppo è così... Se ci ripenso, posso dire che io veramente mi ci applicavo. Ridirlo adesso ad alta voce quasi mi fa vergognare. (R)

La soddisfazione sta nel battere gli amici, nel non arrivare ultimo. La cosa carina era che in base alla posizione ti venivano comunque dati dei titoli. Il gioco ha senso se fatto con gli amici, con persone che conosci, perché c'è la sfida, si fa per battere qualcuno che conosci. (M)

Allo stesso tempo, vincere la scommessa non è solo un mezzo per ottenere un premio, quanto per attestare la propria abilità e capacità di osservazione rispetto al resto del gruppo e degli avversari:

La finalità non è tanto nello scommettere, ma nel dire "io ho notato questo"...cioè determinati dettagli che c'è chi nota e chi non nota. (F)

Fai molta attenzione a determinati particolari rispetto a quelli che vedi normalmente...Magari seguiresti la puntata in modo più leggero e invece noti ogni azione che fanno i personaggi. Poi magari ci sono dinamiche di gruppo anche molto divertenti...C'è un gruppo Whatsapp in cui ognuno ha coinvolto qualcuno, a cascata, in cui condividiamo informazioni su Got e ci si prende in giro rispetto alle vittorie del gioco. (P)

Il focus group ci ha consentito di rintracciare due tipi di fan che giocano al FantaGoT: i *Fan Lovers* e i *Fan Gamblers*.

I Fan Lovers penetrano a fondo i testi (attivano cioè la drillability). In alcuni casi difendono i propri personaggi nonostante le scelte non condivise attuate nella serie, accettando che le scelte autoriali abbiano la meglio sulle strategie di gioco. Vivono più intensamente e incondizionatamente la serie tv e decidono di diventare utenti del FantaGoT prevalentemente perché amano lo storyworld di cui è un adattamento. Possiamo associare a essi due dinamiche: *l'affetto e flaming* e *l'engagement for drillability*, che si attivano sia nel momento della partecipazione al sito sia nella seguente interazione nelle pagine.

I Fan Gamblers usano la narrazione come input alla scommessa. Sono utenti che partecipano al gioco perché animati da uno spirito creativo di riappropriazione della storia. La scelta dei personaggi da schierare è per questi fan un modo per portare avanti una trama parallela che servirà a scommettere contro quella stabilita dalle scelte autoriali della serie tv. Possiamo associare a questi fan la *competitività* e il *co-worldbuilding*, cioè la creazione di universi narrativi paralleli in collaborazione con altri utenti.

## Superparticipans

Per implementare le informazioni emerse nel focus group abbiamo condotto un'intervista in profondità a uno dei creatori del FantaGoT. L'intervistato è tra i fondatori del sito Seriangolo, sito di recensioni italiano (con nessuna affiliazione a HBO), nato nel 2012 da un gruppo di spettatori accaniti delle più popolari serie tv trasmesse in quegli anni, tra cui *Lost* (ABC, 2004 - 2010).

A partire da *Lost*, nel 2011, era stato creato un fantagioco proprio dalla HBO con il quale si consentiva agli utenti di approfondire la trama e fruire di narrazioni parallele, che non erano state sviluppate nella serie tv. Seriangolo si è ispirato proprio a questa esperienza per creare altri fantagiochi e coinvolgere la sua comunità di lettori in un'attività divertente e allo stesso tempo alimentare il traffico sul proprio sito, fino a costruire una community piuttosto ampia e un dibattito intenso sulle pagine social. Il gruppo di appassionati ha realizzato, dunque, due piattaforme parallele, il sito e i portali di fantagames, partendo dal proprio attaccamento alle serie tv, totalmente dal basso:

Noi eravamo tutti fan di *Lost* e facevamo parte della community SoloLost.net. Ci siamo conosciuti tutti là come nucleo originale di Seriangolo. Avevamo questa passione per le serie tv e fondammo Seriangolo dove facciamo tuttora recensioni. Da Seriangolo uscì il progetto dei fantagiochi per coinvolgere l'utenza.

Sono riusciti negli anni a perfezionare l'adattamento della narrazione seriale ai giochi:

Fantagot è iniziato come un fantagioco che è partito in un secondo tempo rispetto ad altri che avevamo sviluppato inizialmente, cioè quello basato su *The Walking Dead* (TWD), che è *The Walking Game* (TWG), di cui abbiamo fatto cinque edizioni dal 2011 al 2016. Poi abbiamo interrotto per

manca di tempo. Dal 2016 abbiamo iniziato questo nuovo gioco. La prima edizione è stata un test, non mi ricordo nemmeno se abbiamo coperto tutta la stagione ... Poi siamo partiti nel 2014 con Game of Thrones alla sua quarta stagione.

L'inizio del Fantagot ha richiesto al team di creatori di reperire nuovi elementi per gestire l'utenza crescente e la popolarità del fantagioco. Al di là dell'aspetto informatico della questione, infatti, molte delle difficoltà del gruppo erano rappresentate dal rapporto con gli utenti, soprattutto rispetto all'intenso dibattito che la pubblicazione delle regole e l'assegnazione dei punteggi scatenava sul blog e sulla pagina ufficiale di Facebook. Per questi motivi, si è reso necessario che la moderazione delle pagine fosse gestita in cooperazione con altri gruppi Facebook, afferenti alle varie 'casate' (Stark, Lannister, Targaryen, etc.), che i fan avevano creato parallelamente. In questo modo, è emersa una rete di gruppi di moderazione a sostegno di Seriangolo:

Si parlava con quelli delle casate, con quelli di altri siti, per dire la Barriera ci aiutava molto. Magari c'è qualcuno che aveva letto gli spoiler che erano usciti e ci aiutava a capire se il regolamento andasse migliorato. Spesso parlavamo con una delle amministratrici di Got Italy - che è una delle pagine maggiori di Got e si chiamava "Queen" su Fb, per cercare consiglio...

Andando avanti con le stagioni, questa *intelligenza connettiva* (De Kerckhove, 1997) ha fatto sì che il servizio offerto agli utenti si perfezionasse sempre più, sino all'ultima stagione, in cui la gestione della piattaforma è risultata molto più consapevole e competente, a fronte degli adattamenti intercorsi nelle stagioni precedenti:

Ad ogni edizione io tenevo conto della precedente. Perché specie all'inizio erano veramente faticosissime... C'è andata bene che all'inizio c'erano pochi utenti. Il primo regolamento (era stato costruito) proprio per evitare che i lettori avessero un vantaggio. Avevamo un regolamento molto più puntuale... facevano punti anche solo i personaggi che apparivano in scena e basta. Nel corso degli anni si è semplificato e si è snellito.

Il gioco doveva essere progettato per non dare troppo vantaggio a coloro che erano già a conoscenza della trama e così abbiamo proseguito fino ad oggi, finale di stagione, con cui abbiamo concluso l'esperienza.

L'intervistato sottolinea come portare avanti una tale organizzazione per diverse stagioni sia stato faticoso, ma soddisfacente. Il FantaGoT è stato alimentato dal lavoro collettivo e dalle donazioni volontarie che i giocatori hanno devoluto a loro sostegno. In questa dinamica è riconoscibile un doppio livello che differenzia il fandom internamente: da una parte i fruitori/giocatori del sito, in cui rientrano anche i gruppi delle varie casate che sono accorsi in aiuto dell'organizzazione per gestire la parte di moderazione delle pagine; dall'altro un nucleo compatto - di cui l'intervistato fa parte - di soggetti produttivi, in grado di gestire risorse comunicative verso altri fan, che hanno creato valore sociale, economico e culturale attraverso le logiche delle piattaforme social. Abbiamo chiamato questo tipo di attori *Superparticipans*, in quanto afferenti ad una sfera di impegno, attività e

creatività di molto superiore a quella del fan semplice, utente delle varie espansioni mediali.

## Conclusioni

Tra i vari giochi legati alla serie, il FantaGoT sembra essere noto e apprezzato dai fan. Il gioco è stato creato dal sito web Seriangolo, un sito di recensioni italiane di serie TV, senza affiliazione a HBO. La popolarità del gioco è legata alla sua struttura, molto simile a quella del Fantacalcio, un gioco di calcio online estremamente popolare che consiste nell'organizzare e gestire squadre di calcio virtuali di giocatori. Allo stesso modo, i partecipanti al FantaGoT devono scegliere una delle casate (squadre) tra Lannister, Martell, Stark e Targaryen nella fase iniziale del gioco.

Il caso rappresentato dal FantaGoT ci ha dato la possibilità di indagare le dinamiche che intercorrono tra i fan della serie GOT, attraverso il coinvolgimento nelle scommesse che il gioco prevede come meccanismo basilare di funzionamento.

Il fattore più rilevante emerso è l'esistenza di un diverso livello di engagement tra i fan, per cui è stato possibile individuare tre diversi tipi. I *Fan Lovers*, che partecipano al gioco per affetto verso la storia e ai personaggi rappresentati. L'interazione con il gioco è dovuta alla difesa delle scelte narrative del prodotto originale o all'approfondimento (i giocatori sono molto attenti ai particolari delle puntate per meglio prevedere quali personaggi schierare, senza che le strategie vadano a discapito della visione, della dedizione verso l'episodio settimanale). I *Fan Gamblers*, invece, sono fan che per amore della scommessa sacrificano l'attaccamento alla narrazione e partecipano al gioco per competere e sfidare gli amici. La visione della serie da parte di questi soggetti è incentivata dalla partecipazione al gioco.

Parallelamente, l'intervista con il creatore del FantaGoT ha fatto emergere tutto un altro livello di impegno. L'amore per la serie ha condotto alla realizzazione di un prodotto transmediale UGC, il FantaGoT. Questo gioco nasce infatti da una piccola comunità di fan appassionati di serie tv, che hanno creato da zero un portale di recensioni e diversi fantagiochi legati alle serie più seguite. Per questo motivo li abbiamo definiti come fan che partecipano, oltre che attivamente, anche creativamente, cioè *Superparticipans*. I superparticipans sono un esempio di come il processo culturale, comunicativo e collaborativo, insito nel paradigma transmediale, risponda alle logiche funzionali delle piattaforme. Infatti, i superparticipans si posizionano a un livello più alto nel fandom, attivo e produttivo, in grado di gestire risorse comunicative verso altri fan, creando valore sociale, economico e culturale attraverso le logiche delle piattaforme social. Nel caso specifico, l'applicazione dell'intelligenza connettiva coordinata dai superparticipans ha

moderato e orientato le discussioni sui social media, riducendo il livello di entropia generata dalla mole di conversazioni.

Più in generale, dall'analisi emerge che lo storyworld, in quanto bacino dinamico di contenuti, rappresenta una risorsa essenziale per la co-creazione di significato attivata dagli utenti.

Sperimentare il ruolo dell'autore attraverso il gioco, ha consentito ai partecipanti di seguire idealmente le proprie linee narrative, a partire dalle conoscenze, dalle competenze, ma anche dalle passioni legate a trame e personaggi. In questo senso, lo storyworld costituisce un orizzonte virtuale da cui è possibile trarre gli elementi per l'attualizzazione dei propri percorsi creativi, nonché l'elemento fondante di ogni progetto transmediale.

## Nota biografica

Silvia Leonzi è Professore Associato in Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma, dove insegna Industria Culturale e Media Studies e Transmedia Studies. Svolge attività di ricerca nel campo dei consumi culturali, del rapporto genere e media, dell'immaginario, della narrazione e del transmedia. Tra le sue pubblicazioni: *La condizione transmediale*. (Capitolo di libro) Bernardo, N. (2018) *Transmedia 2.0. Brand, StoryTelling, Entertainment* (Armando, Roma 2018); *Power and Communication. Media, Politics and Institutions in Times of Crisis*, (Cambridge, Cambridge Scholars Publishing, 2015) (con Ciofalo, G. e Di Stefano, A.); *Transmedia story telling e audience management*, (Armando, Roma 2014) (con Andò, R.); *Homo Communicans*, (Armando, Roma 2013) (con Ciofalo, G.); *Lo spettacolo dell'immaginario* (Tunuè, Roma 2010).

Fabio Ciammella è PhD student in "Comunicazione, Ricerca sociale e Marketing" presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (Coris) dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza". Tra gli interessi di ricerca: transmedia studies, internet e social media studies, cultura partecipativa, creatività partecipativa e distribuita, storytelling e industrie creative. Tra le recenti pubblicazioni: "It's a trap". *Transmedia Screen-Storytelling: dall'esperienza immersiva all'interattività partecipativa* (con Ciofalo, G. e Leonzi, S.), *H-ermes. Journal of Communication* (2019); Il ruolo dei "PGC" nei Transmedia Project: storyworld, cultura partecipativa, brand, *EmergingSeries Journal* (2018).

Elisabetta Trinca è PhD student in "Comunicazione, Ricerca sociale e Marketing" presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (Coris) dell'Università degli Studi di Roma "La Sapienza". I suoi studi si concentrano su data journalism e sull'apporto degli attori artificiali nell'ecosistema narrativo.

## Bibliografia

Andò, R., Leonzi, S. (2014). *Transmedia story telling e audience management*. Roma: Armando Editore.

- Barthes, R., Brémond, C., Destreri, L. D. G., Fabbri, P. (1969). *L'analisi del racconto*. Milano: Bompiani.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) Network Society*. Milano: FrancoAngeli.
- Ciofalo, G., Leonzi, S. (2013). *Homo Communicans: Una specie di/in evoluzione*. Roma: Armando Editore.
- De Kerckhove, D. (1997). *Connected Intelligence: the Arrival of the Web Society*. Toronto: Somerville House.
- Diana, P., Montesperelli, P. (2005). *Analizzare le interviste ermeneutiche*. Roma: Carocci.
- Giovagnoli, M. (2017). *Transmedia way: guida galattica per storyteller, comunicatori e designer*. Santarcangelo di Romagna: Maggioni Editorie.
- Graham, T., Wright, S. (2014). Discursive Equality and Everyday Talk Online: The Impact of "Superparticipants". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 625–642.
- Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2017). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. New York: NYU Press.
- Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling. *Technology Review*. Preso da: <http://www.technologyreview.com/news/401760/transmedia-storytelling/> (ultimo accesso 15 luglio 2019).
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H. (2008). *Fan, blogger e videogamers. L'emergere delle culture partecipative nell'era*. Milano: FrancoAngeli.
- Jenkins, H. (2009). The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. *Confessions of an Aca-Fan*. Preso da: [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html) (ultimo accesso 15 luglio 2019).
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture*. New York: NYU press.
- Jenkins, H. (2016). Telling stories: Lina Srivastava talks about transmedia activism (Part one). *Confessions of an Aca-Fan*, 19. Preso da: <http://henryjenkins.org/blog/2016/01/telling-stories-lina-srivastava-talks-about-transmedia-activism-part-one.html> (ultimo accesso 15 luglio 2019).
- Klastrup, L., Tosca, S. (2004, November). Transmedial worlds-rethinking cyberworld design. In *2004 international conference on cyberworlds* (pp. 409-416). IEEE.
- Klastrup L., Tosca S. (2014). *Game of Thrones. Transmedia World, Fandom and Social Gaming*. in Ryan M.L., Thon J.N. (eds.) (2014) *Storyworlds across Media Toward a Media Conscious Narratology*. Lincoln and London: University of Nebraska Press.
- Krueger, R. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. London: Sage publications.

- Leonzi, S. (2018). *La condizione transmediale*. In Bernardo, N. (2018) *Transmedia 2.0. Brand, StoryTelling, Entertainment*. Roma: Armando Editore.
- Lyotard, J.F. (1979). *La condition postmoderne*. Paris: Les Editions de Minuit.
- Mittell, J. (2015). *Complex TV: The poetics of contemporary television storytelling*. New York: NYU Press.
- Rampazzo Gambarato, R., & Tárca, L. P. T. (2017). Transmedia Strategies in Journalism: An analytical model for the news coverage of planned events. *Journalism Studies*, 18(11), 1381-1399.
- Ryan M.L., Thon J.N. (eds.) (2014). *Storyworlds across Media Toward a Media Conscious Narratology*. Lincoln and London: University of Nebraska Press
- Salmon, C. (2007). *Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris: La Découverte.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Duesto: Barcelona.
- Scolari C.A. (2009). Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production, *International Journal of Communication*, 3, 586-606.
- Spanò, C. (2016). Audience engagement with multi-level fictional universes: The case of Game of Thrones and its Italian fans. *Journal of Audience & Reception Studies*, 13(1), 625-655.
- Tenderich, B. (2014). *Transmedia Branding*. EIMO.
- Toffler, A. (1980) *The Third Wave*, New York: Bentham Book; trad. It. *La terza ondata*, Milano: Sperling & Kupfer, 1987.
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford: Oxford University Press.
- Wolf, M. J. (2014). *Building imaginary worlds: The theory and history of subcreation*. London: Routledge.
- .

## Transmedia Legacy. La forza vitale dell'universo narrativo di “Doctor Who”\*

Marzia Antenore\*\*, Giovanni Ciofalo\*\*\*, Grazia Quercia\*\*\*  
Sapienza Università di Roma

*Doctor Who* is a long-running English television series broadcasted by the BBC: it debuted on November 23, 1963, and has the last episode broadcasted on December 6, 1989, which only ends a narrative segment, as various creative forces have allowed the show to return on screens in 2005.

Have been analyzed most of the related product to the show, finding three different stages of the show, each one referring to a peculiar transmedia asset.

The years of transmission, but also those of non-transmission, allowed *Doctor Who* to become a real transmedia case. Already from the first years of programming, in fact, the Whoniverse begins to take shape, according to a logic that can be reconducted to a *transmedia archaeology*, through books, films and spin-offs that expand what shown by individual episodes. Since the '70s, when the show was at its height of fame, fans felt the need to share their passion, starting to produce complementary stories distributed across multiple media, becoming early prosumers.

BBC suddenly decided in 1989 to stop airing the show due to a decrease in the audience. So much involvement built during the first phase made fans keep the format alive with fanmade content during the years of non-transmission. The broadcaster contributed with unreleased stories published by partner publishers, but also legitimating the work of some fans: some of the best products became hybrids between fanmade and proper content, enlarging the universe in an atypical way. In 1996, the saga was reactivated with a single TV movie with very poor results, despite the strong engagement.

On the contrary, the comeback of the series in 2005 was well received: some nostalgic fans, now television professionals, gave new life to the show, enriching the Whoniverse not only with new adventures, but also with new storytelling channels.

The promotion of the show's return, therefore, passed through the internet, expanding itself beyond the UK and creating a complete and successful Transmedia Universe. The three phases characterize different transmedia intensities, from a non-experienced one, to a non-balanced time, culminating in a third phase in which the transmedia strategy combines a well-built world enriched by the legacy of the past.

**Keywords:** Transmedia, Legacy, Doctor Who, Fandom, Prosumption

Secondo una delle formulazioni teoriche più accreditate, le dinamiche di transmedia storytelling applicabili ad un testo si sviluppano seguendo una specifica logica, in base a cui:

una storia viene raccontata su diversi media, per la quale ogni singolo testo offre un contributo distinto e importante all'intero complesso narrativo. Nel modello ideale di narrazione transmediale, ciascun medium coinvolto è chiamato in causa per quello che sa fare meglio. (Jenkins, 2006, p. 84)

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* marzia.antenore@uniroma1.it.

\*\*\* giovanni.ciofalo@uniroma1.it

\*\*\* grazia.quercia@uniroma1.it

In realtà, il transmedia, in un'epoca tecnologicamente evoluta e culturalmente complessa come quella odierna, non può più essere considerato solo come una strategia, un insieme di tattiche, un processo. Al contrario, arriva persino a prescindere dalla sua più ricorrente declinazione narrativa, quella del transmedia storytelling appunto, per arricchirsi di una pluralità di funzioni e scopi (transmedia branding, transmedia activism, transmedia journalism, etc.). Ovviamente, la rilevanza di una simile *condizione transmediale* (Leonzi, 2017) oggi appare più evidente e centrale, grazie ad una disponibilità tecnologica che consente di coinvolgere piattaforme differenti, cercare testi e paratesti e ricostruire per intero gli universi narrativi che, con il tempo, sono stati originati e poi espansi.

Allo stesso tempo, tuttavia, può risultare più difficile individuare oppure far emergere le caratteristiche transmediali di un prodotto/testo la cui genesi risalga ad una fase storica caratterizzata da un diverso *tenore mediale* (Briggs, Burke, 2009). Più difficile, ma non impossibile, come dimostra la crescente centralità acquisita da una vera e propria *archeologia transmediale* (Bertetti, Scolari, Freeman, 2014). In tali casi specifici, è necessario scavare tra i reperti medialti per riportare alla luce universi narrativi, le cui parti sono state disseminate in habitat comunicativi (talvolta) inusuali. Numerosi prodotti culturali, che dal passato sono giunti fino a noi, possono essere studiati solo attraverso l'approccio di *archeologi transmediali* che vadano a scoprire le attività paratestuali e le ricompongano per capire le loro caratteristiche narrative, comunicative e il loro percorso evolutivo nel tempo.

Anche alla luce di tali considerazioni, va sottolineato anzitutto che il presente contributo si rifà ad un più ampio quadro di ricerca orientato a studiare le modalità di evoluzione del transmedia, che dalle originarie formulazioni sembra essersi gradualmente trasformato in un paradigma complementare (Ciofalo, Leonzi, Marinelli, 2019), e non alternativo, a quello della *platform society* (Van Dijck, Poell, De Waal, 2018). In particolare, inoltre, attraverso l'analisi dell'universo narrativo di *Doctor Who*, l'articolo punta a comprendere come uno specifico *testo mediale* sia stato in grado di svilupparsi secondo una logica di espansione transmediale anche in epoche tecnologicamente diverse e arrivando persino a prescindere dal *core text*.

In quest'ottica, *Doctor Who* costituisce un caso certamente significativo: la serie televisiva trasmessa a partire dal 1963 va in onda ininterrottamente fino al 1989. A questo primo periodo ne segue un secondo, coincidente con una pausa televisiva di sedici anni, e poi un terzo, dal 2005 in poi, anno in cui *Doctor Who* ritorna sugli schermi. Questo tipo di evoluzione è, generalmente, scandita nelle tre differenti fasi chiamate *Classic Who*, *Wilderness Years* e *New Who* (Booth, Kelly, 2013). Ognuna di queste, seppure con modalità di volta in volta differenti, è caratterizzata da paratesti creati dagli autori originari e aderenti al *canone* della storia (di matrice *canon*), da appassionate audience, anche se, talvolta in assenza di un esplicito legame con il canone (*non-canon*), e perfino misti, in quanto creati dal basso ma integrati nel canone (*fanon*) (Dowd, 2015) e contribuisce a configurare un caso transmediale complesso e quasi unico nel suo genere.

## Principi di archeologia transmediale

Il transmedia si pone oggi come un vero e proprio paradigma: i prodotti culturali sembrano quasi essere naturalmente correlati da paratesti completivi, in grado di amplificare ed espandere l'implicita complessità narrativa che li contraddistingue. La trasformazione progressiva delle differenti unità testuali (narrative threads) in un universo narrativo (narrative fabric) si pone, dunque, come una tendenza sempre più ricorrente (Wolf, 2014), soprattutto per quei contenuti di successo destinati ad un pubblico sempre più attivo ed esigente.

La transmedialità, tuttavia, sembra aver raggiunto soltanto in tempi molto recenti una definizione più stabile e specifica, anche in termini di modelli di sviluppo, di distribuzione e di fruizione. In passato, infatti, poteva anche accadere che i paratesti si opponessero al testo principale o non ne rispettassero la coerenza, oppure lo accompagnassero in maniera scomposta. È sulla base di simili considerazioni che si sviluppa l'idea di un'archeologia transmediale, con l'obiettivo di ripercorrere e ricostruire la storia degli apporti complementari, quasi sempre difficilmente rintracciabili a causa della loro natura perlopiù *grassroot*, ad elevato livello di disseminazione, seppure disordinata.

Da questo punto di vista, tentare di individuare le caratteristiche transmediali di un testo, appartenente ad un'epoca precedente almeno a quella caratterizzata dall'avvento di Internet, implica cercare in luoghi mediali diversi e, contemporaneamente, tracciare linee di congiunzione tra storia e contemporaneità, *scavando* tra le reti testuali e portando alla luce i *fossili paratestuali*.

Eppure, rispetto ad alcuni prodotti culturali, tanto *antichi* quanto *cult*, da *Mickey Mouse* a *Batman* ideati tra gli anni Venti e gli anni Trenta del Novecento, appare relativamente semplice individuare apparenti estensioni narrative, derivanti dall'utilizzo di diversi media e forme testuali. Di solito, come ipotizza Steirer (2011), si tratta di implicazioni narrative, e non di espansioni, poiché soltanto alcuni dettagli, peraltro incompleti, vengono sviluppati in ulteriori storie, eventi, personaggi e luoghi, sotto forma di *backstories*. All'interno di queste modalità transmediali, inoltre, rientrano le storie inedite, che vanno a diramarsi a partire dalla trama principale ed offrono altri stimoli ai lettori appassionati.

Le espansioni narrative hanno, invece, la caratteristica di essere più legate al testo, implicandone però il superamento dei confini, solitamente in maniera che i personaggi, le ambientazioni e le storie originarie vengano preservati, per poi essere sviluppati attraverso nuove situazioni ed ambientazioni. In un mondo caratterizzato da un contesto tecnologico mediale profondamente differente, se comparato a quello in cui viviamo, spesso si tratta di narrazioni di genere fantascientifico o fantasy. Come osserva ancora Steirer, infatti, la fantascienza può costruire un'unica storia autocontenuta che si traduce in ulteriori storie, eventi, personaggi o luoghi non pienamente sviluppati all'interno della storia stessa (2011).

Non è un caso, che i tre casi paradigmatici (*Superman*, *El Eternauta*, *Conan il Barbaro*) analizzati in *Transmedia Archaeology* (Scolari, Bertetti, Freeman, 2014), siano riconducibili al genere fantasy o fantascientifico e, contemporaneamente, a medium come il fumetto o la letteratura. Generi e mezzi in grado di amplificare la capacità creativa di autori e lettori,

consentendo così di riequilibrare la relativa limitatezza della disponibilità tecnologica, attraverso forme di *closure* (McCloud, 1993), ovvero di completamento su base immaginativa.

Come scrive Freeman, è quello che avviene nel caso di *Superman*, la cui provenienza extraterrestre, e dunque il riferimento ad un mondo altro, come il pianeta alieno di Krypton, si pone come un dispositivo narrativo in grado di attivare forme di transmedialità ante-letteram:

Un alone di mistero circonda il pianeta, consentendo agli autori di accennare a possibili storie ancora da raccontare. Uno stile simile per molti aspetti a quello adottato nei prodotti riconducibili al genere pulp – le saghe seriali di eroi della fantascienza e dell'avventura ambientate in mondi perduti, che sparpagliavano frammenti della mitologia di un personaggio o del suo universo narrativo tra innumerevoli pubblicazioni, prevedendo, tuttavia, alcune lacune all'interno della trama generale che avrebbero potuto essere colmate soltanto in funzione di un costante consumo da parte del lettore. (2014, p. 46)

Nell'ambito dei diversi principi riconducibili alle forme di archeologia transmediale, tuttavia, non è possibile far riferimento esclusivamente ai processi di completamento. Un altro elemento che va considerato è l'evoluzione stessa del lettore. In particolare, dalla sua trasformazione in *fan*, e soprattutto, in *prosumer fan*, la cui attività di *prosumption*, peraltro, non costituisce una caratteristica esclusiva della nostra epoca (Ritzer, 2014). La combinazione di queste due tendenze condiziona, innegabilmente, anche lo show televisivo inglese *Doctor Who*, e la sua complessiva evoluzione, scandita in tre differenti fasi transmediali.

## The Classic Who

*Doctor Who* in qualità di serie televisiva inglese, trasmessa dalla BBC, esordisce il 23 novembre del 1963, mentre l'ultimo episodio viene trasmesso il 6 dicembre del 1989. Sarebbe più corretto definire quest'episodio come l'*ultimo* di un *primo segmento* narrativo, dal momento che diverse forze creative hanno permesso allo show di tornare sugli schermi nel 2005.

Il protagonista è *Doctor Who*, un alieno dall'aspetto umano, venuto dal pianeta Gallifrey, in grado di viaggiare attraverso le dimensioni spazio-temporali grazie alla sua macchina del tempo: il Tardis (acronimo di Time and Relative Dimension in Space). Sul pianeta Terra, che definisce come il suo preferito, il protagonista incontra i suoi *companions* di viaggio verso galassie vicine e lontane, imbarcandosi in inaspettate avventure e lottando contro gli antagonisti di turno, senza mai ricorrere alla violenza, ma sempre all'intelligenza e ad un *cacciavite sonico*. Un'ultima caratteristica è la sua capacità di rigenerazione: ogni qual volta viene ferito gravemente, le sue cellule rigenerano il suo corpo donandogliene uno diverso, con una nuova personalità. Ciò si pone come l'espedito narrativo più utile all'attivazione di una *lunga serialità* (Cardini, 2017): così la storia diventa potenzialmente infinita, attraverso le azioni di *recasting* dei personaggi, protagonista compreso, di *redesigning* dei luoghi ricorrenti, come l'interno del Tardis, e di *rebranding* dell'intero show.

Si instaura un giusto equilibrio di elementi di continuità ed elementi innovativi, in grado di garantire “qualcosa di ‘simile ma differente’, che è necessario per rinvigorire un format stanco.” (Tulloch, Alvarado, 1983: 63). Nel corso delle diverse stagioni della serie televisiva, infatti, il focus della narrazione si concentrerà incessantemente sugli elementi di continuità, affinché il fandom possa rimanere fedele e lo show apparire coerente, pure se all’interno di un contesto di costante innovazione.

Anzitutto, dal punto di vista dei protagonisti, come dimostra l’evoluzione lungo le 26 stagioni di uno show inizialmente concepito con finalità educative per bambini e ragazzi:

- 1963 – 1965, William Hartnell, il primo Doctor Who nelle stagioni 1-3;
- 1966 – 1969, Patrick Troughton, nelle stagioni 4-6;
- 1970 – 1974, John Pertwee, Dottore nelle stagioni 7-11;
- 1975 – 1981, Tom Baker, il più longevo nelle stagioni 12-18;
- 1982 – 1984, Peter Davison, stagioni 19-21;
- 1985 – 1986, Colin Baker, nelle due stagioni 22-23;
- 1987 – 1989, Sylvester McCoy, il quale ha vissuto le stagioni 24-26, fino alla chiusura nel 1989.

Fantascienza, coerenza, innovazione, lunga serialità e successo di pubblico, dunque, contribuiscono complessivamente ad attivare istanze transmediali che, in questa prima fase, si concretizzano nella produzione di paratesti *canon* da parte della BBC. In particolare, gli *Annual*, strisce a fumetti e racconti collegati allo show televisivo, distribuiti con cadenza annuale dal 1964 al 1985.

I racconti a fumetti appaiono anche sulla rivista *TV Comic*: sono avventure in forma *spin-off* pubblicate dal 1964 al 1979, mentre i primi libri con storie indipendenti dal racconto principale sono *Doctor Who in An Exciting Adventure with the Daleks* del 1964 e *Doctor Who and the Zarbi* del 1965. Altri libri di narrativa composti da storie inedite vengono pubblicati a partire dal 1973.

La profonda vocazione transmediale di *Doctor Who*, inoltre, induce l’emittente BBC a produrre due primi film per il cinema: *Dr. Who and the Daleks* (Flemyng, 1965) ed il suo sequel *Daleks: Invasion Earth 2150 AD* (Flemyng, 1966).

La rivista ufficiale dello show è *Doctor Who Weekly*, settimanale in edicola dal 1979, contenente curiosità, gadget, poster e anticipazioni. Già dal 1980, però, diviene mensile, venendo rinominata *Doctor Who Monthly*, fino ad abbandonare ogni velleità di pubblicazione sistematica nel 1984, trasformandosi in *Doctor Who Magazine*.

Anche la radio viene utilizzata come mezzo di diffusione di storie inedite: sui canali radio BBC vanno in onda storie come *Slipback* del 1985, mentre vengono distribuite su vinile le avventure *Doctor Who and the Pescatons* (1976).

Con il passare degli anni, viene lasciato anche spazio ai companion, con racconti come *Turlough and the Earthlink Dilemma* e *Harry Sullivan’s War*, rispettivamente del 1985 e 1986, pubblicati dalla casa editrice Target.

La vasta gamma di prodotti *canon* rintracciati, e descritti fino a questo punto, restituisce l’essenza di questa prima fase: un complesso panorama transmediale *ante litteram*,

fortemente sviluppato, anche se non caratterizzato da una strategia adeguatamente pianificata, in grado di salvaguardare la coerenza dell'originale *core text*.

A questo scenario, infine, si aggiunge la componente relativa alle forme di *audience engagement* (Leonzi, Andò, 2014), certamente tra gli elementi più significativi del successo dello show e dei suoi paratesti. In particolare, la creazione, nel 1975, di un gruppo organizzato di fan, la *Doctor Who Appreciation Society*, in grado di dare origine a forme inedite, fino a quel momento, di attivazione e partecipazione grazie a spazi editoriali dedicati, eventi a tema e occasioni di incontro.

Nonostante la moltiplicazione delle modalità di produzione e consumo che si diffondono nell'arco dei primi venticinque anni, lo show televisivo viene sospeso nel 1989 per una crisi di ascolti. Come si vedrà nel successivo paragrafo, seppure si registrerà una quasi completa sospensione produttiva dei contenuti ufficiali, l'universo narrativo ormai generato intorno al core text originario sopravvivrà proprio grazie alla forza del fandom.

## The Wilderness Years

Le ragioni del declino dello show sono state spesso oggetto di dibattito: non è chiaro se la responsabilità sia da attribuire all'emittente, che manda in onda gli episodi in una fascia oraria poco adatta, o se siano stati effettivamente i fan ad abbandonare progressivamente lo show.

È stata persino lamentata la completa mancanza di una strategia transmediale di fondo: l'espansione dell'universo narrativo, infatti, non sarebbe stata adeguatamente sorretta dalla messa a punto di punti di ingresso (*points of entry*) per nuovi spettatori, e quindi per nuovi potenziali fan. In questo modo, seppure aumentato ed esteso, quello stesso universo si sarebbe trasformato, con il tempo, in uno spazio sigillato ed *emico*, in un *architesto* (Genette, 1992), paradossalmente, chiuso:

(Doctor Who) È declinato in un culto di nicchia...ha perso presa nel momento in cui è diventato quasi solamente destinato ai fan. Qualsiasi siano le ragioni, il rating dello show è sceso sotto i 4 milioni di ascoltatori e dopo 26 anni lo show è stato tagliato fuori bruscamente. (Newman, 2005, pp. 4-5)

Il sempre più profondo coinvolgimento del pubblico, che nella prima fase aveva decretato il successo dello show e, contestualmente, aveva rappresentato una spinta propulsiva per una proliferazione transmediale, sembra poter aver causato un effetto collaterale così forte da determinare la sospensione della serie tv e l'inizio di una seconda fase, quella appunto dei *Wilderness Years*. In realtà, proprio in quegli stessi anni, la sopravvivenza dell'universo di *Doctor Who* dipenderà, ancora più di prima, dalla sovrapposizione tra produzioni *canon* e *non-canon*, secondo quella logica ibrida, *semicanonica* appunto, che prevede contemporaneamente un'approvazione da parte del team creativo, ma non la completa integrazione all'interno della macrostoria (Mittell, 2017). Contestualmente, saranno questi i primi passi di *Doctor Who* nell'ambito di una *nuova* cultura convergente, che gradualmente prenderà una forma sempre più consolidata,

proprio grazie ad un generale riequilibrio del potere tra produttori/autori e consumatori/lettori (Jenkins, 2004).

Dopo solo un anno dalla cancellazione, nel 1990, la Virgin Publishing acquista i diritti di *Doctor Who* dalla BBC, per poi pubblicare, nel 1991, il primo romanzo originale dal titolo *Timewyrm: Genesis*. La peculiarità della Virgin Publishing, tuttavia, consiste nell'adottare una linea *open-submission*, ovvero una strategia per cui viene data ampia voce ai fan, che possono proporre le loro storie e vederle pubblicate su volumi destinati alle librerie, certificati dal marchio BBC.

L'interesse e la passione dei fan, infatti, trovano in quegli anni inediti strumenti di supporto e amplificazione: le loro reti informali *grassroot*, rinforzate dal nascente fenomeno di Internet, consentono di comunicare più agilmente tramite mail, di rinfoltire il fandom, di partecipare attivamente a forum dedicati e, nel limite delle possibilità, di organizzare incontri tematici. Non è un caso che, il Fitzroy Tavern di Londra, dopo essere già stato un luogo di incontro per intellettuali come Dylan Thomas e George Orwell tra gli anni Trenta e gli anni Cinquanta, diventi negli anni Novanta la sede ricorrente per gli incontri del *Doctor Who Fan Clan*, per confrontarsi e discutere dello show e dei suoi paratesti, mantenendo vivo il legame con l'universo narrativo di *Doctor Who*, arrivando perfino a progettarne delle espansioni. Come avviene grazie al più accanito gruppo di fan, il *Doctor Who Appreciation Society*, attraverso la pubblicazione della rivista *Cosmic Masque* (1995), della prima e della seconda edizione di audio-avventure intitolate *Cosmic Fugue*, rispettivamente nel 1995 e nel 1998.

Proprio combinando le traiettorie produttive adottate dalla Virgin Publishing con la fervente partecipazione del fandom si creano i presupposti per una ancor più stretta collaborazione tra produttori e consumatori, culminata nel progetto multimediale *Shakedown* (1995). Inizialmente concepito come video fan-made, il testo viene poi trasformato in un romanzo pubblicato dalla Virgin, e in un audiolibro della Big Finish.

Dopo averne acquisito i diritti nel 1999, la Big Finish, infatti, ricalcando la strategia di open submission, produce nel corso degli anni più di centocinquanta storie, inizialmente sottoforma di audiodramma radio per i canali BBC, poi CD e altri supporti. Già a partire dal 2001, però, si orienta verso nuovi format ed in particolare alla produzione di contenuti animati destinati alla distribuzione on-line. La prima webserie animata *di Doctor Who* ha come protagonista Sylvester McCoy, ultimo interprete del Dottore nella serie televisiva, e si intitola *Death comes to time* (2001). Il successo ottenuto porta alla produzione di *Real Time* (2002) e *Shada* (2003).

Una simile combinazione *fanon* consente al fandom di contribuire in modo molto attivo al canone, a differenza di quanto avviene in altri universi transmediali rispetto a cui i contenuti dal basso, pur configurandosi esplicitamente come elementi di intrattenimento, non appaiono in grado di implementare la dimensione narrativa (Long, 2007).

Alla luce del rinnovato interesse per *Doctor Who*, e cercando di cavalcare il successo delle numerose produzioni *non-canon* e *fanon*, la BBC Worldwide decide di produrre un film per la TV, insieme con Universal TV e 20th Century Fox Television, destinato al pubblico di tutto il mondo. *Doctor Who: The Movie* (Sax, 1996) viene trasmesso il 27 maggio del 1996 in simultanea nel Regno Unito e negli Stati Uniti, riuscendo ad ottenere

un ascolto complessivo di poco superiore ai quattordici milioni e mezzo di spettatori (rispettivamente 9,08 milioni nel RU; 5,5 milioni in USA) (Bould, 2011), a fronte di un budget complessivo per il progetto pari a 5 milioni di dollari.

Nonostante il film ricercasse con fermezza una continuità con la serie e più in generale con l'universo narrativo di fondo, a partire dal titolo fino alla scelta di mostrare nella prima scena l'ennesima rigenerazione del Dottore, dalla settima versione di McCoy all'ottava di McGann, qualcosa non sembra non funzionare. Al di là dello stile ritenuto troppo commerciale, ciò che non permette alla pellicola di raggiungere il successo sperato può essere individuato nell'incapacità di adottare un nuovo approccio nei confronti del pubblico e dei fan e, ancor di più, di riconoscere e sfruttare la valenza narrativa dei molti prodotti diffusi a partire dalla sospensione della serie. Di questo paradossale balzo indietro si accorgono i consumatori/lettori, ormai abituati alla creatività peculiare e frammentata delle avventure multimediali del Dottore, molto più fantasiose e ricorrenti:

Per ogni mese tra la fine di Doctor Who e la nuova serie in arrivo, si possono trovare fino a cinque o sei storie di Doctor Who, che è molto più di quanto si è mai avuto quando era in televisione. (Perryman, 2008, p. 25)

La più rilevante caratteristica di questa seconda fase dello show, infatti, può essere individuata in un tipo di transmedialità sbilanciata (Mittell, 2017), che sfida il broadcaster ad emulare le produzioni dal basso. Non è un caso che, proprio a partire dal parziale insuccesso *canon* e, contemporaneamente, dal crescente successo *fanon*, in grado di sfruttare inedite forme di *spreadability*, *performance*, *multiplicity* e *extractability*, la BBC decida di rilanciare la serie. Per farlo si affida, significativamente, ad un regista-fan come Russel T. Davies: “Questo è uno show che appartiene ai suoi fan, ed i fan erano già abituati a trattare Doctor Who come un franchise transmediale che può essere messo in collegamento per formare un insieme coerente e soddisfacente.” (Perryman, 2008, pp. 25-26).

## The New Who

Il 2005 è l'anno in cui *Doctor Who* torna sugli schermi televisivi. Lo show si distingue da subito per le diverse tattiche promozionali adottate, pianificate all'interno di una strategia transmediale più complessa, consapevole degli errori passati e, soprattutto, in grado di valorizzare quanto fatto di buono nel corso dei *Wilderness Years*.

Il rilancio della serie viene pubblicizzato da un lato in modo tradizionale, attraverso trailer, foto, podcast, minigiochi, videoclip, dall'altro appaiono interessanti e innovativi i siti web metatestuali ed i blog creati appositamente a supporto del ritorno dello show, oltre ad attività costanti sulle piattaforme online per incentivare le forme di interazione con gli utenti. Un perfetto esempio di ciò che Brooker definisce *television overflow*, ovvero “la tendenza dei produttori medialti a costruire un'esperienza di vita attorno al core text,

*usando internet per estendere l'engagement dell'audience ed incoraggiare un'interazione a doppio senso*" (2003, p. 323)

Il primo meta-sito, *Who is Doctor Who?*, viene inizialmente lanciato alcune settimane prima della messa in onda del primo episodio, senza alcuna sponsorizzazione o chiaro rimando al sito ufficiale BBC. Realizzato in maniera rudimentale, quasi a voler simulare i prodotti fan-made, non diviene popolare finché non ne appare chiara l'ufficialità e l'appartenenza alla BBC. A pubblicare sul sito è Clive, un fan immaginario dedito alla raccolta delle tracce disseminate dal Dottore nel corso delle sue molte vite. I contenuti del sito diventano oggetto della serie televisiva già nel corso del primo episodio, il 26 marzo del 2005, quando la protagonista della puntata, Rose, accede effettivamente ad Internet per cercare informazioni su Dottor Who. Persino la manutenzione e la compilazione del sito vengono presi in gestione da un altro personaggio (Mickey) apparso nello stesso episodio, a seguito della misteriosa morte dell'iniziale ideatore. In modo assolutamente coerente con un approccio transmediale ormai evoluto, il ruolo dei personaggi va quindi oltre l'esclusivo *on-* oppure *off-television-screen*, contribuendo ad aumentare l'espansione diegetica dell'universo narrativo.

Ulteriori siti web che vengono realizzati nel corso della serie, sono *U.N.I.T.* (<http://www.unit.org.uk>), dedicato all'organizzazione militare delle Nazioni Unite, citato nell'episodio *Aliens of London* dell'aprile 2005, *Guinevere One* (2005) e *Geocomtex* (2012).

Per quanto riguarda la composizione del core text, la nuova versione dello show ad oggi ha collezionato undici stagioni, nel periodo compreso tra il 2005 e il 2018:

- la prima, datata 2005, ha visto la rigenerazione dell'ottavo Dottore nel nono, impersonato dall'attore Christopher Ecclestone;
- dal 2005 al 2010, David Tennant ha impersonato il decimo Dottore, nel corso di tre stagioni (dalla seconda alla quarta);
- Matt Smith è stato il protagonista della quinta, della sesta e della settima stagione, trasmesse tra il 2010 e il 2013;
- dall'ottava alla decima stagione, il dodicesimo Doctor Who è stato interpretato, tra il 2014 e il 2017, da Peter Capaldi;
- il Doctor Who attuale, il tredicesimo, è per la prima volta una donna, interpretata da Jodie Whittaker nell'undicesima stagione, trasmessa nel 2018.

A fronte di un corpus testuale già così esteso, i paratesti rintracciabili, *canon* e *non-canon*, sono davvero innumerevoli. Il 2005 è l'anno dell'avventura interattiva *Attack of the Graske*, andata in onda dopo *The Christmas Invasion* (2005): composta da segmenti animati ed in live action, la storia consente di accompagnare *Doctor Who* nel corso di un'avventura non lineare di 15 minuti, per risolvere puzzle, giochi d'ingegno, con lo scopo di riuscire a conquistare il ruolo di degno companion.

Per quanto riguarda i paratesti audiovisivi, nel 2006 vengono prodotti i *Tardisodes*: prequel brevi e complementari agli episodi mandati in onda, ancora una volta destinati al pubblico di utenti del web. Altri webisodes vengono prodotti nel 2012, con *Pond Life*, progetto composto da 5 mini-episodi per promuovere la settima stagione dello show.

La complessità dell'universo transmediale che si configura nel corso di questa terza fase di *Doctor Who* viene ulteriormente arricchita da storie parallele, spesso realizzate in forma di spin-off televisivi. La prima è *Torchwood* (2006), e narra di un'organizzazione segreta (il cui nome in realtà è l'anagramma di Doctor Who) che indaga su minacce aliene, quindi *The Sarah Jane Adventures* (2007-2011), con protagonista una companion della serie classica, *K-9* (2009-2010) e, infine, *Class* (2016). Il ritorno della serie ha inoltre originato un musical teatrale, *Doctor Who Live: the monsters are coming!* (2010), ed un'esposizione semipermanente interattiva, *Doctor Who Exhibition*, che, dopo un tour itinerante, ha poi trovato la sua definitiva destinazione a Cardiff nel 2012.

A tutto questo vanno aggiunte le componenti di attivazione e partecipazione del fandom, che metaforicamente continuano ad infrangere gli schermi televisivi per trasportare *Doctor Who* all'interno di convention sia in UK sia negli USA, come *Panopticon*, *Gallifrey One* o *SuperWhoLock*. Quest'ultima, in particolare, richiama anche i fan delle serie *Supernatural* (2005-) e *Sherlock* (2010-2017), sfruttando la poliedricità del personaggio di Dottor Who, in grado di essere plausibilmente "estratto" e "reinserto" all'interno di altre narrazioni.

La grande importanza del fandom di *Doctor Who*, tale da renderlo "[...] *uno dei franchise principali per le pratiche transmediali mainstream, che evita la passività a favore della partecipazione e la semplicità statica a vantaggio di una complessità multiplatforma.*" (Perryman, 2008: 22), viene definitivamente riconosciuta dalla BBC attraverso il progetto *Doctor Who Cult* (2014). I fan più fedeli, infatti, sono stati invitati a ricostruire episodi perduti della serie classica, rintracciando registrazioni audio e video privati, per offrirne una nuova messa in onda. Contrariamente alla logica che aveva caratterizzato la prima fase produttiva di *Doctor Who*, in questo caso, la strategia adottata si è orientata alla realizzazione di *points of entry*, specificatamente dedicata ai nuovi spettatori che, in questo modo, sono stati in grado di riscoprire il fascino delle vecchie stagioni della serie.

Nel complesso, dunque, l'esito di questa terza (ed ultima?) fase di evoluzione appare il consolidamento di un universo narrativo ricco di molteplici punti di entrata, capace di adattarsi alle nuove dinamiche di piattaforma e di bilanciare la produzione tra testi *canon* e *non-canon*.

## Conclusioni

Nell'arco della sua storia la serie televisiva *Doctor Who* è stata oggetto di una progressiva trasformazione, caratterizzata da almeno tre fasi a differente intensità transmediale.

Nel corso della prima, ha principalmente sfruttato la forza dello storytelling, il fascino della serialità e le opportunità creative offerte dal suo genere narrativo di appartenenza, la fantascienza, per creare un grande *rumore transmediale* intorno a sé. Una forma di transmedialità ante-litteram, caratterizzata da una minore disponibilità tecnologica.

Nel corso della seconda fase, ha rappresentato l'esempio significativo di un brand narrativo capace di espandersi a prescindere dal *core text*, persino in un periodo di pausa dagli schermi televisivi, riuscendo a sfruttare l'interesse da parte del pubblico. Il coinvolgimento delle audience, costruito negli anni compresi tra il 1963 e il 1989, infatti, è risultato l'elemento cardine per consolidare l'universo narrativo, ma anche per la sua espansione indipendente dalle produzioni ufficiali e sempre più contraddistinta da una convergenza, culturale e produttiva, tra paratesti di differenti matrici.

Nella terza ed ultima fase, infine, il definitivo approdo ad un approccio transmediale maturo ha permesso a *Doctor Who* non solo di ritornare in televisione sottoforma di serie, ma anche di diffondersi in formati diversi all'interno di piattaforme mediali differenti. In questo modo ha preso forma un universo narrativo che sfrutta le possibilità mediali in maniera ecologica, esprimendosi su più media con differenti contenuti, riuscendo comunque a mantenere una coerenza narrativa di fondo. Si è dunque creata un'unica identità ben definita in una precisa strategia transmediale che ha combinato tradizione ed innovazione, soprattutto grazie ad una più adeguata comprensione sia della centralità dei diversi ruoli giocati da autori e lettori, da creatori e fruitori, da vecchi fan e nuovi spettatori, sia della forza della sua legacy transmediale, accumulata nel corso del tempo.

In sostanza, se l'espansione del *core text* (Pratten, 2011) ha da subito caratterizzato il primo blocco di episodi, come nella tradizione dei più noti racconti fantascientifici, la graduale emersione di una strategia transmediale, inizialmente non pianificata, ha permesso di creare un sistema in grado di cristallizzare in un primo tempo la popolarità dello show. Successivamente, di riattivarne la crescita durante gli anni di produzione dal basso, con un processo inclusivo che ha consentito al brand di sopravvivere, pur in assenza del suo originario *core text*. Infine, di sancirne la definitiva trasformazione in un *ecosistema narrativo* (Pescatore, 2018), sfruttando la fervente *com-partecipazione* di fan, appassionati e creativi, tale da consentirne il revival televisivo. Sempre all'insegna di una consolidata legacy transmediale.

## Nota biografica

Marzia Antenore è ricercatrice presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma. Insegna *Data Journalism* presso il Corso di Laurea magistrale in Media, comunicazione digitale e giornalismo. Tra le più recenti pubblicazioni: *Data Journalism. Guida essenziale alle notizie fatte con i numeri* (con S. Splendore), Mondadori Università, Milano, 2017; *Songs of a Future Past - An Experimental Study of Online Persuaders* (con A. Panconesi e E. Terolli), International AAAI Conference on Web and Social Media, North America, jun. 2018; *Tra condivisione ed empowerment: l'uso dei ricordi autobiografici in due discorsi di Barack Obama a studenti di alta o bassa classe sociale* (con G. Leone e L. Serlupi Crescenzi), Giornale Italiano di Psicologia, 2018.

Giovanni Ciofalo è Professore Associato in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza Università di Roma. Insegna *Sociologia della Comunicazione, Teorie della Comunicazione e dei Nuovi Media, Internet e Social Media Studies*. Svolge attività di ricerca sulle teorie della comunicazione, sulle dinamiche di produzione e consumo culturale, sulle logiche e le pratiche dei social media e del transmedia. Tra le sue pubblicazioni, *Infiniti anni ottanta*.

*Tv, cultura e società alle origini del nostro presente*, Mondadori Università, 2011; *Homo Communicans*, Armando Editore, 2013; *La Cibernetica*, Armando Editore, 2017 (con S. Leonzi); *NewsFaking in ComunicazionePuntoDOC*, 2018 (con L. Ugolini); oltre a numerosi articoli in rivista e saggi in volumi collettanei.

Grazia Quercia è PhD student in Comunicazione, Ricerca sociale e Marketing (curriculum Comunicazione) presso il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale (Coris) della Sapienza Università di Roma, dove collabora con le cattedre di Transmedia Studies e Sociologia della Comunicazione. I suoi interessi di ricerca si orientano alla televisione, ai media digitali, alla serialità, al campo dei transmedia studies, ai prodotti culturali e alla audience research. Tra le pubblicazioni *Syntonsed on hypertelevision: the multimedia and participatory television in Spain*, capitolo nel volume *Contemporary Approaches in Social Science Researches*, 2019.

## Bibliografia

- Andò, R., Leonzi, S. (2014). *Transmedia Storytelling e Audience management*. Roma: Armando editore
- Bernardo, N. (2017). *Transmedia 2.0: Brand, storytelling, entertainment*. Roma: Armando Editore
- Booth, P. (2016). *Crossing fandoms: SuperWhoLock and the contemporary fan audience*. London: Palgrave Macmillan DOI 10.1057/978-1-137-57455-8\_3
- Booth, P., Kelly, P. (2013). The changing faces of Doctor Who fandom: New fans, new technologies, old practices. *Participations Journal of audience and reception studies*, 10(1), 56-72. Preso da: <https://www.participations.org/Volume%2010/Issue%201/5%20Booth%20&%20Kelly%2010.1.pdf>
- Bould, M. (2011). Doctor Who Adaptations and Flows. In Telotte J. P., Duchovnay, G. *Science Fiction Film, Television, and Adaptation: Across the Screens*. New York: Routledge, pp. 143-163
- Briggs, A., Burke, P. (2009). *A social history of the media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity
- Brooker, W. (2003). 'Overflow and Audience', in W. Brooker, D. Jermyn (eds) *The Audience Studies Reader*, pp. 322–335. London: Routledge
- Butler, D. (2007). *Time and Relative Dissertations in Space: Critical Perspectives on Doctor Who*. Manchester: Manchester University Press
- Ciofalo, G., Leonzi, S., Marinelli, A. (2019, febbraio). *Brands as platforms? Riusciranno i mondi narrativi complessi a sopravvivere alla Platform Society?*, relazione presentata al convegno "Screen Cultures: cinque parole chiave per la ricerca del XXI secolo", Roma
- Dowd, T. (2015). *Storytelling across worlds: transmedia for creatives and producers*. New York: Routledge.
- Genette, G. (1992). *The architext: An introduction (Vol. 31)*. Berkeley: University of California Press

- Hansen C. (2010). *Ruminations, peregrinations and regenerations. A critical approach to Doctor Who*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholar Publishing
- Hassler-Forest, D. (2017). *Star Wars and the history of transmedia storytelling*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Hills, M. (2015). The expertise of digital fandom as a 'community of practice' Exploring the narrative universe of Doctor Who. *Convergence*, 21(3), 360-374. DOI: 10.1177/1354856515579844
- Hills, M., Garde-Hansen, J. (2017). Fandom's paratextual memory: remembering, reconstructing, and repatriating "lost" Doctor Who, *Critical Studies in Media Communication*, 34(2), 158-167. DOI: 10.1080/15295036.2017.1293276
- Jenkins, H. (2004). The cultural logic of media convergence. *International journal of cultural studies*, 7(1), 33-43
- Jenkins, H. (2013). *Spreadable media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. Milano: Apogeo
- Leonzi, S. (2017). La condizione transmediale. In Bernardo, N. (2017) *Transmedia 2.0. Brand, storytelling, entertainment*. Roma: Armando Editore
- Long, G. A. (2007). *Transmedia storytelling: Business, aesthetics and production at the Jim Henson Company* (Doctoral dissertation, Massachusetts Institute of technology). Preso da: <https://cmsw.mit.edu/transmedia-storytelling-jim-henson-company/>
- McCloud, S. (1993). *Understanding comics: The invisible art*. Northampton: Thundra Publishing
- Mittel, J. (2017). *Complex TV. Teoria e tecnica dello storytelling delle serie TV*. Roma: Minimum Fax
- Newman, K. (2005). *Doctor Who: A Cultural Reading*. London: BFI TV Classic
- Perryman, N. (2008). Doctor Who and the convergence of media. A case study in 'Transmedia Storytelling'. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14(1), 21-39. DOI: 10.1177/1354856507084417
- Pescatore, G. (a cura di). (2018). *Ecosistemi narrativi: dal fumetto alle serie tv*. Roma: Carocci editore.
- Pratten, R. (2011). *Getting started in transmedia storytelling*. Scotts Valley: CreateSpace
- Scolari, C. (2009). Transmedia storytelling: Implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. In *International Journal of Communication*, 3, 586-606. Preso da: <http://dspace.uvic.ca/xmlui/handle/10854/2867>
- Scolari, C., Bertetti, P., Freeman, M. (2014). *Transmedia archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Tulloch, J., Alvarado, M. (1983). *Doctor Who: The Unfolding Text*. Basingstoke: Macmillan
- Tulloch, J., Jenkins, H. (1995). *Science fiction audiences: watching Doctor Who and Star Trek*. New York: Routledge
- Van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018) *The platform society. Public Values in a Connective World*. Oxford: Oxford University Press

Wolf, M. J. (2014). *Building imaginary worlds: The theory and history of subcreation*. New York: Routledge.

## Da *Triumph des Willens* a *Der Fuehrer's Face*: Forme aurorali di transmedialità nella propaganda della Seconda guerra mondiale \*

Nicola Martellozzo \*\*  
Università di Torino

Media were one of the main battlefields of the Second World War: propaganda, censorship, and counter-propaganda activities forged the imagery of war, selectively informing millions of people through a network of visual media: films, newsreels, animated short films, and comics. This article aims to highlight a specific transmedia path that involves the United States and Germany. The extremes of this trajectory are the film *Triumph des Willens* (1935) by director Leni Riefenstahl, and the Disney short film *Der Fuehrer's Face* (1943). Riefenstahl's film focuses on the Nazi Nuremberg Rally of 1934 and has been interpreted from time to time as a form of documentary testimony, propaganda product, or cinematographic art. Each of these dimensions is present in the film, which became a primary reference for the imaginary of the twentieth century. Between 1942 and 1945, the American director Frank Capra made a series of short films for war newsreels: *Why We Fight* is perhaps the most famous example of American counter-propaganda, and takes entire sequences of the *Triumph*. The transition between German and American media shows not only the migration of images but a particular appropriation which re-signifies German propaganda by turning it against itself. We also find satirical forms: in 1942 the British government distributed *Lambeth Walk*, a short-film that reworked Riefenstahl's work to ridicule Hitler, combining a famous popular song with the images of marches and parades. In less than a decade *Triumph des Willens* shows its great seductive power, and its influence is traced in famous works of American cinematography; an example is *The Great Dictator* (1940) by Charlie Chaplin. The linkages of transmediality expanded very soon, involving animated short-films and comics in 1942, two mass media that were an integral part of the American propaganda. Without the Riefenstahl's films, one could not comprehend a short-film like *Der Fuehrer's Face*, produced by the Disney studios for the American public and its allies. This Disney short-film won the Academy Award, and still maintain its effectiveness, so much so that in 2010 it was censored by a Russian court as "extremist material". The play of echoes and cross-references between media clearly shows the communicative nature of propaganda, that is, the selective and positive control of information (for emphasis). Thus, censorship is the inevitable complement, through a selective denial. Censorship seeks to limit the seductive power of images, that excess of meaning which cannot be totally enunciated or rationalized but only perceived. Satire also testifies the active power of images, rendered through a re-signification that defuses the narrations of authority. Unlike censorship, which hides, satire shows to criticize, through an illegitimate appropriation of images.

**Keywords:** Transmediality; Visual Imaginaries; Propaganda; Nazism; Communication

Il secondo conflitto mondiale ha visto la mobilitazione di decine di milioni di persone nei teatri bellici europei e asiatici e all'interno delle singole nazioni. Il coinvolgimento di una parte così ampia della popolazione globale non sarebbe stato possibile senza nuove e più

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* [martelloznicola@gmail.com](mailto:martelloznicola@gmail.com)

efficaci strategie comunicative. Il governo statunitense si è distinto particolarmente, cogliendo le possibilità dei nuovi media dell'epoca per sviluppare nuove forme di propaganda, capaci di raggiungere – e mobilitare – ogni parte della popolazione, direttamente o indirettamente. In Germania, la propaganda fu una pratica presente già durante la scalata al potere del partito nazista, affidata a figure brillanti come Goebbels, poi nominato ministro *ad hoc* del Reich. Allargando il campo, molte delle potenze mondiali dell'epoca impiegarono strumenti propagandistici per influenzare l'opinione pubblica della nazione. Si pensi ad esempio ai documentari dell'Italia fascista, alla propaganda comunista sotto Stalin, o alla rappresentazione pubblica dell'invasione della Manciuria in Giappone.

Tuttavia, in questo articolo ci concentreremo sulle strategie di propaganda e contro-propaganda sviluppate da Stati Uniti e dalla Germania nazista durante la Seconda guerra mondiale. Il motivo sta nella possibilità di evidenziare un fitto intreccio di riferimenti visivi nelle strategie comunicative delle due nazioni avverse, che impiega come supporti vari media visuali, sonori e audio-visivi; ognuno di essi viene combinandosi con gli altri, ottenendo un effetto maggiore della semplice somma delle parti. Lo scopo di questo articolo è descrivere questo intreccio come una forma aurorale di transmedialità (Freeman, 2017), in cui la propaganda, la censura e la satira descrivono altrettante modalità di gestione dell'informazione, all'interno di una rete di media politicamente e (più in generale) ideologicamente orientata.

L'itinerario storico che consideriamo si dipana a partire da *Triumph des Willens* (1935), film della regista tedesca Leni Riefenstahl, e giunge fino al 2010 con la censura di un cortometraggio d'animazione Disney da parte di un tribunale russo. Seguendo questo percorso avremo modo di riflettere non solo su alcuni aspetti della propaganda novecentesca, ma più precisamente sulla funzione comunicativa di propaganda e censura, centrale nella Seconda guerra mondiale. Tale conflitto rimane storico per il *warfare* contemporaneo non solo per la mobilitazione senza precedenti di strutture economiche, tecnologiche e demografiche su scala globale, ma anche per essere stato uno scontro radicale tra immaginari (Kamalipour & Snow, 2004); in altre parole, lo scontro bellico tra le nazioni trovava significato - e perfino motivazione - in un insieme parallelo di rappresentazioni pubbliche, posizioni ideologiche e morali veicolate da film, cinegiornali, fumetti, canzoni, libri. Un intero fronte della guerra giocato attraverso suoni ed immagini.

Il nostro interesse si concentra proprio su questo aspetto visuale, che è del resto fortissimo nella propaganda di Stati Uniti e Germania. Mitchell (2005) ha mostrato come le immagini abbiano una propria performatività, una capacità di agire attivamente all'interno dei processi culturali. Come parte di un immaginario, ossia di un insieme strutturato e semioticamente “carico”, ogni immagine possiede un surplus di valore, un eccesso di senso che non la rende mai completamente enunciabile, poiché il suo significato si trova condiviso con altre immagini cui è legata. L'effetto complessivo, l'efficacia dell'immaginario nel rappresentare il contesto reale, sta proprio in questa modalità relazionale tra le immagini; ognuna di esse, condividendo molteplici significati distribuiti nell'intera rete, può evocare altre immagini, influenzando attivamente il fruitore (o spettatore).

Tuttavia, come vedremo, l'impossibilità di enunciare completamente segna allo stesso tempo l'impossibilità di controllare del tutto il potere dell'immagine. Questo aspetto, se da una parte permette alla propaganda di *sedurre* perfino il nemico, d'altra parte costringe alla censura e permette la satira. Il caso di *Triumph des Willens* è emblematico, ed è uno dei motivi per cui sceglierlo come inizio di questo breve percorso storico. Non per caso un altro antropologo si era occupato di analizzare un film nazista per comprenderne l'immaginario e gli intenti comunicativi sottotraccia.

*Hitlerjunge Quex* (1933) è la fonte cinematografica considerata da Gregory Bateson, in un lavoro sperimentale di antropologia visiva dedicato alla comprensione del fenomeno nazista. Bateson si sente quasi in dovere di giustificare l'uso di questo materiale cinematografico, scelta inusuale per un antropologo del periodo, e che però torna utile anche a noi per spiegare il nostro interesse verso questa forma aurorale di transmedialità (Bateson, 1980, p. 21).

L'approccio transmediale (Yilmaz, 2019; Jenkins, 2006) non è dovuto solo alla presenza e alla profonda interconnessione tra media nelle pratiche propagandistiche che stiamo considerando; è necessario nel momento in cui permette di evidenziare l'intreccio di riferimenti visuali attraverso cui il singolo film o cortometraggio prendono senso all'interno di un immaginario pubblico. Propaganda e censura sono strumenti comunicativi che influenzano, secondo precise progettualità, le relazioni tra le immagini, i loro rapporti di forza. In questo senso, occorre pensare l'immaginario non come un luogo di scontro bensì, seguendo Deleuze, come un *corpo* di quantità intensive (Deleuze, 2002, p.60).

È chiaro, nel quadro della Seconda guerra mondiale quest'azione sugli immaginari obbedisce a delle ideo-logiche, e lo stesso termine "propaganda" ha assunto nel tempo una connotazione fortemente negativa. Perciò, occorre prima di tutto circoscrivere la pratica culturale di cui stiamo trattando, al di là del particolare contesto storico. Partiamo per comodità dall'etimologia del termine, che rimanda alla *propagazione*, intesa come moltiplicazione tramite riproduzione diffusa. Seguendo quest'analisi etimologica, Sennett (2014, pp. 46-47) distingue tra la propaganda in quanto attività comunicativa volontaria e la propagazione, semplice azione del trasmettere informazioni.

L'approvazione dello Smith-Mundt Act (1948) negli Stati Uniti cerca proprio di regolamentare la propagazione di informazioni attraverso i media, nel momento in cui autorizza "the preparation and dissemination abroad, of information about the United States, its people and its policies, through press, publications, radio, motion pictures, and other information media, and through information centers and instructors abroad" (Manning, 2004, p. 88).

Spostiamo l'accento sulla moltiplicazione, che può riguardare indifferentemente immagini, o qualunque altro tipo di informazioni. Durante la Seconda guerra mondiale abbiamo a che fare con una propagazione politicamente (e ideologicamente) orientata di immagini attraverso media audio-visivi, a comporre delle narrazioni capaci di mobilitare grandi masse (Kamalipour & Snow, 2004). La transmedialità riguarda i nessi tra cinema, cinegiornali, cortometraggi d'animazione e fumetti, oltre che le classiche riviste e

quotidiani. Proprio in questo momento storico cinegiornali e fumetti vivono una fase importante di elaborazione e diffusione culturale nel contesto americano, legandosi strettamente alle strategie propagandistiche (Martin, 2016).

Diffusione e riproduzione definiscono la natura processuale della propaganda, in cui possiamo distinguere una serie iterativa composta da tre aspetti diversi relativi al passaggio delle informazioni. Un passaggio che avviene *obliquamente* e che pertanto si presta a trasformazioni e deformazioni. Ovviamente i tre aspetti in questione non sono gli unici possibili, tuttavia costituiscono una tripletta solidale, in successione e di iterazione. Cominciamo con il primo, la migrazione (di immagini, informazioni), definibile come una trasmissione verso altre persone lungo coordinate spaziali, temporali e culturali, a prescindere dalla rete di media utilizzata. Un esempio è quello dei cinegiornali statunitensi, proiettati non solo in patria, ma anche nelle vicine sale canadesi, arrivando perfino oltre il fronte nemico.

L'aspetto dell'appropriazione ci permette di distinguere tra gli effetti del cinegiornale americano in Canada e Germania: non si tratta mai di una ricezione neutra, operata da destinatari passivi che ricevono un messaggio oggettivo, ma di soggetti interpretanti che "decifrano" quel messaggio secondo modalità proprie, anche molto distanti dai propositi iniziali. Ecco quindi che Charlie Chaplin può ridere del film della Riefenstahl, Goebbels può trovarlo troppo dichiaratamente propagandistico, mentre la giuria del Festival del cinema di Venezia può ritenerlo un'opera d'arte. Infine, il terzo aspetto è quello della ri-significazione.

Una volta che ci si è appropriati dell'immagine, che la si è declinata all'interno delle proprie coordinate, si apre la possibilità di darle un nuovo significato, inserirla in una progettualità diversa, ed eventualmente cominciare una nuova migrazione. Questo aspetto di ri-contestualizzazione è alla base dell'intreccio transmediale che esamineremo a breve, dove la contro-propaganda americana si appropria di immagini del Reich e le utilizza per produrre satire, deformazioni, mezzi di mobilitazione per la propria popolazione.

## Propaganda, guerra nell'immaginario

Proponiamo *un* possibile percorso tra i tanti, secondo una prospettiva *itinerativa* che si fonda sul gioco di echi tra Stati Uniti e Germania, e che però abbraccia e influenza l'intero conflitto mondiale. "Del potere dell'immagine" potrebbe essere il sottotitolo di *Triumph des Willens*, opera problematica e discussa, come la sua regista. Leni Riefenstahl è stata una delle più importanti registe del Novecento, sicuramente la più apprezzata dal Reich (Bimbenet, 2015), mentre la sua carriera dopo la Seconda guerra mondiale è stata caratterizzata da un lungo processo riabilitativo di "purificazione" (Sontag, 1981, p. 83-85). *Triumph des Willens* resta di certo la sua opera più famosa e discussa, un film che riporta sullo schermo il raduno nazista di Norimberga del 1934. Secondo le dichiarazioni della regista, *Triumph des Willens* è un esempio di *cinema-verità*, e rappresenta in modo

autentico e diretto un evento storico (Delahaye, 1965, pp. 46-48).

Tuttavia, tanto il soggetto del film quanto i legami personali della Riefenstahl con Hitler e l'élite nazista rendono decisamente più complessa l'analisi, condotta quasi sempre all'interno del filone sulla cinematografia del Terzo Reich (Kracauer, 1942; Hinton, 1975; Weinberg, 1984). Sennett distingue tre principali linee di critica (Sennett, 2014, pp. 67-68) verso *Triumph des Willens*: chi come Kracauer è limitato nell'analisi da pregiudizi morali o politici; i critici che considerano l'opera della Riefenstahl un geniale prodotto di propaganda, sottovalutando l'aspetto estetico; chi al contrario apprezza la dimensione artistica del film, come opera d'arte senza intenzioni propagandistiche volontarie (Kelman, 1973).

La maggior parte dei critici, pur discordi sul ritenere *Triumph des Willens* un documentario storico, una rappresentazione artistica o uno strumento della propaganda nazista, sono d'accordo nell'individuare una "estetica fascista" che affascina e seduce il pubblico, basata sul contenimento ordinato della forza vitale. In questo senso Sontag può parlare di un'estetica reazionaria (Sontag, 1981, p. 93), tipica della propaganda nazista e ben lontana da quella coeva nell'URSS. Tra i precursori e diretti ispiratori di *Triumph des Willens* c'è *La corazzata Potëmkin* (1925), film piuttosto famoso in Italia anche tra i non specialisti grazie al famoso sketch. Secondo Rizvi, i due film rappresentano entrambi delle tecniche di controllo della memoria sociale e della percezione collettiva della nazione (Rizvi, 2014, p. 77-79).

Tuttavia, *Triumph des Willens* possiede un effetto di realtà che la sua controparte russa non aveva, venendo realizzato montando immagini storiche di repertorio insieme alle riprese del 1934. La Riefenstahl si ispira chiaramente alla tecnica di montaggio di Ėjzenštejn, il quale riconosceva come ogni estetica partecipasse inevitabilmente di una dimensione politica (Rizvi, 2014, pp. 82-83; Sennett, 2014, pp. 62-63).

*Triumph des Willens* è per molti versi ingannevolmente semplice da "leggere", come testimonia la sua ricezione pubblica in Germania quando venne proiettato nel 1935: mentre venne prontamente riconosciuto come prodotto artistico, diversi ebbero dubbi sulla sua efficacia propagandistica (Barsam, 1975, p. 67; Hinton, 1975, p. 48). Tra tutti Goebbels, che fu tra i primi sostenitori del film e suggerì il lavoro di Ėjzenštejn come modello (Kracauer, 1942, p. 15); per il ministro del Reich, il problema stava proprio nella presenza così manifesta e dichiarata della propaganda, che al contrario per essere efficace doveva agire inconsciamente. Il lavoro della Riefenstahl non svela né nasconde del tutto il dispositivo di propaganda e della finzione: questa ambiguità contribuisce al fascino, all'"estetica fascista" del film e rimanda alla potere seduttivo dell'immagine (Mitchell, 2005, p. 382-4).

Sull'altro fronte, gli Stati Uniti si accorsero presto delle potenzialità di quest'opera, del suo potenziale comunicativo e soprattutto della possibilità di sfruttarlo come contro-propaganda. Allo scoppio del conflitto mondiale *Triumph des Willens* era un film piuttosto famoso, rappresentativo dell'immaginario nazista dentro e fuori Germania, un media attraverso cui le immagini migravano e venivano recepite. Uno dei primi risultati fu un

breve cortometraggio prodotto in Inghilterra, *Lambeth Walk: Nazi Style* (1942): si tratta di un montaggio di alcune sequenze del film della Riefenstahl, principalmente parate e discorsi di Hitler, ma giustapposte in maniera comica (Sennett, 2014, p. 61).

Commissionato dal Ministero dell'Informazione, *Lambeth Walk* è di per sé un piccolo esempio di fenomeno crossmediale, essendo basato su una danza popolare nata a Londra e tratta dal musical *Me and My Girl* (1937). Il montaggio di *Lambeth Walk* ridicolizzava, esasperandolo, il movimento contenuto e solenne dei partecipanti al raduno di Norimberga, permettendo inoltre ad ogni cinegiornale di aggiungervi una descrizione a piacere. Nella cinematografia inglese del periodo ci sono diversi film che ripropongono in modo satirico scene di *Triumph des Willens* (Barsam, 1975, p. 71), ma probabilmente nessuno di questi ha raggiunto le vette de *Il grande dittatore* (1940).

Charlie Chaplin ebbe modo di assistere all'opera della Riefenstahl negli Stati Uniti prima della sua diffusione pubblica, e tradusse tutto il potenziale ironico e dissacrante nel suo primo film completamente sonoro. *Il grande dittatore* prende spunto dallo stesso immaginario di *Triumph des Willens* (Barsam, 1975, p.70; Sennett, 2014, p. 61), appropriandosi di nomi, eventi, immagini e distorcendoli, ri-significandoli all'interno di un nuovo contesto. Anche se venne realizzato e distribuito poco prima dell'entrata in guerra degli Stati Uniti, il film di Chaplin non è un'opera di propaganda; se il suo intento satirico veniva apprezzato dal pubblico americano e dei paesi alleati, in Europa fu censurato per tutto il periodo del conflitto, come un attacco dissacrante ai regimi nazi-fascisti. Torneremo di nuovo su questa capacità delle immagini di delegittimare l'autorità.

Dopotutto, il governo statunitense aveva ben altri strumenti propagandistici a sua disposizione. Tra questi, il cinegiornale di guerra aveva il doppio scopo di informare e coinvolgere un ampio pubblico americano, attraverso brevi cortometraggi che univano scene di repertorio, documentari dal fronte e sequenze girate *ad hoc* negli studi. Questi *newsreel* ebbero larga diffusione durante tutta la guerra (Manning, 2004, pp. 86-88), anche se occorre distinguere tra i cinegiornali per il pubblico civile e i cortometraggi informativi per l'esercito. Già anni prima della Seconda guerra mondiale il governo americano utilizzava dei *training films*, cortometraggi d'animazione destinati alle truppe, senza riferimenti diretti alla guerra o a satire sul nemico: situazioni e personaggi erano quelli familiari della caserma (Cecchet, 2017).

Con lo scoppio del conflitto, il Dipartimento della Difesa commissionò una serie di cortometraggi al regista americano Frank Capra. Viene realizzato così *Why We Fight* (1942-1945), destinato a diventare una delle più importanti opere di propaganda e contro-propaganda realizzate nel Novecento (Manning, 2004, pp. 320-322). L'immaginario di riferimento è, nemmeno a dirlo, nuovamente il film della Riefenstahl, declinato però in un modo completamente diverso rispetto al lavoro di Chaplin o a *Lambeth Walk*. Nel suo insieme, il lavoro cinematografico di Capra è uno dei più rappresentativi dell'*american way of life*, l'immaginario medio-borghese del sogno americano, che trova forma nei suoi film più famosi. Questa abilità del regista di costruire una complessa architettura della realtà trova conferma nei sette cortometraggi che compongono *Why We Fight*, che hanno lo

scopo di presentare alle truppe l'immaginario della guerra e dei due schieramenti.

Ci soffermeremo solo sul secondo cortometraggio - *The Nazi Strike* (1942) - emblematico della tecnica cinematografica di Capra e snodo centrale per la rappresentazione dell'immaginario bellico e nazista (Bohn, 1977). In effetti, le riflessioni di Rizvi sulle tecniche di plasmazione della memoria sociale e sull'effetto di realtà del montaggio possono essere estese anche a *Why We Fight*, che per certi versi supera il film della Riefenstahl. Oltre ad essere dichiaratamente propagandistico, il lavoro di Capra si avvale non solo di documentari di repertorio, ma di ogni tipologia d'immagine possa servire a evocare nello spettatore un ben preciso immaginario.

Un passaggio centrale in *The Nazi Strike*, in cui viene descritta la strategia di dominio globale delle potenze dell'Asse, è reso attraverso una scena d'animazione; nello stesso modo vengono rese le ultime fasi dell'invasione della Polonia. Non si tratta solo di supplire alla mancanza di documenti visivi diretti, ma di comunicare efficacemente al pubblico americano un'idea della conquista nazista e del pericolo che rappresenta per il mondo. Il disegno animato non è vincolato alla realtà come una scena reale, perfino quando viene girata sul set; l'immagine animata è già simbolica di per sé, e permette di comunicare in modo rapido, semplice e sintetico, che nel caso della guerra significa poter restituire alle truppe un quadro della situazione e delle dinamiche del conflitto in un'ottica globale.

*The Nazi Strike* impiega lunghe sequenze di *Triumph des Willens*, specie nella parte iniziale in cui è mostrato l'impianto scenografico di Norimberga progettato dalla Riefenstahl e dall'architetto Albert Speer. Le scene originali sono modificate sotto due aspetti: sul piano sonoro, viene aggiunta una voce narrante che commenta il filmato, fornendo la corretta ermeneutica allo spettatore, in modo da non lasciare ambiguità rispetto al lavoro sul piano visivo, che interpone immagini di repertorio alle riprese della Riefenstahl; viene mostrato il "retroscena" del regime nazista, ossia gli omicidi politici, le condizioni disumane di lavoro, la fame e la povertà della Germania.

La "realtà dietro la finzione" del Reich viene mostrata attraverso immagini estranee al contesto, finzioni anch'esse che tuttavia entrano nell'immaginario americano del nazismo attraverso il lavoro di Capra. *Why We Fight* non segue la strada della satira per disinnescare il fascino di *Triumph des Willens*, ma controbatte colpo su colpo alla propaganda nazista (O'Shaughnessy, 2017, p.97), ribaltando gli equilibri nel corpo dell'immaginario pubblico, subordinando le immagini del film tedesco a un nuovo ordine visuale, e di conseguenza a un nuovo ordine di rappresentazioni.

L'obiettivo del Dipartimento della Difesa e di Capra è motivare l'esercito a combattere una guerra oltre-oceano: non informare o reclutare la popolazione, ma fornire valide ragioni a soldati non-professionisti mobilitati in massa attraverso la propaganda. Per questo motivo *Why We Fight* è piuttosto diverso dai normali cinegiornali di guerra o dai *training films*; nonostante sia ispirato a questi media, se ne distacca sia per la complessità interna che per gli obiettivi che si pone, distinguendosi tra tutti i prodotti della propaganda americana.

I cortometraggi di *Why We Fight* continuano ad essere realizzati durante tutto la guerra,

influenzando non solo l'immaginario bellico, ma la stessa percezione storica degli eventi. Capra utilizza le immagini di *Triumph des Willens* per inaugurare la propria rappresentazione e delineare gli schieramenti ideologici in gioco. Il nemico non è sottovalutato o ridicolizzato, ma presentato invece come un avversario temibile, una minaccia globale che deve essere fermata. L'opera di propaganda della Riefenstahl fornisce così la migliore delle risposte al "perché combattiamo" del soldato americano.

Tenuto conto di questo, non occorre precisare come la propaganda satirica sul nemico continui ad essere presente nel contesto americano, specie nella società civile. La canzone *Der Fuehrer's Face* nasce tra i combattenti americani in Europa, ma ottiene ben presto un successo clamoroso in patria. Qui le riflessioni sulla transmedialità diventano particolarmente interessanti, perché *Der Fuehrer's Face* non rimane una semplice canzone popolare, ma viene ascoltata nei cinegiornali e per radio, pubblicizzata su riviste e fumetti, diventando colonna sonora per film e cortometraggi d'animazione (Winkler, 2013, p. 133).

Ven der Fuehrer says, "Ve iss der Master Race", / Ve Heil! Heil! Right in der Fuehrer's face. / Not to luff der Fuehrer iss a great disgrace, / So ve Heil! Heil! Right in der Fuehrer's face. / Ven Herr Goebbels say, "Ve oven der vorld und space", /Ve Heil! Heil! Right in der Goebbels' face. / Ven Herr Goering says, "Dey'll never bomb dis place", / Ve Heil! Heil! Right in der Goering's face.

Dalla citazione riportata appare chiara come il tema satirico di *Der Fuehrer's Face* prenda di mira Hitler e l'élite nazista. La musica (e il testo più conosciuto) venne composta da Oliver Wallace nel 1942, un musicista degli studi Disney. Il successo della canzone arrivò con la versione radiofonica di Lindley "Spike" Jones, un jazzista che si distinse particolarmente per i suoi temi popolari di propaganda, come la canzone *You're a Sap, Mr. Jap*. Trasmessa su tutte le radio nazionali, in breve tempo *Der Fuehrer's Face* s'impose come una delle più famose canzoni di propaganda degli anni '40.

La sua consacrazione arrivò l'anno successivo, quando la Disney decise di usarla all'interno di un cortometraggio d'animazione, *Donald Duck in Nutzi Land*, presto ribattezzato con il nome della canzone per la sua popolarità. Per comprendere come questo cartone animato si leghi a *Triumph des Willens* occorre prima considerare il ruolo degli studi Disney nella strategia americana di propaganda.

Già nel 1940 venne creato dal governo il *Motion Picture Committee Cooperating for the National Defense*, un organismo che riuniva le principali case di produzione cinematografiche per realizzare cortometraggi di propaganda e contro-propaganda (Cecchet, 2017; Shull & Wilt, 2004, p. 40). Dal cinema di Hollywood agli studi d'animazione Disney, negli anni della guerra assistiamo a un forte coinvolgimento dell'industria dell'intrattenimento, con la produzione di film, documentari, cinegiornali e, come nel caso della Disney, cartoni animati (Manning, 2004, pp. 87-88; Shull & Wilt, 2004).

I cortometraggi animati degli studi Disney raggiungevano un pubblico piuttosto ampio:

erano proposti sia alla popolazione civile che alle truppe in guerra, proiettati nelle sale americane e distribuiti nei paesi alleati (specie Canada e Regno Unito), vietati nei paesi dell'Asse ma spesso contrabbandati. Tra tutti, *Der Fuehrer's Face* rappresenta certamente il cartone animato di propaganda più popolare (ed efficace) di tutta la Seconda guerra mondiale (Winkler, 2013, p. 133; Shull & Wilt, 2004, p. 60), tanto che nel 1943 venne premiato con l'Oscar nella sua categoria.

In breve, *Der Fuehrer's Face* racconta le vicende quotidiane di Donald Duck in una società distopica (*Nutzi Land*), caricatura satirica della Germania dell'epoca. Il cortometraggio è particolarmente interessante poiché, avendo pochissime informazioni a disposizione sulla realtà del nazismo in Europa, la rappresentazione caricaturale insiste su elementi di quell'immaginario che abbiamo esposto finora, e che ci permette di rintracciare influenze o addirittura citazioni dirette dagli altri media che abbiamo considerato.

Una delle scene più famose del cortometraggio è la sequenza in cui Donald Duck lavora alla catena di montaggio di una fabbrica d'armi, sottoposto a ritmi e condizioni impossibili e rese comiche dal costante saluto stereotipato alle foto di Hitler. Agli appassionati del cinema di Chaplin non può sfuggire la somiglianza con la scena della catena di montaggio in *Tempi moderni* (1936), dove nella fabbrica vige lo stesso ritmo frenetico (Winkler, 2013, p. 137); lo stile ironico di tutto il cortometraggio ricorda quello de *Il grande dittatore*, ma sempre nella stessa scena della catena di montaggio è possibile rintracciare un'influenza più precisa, ossia dall'opera di propaganda di Capra.

In una sequenza centrale di *The Nazi Strike* viene rappresentata la condizione del lavoro nella società nazista, insistendo sui suoi caratteri di disumanità, asservimento alla macchina, assoluta mancanza di tutele, ecc, che deve molto ad un certo immaginario negativo del fordismo americano. Questi riferimenti transmediali alla catena di montaggio legano *Why We Fight* al cortometraggio Disney, insistendo sull'inumanità meccanica del nazismo ben prima della scoperta dei campi di concentramento e delle tecniche scientifiche di sterminio.

Non sapendo nulla di questi risvolti tragici, la Disney ha rappresentato la società nazista attraverso una satira estesa, attraverso lo stesso dispositivo interpretativo di *Why We Fight*, mostrando in altre parole la "realtà dietro la finzione" attraverso un media - quello dell'animazione - che permette di manipolare a piacimento la realtà. Un buon indicatore del successo di questa rappresentazione è l'articolo dedicato a *Der Fuehrer's Face* sulla rivista *Life* (novembre 1942), dove si precisa che in un solo mese a New York ha portato all'acquisto di trecentomila dollari di buoni di guerra.

Questi *war bond* sono una parte essenziale di coinvolgimento indiretto della popolazione nella guerra, come forma di finanziamento privato e volontario dell'esercito americano (Kimble, 2006). Il loro acquisto è promosso da cartoni animati, cinegiornali e soprattutto fumetti, che sono impiegati nelle strategie di propaganda per *target* specifici, e dove ritroviamo citazioni dirette della canzone *Der Fuehrer's Face*. Al pubblico sono presentati nuovi eroi (Captain Courageous, Captain America) che lottano contro nemici reali o ispirati all'immaginario del nazismo (Hitler, Red Skull) in contesti di guerra reale o

verosimile. L'aspetto propagandistico dei fumetti è stato ben analizzato per il contesto americano (Fertig, 2017; Martin, 2016; Manning, 2004 pp. 61-63), meno per quello tedesco.

Le strategie di propaganda usate dal regime nazista furono molto più incisive, nel tentativo di esercitare un controllo stretto sulla popolazione, ma coinvolsero una rete di media comparabile a quella americana (O'Shaughnessy, 2017). Oltre alla cinematografia classica (Weinberg, 1984) e ai cinegiornali (Welch, 1983), il regime sviluppò fin dal 1933 una serie di cortometraggi d'animazione, controparte delle produzioni Disney (Giesen & Storm, 2012). Inoltre, non va dimenticata la produzione fumettistica: il più famoso fumetto nazista è *Vica*, realizzato dal russo Vincent Krassousky dopo l'occupazione della Francia. I tre volumi editi sono un collage di *bande dessinée* e foto di repertorio che propongono una satira della società americana, insistendo sui suoi tratti più ambigui: schiavitù, capitalismo sfrenato, sterminio dei nativi, lobby economiche, uno spaccato dell'immaginario negativo intorno agli Stati Uniti.

Va detto che in Germania la contro-propaganda non ha ricevuto l'attenzione e l'impegno di un Frank Capra, nonostante il regime nazista avesse a sua disposizione registi come la Riefenstahl. Piuttosto, *Triumph des Willens* è stato usato come modello per la promozione attiva della politica e delle dottrine naziste, influenzando lo stesso disegnatore Krassousky nel suo lavoro di editore per la rivista *Le Téméraire*. Tra le forme di collaborazionismo ci sono anche queste modalità "indipendenti" di propaganda, che rappresentano l'altro aspetto della censura applicata dal nazismo in Europa.

## Conclusioni

La censura non appartiene solo al passato. Nel 2010, un tribunale del Kamchatka inserì *Der Fuehrer's Face* nella lista dei documenti considerati estremisti, proibendone la distribuzione, annullando questo bando solo dopo un lungo iter legale nel 2016.<sup>i</sup> Alla luce di quanto detto finora, la censura russa mostra per contrasto la forza di queste immagini, che dopo più di sessant'anni continuano ad esercitare il loro potere. La propaganda, come abbiamo visto, sfrutta questa proprietà delle immagini per influenzare la percezione sociale e gli immaginari pubblici, una modalità che possiamo definire di controllo positivo e selettivo delle informazioni. Le immagini, accuratamente scelte, montate, ri-contestualizzate, sono moltiplicate e diffuse, in modo da raggiungere milioni di persone.

Tuttavia, come abbiamo affermato all'inizio, ogni sistema politico che abbia sfruttato la propaganda per favorire i propri scopi, ha dovuto anche fare i conti con l'impossibilità di controllare fino in fondo i suoi processi. L'itinerario che abbiamo seguito è esemplare di come un modello di propaganda nazista (*Triumph des Willens*) abbia permesso la realizzazione del miglior prodotto di contro-propaganda della Seconda guerra mondiale (*Der Fuehrer's Face*), attraverso un denso intreccio che lega vecchi e nuovi media del

periodo.

Ovviamente *Der Fuehrer's Face* non è mai stato proiettato in Germania durante la guerra, bloccato dalla censura del regime. Ma questa censura non è altro che una pratica complementare alla propaganda - necessariamente complementare - un controllo selettivo e negativo delle informazioni. Censura e propaganda agiscono potenziando o inibendo la performatività delle immagini, senza riuscire mai a controllare pienamente il potere che possiedono *in quanto* parte di un immaginario pubblico, diffuso, complesso.

È nella satira che il potere dell'immagine può manifestarsi pienamente. La satira può essere utilizzata ai fini della propaganda, ma non coincide con essa; consiste piuttosto in un'appropriazione "illegittima" delle immagini, ed è efficace perché mostra l'eccesso di senso – l'indicibile - attraverso un'espressione eccessiva, caricaturale, estrema, a cui non c'è difesa.

## Nota biografica

Nicola Martellozzo è dottorando in antropologia presso il Dipartimento CPS dell'Università di Torino. Autore di saggi e articoli scientifici su riviste nazionali e internazionali, nell'ultimo biennio ha partecipato come relatore ai principali convegni di settore. Oltre all'attività di ricerca sul campo, è membro dell'associazione officinaMentis, per cui organizza un seminario interdisciplinare su Ernesto de Martino in collaborazione con l'Università di Bologna. Tra le più recenti pubblicazioni: *Gli echi dell'icona. La moltiplicazione visuale del sé e i suoi modelli invisibili*, *Echo. Rivista interdisciplinare di comunicazione* (2019); *The Soundscape of Pier Paolo Pasolini's "The Gospel According to St. Matthew"*, *Journal for Religion, Film and Media* (2019); *L'immaginario in lattina: il ruolo del packaging nell'esperienza di consumo di un birrifico artigianale*, *Im@go. A Journal of the Social Imaginary* (2019).

## Bibliografia

- Barsam, R. M. (1975). *Filmguide to Triumph of the Will*. Bloomington/London: Indiana University Press.
- Bateson, G. (1980). An Analysis of the Nazi Film 'Hitlerjunge Quex'. *Studies in Visual Communication*, 6, 20-55.
- Bimbenet, J. (2015). *Leni Riefenstahl. La cinéaste d'Hitler*. Paris: Tallandier.
- Bohn, T.W. (1977). *Historical and Descriptive Analysis of the "Why We Fight" Series*. New York: Arno Press.
- Cecchet, A. (2017). *Salvate il soldato Donald. Cinema di animazione di propaganda americana durante il Secondo Conflitto Mondiale*. Salerno: Arcoiris.
- Delahaye, M. (1965). Leni et le loup. Entretien avec Leni Riefenstahl. *Cahiers du Cinéma*,

170, 42-64.

- Deleuze, G. (2002). *Nietzsche e la filosofia*. Torino: Einaudi.
- Fertig, M. (2017). *Take that Adolf! The Fighting Comic Book of the Second World War*. Seattle: Fantagraphics Book.
- Freeman, M. (2017). *Historicising Transmedia Storytelling. Early Twentieth-Century Transmedia Story Worlds*. New York/London: Routledge.
- Giesen, R., Storm, J.P. (2012). *Animation Under the Swastika. A History of Trickfilm in Nazi Germany 1933-1945*. Jefferson/London: McFarland & Company.
- Hinton, D.B. (1975). Triumph of the Will: Document or Artifice?. *Cinema Journal*, 15, 48-57.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kamalipour, Y.R. & Snow, N. (eds.). (2004). *War, Media and Propaganda. A Global Perspective*. Lanhan: Rowman & Littlefield.
- Kelman, K. (1973). Propaganda as vision: Triumph of the Will". *Film Culture*, 56, 162-7.
- Kimble, J.J. (2006). *Mobilizing the Home Front: War Bonds and Domestic Propaganda*. College Station: Texas A&M University Press.
- Kracauer, S. (1942). *Propaganda and the Nazi War Film*. New York: Museum of Modern Art Film Library.
- Manning, M. (2004). *Historical Dictionary of American Propaganda*. Westport: Greenwood Press.
- Martin, S.E. (2016). Debunking Hitler: *True Comics* as Counter-Propaganda. In T. Goodnow & J.J. Kimble (eds.), *The 10 Cent War. Comic Books, Propaganda and World War II* (pp. 164-182). Jackson: University Press of Mississippi.
- Mitchell W.J.T. (2005). *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ory, P. (2002). *Le petit nazi illustré. Vie et survie du "Téméraire" (1943-44)*, Nautilus, Paris.
- O'Shaughnessy, N. (2017). *Marketing the Third Reich: Persuasion, Packaging and Propaganda*. New York/London: Routledge.
- Rizvi, W.J. (2014). Politics, Propaganda and Film Form: Battleship Potemkin (1925) and Triumph of the Will (1935). *The Journal of International Communication*, 20, 77-86.
- Roeder, G.H. (1993). *The Censored War: American Visual Experience during World War II*. New Haven: Yale University Press.
- Scolari, C., et al. (2014). *Transmedia Archaeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comic and Pulp Magazines*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Sennett, A. (2014). Film Propaganda: Triumph of the Will as a Case Study. *Framework: The Journal of Cinema and Media*, 55, 45-65.
- Shull, M.S. & Wilt, D.E. (2004). *Doing Their Bit. Wartime American Animated Short Films (1939-1945)*. Jefferson/London: McFarland & Company.
- Sontag, S. (1981). *Under the Sign of Saturn*. New York: Vintage.
- Weinberg, D. (1984). Approaches to the Study of Film in the Third Reich: A Critical Appraisal. *Journal of Contemporary History*, 19, 105-126.

- Welch, D. (1983). Nazi Wartime Newsreel Propaganda. In K.R. Short (ed.), *Film and Radio Propaganda in World War II* (pp. 201-219). Knoxville: University of Tennessee Press.
- Winkler, S. (2013). *The Music of World War II. War Songs and their Stories*. Bennington: Merriam Press.
- Yilmaz, R., et al. (eds.). (2019). *Handbook of Research on Transmedia Storytelling and Narrative Strategies*. Hershey: IGI Global.

## Note

---

<sup>i</sup> <https://www.hollywoodreporter.com/news/oscar-winning-donald-duck-short-913151> [accessed 23/07/19]

## Gassman transmediale: *Il Mattatore* del miracolo tra teatro, cinema e tv \*

Agnese Bertolotti\*\*

Università degli Studi della Tuscia

The aim of this essay is to evaluate and validate the role of Vittorio Gassman as a transmedial continuum in the media industry during the Italian second post-war years. In the 1950s a new evolved and complex media system emerged; the reason of this evolution has to be found not only in the country's economic growth, but is also a consequence of the birth of Italian television in 1954, which constituted the most significant change in the cultural consumption of that time. The economic growth of the post war period led to a renewal and expansion of the activities of many of the cultural industries already present in the National territory, and led to the introduction of modern and popular cultural forms, such as the diffusion of illustrated magazines and the birth of a television audience, while the cinema audience was achieving his highest peak in 1955.

The television of the early years was considered an indispensable vehicle for culture and entertainment spreading in Italian homes, often triggering forms of intermediation, drawing contents and forms of entertainment directly from the theater. By widely borrowing from the theater texts, contents, directors and actors, the early Italian television seems far from the film industry. For its part, the cinema, fulfilling its role of public diary in perceiving and representing the Italian society, is not indifferent to the new television medium but it uses it by quoting it, showing it and telling it in a quite osmotic process.

Vittorio Gassman, already known as theater actor, easily fits into this complex context thanks to the television show *Il mattatore*.

*Il Mattatore* was a successful tv show aired in 1959 on the only Rai Channel. The program was brilliant and particularly innovative in the format, so much to escape a precise classification and to be defined as a "mixed show", because of its plurality of genres, tones and interpretations. The following year, the success of the broadcast will led to the production of a film named after it, directed by Dino Risi and buildt around Vittorio Gassman's skills. Thanks to the success of the *Mattatore* formula, the actor seems to travel between the different media, so Gassman can be defined a pioneer of narrative transmediality, the prototype of transmedia continuum in the theater-cinema-TV system of the Italian economic boom.

An analysis of the television show *Il Mattatore* is therefore proposed, using the definition of transmediality presented by Herny Jenkins in 2006 in his work *Convergence Culture*, applying the categories that identify the seven cardinal principles of the trans-media narrations in order to validate the figure of Vittorio Gassman-mattatore as a trans-media prototype, which is not just a simple auroral cross-media example extended to the various media.

**Keywords:** Transmediality, Gassman, Mattatore, italian television.

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* agnese.bertolotti@gmail.com

## Mediasfera del secondo dopoguerra

Nella mediasfera del secondo dopoguerra italiano, forme medialità diverse si trovano a coesistere in una complessa relazione e in costante riformulazione attraverso il genio e l'istrionica interpretazione di Vittorio Gassman, il mattatore.

Provando a ricostruire il panorama mediale del tempo, è impossibile non riconoscere l'interrelazione sistemica già esistente tra i diversi mezzi di comunicazione e non mancano esempi di forme e gradi diversi d'intermedialità per i quali un medium cita, scompone, ricompone, rimedia e traduce l'altro, in particolar modo dopo il debutto del mezzo televisivo nell'esperienza italiana.

David Forgacs nota come l'industria culturale ebbe un ruolo importante nel "ritorno all'ordine" dopo il conflitto, contribuendo allo stesso tempo a creare un nuovo clima politico e morale negli anni del boom, nonostante fosse in atto una sostanziale continuità con la situazione prebellica, dovuta a un'inefficace epurazione; quest'ultima, tuttavia, fu parte della forza assunta dalla Democrazia Cristiana, la quale accentrò gli apparati culturali e guidò l'espansione e l'introduzione delle nuove forme culturali popolari e, così, tutto il processo di modernizzazione del Paese (Forgacs 2000, p.160), avviando l'Italia verso una prima fase di grande convergenza tra i media.

Superata la fase della ricostruzione reale e morale, durante la quale gli italiani si sono confrontati non solo con il disagio materiale causato dagli eventi bellici ma anche con l'inderogabile necessità di ricostruire un comune territorio mentale di appartenenza, è possibile delineare un nuovo profilo dell'assetto mediale che andava costituendosi in Italia: per il compiersi dell'opera di ricostruzione materiale saranno necessari alcuni anni e solo superato il primo lustro dopo la fine della guerra i consumi e il reddito pro-capite torneranno ai valori pre-bellici; il processo di ricostruzione si può però considerare convenzionalmente concluso nel 1952, aprendo la strada a un periodo di rapida crescita che comportò il rinnovamento e l'espansione delle attività di molte delle industrie culturali già presenti nel territorio nazionale (compresa la Rai) e vide l'espansione e l'introduzione di forme culturali popolari moderne, come la diffusione dei rotocalchi e la formazione dell'audience televisiva, quasi contemporaneamente al boom del pubblico del cinema.

Nel dopoguerra si definisce così un orizzonte dei mass media evoluto e complesso: sono gli anni nei quali in Italia prende forma l'ossatura di un moderno sistema di industria culturale, avente al centro, almeno nella fase iniziale, il cinema (Colombo, 1998, pp. 201-240; Ortoleva, 2002, pp.131-133): il periodo che dalla fine del conflitto mondiale va ai primi anni Settanta è segnato da una straordinaria ripresa, artistica oltre che commerciale, del cinema italiano; è nel 1955 che si registra il record assoluto di 819 milioni di biglietti venduti (Quaglietti, 1980, p. 252); in termini soprattutto di audience, quelli del secondo dopoguerra sono gli anni d'oro della cinematografia nazionale, non solo perché nel decennio 1945-1955 il grande schermo rappresenta la scelta preferita del tempo libero

degli italiani e costituisce la voce di spesa più cospicua del reddito destinato all'intrattenimento (Brunetta, 1993, p. 199). Nello stesso arco temporale cresce vertiginosamente il numero di sale destinate alla proiezione di pellicole, che diverrà più che raddoppiato: Federica Villa rileva come nel 1955 in Italia fosse presente un postocinema ogni nove abitanti, mentre in Inghilterra il rapporto era di uno a dodici e negli Stati Uniti si potesse contare su un rapporto di uno a sedici (Villa, 2002, p.189).

A fare da spartiacque nel decennio d'oro del cinema italiano compare un nuovo medium, la televisione, che, dopo alcune trasmissioni sperimentali, fece il suo ingresso nella quotidianità del Paese con l'inizio delle regolari trasmissioni il 3 gennaio 1954, quando, alle undici del mattino della prima domenica dell'anno, Fulvia Colombo, prototipo di "signorina buonasera" della storia della televisione italiana, apparve per la prima volta sul video per annunciare i programmi della giornata, inaugurando il mutamento più significativo nel consumo culturale del tempo: l'avvento della televisione.

## Rimediazioni dal teatro alla Tv

Per il particolare caso sul quale ci soffermeremo, va sottolineato come la televisione italiana apra le sue trasmissioni serali proprio con un omaggio alla tradizione teatrale nazionale, trasmettendo alle 21:45 *L'Osteria della posta*, uno dei rari atti unici di Goldoni. L'opera sancisce "un matrimonio tra due forme di comunicazione" (Grasso, 2000, p.114).

La scelta di iniziare la propria storia con un'opera di prosa teatrale non è affatto casuale, ma è anzi indicativa della vocazione pedagogica ed educativa della Rai: intenzione resa esplicita anche da quanto si può leggere quella stessa settimana sul *Radiocorriere*, rivista settimanale ufficiale della tv di Stato, a commento del programma:

L'apertura in Italia dell'esercizio televisivo ha luogo, come manifestazione d'arte, sotto il segno di Goldoni. Questo riferirsi alla nostra migliore tradizione teatrale, al nostro più confidente e fantasioso autore per dar vita, proprio al suo sorgere, ad una nuova forma di spettacolo, vuole essere raccordo di civiltà. Il mezzo televisivo deve attingere ai precedenti modi d'arte, adeguarli magari alle proprie necessità ed esprimere il compiuto progredire della cultura.

Nei primi anni quindi, la televisione considera il teatro un modello a cui tendere e ispirarsi, dal quale attingere contenuti e forme di spettacolo. Infatti, la prosa occupa un posto importantissimo nella programmazione televisiva: è considerata un veicolo indispensabile per diffondere, nelle case degli italiani, cultura e intrattenimento, ma anche per far conoscere la drammaturgia e i suoi protagonisti a fasce sempre più ampie di pubblico.

Quest'indirizzo è anche frutto della visione del direttore della programmazione Sergio Pugliese, drammaturgo che lavorò molto in radio con l'EIAR come autore dei programmi di prosa, varietà e rivista e che, quando nel 1944 l'ente lasciò il posto alla Rai, dopo aver subito un procedimento di epurazione, tornò a lavorare in continuità con la sua funzione anteguerra, entrando a far parte dello stretto gruppo di dirigenti che prepararono l'avvento della televisione. Pugliese può essere considerato infatti il "papà della tv" poiché guidò la

sperimentazione televisiva e contribuì a fare del teatro il genere televisivo per eccellenza, concependo il mezzo televisivo come una sorta di “teatro casalingo” o come “una radio in movimento” (Grasso, 1992 p.61 e 2000, p.114).

All'interno della prima programmazione televisiva il teatro gode infatti di spazi di rilievo: la serata di punta è costituita dal *Venerdì della prosa*, inaugurato da *Romeo e Giulietta* il 29 gennaio 1954, al quale si affiancheranno repliche domenicali e la prima serata del martedì. Il palinsesto è dunque immediatamente costellato da appuntamenti con il teatro, nell'esplicito intento di avvicinarlo e farlo conoscere al grande pubblico: concepita come un "teatro domestico", la neonata tv diffonde la cultura teatrale e trasforma la platea televisiva in un teatro popolare nazionale, ricoprendo il ruolo che era stato in qualche modo rappresentato fino a quel momento dal cinema.

Nel 1957 la televisione estende il suo dominio grazie ad alcune trasmissioni che, per la loro popolarità, contesero al cinema l'egemonia dell'immaginario nazionale, rivoluzionando l'intero sistema dei media proprio per il diffuso consenso di pubblico che ottennero: trasmissioni come i telequiz *Lascia o Raddoppia?* e *Il Musicchiere*, il cui eccezionale successo di pubblico diventerà fenomeno sociale, tanto da influire sulle programmazioni dei cinema e ritardare i comizi per le elezioni amministrative in piena campagna elettorale (Anania, 2004 p.75, Crainz, 1996 p.149).

Naturalmente, non sono solo teatro, cinema e televisione a comporre il quadro dei consumi culturali degli italiani in quegli anni in una relazione crossmediale: il periodo che si lasciava alle spalle i momenti più difficili della ricostruzione postbellica e che si proiettava verso il boom economico registrò anche un grande fermento nell'editoria di massa, che visse un periodo di vivacità nell'offerta di prodotti editoriali, moltiplicando il numero complessivo delle testate periodiche e differenziando l'offerta per i diversi pubblici.

## Osmosi tra cinema e tv

La televisione nasce in Italia nel momento in cui il cinema aveva raggiunto il massimo della sua diffusione nella vita e nelle abitudini degli italiani.

Abbiamo visto come, pur condividendo con il mezzo cinematografico lo stesso linguaggio comune di base – il linguaggio audiovisivo –, la prima manifestazione di intermedialità e scambio che vede coinvolta la televisione è con il teatro: la Rai degli esordi è lontana dall'industria cinematografica, mentre attinge largamente dal teatro testi, contenuti, registi e attori.

Anche se un diffuso luogo comune rappresenta cinema e televisione in un rapporto contrastato e contraddittorio, la storia dei rapporti tra i due schermi è appassionata e appassionante: una lunga e travagliata relazione che è stata a più voci discussa, indagata, analizzata sotto molti punti di vista (Zagarrio 2004).

Nei primi anni di vita della televisione, il cinema contemporaneo, grazie alla sopravvissuta eredità in molti suoi autori per una certa vocazione al racconto del reale e del vissuto quotidiano del popolo, si trova a documentare il successo di alcune trasmissioni – i telequiz *Lascia o Raddoppia?* e *Il Musicchiere* – che avevano catalizzato

l'attenzione del pubblico. Consacrate dalla settima arte alla memoria collettiva degli italiani, queste trasmissioni vengono messe in mostra in *Totò Lascia o Raddoppia?* (Camillo Mastrocinque, 1956) e *Il Musicchiere* (Camillo Mastrocinque, 1956).

La popolarità di questi programmi fu infatti tale da alterare l'establishment del sistema dei media: contestualmente al crescere del successo di queste trasmissioni, cominciarono a diminuire gli spettatori del cinema, tanto da indurre i gestori non solo a interrompere le proprie programmazioni, ma anche a introdurre in sala un apparecchio televisivo per non perdere pubblico, consentendo la ripresa della visione della pellicola al termine della visione collettiva della trasmissione televisiva.

Numerose sono poi le citazioni televisive nei film del tempo: ne *Lo scapolo* (Antonio Pietrangeli, 1956) Alberto Sordi assiste, insieme a una sua conquista, a un quiz televisivo in una sala di un bar; sempre Sordi, protagonista de *Il vigile* (Luigi Zampa, 1960), condona una multa all'avvenente Sylva Koscina, attesa da Mario Riva per partecipare a una puntata de *Il Musicchiere*.

*Lascia o Raddoppia?* e *Il Musicchiere* sono state senz'altro le trasmissioni ad aver avuto una maggiore risonanza mediale, grazie anche al fascino della normalità dei loro protagonisti. L'attrattività dei nuovi programmi televisivi era infatti data dall'avvicinarsi sullo schermo di personalità ordinarie che venivano consacrate a celebrità, "uomini qualunque che sulla scena televisiva diventavano attori, realizzando paradossalmente quello che il neorealismo aveva solo teorizzato" (Crapis 2002, p. 28). Sono molti i film prodotti nello stesso periodo che si appropriano del mito televisivo attraverso tributi di vario genere, ma la relazione tra i due mezzi è ricca di contaminazioni e scambi: *Campanile d'oro* (Giorgio Simonelli, 1955), come la già celebre trasmissione radiofonica presentata da un giovane Enzo Tortora, ispirerà la trasmissione *Campanile sera* nata nel 1959; *Motivo in maschera* (Stefano Canzio, 1955) propone un programma televisivo che è un gioco musicale a premi calco de *Il Musicchiere*; *L'amico del giaguaro* (Giuseppe Bennati, 1958) darà il titolo all'omonima trasmissione del 1961; *Europa di notte* (Alessandro Blasetti, 1958), si apre con uno spettacolo televisivo. Anche *Il mattatore*, programma sul quale ci concentreremo nel prossimo paragrafo, vedrà nascere un film omonimo – *Il mattatore* (Dino Risi, 1960) – entrambi costruiti sulla personalità artistica di Vittorio Gassman.

Alla fine degli anni Sessanta sarà la tv ad avvicinarsi al cinema in un modo nuovo, iniziando a produrre film destinati già dalla loro ideazione al pubblico televisivo, alcuni dei quali riscuoteranno anche un discreto successo da parte della critica: il primo film è *Francesco d'Assisi* (Liliana Cavani, 1966) al quale seguono *L'Odissea* (Franco Rossi, 1968) e *I Clown* (Federico Fellini, 1970) (Menduni, 1998, p.54).

## Il mattatore

All'alba del 1959, la televisione italiana festeggiava il suo primo lustro di vita con un milione di utenti e poteva fregiarsi di occupare il terzo posto in Europa, dopo Inghilterra e Germania. Non senza difficoltà tecniche, le trasmissioni avevano finalmente raggiunto tutto lo stivale della penisola. Erano già andati in onda più di quattrocento lavori di prosa,

numerose opere liriche, una dozzina di sceneggiati tratti da celebri romanzi. Sembrava essere già scemata la febbre da quiz e l'interesse dei dirigenti della Rai-tv si rivolge sempre con maggior insistenza al teatro e ai suoi protagonisti (Bolla, Cardini 2002, p.20).

È in questo contesto che un mercoledì d'inverno, giornata considerata non di punta nel palinsesto settimanale – precisamente il 4 febbraio – va in onda sull'unico canale Rai, occupando il posto d'onore in prima serata – dalle 21 alle 22 – un programma *sui generis*, il primo “contenitore” della storia, affidato alla magnetica indole del conduttore Vittorio Gassman, icona del teatro italiano, che aveva già debuttato in tv con il *Kean* di Dumas, nell'adattamento di Jean-Paul Sartre, con la regia televisiva di Franco Enriquez.

*Il Mattatore*, per i suoi elementi distintivi, sfugge a una precisa classificazione: nel programma-contenitore, “la multimedialità pre-elettronica e la parodia confluiscono in un unicum televisivo che poggia tutto sulle possenti spalle e la tonante personalità del conduttore” (Grasso 1992, p.104). A cura di Vittorio Gassman e Guido Rocca, condotto da Gassman affiancato da vari attori di formazione teatrale, dalla Rai venne considerato “Programma speciale”: una trasmissione talmente difficile e strana che, celebrando i primi dieci anni della televisione, per poterla classificare si dovette ricorrere a una nuova tassonomia, rimasta unica, un genere mai visto né conosciuto né prima né dopo il 1964, lo “spettacolo misto”, etichetta con la quale si tentò di definire la pluralità dei generi, dei toni e delle chiavi di lettura del programma.

Proprio alla definizione del termine “mattatore” sono tuttavia dedicati i primi minuti di trasmissione: subito dopo la sigla, vediamo il particolare di una mano che sfoglia rapidamente un dizionario, fino a indicare il dettaglio del lemma, letto dalla voce fuori campo di Vittorio Gassman:

Mattatore è la libera traduzione della parola spagnola “matador”, l'uccisore di tori, l'uomo che entra nell'arena per combattere contro un animale infuriato che sfida il rischio ed eccita il fanatismo delle folle con una serie di colpi spavaldi e magniloquenti.

Esuberanza, incontinenza, esibizionismo, invadenza, egocentrismo, sono le caratteristiche del mattatore in campo artistico (Bolla, Cardini 2002, p.21). La trasmissione si articolò in due cicli di 5 puntate ciascuno: il primo gruppo da mercoledì 4 febbraio al 4 marzo 1959, raccontava *Il Mattatore* nella storia, nella musica, nella letteratura. Il secondo gruppo, trasmesso dal 25 marzo al 22 aprile 1959, sceglieva riferimenti di maggiore attualità come il mondo del giornalismo, del cinema o persino quello dei fumetti. Proprio per la sua struttura di “enciclopedia degli spettacoli possibili, per la sua continua altalena di registri, per la novità di un uso spontaneo e meno imbalsamato della diretta”, fu un programma di assoluto rilievo nella storia della televisione italiana (Veltroni 1992, p.151).

Gassman, già noto al pubblico cinematografico per il recente successo de *I soliti ignoti* (Mario Monicelli, 1958) con il personaggio di *Peppe er Pantera*, passa dal palcoscenico al nuovo mezzo televisivo, servendosi di contenuti e strategie attinte dal progenitore teatrale. Nella trasmissione televisiva, infatti, il conduttore incarna un continuum transmediale che dal teatro va al cinema prima di approdare in tv: guardando alla storia, pochi grandi attori sono stati capaci di assumere su di sé la responsabilità di attraversare tutti i possibili

strumenti della comunicazione come ha fatto Gassman” (Veltroni 1992, p.151). In una lunga intervista rilasciata nel novembre del 1961 a Vincenzo Talarico sul Radiocorriere, Gassman esplicherà la sua visione di pioniere della transmedialità narrativa. A proposito del sistema mediale con il quale si confrontava afferma:

se si ha davvero qualche cosa da dire, bisogna tener conto di tutti e tre i mezzi d'espressione, teatro, cinema, televisione... [...] i tre mezzi d'espressione sono come tre penne diverse delle quali lo scrittore può servirsi a seconda dei casi!

## Gassman, forma aurorale della transmedialità

Con il suo debutto da “mattatore” Gassman si pone come continuum transmediale nel sistema teatro-cinema-tv. L'utilizzo dell'aggettivo trans mediale evoca immediatamente l'opera di Henry Jenkins “*Cultura convergente*” (Jenkins 2006) e la sua idea di “narrazione transmediale” intesa come:

un processo nel quale gli elementi integrati di una narrazione vengono sistematicamente separati e diffusi tramite diversi canali di comunicazione, con lo scopo di creare una esperienza di intrattenimento unificata e coordinata. Idealmente, ogni media offre il suo contributo unico allo sviluppo della storia.<sup>1</sup>

L'uso dell'aggettivo *transmediale* nella contemporaneità qualifica quindi i prodotti, le storie, i contenuti, come capaci di viaggiare tra più piattaforme distributive e di incarnarsi su media differenti secondo le regole della convergenza digitale. Nella sua applicazione a un prodotto mediale temporalmente collocato in un'epoca estranea all'attuale convergenza, è utile fare una distinzione di fondo tra due termini che possono apparire come sinonimi, poiché Gassman è un esempio di prototipo transmediale e non si limita a essere un esempio aurorale di crossmedialità estesa<sup>2</sup> ai vari mezzi di comunicazione.

Con *crossmediale* si intende infatti la realizzazione di uno stesso “testo” su differenti piattaforme/media. In buona sostanza è un processo di adattamento di uno stesso racconto per i vari media. Ne sono un esempio contemporaneo a *Il mattatore* i vari adattamenti teatrali per la televisione che danno vita al *teleteatro*.

Con riferimento alla definizione di Henry Jenkins, a caratterizzare come “transmediale” *Il mattatore* è invece la sua capacità di aggiungere brandelli di senso e narrazione a ogni sua diversa concretizzazione sui differenti media.

Gassman è un pioniere della transmedialità narrativa, poiché incarna una narrazione disseminata su molteplici piattaforme, ciascuna delle quali racconta un segmento di storia, una porzione del mondo Gassman/mattatore.

Sempre considerando l'opera di Jenkins, è possibile quindi provare ad analizzare il prodotto televisivo de *Il mattatore* utilizzando le categorie che individuano i sette principi cardine delle narrazioni transmediali (Jenkins 2006).

Secondo Jenkins, una narrazione trans mediale deve essere *spreadable*, diffondibile, ovvero deve propagarsi presso un pubblico quanto più vasto possibile. Per *Il Mattatore*, purtroppo, non esistono dati d'ascolto precisi, in quanto il Servizio Opinioni della Rai non

effettuava ancora ricerche continuate. Tuttavia è possibile ipotizzarne l'estensione di pubblico grazie ad alcune indicazioni dalle quali è possibile dedurre il successo, poiché nella sua *Storia della televisione italiana* Aldo Grasso individua ne *Il Mattatore* il programma dell'anno 1959 (Grasso 1992, p. 104). Nelle puntate successive alla prima, poi, vengono inserite le lettere dei telespettatori e il termine "mattatore" si afferma subito sulla stampa dell'epoca, spesso per identificare lo stesso Vittorio Gassman. In aggiunta a questi indicatori, va ricordato come il programma occupasse la fascia oraria della prima serata in un contesto di assoluta predominio, in quanto il secondo canale nascerà solo alla fine del 1961. Altro concetto evidenziato da Jason Mittell e proposto da Jenkins in associazione con la "diffondibilità" è la penetrabilità (Drillability): Jenkins sostiene che alcuni programmi, più che diffondibili, siano esplorabili in profondità da parte degli spettatori. Si considera quindi la capacità di un contenuto mediale di coinvolgere il pubblico, invogliandolo a scoprire ulteriori elementi di senso approfondendone la conoscenza. Questa caratteristica si riferisce alla qualità di una narrazione di contenere molti angoli e livelli del proprio mondo che non sono dati immediatamente nella storia principale e che – a un pubblico che voglia approfondire, ovvero continuare ad "abitare" quel mondo – riesca quindi a offrire e svelare nuovi elementi di conoscenza. È una caratteristica che qualifica l'approfondimento dei fan più appassionati, che hanno la possibilità di integrare la propria conoscenza grazie a un paniere di contenuti ulteriori, che spesso, nell'attualità, sono co-creati, frutto dell'*engagement* stesso dello spettatore-utente. Non è immediato individuare le modalità disponibili per gli spettatori televisivi del tempo, ma potremmo considerare un elemento di approfondimento non solo l'omonimo film, nato l'anno successivo per la regia di Dino Risi, ma anche il complesso di personaggi e maschere rappresentative della società italiana e interpretati da Gassman nella sua carriera: è egli stesso "il prodotto" transmediale. La sceneggiatura del film *Il mattatore* è simile a quella de *I tromboni* (1956) di Federico Zardi – che lo stesso Gassman aveva interpretato sia sul palcoscenico che in televisione vestendo i panni di nove personaggi – nella trasmissione di quell'anno che portava lo stesso titolo. Ne *Il mattatore* cinematografico, Gassman interpreta diciotto personaggi, in una nuova forma di "spettacolo misto", così come farà lo stesso ne *I mostri* (Dino Risi, 1963).

Altra coppia di principi caratterizzanti una narrazione transmediale sono "continuity" e "multiplicity", continuità e molteplicità.

Una narrazione transmediale deve proporre un universo narrativo plausibile: ciascuna "espansione" deve essere coerente rispetto al contenuto originario. La coerenza è un principio che consente al pubblico di raccogliere i vari frammenti di senso e assemblarli in una narrazione pertinente e non contraddittoria, che assicuri continuità logica e cronologica. La molteplicità, invece, crea racconti alternativi all'interno di un unico universo narrativo, dove i personaggi e gli eventi si vedono in prospettive nuove.

Il senso di continuità e molteplicità è rispettato ne *Il mattatore* a partire dalla prima puntata: quasi come se fosse uno spin off de *I soliti ignoti*, film del 1958 diretto da Mario Monicelli, vediamo comparire Gassman come *Peppe er Pantera, insieme a Ferribotte* (Tiberio Murgia) e *Capannelle* (Carlo Pisacane). Trascinato come torero volontario, *Peppe*

er *Pantera* in giacchetta a righe, scura e deformata, entra nella Plaza de Toros allestita per la prima puntata de *Il mattatore*.

Peppe: Ahò, che spigni! A matto! Ma che corride! Io non c'entro niente, io ho sempre praticato sport tranquilli, paciosi: golf, tennis, polo magari!

Paolo Ferrari (nella parte del presentatore-maestro di cerimonie): La gente vuole vedere la corrida. Arriba il toro!

Peppe: Ahò!

Paolo Ferrari: Arriba sta come "evviva" in spagnolo!

Peppe: E io sto come "morto" in italiano!

*Ferribotte*, nominato sul campo assistente torero, lo incoraggia ad affrontare con onore "l'animale bicornuto". Ormai calatosi nella parte, Peppe dichiara: "Ssso' un torero scientifico!", sibilando con la balbuzie di cinematografica memoria e, in linea con il personaggio de *I soliti ignoti*, decide finalmente di praticare sul toro "un foro parietale all'altezza del terzo occipite destro" e chiede la collaborazione dell'amico che gli passa "i ferri" del mestiere, proprio come avviene nel film. Simulato il foro, Peppe viene sbalzato in avanti e si trova in realtà al di là di un muro, con accanto Capannelle che, citando nuovamente la pellicola di Monicelli, lo redarguisce esasperato: *Hai sbagliato parete un'altra volta!*

Nell'analisi di Jenkins la *molteplicità richiama* le attività di scrittura parallela del *fandom*, che possono dar vita ad aspetti particolari che contraddicono il mondo narrativo originario, variandolo, e generando contenuti alternativi, come ripetizioni o versioni alternative della storia, diversi filoni narrativi, nuove prospettive per personaggi ed eventi.

Terza coppia terminologica presentata da Jenkins è quella data dall'immersione e dall'estraibilità, principi che caratterizzano la relazione tra spettatore e oggetto transmediale, così come anche la "costruzione di mondi". La "serialità" è la caratteristica che distingue i prodotti che sviluppano una storia attraverso più puntate: da questo punto di vista, la struttura della programmazione della trasmissione de *Il mattatore* sembra rispecchiare in nuce quella delle odierne serie tv, caratterizzandosi attraverso una trama verticale interna a ciascuna puntata e una trama orizzontale coerente e diversificata nei due cicli-stagioni che offrono una galleria dei più celebri mattatori di tutti i tempi. Anche soggettività e performance sembrano essere aspetti troppo strettamente legati alla convergenza digitale, per i quali è difficile ritrovare degli esempi del tempo, ma anche in questo caso si può ipotizzare come la grande popolarità della trasmissione abbia portato all'emulazione da parte del pubblico di contenuti e caratteri de *Il mattatore*, considerando anche quanto nella graduatoria di popolarità televisiva Gassman godesse di un favore incondizionato: è al secondo posto con 85 punti, dopo Mario Riva (89 punti) e prima di Mike Bongiorno (80) (Bolla e Cardini 2002, p.29).

Il mattatore rappresenta dunque un possibile archetipo di narrazione transmediale poiché, come fa notare Jenkins per *Matrix*, non esiste un unico testo a monte dove si possono trovare tutte le informazioni necessarie per comprenderne l'universo, ma è necessario che queste vengano raccolte transitando su media differenti.

## Condannato “mattatore” a vita

Gassman, eclettico artista del dopoguerra italiano, dimostra di intuire le potenzialità della neonata tv e se ne appropria per affrancarsi dalla propria reputazione di antipatico: prima di diventare *Il mattatore* è già un attore conosciuto e apprezzato dal pubblico televisivo per aver proposto in tv testi teatrali ed aver partecipato, come ospite di Mario Riva, al popolare programma *Il Musicchiere* nel 1957.

Vero eroe transmediale, dapprima migra dal teatro al cinema, mutando grazie alla regia di Mario Monicelli che gli affida i panni del pugile aspirante ladro ne *I soliti ignoti*, anche se la vera chiave di volta della sua carriera è data dal transito televisivo: Gassman riconosce una crescente importanza al nuovo mezzo e muta ne *Il mattatore*, ruolo-etichetta che gli resterà addosso per tutta la vita.

In realtà, il primo ad accostare l'epiteto alla performance di Gassman fu il critico Silvio D'Amico che, commentando la sua interpretazione nella parte di Kean, asserisce che

Sfoggiandovi tutte le sue doti di formidabile attore che, [...] recita se stesso: e quindi ha recitato con sicurezza, con una versatilità di note e di accenti, con un dominio della scena, con una potenza tali da far insorgere in noi veterani i più lontani ricordi dei sommi mattatori del passato. (Bolla, Cardini 2002, p.24).

Il suo destino è così tracciato nell'ultima puntata della trasmissione, quando una sentenza inappellabile lo condanna “mattatore a vita”. In modo quasi profetico, Gassman ribatte:

Il problema è quando uscirò. Cosa farò? Penso al dopo, alla condanna a fare il mattatore di professione, il mattatore a vita, a mentire, a correre dietro alla pubblicità, ai compromessi, a sostenere dei ruoli. Quello, ad esempio, del pianificatore ad oltranza che quando si ficca un'idea in testa non c'è nessuno che gliela leva di mente. Un mostro, insomma, un mostro!

Questa profezia del mattatore si realizzerà al cinema, prima nell'omonimo film *Il mattatore* (1960), poi quando interpreterà Bruno Cortona, ne *Il sorpasso* (Dino Risi, 1961), ma soprattutto quando incarna un catalogo camaleontico di ipocrisie, vanità, falsità, interpretando la mostruosità dell'Italia del boom vista da Dino Risi ne *I mostri* (Dino Risi, 1963).

## Conclusioni

Ripensare la figura di Vittorio Gassman, trasportandola all'interno di categorie di analisi proprie della contemporaneità come quelle proposte da Jenkins, è utile per riflettere secondo una nuova prospettiva sul panorama mediale del secondo dopoguerra, nel quale è impossibile non riconoscere l'interrelazione sistemica tra i media e nel quale non mancano forme più o meno complesse d'intermedialità. Infatti, analizzando le diverse performance nelle quali Vittorio Gassman costituisce il continuum transmediale, è possibile ritrovare una costellazione di racconti formati dall'interazione di tre espressioni medialità differenti – teatrale, cinematografica e televisiva – rese coerenti e funzionanti

proprio dal continuum corporeo del protagonista stesso che, migrando da un medium all'altro, incarna in sé una forma aurorale di transmedialità, creando per il pubblico italiano un'esperienza unificata e coordinata grazie al suo ruolo di *mattatore*.

## Nota biografica

Agnese Bertolotti è assegnista di ricerca presso il Dipartimento di Scienze Umanistiche, della Comunicazione e del Turismo dell'Università degli Studi della Tuscia, dove ha conseguito il titolo di Doctor Europaeus per il dottorato di ricerca in "Storia d'Europa: società, politica, istituzioni (XIX-XX secolo)". Nel 2015 è stata Visiting Research Student presso il dipartimento di "Film and Television studies" dell'Università di Warwick in Inghilterra. Tra le più recenti pubblicazioni *Da una sponda all'altra: le donne e il Mediterraneo attraverso il cinema* in S. Cruciani, M. Ridolfi (a cura di), *L'unione europea e il mediterraneo. Interdipendenza politica e rappresentazioni mediatiche (1947-2017)*, Franco Angeli, Milano 2017; *Spazio pubblico cinematografico nel dopoguerra italiano* in G. Fiorentino, C. Moroni (a cura di), *Immagini dello Spazio Pubblico, Immagini nello Spazio Pubblico*, Settecittà, Viterbo 2018.

## Bibliografia

- Abruzzese A., (1995) *Lo splendore della tv. Origini e destino del linguaggio audiovisivo*, Genova: Costa & Nolan.
- Anania F., (2004) *Breve storia della radio e della televisione italiana*, Roma: Carocci.
- Barra, L., (2015), *Palinsesto. Storia e tecnica della programmazione televisiva*, Roma-Bari: Laterza.
- Bolla L., Cardini F., (2002), *Vittorio Gassman: una vita da mattatore*, Roma: Rai-Eri.
- Bosio R., (2015) *Mattatore: vita e parole di Vittorio Gassman*, Torino: Bradipolibri.
- Brunetta G.P., (1993) *Storia del cinema italiano. Dal neorealismo al miracolo economico 1945-1959*, vol. 3, Roma: Editori Riuniti.
- Brunetta G.P., (1995) *Il cinema legge la società italiana*, in *Storia dell'Italia Repubblicana*, vol. 2, Torino: Einaudi.
- Colombo F., (1998), *La cultura sottile. Media e industria culturale in Italia dall'Ottocento agli anni Novanta*, Milano: Bompiani.
- Crainz G., (1996) *Storia del miracolo italiano. Culture, identità, trasformazioni fra anni cinquanta e sessanta*, Roma: Donzelli
- Crapis G., (2002) *Il frigorifero del cervello. Il Pci e la televisione da "Lascia o raddoppia" al "Grande Fratello"*, Milano: Rizzoli.
- D'Amico M., (1985) *La commedia all'italiana. Il cinema comico in Italia dal 1945 al 1975*, Milano: Mondadori.
- Forgacs D., (2000), *L'industrializzazione della Cultura italiana 1880-2000*, Bologna: Il Mulino.

- Forgacs D., Gundle, S., (2007) *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, Bologna: Il Mulino.
- Grande M., (2003) *La commedia all'italiana*, Roma: Bulzoni .
- Grasso, A., (1992), *Storia della televisione italiana*, Milano: Garzanti.
- Grasso, A., (2000), *Radio e televisione. Teorie, analisi, storie, esercizi*, Milano: Vita e Pensiero.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press; trad. it. (2007) *Cultura convergente*, Milano: Apogeo.
- Menduni E., (2006) *I linguaggi della radio e della televisione. Teorie, tecniche, formati*, Roma-Bari: Laterza.
- Monteleone F., (2003) *Storia della radio e della televisione in Italia. Un secolo di costume, società e politica*, Venezia: Marsilio.
- Morcellini M. (a cura di), *Il mediaevo italiano. Industria culturale, Tv e tecnologie tra XX e XXI secolo*, Roma: Carocci.
- Ortoleva P., (2002), *Mediastoria. Comunicazione e cambiamento sociale nel mondo contemporaneo*, Milano: Il saggiatore.
- Veltroni W., (1992) *I programmi che hanno cambiato l'Italia: quarant'anni di televisione*, Milano: Feltrinelli
- Villa F., (2002) *Consumo cinematografico e identità italiana*, in M. Franchi, E.Mosconi (a cura di), *Spettatori. Forme di consumo e pubblici del cinema 1930-1960*, Roma: Biblioteca di Bianco&Nero.
- Radiocorriere, settimanale della radio e della televisione 3-9 gennaio 1954, anno XXXI numero 1, p.14.
- Radiocorriere TV, 26 novembre - 2 dicembre 1961, anno XXXVIII numero 48, pp. 17-18.
- Zagarrio V. (2004a), *Cine ma tv. Film, televisione, video nel nuovo millennio*, Torino: Lindau.
- Zagarrio V. (2004b), *L'anello mancante. Storia e teoria del rapporto cinema-televisione*, Torino: Lindau.

## Note

<sup>1</sup> Tre anni dopo, Jenkins ritornerà sul concetto di transmedialità nel suo weblog *Confessions of an Aca-fan*, pubblicando *Revenge of the Origami Unicorn*, un approfondimento e ripensamento del terzo capitolo di *Convergence Culture*, che si intitolava appunto *Searching for the Origami Unicorn: the Matrix and Transmedia Storytelling*. [http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/blog/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html)

## Performing media: mediologia del teatro e proto-transmedialità nel pensiero di Raymond Williams 1952 – 1954\*

Alfonso Amendola\*\*, Vincenzo Del Gaudio\*\*\*<sup>1</sup>  
Università degli Studi di Salerno

This paper intends to address, in an introductory form, the thinking about theater and the drama of the British sociologist Raymond Williams. Williams' work between 1952 and 1954 is based on the attempt to think of theater within the mechanisms of the cultural industry. In particular, Williams tries to read the drama as an intermedial and transmedial form *ante litteram*. Following the evolution of the sociologist's thought it is possible to derive a series of concepts, a toolbox, useful for understanding the theater within the digital mediascapes. These concepts can be linked to some assumptions of theater mediology. Our work intends to sound along and give a first account of these concepts starting from two books: *Drama: From Ibsen to Brecht* and *Drama in Performance*.

**Keywords:** Drama, Performance, intermediality, transmediality, performing media

### Del dramma e del sociale

Nel 1952, un giovane Raymond Williams che l'anno prima, dopo essere stato richiamato dall'esercito britannico, si era rifiutato di partire per la guerra di Corea, pubblica il suo secondo libro dal titolo: *Drama: from Ibsen to Elliot* (Williams 1952). Nel 1954 invece pubblica un altro testo sul *drama* intitolato *Drama in Performance* (Williams 1954). Questi due testi rappresenteranno delle vere e proprie forme aperte su cui Williams ritornerà per tutti gli anni Sessanta, smontandoli e rimontandoli, tagliando e cucendo il suo pensiero sulla forma drammatica intorno ad un unico rovello teorico, cioè quello di inquadrare il dramma all'interno del cambiamento dei consumi culturali determinato dall'avvento di cinema e radio prima e televisione poi. Il primo diventerà *Drama: from Ibsen to Brecht* nel 1964 e il secondo verrà ampliato e ripubblicato nel 1968. In mezzo alla pubblicazione delle seconde edizioni dei due testi il sociologo gallese pubblica il terzo volume di quella che potrebbe essere considerata una trilogia sul teatro *Modern Tragedy* (Williams 1966). Oltre a questi tre testi sempre nel 1954 Williams pubblica insieme a Michel Orrom il testo *Preface to Film* in cui porta ad estreme conseguenze il ragionamento iniziato in *Drama: From Ibsen to Elliot*, l'unico testo tradotto parzialmente in italiano (Williams 2015). Il lavoro

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* [alfamendola@unisa.it](mailto:alfamendola@unisa.it)

\*\*\* [delgaudio.vincenzo@gmail.com](mailto:delgaudio.vincenzo@gmail.com)

sul dramma, che proseguirà in forma meno sistematica anche negli anni successivi, si inserisce all'interno del progetto di analisi delle forme della cultura a partire dai mutamenti dei meccanismi di produzione della giovanissima coeva industria culturale. Inoltre gli scritti sul dramma si inseriscono in un fervente dibattito sul tema inaugurato nel 1911 da György Lukács e la sua monumentale opera sul dramma moderno (Lukács 1967, 1967a, 1967b) e che si svilupperà per tutta la prima parte del secolo trovando il suo apice nella pubblicazione nel 1956 della *Teoria del dramma moderno 1880 – 1950* di Peter Szondi (Szondi 1962). La particolarità del lavoro di Williams rispetto al dibattito sociologico e filosofico sul dramma è che esso si caratterizza per la comprensione che il teatro si trova, nell'epoca dell'industrializzazione dell'intrattenimento, non tanto in una posizione antitetica rispetto ai media elettrici, e quindi a dover difendersi da loro (in particolare cinema, radio e successivamente televisione), quanto che le forme drammatiche rientrano in una particolare visione integrata dei media dove esse vengono *rimediate*<sup>2</sup> nel passaggio da un medium ad un altro. Assunto questo che deve essere inserito in una complessa visione della forma drammatica come forma culturale fluida e mobile che non si riferisce esclusivamente alla sfera teatrale tanto meno a quella dell'arte ma anche e soprattutto alla sfera sociale (Denunzio 2015). È utile ricordare da subito l'interesse di Williams per le forme rimediate del dramma non è esclusivamente teorico. Egli sarà anche autore di tre drammi: *Koba* che viene inserito come appendice alla prima edizione di *Modern Tragedy* (scomparirà dalla seconda) e soprattutto *A Letter from the Country* e *Public Enquiry* scritti per BBC television rispettivamente dell'aprile del 1966 e del marzo 1967. Infine lo studio della forma drammatica non si limita ai passaggi di questa da un medium ad un altro ma sfocia, a partire dalla fine degli anni Sessanta, nel tentativo di pensare ad essa all'interno di drammatizzazioni sociali quotidiane cioè di pensare i modelli culturali come azioni drammatiche e di conseguenza come *social acts* (Jones 2006, p. XIII). Nel 1974 Williams comincia ad insegnare all'Università di Cambridge proprio ricoprendo la cattedra di *Drama* e la lezione inaugurale del suo corso pronunciata il 29 Ottobre ha proprio come scopo quello di mostrare come la forma drammatica sia una forma sociale e come tale vada compresa alla luce della drammatizzazione della società intesa come: “the slice of life, once a project of naturalist drama, is now a voluntary, habitual, internal rhythm; the flow of action and acting, of representation and performance, raised to a new convention, that of a basic need” (Williams 1975, p. 13). All'interno del materialismo culturale del sociologo gallese, con la sua solida radice marxista, il concetto di *drama*, e di conseguenza il dispositivo scenico entro cui questo si sviluppa, ha una centralità fondamentale. Il nostro lavoro intende proporre una prima introduzione ai concetti portanti della sociologia del teatro di Williams al fine di mostrare come essa possa essere letta in controluce con alcuni dei concetti propri della mediologia del teatro (Abruzzese, 2017; Amendola, 2006; Amendola e Del Gaudio, 2018; Bay-Cheng, Kattenbelt, Lavender & Nelson 2010; Bay-Cheng, Parker-Starbuck & Saltz 2015; Deriu, 2012, 2013; Dixon, 2007; Giannachi 2004, 2009; Gemini, 2003; Monteverdi, 2011; Pizzo, 2013; Salter, 2010; Scheer & Klich, 2011). Questo lavoro deve essere considerato come una prima messa a fuoco della cassetta degli attrezzi teorica che Williams produce negli anni Cinquanta. Il suo sviluppo è diviso in due parti complementari. Da un lato analizzeremo i concetti cardine che troviamo in

*Drama from Ibsen to Brecht* e dall'altro quelli contenuti in *Drama in Performance*. Anche se la trattazione avviene in forma separata solo per comodità argomentativa, dal nostro punto di vista questi concetti sono in relazione tra loro e disegnano una costellazione aperta e allo stesso tempo coerente.

## **Drama. Ripensare l'immaginazione drammaturgica e la performance tra Ibsen, Eliot e Brecht**

*Drama: from Ibsen to Brecht* si apre con una presa di coscienza del fatto che il teatro ha perso la centralità avuta nei secoli passati come forma spettacolare egemone per la produzione dell'immaginario sociale. Williams si rende conto però che tale crisi non è una crisi del dispositivo scenico *tout court* quanto delle sue forme istituzionali: è il teatro come istituzione ad essere messo in crisi dall'industrializzazione delle forme di consumo legate al tempo libero, in particolare il cinema e la radio e successivamente la televisione:

The crisis of performance, and of the theatre as an institution, itself affected by new means of dramatic performance in the cinema, in radio and in television, has made the continuing problem of dramatic form especially acute. Certain orthodoxies have hardened, and many damaging gaps have appeared and continued to appear. But also, through and within these difficulties, the energy and power of dramatic imagination have continued to create some of the essential consciousness of our world (Williams 1964, p. 11).

Sin dall'incipit del testo Williams espone quella che è la tesi portante del suo pensiero socio-mediologico sul dispositivo scenico. Il cinema e la radio sono a tutti gli effetti delle forme drammatiche e questo impone un ripensamento della forma drammatica in chiave *intermediale*. Inoltre, se il teatro come istituzione e come pratica sociale viene messo in crisi dall'industria culturale questo non significa che esso non ne faccia parte. Non soltanto le forme mediali sono forme drammatiche ma il sociologo gallese chiarisce che al centro di tale comunanza ci sono due elementi: 1) l'immaginazione drammatica e 2) la performance e questi due elementi sono sempre riferiti ad un terzo che mette a fuoco le forme del consumo: 3) la convenzione. Per quanto riguarda l'immaginazione drammatica Williams intende con questo termine l'idea che il teatro condivide con gli altri media la capacità di produrre narrazioni per immagini che possono creare un immaginario sociale condiviso. Significa ancora che, nonostante le differenze strutturali tra il teatro e le altre forme mediali il loro impatto, la loro collisione, proprio perché si basa sulla comunanza dell'immaginazione drammatica, implica una sorta di processo di *rimediazione*. L'immaginazione drammatica tiene unito ciò che è evidentemente separato sul piano tecnologico, essa regge un processo biunivoco di intermediazione<sup>3</sup>. Proprio a questo proposito nell'analizzare il lavoro di Ibsen, Williams mostra come in esso la costruzione dell'azione drammatica sia già cinematografica anche se essa sarà possibile solo con l'avvento del cinema: "What had there been imagined became technically possible only in film. It is, in that full sense, a dramatic poem: the organization of language going beyond any available theatrical action, to create a new kind of dramatic action" (Williams 1964, p. 43). Per spiegare meglio questo concetto qualche pagina più avanti, nell'analisi del lavoro

di Strindberg, il sociologo aggiunge: “More clearly even than Ibsen, Strindberg was creating a kind of dramatic action — a sequence of images in language and visual composition — which became technically possible only in film” (Williams 1964, p. 76). Ibsen e Strindberg, con modalità diverse, pensano ad una azione drammatica fatta di immagini e che si struttura come una composizione visuale le cui caratteristiche di base saranno poi quelle dell’azione drammatica cinematografica.

L’immaginazione drammatica allora regge un concetto di dramma che oggi definiremmo “transmediale” (Frezza 2015, p. 10) che cioè pensa all’azione drammatica come uno spazio di continue rimediazioni e rimodellamenti tra diversi dispositivi mediali.

Se l’intero processo si fermasse sul piano dell’immaginazione drammatica esso non giungerebbe mai veramente sul piano del visibile, piano che è decisivo sia per il teatro che per il cinema. A questo proposito Williams chiama in causa la nozione di *performance*. All’inizio degli anni Cinquanta tale nozione non è ancora connotata come oggi, non è stato ancora pubblicato il testo di John L. Austin *How to do things with the words* (Austin 1962) e che sdoganerà per la prima volta il termine *performativo*. Non è ancora uscito *The presentation of self in everyday life* (Goffman 1959) che utilizzerà il termine su di un piano sociale. Siamo ancora ben lontani dalla formulazione che al termine daranno i *performance studies* che troveranno un loro primo momento di fioritura teorico a partire dalla prima metà degli anni Sessanta (Schechner 2018, Worthen 2010, Shepherd, Wallis 2004, Turner 1986, 1993) e che sfocerà in una vera e propria svolta performativa (Fischer-Lichte 2014). Williams per performance intende:

un gran numero di azioni: differenti modi di parlare, di recitare e di cantare; diverse modalità di movimento, incluso il movimento comune, i gesti di molti tipi e di differenti gradi di formalizzazione e la danza anch’essa con le sue differenti forme, tutte impiegabili da un individuo solo o da un gruppo, così come del resto il parlare, il recitare e il cantare; e ancora, modi della rappresentazione visiva nei vestiti dei performers, nella presentazione della scenografia, nell’uso della luce o delle immagini visive, statiche o in movimento; infine, le modalità del suono, formalizzate nella musica o articolate in tutte le altre possibilità che non riguardano la voce umana (Williams 2015, p. 23).

La performance è quel movimento che si basa sui processi di produzione materiale dell’immaginazione drammatica. La performance è determinata da un’azione già sempre di natura intermediale cioè essa tiene insieme l’azione umana, i processi meccanici di produzione della materialità e gli elementi che la caratterizzano sono di natura sia umana che tecnologica. Inoltre la performance è un’azione sempre *rimediativa* che va dalla rimediazione della letteratura drammatica da parte del teatro alla *rimediazione* di quest’ultimo da parte della radio del cinema e della televisione. Il dramma per Williams si costituisce su un piano *transmediale* ante litteram, perché esso produce le proprie performance a partire da un universo dei media che è integrato, in cui le strutture mediali e le loro logiche di produzione passano da un medium all’altro. Inoltre il pensiero sul dramma del sociologo gallese sembra anticipare l’idea delle performance intermediali (Kattenbelt 2008, Kattenbelt, Chapple 2006, Kattenbelt, Nelson, Bay-Cheng, Lavender 2010) che con i media digitali diventeranno fondamentali per lo studio mediologico del teatro e della performance. Il modello performativo che sembra avere in mente Williams si costituisce intorno all’idea che la collisione tra due dispositivi mediali provochi uno

smottamento, una modifica del funzionamento di entrambi. Infine, proprio perché il materialismo culturale di Williams si iscrive nel tentativo di scandagliare ed interrogare le forme di produzione legate all'industria culturale, Williams pone un accento decisivo sulle forme di fruizione e di consumo della performance e a questo proposito il sociologo utilizza un altro importante concetto, quello della convenzione:

Convention, as we have seen, covers tacit agreement as well as accepted standards. In the actual practice of drama, the convention, in any particular case, is simply the terms upon which author, performers and audience agree to meet, so that the performance may be carried on. Agree to meet, of course, is by no means always a formal or definite process; much more usually, in any art, the consent is largely customary, and often indeed it is virtually unconscious. (Williams 1964, p. 15)

Per convenzione si intende quindi un accordo tacito tra chi produce e chi consuma i prodotti performativi che si basa su di una serie di standard accettati. Per spiegare bene questo processo Williams recupera il significato originario del termine: "A convention was originally a coming together or assembly, from *fw* convention, *F*, *conventionem*, *L* – assembly, *rw* convenire, *L* – to come together. As such it has been used in English since C16, and is still quite often used in this sense. There is a natural extension of use to mean an agreement, and this has been common in English since C15" (Williams 1976, pp. 43 – 44). La convenzione ha a che fare con un'assemblea che giunge ad un accordo. Quindi le forme di produzione dell'industria culturale si basano su principi convenzionali che non hanno nulla della natura negativa con cui di solito si leggono le standardizzazioni legate all'industria, anzi essi rappresentano una forte spinta innovativa sia sul piano culturale che sociale. La natura della convenzione ha infatti a che fare con un sentire collettivo che produce un rinnovamento culturale e sociale: "a temporal metamorphosis; conventions begin as inherited forms that are challenged by structures of feeling, which then themselves become the new conventions to be challenged in their turn" (Simpson 1995, p.32). Il concetto di performance in riferimento al concetto di convenzione, così come essi vengono elaborati della sociologia della cultura di Williams (Jones 2004) quindi, hanno una forte valenza mediologica e possono essere utilizzati per capire, sul piano archeologico i fondamenti della mediologia del teatro per cui il ruolo anticipatore di Williams rimane fondamentale.

## **E tutto fu "Drama in performance"**

Se in *Drama: from Ibsen to Brecht* Williams formalizza la necessità di un pensiero integrato sui media, un pensiero che tenga insieme, con le dovute differenze, il teatro, il cinema, la radio e la televisione, in *Drama in performance* sembra avere una sorta di atteggiamento media-archeologico atto alla ricostruzione materiale di alcune funzioni del teatro e del dramma che poi diventano centrali per gli altri media e per la *rimediazione* della forma drammatica.

L'attenzione interdisciplinare di Raymond Williams, il suo continuo attraversare il sistema letterario, gli studi culturali, i mass media e, nello spaccato specifico della nostra indagine, la scrittura scenica (Bartolucci 1968, Mango 2003) indicano per lo studioso della

contemporaneità uno straordinario modello proto-transmediale decisamente da scoprire. A partire da *Drama in Performance* il sociologo gallese individua una precisa metodologia spinta ad esplorare la produzione, le convenzioni, la forma e la complessità scenica nei suoi continui riverberi performativi, istituzionali, organizzativi, spaziali, sociali che vanno dal testo teatrale nella sua evoluzione di sceneggiatura cinematografica e nella sua ulteriore piega di drammaturgia televisiva. Per Williams il teatro è potente annuncio di formazione sociale, infatti “Il concetto fondamentale di ‘cultura’ nell’opera di Williams è una pratica di apprendimento che ha luogo nel contesto di un’intera società e il teatro è per lui un caso esemplare – non ultimo per la sua natura pubblica- di come questo apprendimento possa procedere tramite innovazioni nel contenuto e nella forma rappresentativa” (Rustin e Rustin 2005, p. 15). Insomma, Williams coglie il “potenziale” del teatro, la sua vocazione “interdisciplinare”, il suo continuo slancio verso la pluralità degli eventi. E seppur in fase iniziale sottolinea la fatale “dialettica” tra cinema e teatro, infatti nell’analizzare le sostanziali differenze ne individua i punti in comune e di contiguità. Riconoscendo che “Film and television, inherently more open and active forms” (Williams 1954, p. 200). Lo sguardo trasversale di Williams è l’annuncio di una ricerca che nel tempo identificheremo come “analisi delle perfezioni” dove il sociologo, inoltre, ci spinge con rigorosa attenzione ad analizzare i testi più significativi della storia del dramma in una chiave decisamente innovativa. Dovendo sintetizzare gli spazi della sua riflessione possiamo cogliere almeno 8 precisi elementi che andiamo ad elencare:

1. *Il palcoscenico greco.* Straordinaria intuizione di costruzione scenica e prototipo di una innovativa sintesi, uno spazio fisico e dinamicamente performativo dove la dimensione teatrale stabilisce la concreta scansione del senso.

2. *Le compagnie girovaghe e il carro da spettacolo del teatro medievale.* Il dispositivo scenico si ripensa verso un cortocircuito di azione sociale e presenza sul territorio in grado di assorbire modelli differenti e soprattutto rilanciarli in una chiave di continua sintesi ed innovazione. In questa successione di continuo movimento possiamo ripensare in blocco lo spazio, il tempo, l’ascolto, il corpo.

3. *La sala da gioco pubblica elisabettiana.* Ancora un ripensare lo spazio fisico della scena (e quindi della rappresentazione). L’attore non è più “davanti” al pubblico ma è “in mezzo”. Il palcoscenico dentro la platea è totale annuncio di dinamica interattiva e contaminata. Inoltre, come successivamente noterà nella Lunga rivoluzione (1960) il materialismo radicale di Raymond Williams indaga il rapporto tra committenza dei finanziamenti e pubblici (oggi li avremmo identificati come “consumatori”). Da un lato la monarchia e l’aristocrazia, dall’altro il proletariato (il tutto ferocemente osteggiato dai commercianti). Per Williams il contesto sociale (tra produzione e consumo) è la base e la forza del grande teatro elisabettiano e della grande propagazione che nel tempo avrà.

4. *I teatri commerciali della Londra tra Restaurazione e fine del XIX secolo.* È un guardare al sistema produttivo e di fruizione con una meticolosità che ritroveremo nelle ricerche di Williams sui palinsesti televisivi. I temi ci sono tutti: il pubblico, l'intrattenimento, il concetto di industria che cambia radicalmente.

5. *Il palcoscenico naturalistico del Moscow Art Theatre.* Potente invenzione/intuizione di Konstantin Stanislavski e Vladimir Nemirovich-Danchenko di un teatro come spazio di ricerca, una costante narrazione del vero e soprattutto un'attenzione che va ben oltre la parola e guarda al gesto, all'agire, al movimento.

6. *Il dramma sperimentale del XX secolo.* Sono tre gli autori su cui Raymond Williams si sofferma: Thomas Stearns Eliot, Bertolt Brecht e Samuel Beckett. Ed analizza rispettivamente: *The Family Reunion* (Riunione di famiglia, 1939), *Leben des Galilei* (Vita di Galileo, 1938-39) e *En attendant Godot* (Aspettando Godot, 1952) tre testi innovativi dove si ripensa radicalmente la funzione del pubblico (oggi diremmo delle audience) e una modernizzazione dell'azione- Nello specifico per Eliot lo spazio fisico diventa la perfetta dimensione della spiritualità, per Brecht il teatro è continua esplorazione di storia e dialettica, per Beckett il teatro è l'essenziale in una scrittura drammaturgica dominata da "non inizio" e "non finito". Tre modelli di sperimentazione e di radicale ripensamento delle funzioni sceniche e del "gusto del pubblico".

7. *Il cinema contemporaneo.* Autore di riferimento è Ingmar Bergman. Il regista svedese ripensa alle radici il dramma e lo "riscrive" in chiave filmica. Raymond Williams si sofferma in particolare su *Smultronstället* (Il posto delle fragole, 1957) sottolineandone la centralità nell'immaginario contemporaneo e l'abile capacità di ripensare il dramma attraverso l'impianto filmico. Bergman, nella riflessione di Williams, sottolinea il suo passaggio dal teatro al cinema come sintesi di un processo culturale tra scrittura, performance, metodo ed esperienza.

8. *Un'idea di modello del teatro Shakesperiano.* In questo punto il sociologo gallese riflette sui succedanei passaggi tra adattamento cinematografico e riscrittura televisiva dell'opera del bardo. Il teatro di Shakespeare è fonte costante di ispirazione, tra cinema e televisione, e la sua opera è continuo sguardo verso una modernità che ha saputo cogliere il movimento come frutto del tragico.

*Drama in performance* sembra annunciare quella teoria del flusso che troveremo in tanti altri lavori sui media di Williams, dove il sociologo spinge la sua ricerca non tanto sul contenuto ma sull'organizzazione della comunicazione e sulla sua tecnologia. E continua a cercare lo specifico della sua forma culturale in rapporto sempre con le strutture sociali. La progettualità "Proto-transmediale" di Williams legge il teatro come una vera e propria ansia di progressione, dove lo spazio scenico è in continuo sommovimento, in continua relazione con le strutture sociali e sempre dentro i processi comunicativi. Per Williams pensare il teatro, nello sguardo della sua cultura materialista, significa pensarlo oltre lo

statuto estetico, oltre lo specifico teatrale. Un teatro pensato e sondato nelle sue dimensioni produttive, di consumo, di funzione sociale, di dialogo con gli altri media di sintesi di differenti processi. Appunto di proto-transmedialità. Per Williams pensare il teatro significa pensarlo all'interno di una una logica di lungimirante struttura sociale. Tutta la ricerca teatrale di Williams propone una serie di "elementi" d'indagine dentro una proiezione di modernità e di indicazione di riferimenti utili per lo studioso dei media del nostro tempo. Il procedere trasversale di Williams tra teatro, cinema e televisione (questo suo continuo rintracciare punti in comune e differenze) è per noi, quindi, uno spazio di solida indagine in grado di attraversare gli studi di mediologia e sociologia del teatro (Abercrombie, Longhurst 1998; Auslander 1999; Schechner 2002; Gemini 2003; Amendola 2006; Bell 2008; Abruzzese 2017; Amendola, Del Gaudio 2018) e di spingerci verso lo studio della cultura transmediale (Bolter 2002, Jenkins 2007; Boccia Artieri 2012; Jenkins, Ford, Green 2013; Kattembelt 2008;). La validità dell'approccio mediologico alle forme della performance e il necessario dialogo con le culture trans-mediali si conferma quando, in epoca digitale, una serie di intuizioni (anche di Williams) troveranno conforto in diversi ambiti:

1. negli sviluppi sociali, economici e culturali che presiedono alla rapidissima affermazione dei processi creativi contemporanei;
2. nella riconfigurazione conflittuale delle relazioni tra media analogici e media digitali;
3. e soprattutto, nelle scelte iper-ibridate di nuovi percorsi di drammaturgia intermediale (Kattembelt 2008) tra teatro, cinema, tv e post-media.

In fine questa nostra ricerca sullo statuto teatrale che prende spunto dalle intuizioni di Raymond Williams continua ad orbitare nel nostro desiderio di riflettere tra la mediologia dello spettacolo e le culture trans-mediali. Il tutto con un ulteriore obiettivo. Quello di voler cominciare a mappare le tecnologie di ibridazione tra parola e corpo in scena, in una ricognizione centrata sulle dinamiche d'interazione fra contenuti, supporti, tecniche di registrazione e corpi live dei performer. Cercando di capire come oggi lo spazio scenico incorpora e rielabora, metaforizzandole, le figure dell'immaginario di altri media. E come il contributo della sociologia è centrale in tutto questo con il desiderio di offrire una possibile risposta alle dinamiche attuali del teatro e alla possibilità di ritrovare nello statuto sociologico uno spazio disciplinare profondamente attento anche al definirsi della sperimentazione scenica nel suo mai interrotto dialogo con le dinamiche sociali. L'obiettivo della sociologia e della mediologia del teatro deve essere quella di saper cogliere una panoramica sempre più esaustiva (e al passo con i tempi) circa il rapporto tra narrazioni della scena, forme sociali e tecnologie contemporanee. Le scienze sociali legate allo spazio scenico devono saper costruire una quanto più completa cartografia dell'esistente ed essere in grado, anche, di sviluppare una metodologia d'indagine in grado di fondere assieme sia gli assi teorici della comunicazione e sia quelli della culturologia in generale.

Riuscendo in tal modo a indagare ed interagire verso pratiche legate alle “tradizioni” espressive dentro i nuovi dispositivi mediali. Il tutto inglobato dalle pratiche dei new media e degli orizzonti innovativi, oggi, rappresentati dalla Rete.

## Una prospettiva teorica

Ovviamente, essendo questo un lavoro introduttivo atto a dare al lettore una prima panoramica dei concetti contenuti in testi mai pubblicati in Italia e talvolta di difficile reperibilità, queste non sono conclusioni, ma un punto di partenza di un percorso di ricerca fecondo sulle tracce di una solida tradizione socio-mediologica del teatro. Tale ricerca non solo vuole mostrare l'attualità di Williams per lo studio delle performance in relazione alle culture digitali quanto il fatto che esse abbiano un valore decisivo per la comprensione delle logiche culturali e sociali. A nostro avviso è giusto chiudere questo lavoro annunciando quella che sarà l'evoluzione del concetto di *performace* e di *drama* nel pensiero di Williams. Nella già citata lezione inaugurale del corso di *Drama* a Cambridge, anche essa inedita in Italia e al centro, come gli altri testi degli anni Cinquanta e Sessanta, di un progetto di traduzione parte dei due autori, il sociologo gallese precisa:

Drama is a special kind of use of quite general processes of presentation, representation, signification. The raised place of power was built historically before the raised place of the stage. The presentation of power in hierarchical groupings, in the moving emphases of procession, preceded the now comparable modes of a represented dramatic state (Williams 1975, p. 10).

Cioè lo studio della performance e del drama è uno spazio entro cui indagare non soltanto “le aree oscure della società” (Williams 1975, p.9) ma soprattutto i processi di potere che sono sempre processi di **presentazione, rappresentazione e significazione**. Questo vuole dire che lo studio della performance e del *drama* ha sempre una valenza culturale, sociale e politica perché i processi di potere sono profondamente drammatici. A questo proposito, ancora una volta, Williams sembra andare verso la direzione di uno studio integrato dei media che tenga presente che i processi di rappresentazione e significazione sociale si basano su una profonda drammatizzazione del quotidiano. Nonostante l'enorme interesse per il *drama* questo è l'unico riferimento di Williams all'idea di una teoria drammaturgica della società quasi come se quel momento resti soltanto una visione, un annuncio. Ci sembra importante allora questa piccola lezione, questo momento quasi auratico, in cui il sociologo britannico ragiona su una sorta di drammaturgia del potere che è sempre anche potere della drammaturgia: uno spazio in cui il *drama*, come forma speciale dei processi sociali, modella e rinnova anche la vita quotidiana delle società moderne. Punto quest'ultimo che è già presente in maniera meno esplicita, ma già forte e progettuale nei testi degli anni Cinquanta. In questi testi società, *drama*, *performace* e *media* producono una sorta di sistema di contrappesi il cui sbilanciamento comporta una produzione di nuovi modelli di presentazione, rappresentazione e significazione, ovvero nuovi modelli culturali e sociali.

## Note biografica

Alfonso Amendola è professore di Sociologia dei processi culturali e Internet Studies presso l'Università degli Studi di Salerno. Redattore delle riviste internazionali: "Funes. Journal of Narrative and Social Sciences"; "Shift. International Journal of Philosophical Studies"; "Scenario. Visual Culture Studies"; "Im@go. Journal of the Social Imaginary". Per le Edizioni Rogas dirige la collana di scienze sociali "La sensibilità vitale". È opinionista del quotidiano "Il Mattino" e collabora con il mensile "Mondoperaio". Le sue ricerche si muovono lungo i crinali della contemporaneità tra culture d'avanguardia, consumi di massa e innovazione digitale. Ha pubblicato diverse curatele, monografie ed è autore di numerosi saggi scientifici.

Vincenzo Del Gaudio lavora al centro studi Media Culture Società del Dipartimento di Studi Politici e Sociali dell'Università degli Studi di Salerno. È membro dell'intermediality working group dell'International Federation of Theatre Research. Codirige la collana "I Pescatori di Perle" per l'editore Meltemi insieme a Gino Frezza e ad Alfonso Amendola. Si occupa di Sociologia e Mediologia del teatro. Ha curato con Alfonso Amendola gli scritti teatrali di Alberto Abruzzese *Il dispositivo segreto* (2017). Ha pubblicato diversi saggi in volumi e riviste su teatro e media digitali con particolare riferimento alle logiche della rimediazione.

## Bibliografia

- Abercrombie, N., Longhurst B. (1998). *Audiences. A Sociological Theory of Performance and Imagination*. London: Sage.
- Abruzzese, A. (2017). *Il dispositivo segreto. La scena tra sperimentazione e consumi di massa. Scritti teatrali 1975-1980*. A cura di Amendola, A., Del Gaudio, V. Milano: Meltemi.
- Amendola, A. (2006). *Frammenti d'immagine. Scene, schermi, video per una sociologia della sperimentazione*. Napoli: Liguori.
- Amendola, A., Del Gaudio, V. (2018). *Teatro e immaginari digitali. Saggi di mediologia dello spettacolo multimediale*. Milano-Salerno: Gechi.
- Auslander, P. (1999). *Liveness. Performance in a Mediatized Culture*. London-New York: Routledge.
- Bartolucci, G. (1968). *La scrittura scenica*. Firenze: Lerici.
- Austen, J. (1962). *How to do things with words*. New York: Oxford University Press.
- Bay-Cheng, S., Parker-Starbuck, J., Saltz, D. (a cura di). (2015). *Performance and media: Taxonomies for a changing field*. Ann Arbor: University of Michigan.
- Bay-Cheng, S., Kattenbelt, C., Lavender, A., Nelson, R. (a cura di). (2010). *Mapping Intermediality in Performance*. Amsterdam: Amsterdam University press.

- Bell, E. (2008). *Theories of Performance*. London: Routledge.
- Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione: Pubblici, cittadini e consumatori nella (Social) network society*. Milano: Franco Angeli.
- Bolter, J., Grusin, R. (2002). *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Milano: Guerini e associati.
- Del Gaudio, V. (2020). *Theatron. Verso una socio-mediologia del teatro e della performance*. In corso di pubblicazione.
- Denunzio, F. (2015). *Il dramma come azione sociale*. In Williams, R. *Il dottor Caligari a Cambridge*. Verona: OmbreCorte.
- Deriu, F. (2012). *Performático. Teoria delle arti dinamiche*. Roma: Bulzoni.
- Deriu, F. (2013). *Mediologia della performance. Arti performatiche nell'epoca della riproducibilità digitale*. Firenze: Le lettere.
- Dixon, S. (2007). *Digital performance*. Cambridge: MIT press.
- Frezza, G. (2015). *Raymond Williams: cinema, media, società*. In Williams, R. *Il dottor Caligari a Cambridge*. Verona: OmbreCorte.
- Fischer-Lichte, E. (2014). *Estetica del performativo*, Roma, Carocci.
- Gemini, L. (2003). *L'incertezza creativa. I percorsi sociali e comunicativi delle performance artistiche*. Milano: FrancoAngeli.
- Giannachi, G. (2004). *Virtual theatres. An introduction*. London-New York: Routledge
- Giannachi, G. (2007). *The Politics of New Media Theatre*. London-New York: Routledge.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*, Edinburgh: University of Edinburgh Social Sciences Research Centre.
- Inglis, F. (1995). *Raymond Williams*. London & New York: Routledge.
- Kattenbelt, C. (2008) "Intermediality in Theatre and Performance: Definitions, Perceptions and Medial Relationships". *Cultura, Lenguaje y Representación/Culture, Language and Representation* 5, 19-29.
- Kattenbelt, C. & Chapple, F. (a cura di). (2006). *Intermediality theatre and performance*. Amsterdam – New York: Rodopi.
- Klich, R., Scheer, E. (2011). *Multimedia Performance*. London: Palgrave Macmillan.
- Jenkins, H. (2007). *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013). *Spreadable media: I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*. Sant'Arcangelo di Romagna: Maggioli.
- Jones, P. (2004). *Raymond Williams's Sociology of Culture. A Critical Reconstruction*. London & New York: Palgrave Macmillan.
- Lukács, G. (1967). *Il dramma modern*. Milano: Sugarco.
- Lukács, G. (1967a). *Il dramma moderno. La genesi della tragedia borghese da Lessing a Ibsen*. Milano: Sugarco.
- Lukács, G. (1967b). *Il dramma moderno dal Naturalismo a Hofmannsthal*. Milano: Sugarco.
- Monteverdi, A.M. (2011). *Nuovi media nuovo teatro*. Milano: Franco Angeli.
- Mango, L. (2003). *La scrittura scenica*. Roma: Bulzoni.
- Parikka, J. (2011). *What is Media Archaeology?*. Cambridge: Polity press.

- Pizzo, A. (2013). *Neodrammatico digitale: Scena multimediale e racconto interattivo*. Torino: Accademia University press.
- Reilly, K. (a cura di). (2013). *Theatre, Performance and Analogue Technology. Historical Interfaces and Intermedialities*. London: Palgrave MacMillan.
- Rustin, Ma., Rustin, Mi. (2005). *Passioni in scena. Teatro, psicoanalisi e società*. Milano: Bruno Mondadori.
- Salter, C. (2010). *Entangled: Technology and the Transformation of Performance*. Cambridge: MIT press.
- Schechner, R. (2018). *Performance Studies. Un'introduzione*. Roma: cue press.
- Simpson, D. (1995). *Raymond Williams: Feeling for Structures, Voicing "History"*. In Prendergast, C. *Cultural Materialism On Raymond Williams*, Minneapolis: Minnesota University Press. pp. 29 -50.
- Shepherd, S. Wallis, M. (2004). *Drama/Theatre/Performance*. London & New York: Routledge.
- Szondi, P. (1962). *Teoria del dramma moderno 1880 – 1950*. Torino: Einaudi.
- Turner, V. (1986). *Dal rito al teatro*. Bologna: Il Mulino.
- Turner, V. (1992). *Antropologia della performance*, Bologna: Il Mulino.
- Wallace, J., Jones, R., Nield, S. (a cura di). (1997). *Raymond Williams Now Knowledge, Limits and the Future*. London: Palgrave MacMillan.
- Williams, R. (1952). *Drama from Ibsen to Eliot*, London: Chatto and Windus.
- Williams, R. (1954). *Drama in performance*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R., Orrom, M. (1954). *Preface to Film*. Preface to film. London: Film Drama Limited.
- Williams, R. (1960). *The Long Revolution*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R. (1964). *Drama: From Ibsen to Brecht*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R. (1966). *Modern tragedy*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R. (1968). *Drama in performance*. London: Chatto and Windus.
- Williams, R. (1975). *Drama in dramatised society*. London & New York & Melbourne: Cambridge University press.
- Williams, R. (1976). *Keywords a vocabulary of culture and society*. New York: Oxford University Press.
- Williams, R. (2015). *Il dottor Caligari a Cambridge*. A cura di Denunzio, F. Verona: Ombre Corte.
- Worthen, W. B. (2010). *Drama Between Poetry And Performance*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Wynants, N. (a cura di). (2019). *Media Archaeology and Intermedial Performance. Deep Time of the Theatre*, London: Palgrave MacMillan.

<sup>1</sup> Questo lavoro è stato concepito da discussioni serrate tra entrambi gli autori. Esso è la prima tappa di un progetto più ampio che prevedere la traduzione in italiano dei testi di Williams sul teatro che annunciano lo snodo teorico tra teatro, sociologia e mediologia. I paragrafi 1 e 2 sono stati scritti da Vincenzo del Gaudio, i paragrafi 3 e 4 da Alfonso Amendola.

---

<sup>2</sup> Chiaramente il concetto di rimediazione, così come quelli di intermedialità e transmedialità che utilizziamo per mettere in luce il valore fondativo del lavoro di Williams si riferiscono a studi recenti in particolare legati ai media digitali: Per quanto riguarda il concetto di intermedialità è fondamentale per questo studio l'apporto dato dal mediologo olandese Chiel Kattenbelt che vede nell'intermedialità un processo di collisione tra due forme medialità che nell'impatto cambiano entrambe (Kattenbelt 2008) e che producono vere e proprie Performance Intermediali. Sul piano della rimediazione è fondamentale l'apporto dei mediologi americani Richard Grusin e Jay Bolter che definiscono la rimediazione come la rappresentazione di una forma mediale in un'altra (Bolter, Grusin 2002) questo per il teatro ha funzioni specifiche (Del Gaudio 2020). Per ciò che concerne la transmedialità essa si sviluppa da un lato intorno al concetto di transmedia storytelling (Jenkins 2007) e dall'altro intorno al concetto di produzione di un universo narrativo. È chiaro che questi concetti sono stati pensati all'interno delle logiche legate ai media digitali ma essi possono essere utili per comprendere il valore seminale della riflessione del sociologo gallese.

<sup>3</sup> Due anni dopo nel saggio *Film e tradizione drammatica* contenuto nel testo *Preface to film Williams*, con un atteggiamento mediarcheologico ante litteram anche e soprattutto per gli studi teatrali e performativi (Parikka 2011, Reilly 2013, Wynants 2019) chiarisce che anche sul piano tecnologico il teatro e il cinema vivono tutt'altro che un frattura. Non esiste un vero e proprio salto tecnologico tra teatro e cinema ma alcune forme spettacolari del teatro di fine Ottocento aprono la strada anche sul piano tecnologico al cinema (Williams 2015, Frezza 2015).

## Riflessi estetici e illuminazioni selvagge. Per una poetica del corpo danzante\*

Linda De Feo\*\*

Università degli Studi di Napoli Federico II

Human creativity records and throws again the dynamics of social transformations. It expresses itself into poetics to be constantly interpreted. These poetics exhort us to think of the complex relationship between anthropological mutations, techno-communicative changes, epistemological frontiers and narrative fields. Object of the paper will be the link between the narrative parable traced by some choreographic creations and the speculative horizon. The present choreographic imaginary, with particular reference to some significant works, is conceivable as transposition into choreutical acts of theoretical assumptions. Contemporary dance describes aspects of *Zeitgeist* foreshadowing the future social dynamics. Relevant theories also narrate the future as well as the current era. These works and these theories interpret the sense-informational *métissage* realized in the process of cyberneticisation of the human being. The dancers destined to inhabit the mathematized space of digital descriptions represent the suspension of the semantic duality between natural and artificial, biological and technological, organic and inorganic. They are aesthetic reflexes of the chimeric status of contemporary, configured again subjectivity. The choreutical hypotheses of transient forms, intangible and luminescent, less and less anthropomorphic, are generated by the rarefied game of algorithms. They reflect the unfolding of digital transcendence, which identifies the essence of a future existence with the extropic information. The extropy could become the unique principle of a cosmos detached from the underground and embryonic vibrations of human creaturalty. The digital dance reaffirms the growing hegemony of abstract individuation and disintegrates the barriers between the persistent antinomies of the Western epistemological tradition.

**Keywords:** Sociology of narrative, Sociology of Imaginary, Body, Art, Techno-communicative mutations, Cyberchoreographies.

Pertanto, nel tempo in cui siamo in vita, come sembra, noi ci avvicineremo tanto più al sapere quanto meno avremo relazioni col corpo e comunione con esso. (...) E così, liberati dalla follia del corpo, come è verosimile, ci troveremo con esseri puri come noi e conosceremo, nella purezza della nostra anima, tutto ciò che è puro: questo io penso sia la verità.  
(Platone, *Fedone*, 66b-67a).

### Frenesia del dionisiaco tra *eros* e *logos*

Se si asserisce che, “al pari di quello gnoseologico”, il “rispecchiamento estetico” mira a “comprendere, scoprire e riprodurre”, con i propri mezzi specifici, l’interezza della realtà nella sua “ricchezza dispiegata di contenuti e di forme” (Lukács, 1954-1956, p. 146),

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* linda.defeo@unina.it

appare del tutto legittimo affermare che il narrare, inteso come categoria onnicomprensiva delle modalità espressive, sia un luogo emblematico, in cui il soggetto, immerso nell'interattività della trama sociale, interroga la Storia, interroga se stesso.

Nel convinto rifiuto di una concezione defunzionalizzata della narrazione, se ne afferma, invece, la natura socialmente strutturata, considerando le declinazioni narrative emanazioni *dinamiche* dei contesti spazio-temporali, individuandone dunque il ruolo di indicatori nonché, al contempo, di strumenti ermeneutici di aspetti extraestetici della realtà. Artisti *fisiologicamente* sensibili alle epocali svolte critiche elaborano dati messi *socialmente* in memoria e retroagiscono alle strutture categoriali della coscienza collettiva. Concepite nei termini della sua universalità antropologica, nella totalità delle sue coniugazioni, la dimensione narrativa, fortemente annodata agli elementi cognitivi delle rappresentazioni culturali, consente di rivelare tratti fondamentali della storia delle idee, dando vita a immagini ineludibilmente rappresentative dello *Zeitgeist* e al contempo nutrendolo in maniera sapiente. Suggestivo appare l'intreccio tra alcuni segmenti del patrimonio immaginativo contemporaneo e la rappresentazione sociomorfica del corpo, un corpo configurato come sistema complesso in cui autosviluppo e progettazione esterna si compenetrano reciprocamente, come oggetto "di conoscenza", nodo generativo "material-semiotico" (Haraway, 1991, pp. 127-128, 142), dai mutevoli limiti, delineati nei rapporti interindividuali. Lungi dall'essere un'indagine sulle implicazioni estetiche dell'integrazione dei media digitali nell'universo dell'arte, la riflessione si incentrerà sul rapporto tra la parabola narrativa tracciata da creazioni coreutiche che descrivono aspetti della contemporaneità prefigurando l'avvenire e l'ambito speculativo, con specifico riferimento a rilevanti teorie, anch'esse *narrazioni* del presente e del futuro, particolarmente attente nell'interpretazione del dipanarsi dei processi strutturali. Con il racconto di perversi mutamenti di forma di un mondo sempre meno naturale e sempre più eroso dall'artificialità, così come accade per altre rilevanti forme del capitale immaginativo, parte del sapere tersicoreo, nel mettere in scena una fenomenicità che accosta realtà e sua *repraesentatio*, si mostra come costituzione di forme inedite di *intelligenza* sociologica. Mentre eccitati atomi dell'immaginario tersicoreo digitale, dispositivo estetico sempre più presente nel variegato processo di attuale diffusione eidetica, riverberano e rilanciano irresistibili spinte del mutamento storico, l'accelerazione della potenza computazionale nell'area della simulazione, che è anche area del riorientamento percettivo, interseca il dominio spettacolare e quello concettuale, sortendo un'estensione del campo operativo della danza, che, come mezzo di conoscenza, acquisisce una valenza pari a quella dello strumento euristico e amplia il dominio attualizzante della virtualità.

Tra gli innumerevoli frammenti della produzione tersicorea da poter considerare come utili spunti di riflessione sul paradigma virtualreale, ne ho scelti due, che mi limiterò soltanto a citare, nell'assunzione di una prospettiva definibile già come storiografica e nella consapevolezza dei notevoli, ulteriori sviluppi compiuti dalla coreografia digitale nell'ultimo decennio: *Le sacre du printemps*, su musiche di Stravinskij, coreografata nel 2007 da Klaus Obermaier, ritenuta dalla critica internazionale un capolavoro della danza sperimentale di inizio secolo, ed *Entity*, coreografata nel 2006, da Wayne McGregor, originata da un interdisciplinare progetto di ricerca, l'*Entity Research Project*.

Il media artist austriaco riconosce compiutamente il valore culturale della tecnica, vale a dire il complesso rapporto tra i dispositivi meccanici o elettronici e il processo di continua riscrittura del sistema antropico, nella pluralità delle sue declinazioni, compresa l'espressione artistica: ritenendo altamente rilevante, dal punto di vista della creatività, il ruolo svolto dalla progettazione tecnologica nell'allestimento scenico di lavori multimediali e crossmediali, con lo spaziare dalla video art ai progetti web, dalle installazioni interattive alla computer music, Obermaier realizza profonde innovazioni, sotto il profilo sia formale sia contenutistico, nel campo, oltre che della danza, anche della musica, del teatro e dei media digitali. Progetto interattivo stereoscopico, prodotto da Ars Electronica Futurelab, *Le sacre du printemps* appare come un vortice reso immersivo grazie alle protesi ottiche indossate dal pubblico e trasferisce il corpo della danzatrice protagonista, interfaccia tra la tangibile materialità e l'astratta elettronicità, all'interno di un ambiente tridimensionale che ingloba suoni e voci capaci di agire sulla forma delle proiezioni e sulle configurazioni gestuali.

Nella cybercoreografia mcgregoriana, che tramuta i corpi danzanti in strutture grafiche smaterializzate o condensate in paesaggi astratti, l'autore esplora invece la possibilità di creare un'entità artificiale in grado di produrre oggetti coreografici intelligenti. Costruita su musiche originali di Jon Hopkins - collaboratore di gruppi rock come i Coldplay e i Massive Attack - e di Jody Talbot, eseguite dal vivo dal Navarra Quartet, nonché corredata dei video di Ravi Desprees, *Entity*, nella perfezione di una messa in scena dominata dall'elettronica, lascia esplodere il vecchio ordine basato sulla gravità e dischiude "un'infinità di spazio in un'eternità di luce" (Stenger, 1991, p. 54).

Nuclei paradigmatici di un divenire spaesante, sortito dal sublime turbinio prodotto dal fluttuare delle frontiere tecno-comunicative, dall'oscillare degli orizzonti epistemologici ed estetici nonché dal mutare dei confini antropologici, entrambe le creazioni mettono in scena la contemporaneità di un soggetto umano che disegna itinerari storici di ben altro tipo rispetto al soggetto della modernità, il quale fu protagonista dei processi di costituzione di un'identità salda e stabile, non criticabile, fondamentale, riconoscibile nel principio primo di ogni donazione di senso e di ogni produzione di verità. Scorci ormai non più inusuali, inusitati, inediti del panorama coreutico, in quanto elementi di una trama che, seppure mossa, ribollente, cangiante, appare già protesa a costituirsi come tradizione consolidata dell'attuale sapere immaginifico, sia *Le sacre du printemps* sia *Entity* rappresentano evocative trasposizioni in atti danzanti di assunti teorici che interpretano o tentano di interpretare il pervasivo *métissage* tra organismo e protesi senso-informazionali. La riconfigurazione chimerica di tutto ciò che rimanda allo statuto dell'individuo si traduce nel processo di cibernetizzazione dell'umano, del corpo, del linguaggio, del pensiero, i centri congiunti dell'essere, che si riflettono nell'immaginario sociale, il quale rilancia la complessità della relazione tra le esperienze del *politico*, intendendo quest'ultimo termine nella sua nobilissima accezione etimologica.

La citata opera obermaieriana, che ripropone un imponente rito sacro pagano, mette in scena la frenesia del dionisiaco, il recupero del valore apotropaico delle danze tribali, la crudezza dell'*eros*, la forza primitiva destinata alla perpetuazione della specie e l'arcaicità di un potenziale contiguo al sacrificio umano. Ritornano inevitabilmente alla mente le

riflessioni di Alain Badiou sull'arte, che "deve restare la più selvaggia possibile, una 'selvaggia' illuminata, che non sacrifica affatto l'idea, ma anzi l'esalta, senza però rinunciare al suo carattere selvaggio". La danza è una "diretta mobilitazione del corpo", "un corpo interamente trasportato e trasfigurato", che viene messo in scena in "ogni interpretazione coreografica di *Le sacre du printemps* di Stravinskij", dalla versione di Vaclav Nižinskij, del 1913, a quella di Maurice Béjart, del 1959, a quella di Pina Bausch, del 1975, e a tutte le altre, le quali narrano "la storia della forma-corpo, una forma-vita tale da dispensare l'arte da ogni consunzione matematica" (Badiou, 2014, p. 51). Ricordando che Zarathustra è un danzatore "smanioso", Badiou richiama con forza le affermazioni di Friedrich Nietzsche sull'impossibilità di far sgorgare la potenza dell'arte da uno scibile totalmente formalizzabile, di far fluire la fascinazione della musica, ad esempio, come aveva invece ritenuto concepibile Gottfried Leibniz, dall'"accordo dei numeri", dal "computo dei battiti" o dalle "vibrazioni dei corpi sonanti che s'incontrano secondo intervalli determinati" (Leibniz, 1718, p. 55).<sup>†</sup>

Pertinace è stato il tentativo da parte della storia della cultura di cogliere la matrice dell'esistenza, di tradurre le strutture dell'esperienza nel simbolismo della matematica, nei codici dello scarnificato linguaggio della mente, con l'intento di assicurare all'uomo, mediante la distinzione tra corpo e anima, la trascendenza dal mondo fenomenico e lo slancio verso il mondo intelligibile. Un mondo

essenzialmente meccanico sarebbe (però) un mondo essenzialmente *privo di senso!* Ammesso che (ad esempio) si potesse misurare il *valore* di una musica da quanto di essa può essere computato, calcolato, tradotto in formule – come sarebbe assurda una tale 'scientifica' misurazione (...)! Che cosa di essa avremmo mai colto, compreso, conosciuto? Niente, proprio un bel niente di ciò che propriamente in essa è 'musica'! (Nietzsche, 1882, 1887, p. 309).

Con vigore riecheggiano, si diceva, nel citato passo di Badiou, le asserzioni del Nietzsche che denigra un'umanità operante soltanto "con cose che non esistono, con linee, superfici, corpi, atomi, tempi divisibili, spazi divisibili", e che dispera di trovare "una spiegazione", se di tutto si fa "per prima cosa una *immagine*" (p. 154). Quest'ultimo termine, a parere di chi scrive, va qui inteso nel senso assegnatogli da Martin Heidegger in *L'epoca dell'immagine del mondo*: l'autore, recuperando la nozione di soggettività attraverso le cartesiane "*Meditationes de prima philosophia*", che riconducono la "liberazione dell'uomo per una nuova libertà" "al suo nuovo fondamento", analizza il processo unico in cui, mediante la rappresentazione, si afferma la centralità del soggetto rispetto al mondo e si dipana la realizzazione del mondo in immagine. Immagine, dunque, come configurazione della produzione rappresentante del *subiectum* scoperto nell'*ego sum* dell'*ego cogito*, protagonista dell'epistemologia classica occidentale, che, nella propria attività di *repraesentatio*, dispiegandosi nella "pianificazione", nel "calcolo", nel "controllo"

---

<sup>†</sup> "Si tratta di un computo che l'anima non cessa di fare, ma di cui (...) non (si ha) coscienza. Della stessa natura sono i piaceri che la vista coglie nelle proporzioni, e del resto anche i piaceri occasionati dagli altri sensi si possono ricondurre a qualcosa di simile, sebbene non (sia possibile) darne una spiegazione altrettanto chiara" (Leibniz, 1718, p. 55).

(Heidegger, 1950, pp. 96, n. 9, 99), raccoglie tutto in sé come fondamento razionale e universale.

Attribuire assoluta preminenza alla *res pensante*, se non addirittura computante, induce a negare che lo scambio simbolico, non potendosi basare esclusivamente sull'intelligibilità astratta, sulla deduzione, sulla logica, trovi il proprio *Urgrund* nelle condizioni conoscitive innervate nella carne, nella primordiale identità materiale legata all'umana fisiologia, induce a non ammettere che la separazione dell'*unicum* di informazione e supporto originale produca fuorvianti fraintendimenti ermeneutici. Nel ritenere infondata la fede nella verità cercata dall'uomo di scienza, che privilegia la ragione rispetto alla sensibilità, una concezione concreta e incarnata dell'intendere mostra invece come le strutture sensomotorie costituiscano la sostanza dell'esperienza e motivino gli aspetti simbolici della cognizione. I vibranti ballerini delle svariate interpretazioni di *Le sacre du printemps*, nel surplus di una vulcanica semiosi, rappresentano un corpo produttore di un senso annidato negli oscuri ventricoli della carne, un senso che precede la coscienza, sotterraneo ed embrionario, tacito e immediato, radicato negli atomi e nelle molecole, ben più robusto della conoscenza esplicita, che attraversa le mappe meramente razionali della cultura.

Attualmente, però, pur nel considerare la conoscenza conscia come irradiazione superficiale dell'umano sentire, diventa indubbiamente problematica la volontà di assecondare l'esortazione dello Zarathustra nietzscheano, che invita ad ascoltare "la voce del corpo", il quale "parla del senso della terra" (Nietzsche, 1883, p. 32): il *soma* e il suo riflesso estetico, essendo storicamente collocati, prodotti da "saperi situati" nonché produttori di "saperi situati" (Haraway, 1991, p. 120), sono alloggiati in una fenomenicità pervasa dal processo di digitalizzazione. Il corpo danzante è un corpo appartenente a società identificabili, a cui esso deve le sue "forme e le sue deformazioni" (Pontremoli, 2004, p. IX), è un corpo che partecipa del cambiamento, costantemente in atto, di condizioni culturali che intrecciano il nodo indissolubile tra strutture materiali ed emergenze simboliche, un corpo percorso da un'artificialità che pervade il sistema comunicativo, contaminando la realtà e la sua rappresentazione non più sul territorio urbano, ma secondo dinamiche assolutamente metaterritoriali.

Costituita da elementi strutturali di eventi performativi in cui interagiscono "immagini video, realtà virtuale, suoni sintetizzati, rielaborazioni digitali del movimento, in differita o in tempo reale" (p. 128), l'arte tersicorea è correlata sempre meno all'idea di un oggetto-testo da contemplare e sempre più all'idea dell'accadimento derivante da un nucleo progettuale: la danza realizzata da intrecci virtuali di corpi virtuali concede "margine ai processi di creazione", schiude "prospettive future", scava "pozzi di senso al di sotto della piatezza della presenza fisica immediata" (Lévy, 1995, p. 2). Il processo di virtualizzazione digitale costituisce un'occasione di esistenza di forme sempre più ineffabili e intangibili, dotate di una condizione vitale, di una forma di indipendenza ideativa avviata dal gioco evanescente e rarefatto degli algoritmi, che anima lo spazio elettronico e rimanda alla concezione del corpo come pura informazione, anorganica e dunque estropica, non votata a un destino di dissoluzione, vagante in una sorta di "meta-atmosfera" abitata da una moltitudine di "immagini 'automatoniche'" (Tomas, 1995, p. 61). Il repertorio coreutico

penetra nelle “liquid architectures” (Novak, 1991, *passim*) della mondità informatica, nello spazio non più “geometrico” né “prospettico”, bensì “oculomotorio” e “cinestesico” (Diodato, 2005, p. 177), originato dal movimento corporeo e dalla sua interattività con algoritmi in formato binario fenomenizzati.

Obermeier porta in scena l'individuo frammentato e diffuso nei processi di retroazione che collegano il corpo e la sua simulazione, l'entità fantasmatica ubiqua, che nel circolo di integrazione tecnobiologico del *World Wide Web* oscilla su trame di corrente elettrica coestensive con la formazione biologica e neurologica. Il doppio virtuale obermaieriano narra se stesso nella vanificazione della fisicità di un corpo inizialmente anfibio, tendente ad affrancarsi dalla forza di gravità per subire metamorfosi ologrammatiche. L'arcana figura, corrispettivo dialettico del corpo organico, profetizza la sostituzione di quest'ultimo con un custode dei bit che ne descrivono la struttura, un “simbionte del codice” (Longo, 2003, p. 47), un corpo codificato, un “uomo oltre l'uomo” (Fukuyama, 2002, *passim*), espressione del postumano disincarnato, divorato da segni astratti e diventato un'ombra fluttuante, in cui la dicotomia tra il fenomeno e il simulacro implode e lascia affiorare l'apparenza “né vera né falsa”, la “copia, insomma, senza originale”, che sostanzia ogni “simulazione” (Frasca, 1996, p. 23).

## Verità poietiche di una specie mutante

Le raffigurazioni in *Le sacre du printemps* di futuribili dinamiche antropologiche, linee plastiche che adombrano ipotesi di forme transeunti, narrano come la vasta gamma di dispositivi artificiali installata nei tessuti naturali abbia prodotto sussunzioni di quantitativi sempre più massicci di informazione nella concretezza di una carne, quella dell'*homo technologicus*, progressivamente destinata a dissolversi nell'artificialità immateriale. Il corpo-palcoscenico o corpo-schermo, foriero di utopie o di distopie, già messo in scena da Obermaier in precedenti performance, allude alle tecniche di trapianto, di chirurgia protesica, di stimolazione microfisica, all'incrocio di ingegneria genetica e tecnologia informatica. L'autore sembra voler sottolineare come la tecnica si incarni nel corpo, metamorfizzandone la performatività e le caratteristiche, trasformandone la struttura muscolare, enfatizzandone le aree talamiche e corticali, realizzando nuovi assetti sensoriali, sortendo cambiamenti delle pertinenze percettive, delle prestazioni motorie e delle competenze cognitive. Egli mette in luce come il processo di *embodiment*, ristrutturando la dotazione primigenia dell'essere umano “non più in termini di esaustività” (Marchesini, 2002, p. 159), lo renda transitante su “una condizione, variabile e indeterminabile” (Canevacci, 1999, p. 31), lasci emergere la versatilità di un organismo in grado di interpretare l'interfaccia tecnologica con il mondo, che non soltanto opera un'esternalizzazione di funzione, ma interagisce con il corpo stesso, conferendogli nuovi codici di significazione e producendo una sua riprogrammazione. La potenza di calcolo e il livello di sofisticazione è tale da produrre un sistema completamente interattivo, che rappresenta lo snodo epocale segnato dal cambiamento della tecnica, non più

configurabile esclusivamente come protesi, prolungamento di organi, bensì come complesso di strumenti finalizzato alla creazione di mondi, sempre più strutturati, sul piano sia del funzionamento materiale sia dell'immaginario. Il corpo danzante nella sagra obermaieriana, precipitato ultimo di un processo di contaminazione ibridante, racconta dei propri commerci con l'alterità macchinica, delle proprie coniugazioni con l'eteroreferenza tecnologica, del proprio essere radice da completare in una molteplicità di desinenze, al fine non soltanto di emendare carenze organiche, ma anche di potenziare il proprio dominio operativo (McLuhan, 1964). Racconta infatti delle proprie declinazioni plurime, realizzate durante i processi di "remapping sensoriale" (de Kerckhove, 1994, p. 45), che dimostrano quanto l'uomo appartenga a una "specie mutante" (Bachelard, 1938, p. 14) e quanto egli sia naturalmente incline ad abitare le proprie estensioni o incorporazioni elettroniche. Racconta inoltre della propria "evoluzione guidata" (Yehya, 2001, p. 13) e del proprio tempo, che non è il "tempo biologico", cadenzato dalle scansioni cicliche della natura, ma è il "tempo sociologico" (Laborit, 1983, p. 64), scandito dai ritmi intrinseci al potenziamento della comunicazione. Racconta infine dei catastrofici eventi tecnologici, intesi come *turning point*, passaggi di stato, "morfogenesi" (Thom, 1972, *passim*), e adombra il "*telos* apocalittico del crescente dominio dell'individuazione astratta" (Haraway, 1991, p. 41), realizzando le inquietanti fantasie di trascendenza tecnologica e di immortalità disincarnata vagheggiate dalla cibernetica biologica.

Il corpo danzante obermaieriano metaforizza dunque l'accidentalità biografica, che non può essere concepita nella propria fissità centrica, ma esclusivamente nella propria contingenza.

Se la misura del lavoro di un sociologo è data dalla capacità di contatto della sua opera interpretativa con la Storia, si rende necessaria una riconsiderazione teorica della soggettività contemporanea, che richiede l'osservazione del prodursi di quest'ultima come innesto di pratiche e discorsi nonché come precipitato della sconfitta subita dalle polarità vincenti della tradizione filosofica: l'Uno, l'identità, l'essere. Non agisce più un soggetto identificabile con il principio primo di un mondo che "attinge il suo senso d'essere esclusivamente (all'umana) vita intenzionale" (Husserl, 1936, p. 207), un soggetto che riconduca alle proprie pratiche di conoscenza la realtà oggettiva costituendola, custodisca in sé la misura del sapere, si interroghi sulle condizioni di possibilità dell'esperienza, rifletta sui procedimenti della ragione per verificarne la validità e rischiare il percorso conoscitivo del mondo fenomenico (Kant, 1781, p. 205). Non più tradotto nella puntualità creaturale di un'esistenza fisica, l'individuo contemporaneo si immerge "nel regno di una continua creazione seriale (...) (diventando) un *processo*" (Gibson, 1996, p. 210): il corpo e il suo riverbero tersicoreo si dispiegano in puro estrinsecarsi di attività all'interno di un flusso inarrestabile di immagini, mentre sfuma l'antico senso della vita vincolato alla fede nell'esistenza di un mondo esterno durevole (Lasch, 1984, *passim*).

Nel presente *digital landscape*, come già accennato, territorio privilegiato per le attuali rappresentazioni coreutiche, si attualizzano teorie che avevano adombrato un allontanamento dall'idea del Sé inteso come chiave ermeneutica della Storia, perché diventato un "sistema multiplo distribuito", un insieme di parti, frammenti e collegamenti di aneliti, costituito da e attraverso il linguaggio (Turkle, 1996, pp. 7-8). Nel tentativo di

comprendere gli snodi delle principali questioni poste dalla virtualizzazione delle azioni espressive e dell'esperienza estetica nell'orizzonte ciberspaziale, risultano particolarmente utili le riflessioni di alcuni capisaldi del pensiero contemporaneo. Il riferimento è ad autori quali, ad esempio, Gilles Deleuze e Félix Guattari (1980), che sottolineano come i canali di trasmissione siano predelineati e preesistano all'individuo che vi si integra stemperandosi in "disseminate" (Caronia, 1996, p. 134) identità, erratiche e sfuggenti. In un reale coincidente con l'area di sempre più totale virtualità elettronica si intersecano il divenire, la pluralità e la singolarità, concepita quest'ultima non come principio d'individuazione, non come *status*, ma, si diceva, come svolgimento, che si apre alla sua stessa disgregazione, come evento, accadimento, anche artistico.

Gli attuali mondi informatici evocano la prospettiva di un ripensamento anti-umanistico, che trasforma l'individuo in puro riferimento simbolico, circondato da una quantità inesauribile di significanti linguistici (Lacan, 1978, *passim*), dunque nel luogo dell'assenza, di una mancanza di cui si danno esclusivamente tracce (Derrida, 1967, *passim*). Riecheggiano le dottrine sull'inesistenza di un essere che si riconosca autore del discorso e sulla rilevanza invece di quest'ultimo come universo indipendente, che crea oggetti e identifica collocazioni identitarie, non più considerato come "la manifestazione, maestosamente sviluppata", di un'entità che "pensa, conosce e dice", bensì come l'"insieme in cui si possono determinare la dispersione del soggetto e la sua discontinuità con se stesso" (Foucault, 1969, p. 74). Attraverso la scienza e le sue sofisticate applicazioni tecniche, non percependo più la propria forza crescente di fronte alla debolezza dell'*objectum*, un tempo strumento manipolabile, il *subiectum* si svincola dalla gabbia della rappresentazione, si sradica dal suo allogarsi antropocentrico, si disfa nell'ineluttabilità del proprio declino, convergente con l'inesorabilità di un avvenire di dissoluzione in un sistema tecnologico di connessioni che lo trascende, e si colloca nel punto di disgiunzione tra l'umana attività creatrice e l'appropriazione di autonomia da parte delle sue oggettivazioni.

Il processo di scissione di un nucleo centrale di significato nella molteplicità di vettori che si intrecciano in un lo destabilizzato, ubicato nel sistema semiotico immanente, che diffonde se stesso nell'agrovigliata trama di messaggi, coinvolge il senso di costruzioni storiche che vengono "deconstructed and replaced by new kinds of entities more open to the expression of difference" (Hayles, 1990, p. 283), mentre nella zona di indistinzione tra attuale e virtuale compaiono inedite metafore, si agitano tensioni e si prospettano opportunità.

Inusitati significati culturali, in grado di sortire una traslazione dell'umano centro di gravità ontologico, un "ontological shift" (Heim, 1993, p. XIII), un'ultima, transitoriamente ultima, svolta della via all'artificiale, sono rappresentati dal mcgregoriano *Entity*, esplorazione della possibilità, si diceva, di dar vita a un'entità artificiale capace di realizzare prodotti coreografici intelligenti. In totale sintonia con i principi dell'*Artificial Intelligence*, fondata sull'automazione di processi cognitivi, e dell'*Artificial Life*, finalizzata alla realizzazione di sistemi che se esistessero in natura sarebbero considerati vivi, l'autopoietica opera giunge a riproporre se stessa rappresentando la scomparsa dell'autore. Si adombra, quindi, sul piano dell'immaginario la produzione di un "*pensare*

*meta-umano*”, non dovuto alla mera modificazione del funzionamento dei sensori conoscitivi dell’uomo, bensì alla loro sostituzione con strumenti e apparati che promuovono un pensiero “né antropomorfo né antropocentrico né geocentrico”, i cui “correlati configurano un’alterità trans-umana e trans-finita” (Mayz Vallenilla, 1990, p. 32), soppiantando definitivamente il *subiectum* che attribuisce ordine al mondo come suo oggetto. Sembra del tutto legittimo parlare di una metontologia in cui la funzione di *Dasein*, tradendo, come poc’anzi detto, la tradizione umanistica, viene svolta non dall’uomo e dal suo linguaggio, ma dall’alterità della tecnicità in grado di costruire un “meta-linguaggio” (p. 61).

Nel riflettere sulla “verità dell’ente” e sul suo “porsi in opera” nell’“essenza dell’arte” particolarmente utile risulterà richiamare un altro saggio heideggeriano, *L’origine dell’opera d’arte*, in cui si profila un ente privilegiato, che non si identifica con l’uomo ma con un manufatto, rappresentato da un edificio, un tempio greco, che, con il trascorrere del tempo, continuerà a sopravvivere al proprio autore (Heidegger, 1950, p. 21). Se l’assenza di chi ha realizzato il luogo sacro, testimonianza dell’opera umana, corrisponderà in realtà a una presenza ancor più acuta, perché virtualmente permanente, assoluta e definitiva sarà invece l’assenza di chi realizza il prodotto cibernetico, che apre un mondo senza l’esserci, in cui svanisce la coscienza del limite che questi, in quanto materialità animale, costantemente avverte. *Entity* rispecchia così sul piano artistico la destituzione dell’umano, decretando la fine del suo primato ontologico e sostituendolo con una *tecnitudo*, un’alterità, che vive di assoluta vita virtuale. “Non c’è dubbio, l’uomo verace, in quel temerario e ultimo significato che la fede nella scienza presuppone, *afferma con ciò un mondo diverso* da quello della vita, della natura e della storia”: la fede nella scienza, “pur sempre una *fede metafisica*”, concomitante con la “volontà di verità”, potrebbe rivelarsi dunque come un’“occulta volontà di morte” (Nietzsche, 1882, 1887, pp. 255).

Rinnegando l’idea dell’eros come pulsione istintuale ed esaltandone invece la potenza intellettuale che lo congiunge al *logos* (Platone, 212b-c), negando la concezione dell’immagine come “ostacolo per l’astrazione” (Wunenburger, 2003, p. 27) e affermandone invece la forza produttiva sul piano epistemologico, le perturbanti allegorie coreografiche, nella radicale rielaborazione del *cogito* cartesiano e del *calculus* leibniziano, mappano inediti universi di senso, propongono nuovi modi di soggettivazione e forniscono inusitate verità. Verità storicizzate nella diatriba tra “Terra” e “Mondo” (Heidegger, 1950, p. 34), verità poetiche, intese, ancora una volta, non come aurorale *aletheia*, disvelamento, rivelazione, bensì come certezza soggettiva, il cui luogo di gestazione non è più l’uomo, verità che, con pervicacia, custodiscono il germe della vita, qualunque forma essa assuma, e, con lungimiranza, adombrano possibili declinazioni *altre* della Storia e dei suoi valori.

## Nota biografica

Linda De Feo è ricercatrice di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell’Università degli Studi di Napoli Federico II, dove attualmente insegna *Sociologia dell’immaginario* e *Sociologia della narrazione*. Autrice di numerosi saggi, ha pubblicato i volumi: *Il raggio verde: una metafora del confine*.

*Riflessioni erratiche e interpretazioni sociologiche.* (2017). Milano: Mimesis; *Per un'ermeneutica del cyberspace. Lineamenti storico-filosofici.* (2013). Napoli: ad est dell'equatore; *Dai corpi cibernetici agli spazi virtuali. Per una storiografia filosofica del digitale.* (2009). Catanzaro: Rubbettino; *Philip K. Dick. Dal corpo al cosmo.* (2001). Napoli: Cronopio.

## Bibliografia

- Bachelard, G. (1938). *La formation de l'esprit scientifique.* Paris: Vrin; trad. it. (1995). *La formazione dello spirito scientifico.* Milano: Raffaello Cortina.
- Badiou, A. (2014). *Rhapsodie pour la théâtre. Court traité philosophique.* Paris: Presses Universitaires de France; trad. it. (2015). *Rapsodia per il Teatro: Arte, politica, evento.* Pellegrini: Cosenza.
- Benedikt, M. (ed.) (1991) *Cyberspace: First Steps.* Cambridge-London: The MIT Press; trad. it. (1993). *Cyberspace: primi passi nella realtà virtuale.* Padova: Muzzio.
- Canevacci, M. (1999). *Culture extreme. Mutazioni giovanili tra i corpi delle metropoli.* Roma: Meltemi.
- Caronia, A. (1996). *Il corpo virtuale. Dal corpo robotizzato al corpo disseminato nelle reti.* Padova: Muzzio.
- Deleuze, G-Guattari, F. (1980). *Mille plateaux. Capitalisme et schizofrénie.* Paris: Éditions de Minuit; trad. it. (2010). *Millepiani. Capitalismo e schizofrenia.* Roma: Castelvecchi.
- Derrida, J. (1967). *L'écriture et la différence.* Paris: Éditions du Seuil; trad. it. (1971). *La scrittura e la differenza.* Torino: Einaudi.
- Diodato, R. (2005). *Estetica del virtuale.* Milano: Bruno Mondadori.
- Foucault, M. (1969). *L'archéologie du savoir.* Paris: Gallimard; trad. it. (1971). *L'Archeologia del sapere.* Milano: Rizzoli.
- Foucault, M. (2001). *L'herméneutique du sujet. Cours au Collège de France 1981-1982.* Paris: Seuil; trad. it. (2003). *L'ermeneutica del soggetto. Corso al Collège de France (1981-1982).* Milano: Feltrinelli.
- Frasca, G. (1996). *La scimmia di Dio. L'emozione della guerra mediale.* Genova: Costa & Nolan.
- Fukuyama, F. (2002). *Our Posthuman Future. Consequences of the Biotechnology Revolution.* New York: Farrar, Straus and Giroux; trad. it. (2002). *L'uomo oltre l'uomo. Le conseguenze della rivoluzione biotecnologica.* Milano: Mondadori.
- Gibson, W. (1996). *Idoru.* New York: Viking Press; trad. it. (1997). *Aidoru.* Milano: Mondadori.
- Haraway, D. J. (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature.* New York: Routledge; trad. it. (1999). *Manifesto Cyborg. Donne, tecnologia e biopolitiche del corpo.* Milano: Feltrinelli.
- Hayles, N. K. (1990). *Chaos Bound: Orderly Disorder in Contemporary Literature and Science.* Ithaca and London: Cornell University Press.

- Heidegger, M. (1950). *Die Zeit des Weltbildes*. In Heidegger, M. (1950). *Holzwege*. Frankfurt am Main: Klostermann; trad. it. (1968a). *L'epoca dell'immagine del mondo*. In Heidegger, M. (1968). *Sentieri interrotti*. Firenze: La Nuova Italia.
- Heidegger, M. (1950). *Der Ursprung des Kunstwerkes*. in Heidegger, M. (1950). *Holzwege*. Frankfurt am Main: Klostermann; trad. it. (1968b). *L'origine dell'opera d'arte*. In Heidegger, M. (1968). *Sentieri interrotti*. Firenze. La Nuova Italia.
- Heim, M. (1993). *The Metaphysics of Virtual Reality*. New York-Oxford: Oxford University Press.
- Husserl, E. (I edizione 1936; 1959). *Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie*. L'Aia: Martinus Nijhoff's Boekhandel en Uitgeversmaatschappij; trad. it. (1975). *La crisi delle scienze europee e la fenomenologia trascendentale*. Milano: Il Saggiatore.
- Kant, I. (1781; II edizione 1787). *Kritik der reinen Vernunft*. Riga: verlegts Johann Friedrich Hartknoch; trad. it. (1976). *Critica della ragione pura*. Milano: Adelphi.
- Kerckhove de D. (1994). "Remapping sensoriale nella realtà virtuale e nelle altre tecnologie ciberattive". In Capucci, P. L. (a cura di). *Il corpo tecnologico. L'influenza delle tecnologie sul corpo e sulle sue facoltà*. Bologna: Baskerville.
- Laborit, H. (1983). *La colombe assassinée*. Paris: Grasset; trad. it. (1985). *La colomba assassinata*. Milano: Mondadori.
- Lacan, J. (1978). *Le séminaire de Jacques Lacan. Livre II. Le moi dans la théorie de Freud et dans la technique de la psychanalyse (1954-1955)*. Paris: Seuil; trad. it. (2006). *Il Seminario. Libro II. L'io nella teoria di Freud e nella tecnica della psicanalisi (1954-1955)*. Torino: Einaudi.
- Lasch, C. (1984). *The Minimal Self. Psychic Survival in Troubled Times*. New York: Norton; trad. it. (1996). *L'io minimo. La mentalità della sopravvivenza in un'epoca di turbamenti*. Milano: Feltrinelli.
- Leibniz, G. W. (1718). *Principes de la Nature et de la Grâce fondés en raison*. In "L'Europe Savante"; trad. it. (2001). *Principi razionali della natura e della Grazia*. In Leibniz, G. W. (2001). *Monadologia*. Milano: Bompiani.
- Lèvy, P. (1995). *Qu'est-ce que le virtuel?*. Paris: Éditions La Découverte; trad. it. (1997). *Il virtuale*. Milano: Raffaello Cortina.
- Longo, G. O. (2003). *Il simbiote. Prove di umanità futura*. Roma: Meltemi.
- Lukács, G. (1954-1956). *Über die Besonderheit als Kategorie der Ästhetik*, I-VI. Neuwied-Berlin: Luchterhand; trad. it. (1957). *Prolegomeni a un'estetica marxista. Sulla categoria della particolarità*. Editori Riuniti: Roma.
- Marchesini, R. (2002). *Post-human. Verso nuovi modelli di esistenza*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Mayz Vallenilla, E. (1990). *Fundamentos de la meta-técnica*. Caracas: Monte Avila Editores; trad. it. (1994). *Fondamenti della meta-tecnica*. Napoli: La Città del Sole.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.

- Nietzsche, F. (1882, 1887). *Die fröhliche Wissenschaft*, I-IV, V. Chemnitz: Ernst Schmeitzner; trad. it. (1977). *La gaia scienza*. In Nietzsche, F. *La gaia scienza e Idilli di Messina*. Milano: Adelphi.
- Nietzsche, F. (1883). *Also sprach Zarathustra. Ein Buch für Alle und Keinen*. Chemnitz: Ernst Schmeitzner; trad. it. (1976). *Così parlò Zarathustra. Un libro per tutti e per nessuno*. Milano: Adelphi.
- Novak, M. (1991). *Liquid Architectures in Cyberspace*. In Benedikt M. (ed.). *Cyberspace. First Steps*. Cambridge-London: The MIT Press; trad. it. (1993). *Architetture liquide nel ciberspazio*. In Benedikt, M. (a cura di). *Cyberspace: primi passi nella realtà virtuale*. Padova: Muzzio.
- Platone. (1986). *Simposio*. Benedetto, V. (a cura di). Milano: BUR.
- Platone (1996). *Fedone*. Lami, A. (a cura di). Milano: Bompiani.
- Pontremoli, A. (2004). *La danza. Storia, teoria, estetica nel Novecento*. Roma-Bari: Laterza.
- Stenger, N. (1991). *Mind is a Leaking Rainbow*. In Benedikt, M. (ed.), *Cyberspace. First Steps*. Cambridge-London: The MIT Press; trad. it. (1993). *La mente è un arcobaleno che trascolora*. In Benedikt, M. (a cura di), *Cyberspace. Primi passi nella realtà virtuale*. Padova: Muzzio.
- Thom, R. (1972). *Stabilité structurelle et morphogénèse. Essay d'une théorie générale des modale*. Reading (Massachussets): W. A. Benjamin; trad. it. (1980). *Stabilità strutturale e morfogenesi. Saggio di una teoria generale dei modelli*. Torino: Einaudi.
- Tomas, D. (1995). *Feedback and Cybernetics. Remaiging the Body in the Age of the Cyborg*. In Featherstone, M.-Burrows, R. (eds.). *Cyberspace/Cyberbodies/Cyberpunk. Cultures of Technological Embodiment*. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage; trad. it. (1999) *Feedback e cibernetica: per la ricostruzione dell'immagine del corpo nell'età del cyborg*. In Featherstone, M.-Burrows, R. (a cura di). *Tecnologia e cultura virtuale. Cyberspace, cyberbodies, cyberpunk*. Milano: Franco Angeli.
- Turkle, S. (1996). *Life on the Screen. Identity in the Age of the Internet*. London: Weidenfeld & Nicholson; trad. it. (1997). *La vita sullo schermo. Nuove identità e relazioni sociali nell'epoca di Internet*. Milano: Apogeo.
- Wunenburger, J. J. (2003). *L'imaginaire*. Paris: Presses Universitaires de France; trad. it. (2008). *L'immaginario*. Genova: il melangolo.
- Yehya, N. (2001). *El cuerpo transformado*. México-Buenos Aires-Barcelona: Paidós; trad. it. (2004). *Homo Cyborg*. Milano: Elèuthera.

## Ri-scrivere Cappuccetto Rosso: un'esperienza di narrazione partecipata in carcere\*

Oriana Binik\*\*

Università degli studi di Milano Bicocca

The article illustrates how Little Red Riding Hood has been used to teach criminology in a workshop conducted in prison aimed at a mixed audience of students of a Social Work Degree Course and detainees. First of all, it dwells on Little Red Riding Hood and the reasons for choosing this fairy tale to speak of transgression and self-change; second, the methodological path chosen for the didactic experience is illustrated; finally, one of the results of the workshop is presented: a version of Little Red Riding Hood written in a participatory manner by inmates and students together.

**Keywords:** Little red riding hood, fairy tales, edgework, detainees, participatory narratives

### Portare l'università e la fiaba in carcere

“C'era una volta un lupo che ingannava tutti e sé stesso solo per raggiungere il limite e superare la paura interna. Quel lupo sono io”. Questa la versione di Cappuccetto Rosso scritta da un detenuto per raccontarsi,<sup>1</sup> nell'ambito del laboratorio di criminologia “Universi Violenti” da me condotto presso la Casa di Reclusione di Milano Opera e rivolto a un pubblico misto, composto da studenti del Corso di Laurea Magistrale Progest (Progettazione e gestione delle politiche sociali) dell'Università di Milano Bicocca e persone detenute.<sup>2</sup>

“Raggiungere il limite”, “Superare la paura interna”: queste espressioni richiamano alcune delle tematiche affrontate nelle lunghe giornate trascorse insieme, progettate seguendo un approccio di “criminologia culturale” (Ferrell, 2014; Hayward, 2016), corrente di studio che si distingue per l'attenzione prestata a come il crimine viene narrato nella cultura contemporanea e alla sfera emotiva ad esso connessa. Nel caso specifico, abbiamo indagato principalmente due temi: la trasgressione e il cambiamento di sé. Esperienze cioè che accomunano chi commette i reati, chi non li commette e chi fantastica di commetterli, dunque, nel caso del laboratorio, sia gli studenti sia i detenuti.

La scelta di un medium che consentisse di insegnare criminologia e di catalizzare i moti interiori di un gruppo molto trasversale per esperienze di vita, genere e livello di istruzione, è ricaduta sulla fiaba. Narrate originariamente agli adulti, le fiabe sono infatti caratterizzate dal desiderio di indagare le esperienze di chi si spinge oltre i limiti, scoprendo spesso gli aspetti crudi della realtà. Hanno tinte fosche: parlano di violenza, di stupri, di morte ma allo

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* oriana.binik@unimib.it

stesso tempo costituiscono “il luogo di tutte le ipotesi”<sup>3</sup> (Rodari, 1970), rimangono cioè aperte, e stimolano la creatività.

Chi siamo? Come potremmo essere, in alternativa? Le fiabe sembrano volersi misurare con questi interrogativi profondi e ci riescono perché dilatano la dimensione dell'inutile, fondamentale per affrontare il mistero, per favorire l'identificazione e per lasciare fluire le emozioni (Barsotti, 2016). Secondo Von Franz, l'efficacia universale di queste narrazioni quale strumento caleidoscopico per osservare l'esistenza deriverebbe dal fatto che esse non custodiscono solo i pensieri elementari ma anche le immagini, le fantasie poetiche, le emozioni e le pulsioni ad agire elementari (1970, p.7-8). Anche per questo motivo non esiste un metodo unico per interpretare le fiabe, si tratta di un'arte alla portata di tutti, a patto che, come sottolinea Von Franz, vi si impegni “tutto il proprio essere” (*ivi*, p.14).

Lo scopo di questo contributo è di illustrare il lavoro svolto sulla fiaba nell'ambito del laboratorio; più precisamente intendo soffermarmi innanzitutto su Cappuccetto Rosso e sulle motivazioni di questa scelta per parlare di trasgressione e di cambiamento di sé favorendo il rispecchiamento degli studenti, per poi illustrare il percorso metodologico che ha caratterizzato l'esperienza didattica, presentando infine uno degli esiti del laboratorio, cioè una versione di Cappuccetto Rosso scritta in maniera partecipata dai detenuti e dalle studentesse.

### **Cappuccetto Rosso: una narrazione impenetrabile**

Identificata dai folkloristi con il codice ATU 333, Cappuccetto Rosso è una delle fiabe europee più conosciute e diffuse al mondo. In un interessantissimo libro, “The trial and tribulation of Little Red Riding Hood” (1983) Jack Zipes ne analizza ben 31 versioni, includendo anche narrazioni orali precedenti rispetto alla prima stesura scritta (Perrault, 1697). Le sfaccettature sono molteplici: in alcuni casi Cappuccetto Rosso muore, in altri si salva da sola, in altri ancora risorge grazie all'intervento esterno di un uomo, a volte un cacciatore, a volte un taglialegna. Il motivo della diffusione così massiccia di Cappuccetto Rosso si può forse individuare nelle parole di Marc Soriano: “si tratta di un'opera così chiara da divenire impenetrabile” (1968, p.160, trad. nostra), un'opera il cui mistero sembra peraltro talmente ben custodito da suscitare nella collettività un perpetuo desiderio di avvicinarlo. Se Dickens affermava di aver sempre pensato che Cappuccetto Rosso fosse una ragazza di cui innamorarsi, al suo fascino non sembra resistere neanche la società contemporanea, che ha trasformato la fiaba in una narrazione transmediale onnipresente (Beckett, 2002; Orenstein, 2002). Raccontata dai cartoni animati e dai film a partire da Meliès nel 1901, Cappuccetto è stata oggetto di serie TV (tra cui l'ultima *Once Upon a time* del 2018), ha ricevuto omaggi dal mondo dei videogiochi (*The Path*, 2009), dalla letteratura (a partire da Angela Carter con *Camera di Sangue* nel 1979), e dall'arte, in particolare attraverso le opere di Gérard Rancinan, Paula Rego e Kiki Smith (cfr Bonner, 2006).

Tra i contributi interpretativi di questa storia elementare e universale, che in fondo parla di crimine e di reazione al crimine (Khom, Greenhill, 2014), si possono scorgere due letture dominanti, affrontate nei prossimi paragrafi: una psicoanalitica e una femminista.

Benché i due approcci siano stati identificati come in contrasto l'uno con l'altro (cfr infra), ai fini della riflessione sulle tematiche proposte nel laboratorio si è optato per una integrazione tra i due, in grado di intersecare i contributi della criminologia, rispettivamente sulla trasgressione e sul cambiamento di sé. In parallelo, la fiaba ha rappresentato un enorme serbatoio che ha consentito l'ampliamento e la condivisione dell'immaginario. Da questa prospettiva, le narrazioni di fiction, spiegano Mar e Oatley (2008), danno senso alle emozioni, le connettono a delle azioni e a degli obiettivi, evidenziano come un'emozione si possa trasformare in un'altra e definiscono fino alle più minute sfumature il mondo interiore dei personaggi; in altre parole, consentono di ancorarci alle vite altrui e, rispecchiandoci, ricordarci delle nostre.

### ***Giocare con i limiti, incontrare il lupo***

Le fiabe conservano un enorme potenziale che non deve essere dimenticato: la loro funzione è contribuire alla civilizzazione delle pressioni caotiche dell'inconscio. Questa la prospettiva psicoanalitica adottata nel libro "Il mondo incantato" scritto da Bruno Bettelheim (1976), secondo il quale le fiabe condurrebbero il bambino a diretto contatto con la natura problematica della vita, emozionandolo e spaventandolo. Purtroppo, questo caotico stato dell'anima da esse suscitato non sarebbe fine a sé stesso; al contrario, esso contribuirebbe alla strutturazione della morale.

In questa cornice, Bettelheim spiega che Cappuccetto Rosso incarna quello che in termini psicoanalitici può essere definito come conflitto tra il Principio di Piacere e il Principio di Realtà. Cappuccetto è attratta dal Principio di Piacere, dalla bellezza del mondo esterno in cui si trova a passeggiare, un mondo lontano da casa e dalle raccomandazioni materne, ovvero dal Principio di Realtà da esse incarnato. In questo mondo liberato, che Cappuccetto vorrebbe esplorare con spirito di avventura, fa la sua comparsa il lupo, ovvero il seduttore, pronto ad attirare la fanciulla fuori dal sentiero tracciato:

Guarda come sono belli i fiori intorno a te. Perché non ti guardi intorno? Io credo che non senti neppure come cantano bene gli uccellini. Tu cammini composta soprappensiero come se stessi andando a scuola, mentre ogni creatura del bosco è gioconda<sup>4</sup> (Bettelheim, *ivi*, p.165)

La madre di Cappuccetto conosce il carattere della figlia, tanto che prima della sua partenza le raccomanda di seguire il sentiero, di dire buongiorno alla nonna e di non curiosare in tutti gli angoli della casa. Cappuccetto però è talmente attratta dall'idea della libertà che asseconda subito i suoi impulsi, così, appena avvista dei fiori inizia a coglierli e smette solo quando non riesce più a portarne. Solo allora si ricorda di dover andare dalla nonna. Ecco però che fa la sua comparsa il personaggio del lupo con la sua sfida, che parla al bambino a diversi livelli. Di certo vi è una dimensione dell'inconscio che viene attivata dall'immaginazione: Cappuccetto è sedotta dal lupo, dalla sua animalità, sotto questo punto di vista la fiaba parla anche di sesso (Warner 1995, Jones. 1985, Garber,

1992). Il lupo però non incarna solo la seduzione avventurosa delle “creature gioconde del bosco”, vi è anche una componente chiaramente distruttiva.<sup>5</sup>

Dalla prospettiva criminologica, un’immagine certamente interessante su cui si sofferma l’interpretazione psicoanalitica è quella molto forte del limite, di una ragazza che decide di trasgredire gli insegnamenti materni e che si trova a fronteggiare un lupo, seducente e distruttivo. Più precisamente, con uno sguardo culturale, è immediata la connessione con il concetto di *edgework*. L’*edgework* caratterizza le attività che comportano una “chiara e osservabile minaccia al benessere fisico o mentale o al senso di un’esistenza ordinata” (Lyng, 1990, p.12). Tra queste attività rientra il paracadutismo, studiato a lungo da Lyng, ma anche il consumo di sostanze stupefacenti o alcune forme di devianza associate all’assunzione volontaria di un rischio, come per esempio il furto, le risse, il vandalismo. Analizzata in termini criminologici, l’uscita di Cappuccetto dal sentiero e l’incontro con il lupo può essere assimilata alla ricerca, da parte del soggetto, di specifiche “situazioni” che rendano possibile il “gioco sul limite” (*edgework*) tra la vita e la morte, lo stato di coscienza e di incoscienza, la salute e la malattia, un ordinato senso del sé e dell’ambiente e il caos.

L’analisi e la descrizione di queste situazioni e degli stati emotivi che sono in grado di trasmettere fanno della *cultural criminology* una “criminologia della pelle” (Ferrell & Sanders, 1995), o una “criminologia del corpo” intesa come analisi delle pratiche sociali corporee che emergono quali risposte oppostive agli imperativi del tardo capitalismo (Lyng, 2004). L’ipotesi è che la società eserciti una compressione sui corpi attraverso il lavoro, il consumo, il soffocamento dell’immaginario, creando così delle forme di disagio negli individui i quali contrasterebbero tale schiacciamento attraverso attività ad alto rischio, ricercate per le sensazioni e le emozioni che sono in grado di trasmettere, ricollegabili a un senso di “trascendenza” corporea (Ferrell, 2017). In questo specifico caso, le tecniche corporee impiegate nell’*edgework* sono volte a raggiungere il limite, quel punto in cui il corpo disciplinato si trasforma in un corpo in trasformazione che non può controllare il caos ma che, al contrario, è trasfigurato dallo stesso, un corpo “trascendente”. In altre parole, rileggendo questo genere di esperienze in chiave interazionista simbolica, Lyng le ha interpretate come dei tentativi di mettere a tacere il “Me”, la voce della società, lasciando il passo a forme di piacere di tipo corporeo, caratterizzate da un’alterazione dello spazio e del tempo, dalla distruzione dell’ordine e dall’abbandono all’esperienza dell’indeterminatezza.

Tutte queste riflessioni sono state proposte agli studenti nell’ambito del laboratorio, affiancate da momenti esperienziali<sup>6</sup>. Più precisamente l’esperienza di *edgework*, avvicinata attraverso il racconto di Cappuccetto Rosso e le sensazioni di attrazione e repulsione nei confronti del lupo di cui parla la psicoanalisi, è stata presentata e riconosciuta da tutti gli studenti, che sono stati chiamati a scegliere un’esperienza di *edgework*, un momento in cui hanno scelto di vagare nel bosco, e di indicare tre emozioni suscitate. Ne è emerso che l’*edgework* è strettamente connesso a sensazioni di paura che solitamente lo precedono o ne caratterizzano le prime fasi (Lyng, 1990), ma anche a un senso di eccitazione, controllo e onnipotenza, che sono stati più volte evocati. I sensi di colpa, i “pensieri”, le sensazioni di tristezza sono stati descritti sempre come successivi. Un elemento che ha distinto l’esperienza delle studentesse esterne rispetto ai detenuti è

stato identificato nella decisione di vivere queste esperienze di *edgework* nella dimensione della conformità o di sapervi fare ritorno, procedendo lungo il sentiero ed evitando di fare del male ad altre persone. Benché infatti i detenuti ricorrano alle tecniche di neutralizzazione (Sykes & Matza, 2017) per minimizzare le conseguenze delle proprie condotte, è soprattutto la sensazione di aver causato sofferenza ad attivare lo spettro negativo delle emozioni, che parlano di solitudine, delusione e pentimento.

Alla luce di questa prima immersione nella storia di Cappuccetto Rosso, avvicinata ricorrendo alla psicoanalisi, alla criminologia ma anche ad opere d'arte – in una sorta di alfabetizzazione alla transmedialità e alla interdisciplinarietà – gli studenti sono stati divisi in gruppi, con l'obiettivo di stendere ognuno un pezzo della loro storia collettiva, in modo corale,<sup>7</sup> affrontando tre diversi temi:

1. Chi è Cappuccetto Rosso (chi e come eravate prima del vostro viaggio nel bosco)
2. Che cosa ha rappresentato per voi l'incontro con il Lupo (cosa significa spingersi oltre il limite)
3. Com'è stare con il Lupo (quali emozioni, stati d'animo suscita)

### ***Uscire dalla pancia del lupo***

Benché "Il mondo incantato" sia considerato un classico sulla fiaba, sia l'opera sia il suo autore hanno ricevuto degli attacchi durissimi. Jack Zipes, in particolare, ha criticato l'approccio psicoanalitico di Bettelheim, ritenendo che avesse interpretato alcuni concetti Freudiani in maniera troppo ortodossa e forzato i significati delle fiabe. Si è concentrato in specifico sull'intento "moralessante" di Bettelheim, accusandolo di aver redatto dei "sermoni domenicali" (1979, p.258), con l'obiettivo di educare i bambini ad abbandonare il Principio di Piacere e ad abbracciare quello di Realtà, cancellando così la dimensione di critica sociale presente nel pensiero di Freud. Secondo Zipes, infatti, non si possono scollegare le fiabe dal contesto sociale in cui sono nate e da quello in cui sono utilizzate/ricevute, il che comporta farsi carico del concetto di potere e del conseguente "disagio della civiltà": sarebbe totalmente errato negarlo o, peggio, auspicare che i bambini vi si sottomettano.

Uno degli scopi di Zipes è rivelare i mondi immaginativi alternativi contenuti nelle fiabe, talvolta racchiusi nelle versioni meno note. Per quanto concerne in specifico il caso di Cappuccetto Rosso, egli vi intravede la storia di uno stupro e si concentra in particolare sulla trasformazione subita dalla fiaba in occasione della sua prima stesura scritta ad opera di Perrault, che si conclude tragicamente con la morte della ragazza. Più precisamente, questi viene accusato di aver trasformato una giovane popolana coraggiosa che usa la sua intelligenza per liberarsi di un maschio predatore (nella versione orale, cfr Verdier 1980)<sup>8</sup> in una viziata borghese che, a parere di Perrault, meritava di essere punita per il suo comportamento. L'intenzione, ben visibile nella morale maschilista che conclude la fiaba di Perrault,<sup>9</sup> coerente con il contesto culturale della Francia aristocratica del XVII

secolo, era che le ragazze reprimessero i loro spiriti avventurosi ed evitassero dunque di spingersi oltre i propri limiti, esplorando ciò che si cela nel bosco.

Queste critiche hanno inaugurato proficui processi di trasmigrazione della storia in molteplici direzioni, tra cui certamente rientrano le riscritture di Angela Carter in “Camera di Sangue” che ha reinventato diverse Cappuccetto molto più audaci rispetto a quella di Perrault, più vicine alle versioni orali: ci sono ragazze con il cappuccio rosso che tagliano una zampa al lupo, che con il lupo ci vanno a letto, o che sono addirittura mezze lupe (Duncker, 1984; Vallorani, 2012)

Facendo tesoro delle critiche di Zipes ma smorzando i contenuti di genere,<sup>10</sup> il laboratorio non si è prefissato l’obiettivo di spingere gli studenti a “seguire le indicazioni della mamma” riportandoli sulla retta via. Alla ricerca di una maggiore complessità, le riflessioni femministe hanno portato l’attenzione su alcuni temi di fondamentale interesse per il gruppo: se e come venire a patti con il lupo, cosa accade se il lupo è una parte di noi, come ci si può liberare quando l’aver seguito il lupo ci ha portato a sentirci in trappola, come fagocitati, a chi e come possiamo chiedere aiuto o se è possibile fare da sé.

Al fine di esplorare questi temi, gli studenti si sono confrontati con tre versioni di Cappuccetto Rosso: “Il racconto della nonna” nella versione Nivernese,<sup>11</sup> “Le petit Chaperon rouge” di Charles Perrault e “Rotkappchen”, dei Fratelli Grimm. Gli spunti raccolti dalle critiche femministe e il confronto con le tre diverse versioni di Cappuccetto hanno introdotto alcune riflessioni più propriamente criminologiche sulla desistenza dal crimine, cioè sulla decisione di smettere di compiere reati, e sui percorsi rizomatici che conducono in quella direzione.

Nel caso dei detenuti, un dato di fatto è che lo spingersi oltre il limite li avesse condotti in una trappola, in carcere o, metaforicamente, nella pancia del lupo. In questi casi può accadere che la narrazione di sé finisca per non adattarsi più, per esaurire la sua funzione ordinatrice, fenomeno che in realtà può verificarsi anche prima di essere arrestati. Più precisamente, in gruppo, la riflessione è virata su ciò che accade quando “stare con il lupo” perde il suo fascino, quando l’*edgework* non è più eccitante, quando cioè il *thrill* legato all’esperienza deviante (Katz, 1988) svanisce, trasformando in routine anche uno stile di vita fuori dalle regole. Con il passare del tempo, può accadere infatti che un’esistenza criminale divenga ripetitiva, insoddisfacente, tragica, sfociando in una sensazione di *burnout* (Maruna, 2001).

Tra gli altri, Vaughan (2007) ha descritto questa sensazione come la prima fase di un possibile (mai automatico) mutamento nelle vite criminali, connotata da una condizione di confusione che richiede un discernimento, poiché diverse spinte contrastanti affollano la mente del soggetto. Rifacendosi a Giordano et al. (2002), tale fase si compone di due passaggi: un’iniziale apertura al cambiamento e una successiva esposizione a un evento catalizzatore, che può essere rappresentato da un’occupazione stabile, da un matrimonio o simili (eventi definiti “*a hook of change*”).

In questa cornice, la riflessione di gruppo è stata condotta sull’equilibrio tra *agency* e struttura nella definizione del proprio processo di cambiamento, se desiderato. Anche in questo caso, infatti, non si può perdere di vista il ruolo della società. È ormai riconosciuto che la desistenza non può accadere né per un semplice cambiamento strutturale, né

grazie alla singola motivazione del soggetto: entrambi questi fattori sono necessariamente implicati nel processo (Laub & Sampson, 2001; McNeill, 2006; Vaughan, 2006). Inoltre, pesano enormemente le condizioni di partenza: perché l'agency conduca il soggetto verso un cambiamento, deve affermarsi in modo titanico anche contro il proprio habitus (Bourdieu, 1977), ossia contro ciò che della sua struttura ha internalizzato e che influisce sulle sue abituali disposizioni e percezioni.

Dunque, quando è possibile salvarsi dal lupo da soli come la Cappuccetto delle prime versioni orali? Quando invece è necessario accettare un *hook of change*, un'occasione o un aiuto esterno dal Cacciatore? Quanta libertà abbiamo, quanto siamo invece vincolati dalle strutture sociali a cui apparteniamo? Le riflessioni raccolte attorno a questi interrogativi sono state sviluppate in un'altra giornata da quattro gruppi di lavoro che, ancora una volta, hanno approfondito temi differenti.

4. Chi è stato o è per voi il cacciatore, se c'è (chi vi sta aiutando)
5. Quali occasioni potete cogliere per uscire dalla pancia del lupo
6. Quali sono i vostri attuali desideri
7. Che cosa chiedete alla società

## La narrazione partecipata: siamo tutti Cappuccetto Rosso

Nella giornata finale del laboratorio, i sette temi affrontati in sottogruppi, cioè le sette fasi della storia, sono state lette ad alta voce tramite un portavoce e discussi dal gruppo allargato. Si è proceduto così a incollare ogni pezzo e a ristrutturare la storia suddividendola questa volta in quattro parti, ognuna affidata a una studentessa con il ruolo di facilitatrice.

L'obiettivo era arrivare a una versione definitiva del testo, possibilmente potenziata dal confronto e dal contributo di tutti i partecipanti. Per farlo abbiamo scelto di ricorrere alla tecnica del *World café* (Aldred, 2009; Brown et al., 2010), ciò significa che ognuna delle quattro studentesse era responsabile di una parte del testo a cui avrebbero lavorato in quattro sessioni da 20 minuti, collaborando con i detenuti. Per quattro volte, allo scadere dei 20 minuti, ogni detenuto avrebbe abbandonato il proprio sottogruppo per unirsi a un altro, fino a completare il giro e riuscire cioè a dare il proprio contributo a tutte le parti della storia. Compito (arduo) delle studentesse era di raccogliere i suggerimenti e guidare la discussione, introducendo i tagli e le correzioni del caso, facendo sintesi di quanto realizzato ogni qualvolta si componeva un nuovo gruppo.

La ri-scrittura così composta è esito di narrazioni molteplici, punto di convergenza tra i concetti criminologici presentati, le istanze riabilitative di cui si sono fatte portavoce soprattutto le studentesse, ma anche il desiderio dei detenuti di *apparire* pronti a un completo reinserimento sociale. In questo senso, il lavoro finale contiene certamente un certo grado di tradimento della realtà, in parte inevitabile, in parte forse favorito dalla particolarità del contesto carcerario: alcune delle lezioni, infatti, si sono svolte in presenza

di personale di polizia penitenziaria e dell'area trattamentale (educatori), fattore che a detta degli stessi detenuti è stato percepito come inibente. Ecco dunque la versione finale, letta in plenaria da quattro portavoce e successivamente sottoposta a un editing da parte mia:

Noi siamo Cappuccetto Rosso.

Veniamo da diversi paesi del mondo e di conseguenza anche le nostre origini, culture, mentalità sono molto variegata. La prima cosa che ci accomuna è l'amore per le nostre famiglie lontane, soprattutto per i nostri figli. Siamo inoltre tutti convinti che la vita sia come un fiume: scorre, tra ostacoli e pericoli, ma può essere un'esperienza davvero meravigliosa.

Quando abbiamo incontrato il lupo abbiamo avuto l'occasione di scegliere di uscire da uno spazio che ci stava stretto, fatto solo di regole e precisione. In certi casi siamo stati ingenui e immaturi e questo ci ha portato in situazioni difficili ma vogliamo dire la verità: la colpa non è del lupo, siamo noi ad aver scelto di seguirlo. Il lupo non ci obbliga ma ci tenta e può rappresentare lo specchio della nostra anima affamata.

Alcuni di noi sono addirittura nati e cresciuti in un branco di lupi, in quel caso è stato ancora più difficile fiutare la strada per non trasformarsi in predatori.

Ci hanno chiesto com'è stare con il lupo: il contatto con questa creatura ci ha regalato un senso di onnipotenza, di adrenalina ed eccitazione, abbiamo avuto paura ma anche la sensazione di poter controllare tutto quanto. I pensieri, quelli venivano solo dopo.

Noi siamo Cappuccetto Rosso.

O forse siamo anche il Lupo

Dentro di noi c'è il male e il bene: vorremmo comprendere come gestire l'equilibrio e valorizzare le sfumature. È molto difficile.

Nel bosco, con il cestino pieno dei nostri ricordi più belli, ognuno di noi ha seguito il suo sentiero, per alcuni più impervio, per altri meno. Ora ci ritroviamo tutti qui, uno di fianco all'altro nella pancia del lupo: divorati.

Qui dentro cerchiamo ogni giorno di perdonare noi stessi e gli altri per le azioni che abbiamo commesso. Ci proviamo, con difficoltà, anche se gli altri non ci perdonano. Il perdono non si può pretendere, è un dato di fatto. Così, continuiamo a bussare, a volte arrivano delle risposte.

La scuola, per esempio, noi l'abbiamo incontrata qui (in certi casi pure troppa): abbiamo capito una volta dentro che è fondamentale per costruirsi un futuro e per autodeterminarsi, per non restare intrappolati. La trappola peggiore, in realtà, ce la tendiamo da soli: è una danza ossessiva con il lupo, un ballo indemoniato senza tregua. Accade quando abbiamo fretta nel raggiungere i nostri obiettivi, quando vogliamo sempre di più, quando ci sembra di non poterci accontentare mai ma anche quando abbiamo paura di trovarci soli e abbandonati, paura di non saper gestire la nostra impulsività, paura di tornare al punto di partenza. È tutto molto difficile.

Per uscire da qui vorremmo fare da soli ma anche imparare a chiedere aiuto ai Cacciatori (che sia un compagno di cella, un volontario, qualcuno delle nostre famiglie, o chiunque ci tenda una mano) per capire chi siamo e che cosa desideriamo veramente.

Per ora abbiamo capito che il trauma ci ha portato a una consapevolezza tale da permetterci di leggere una parte di noi stessi che mai avremmo pensato di dover affrontare. Il nostro cuore è andato in frantumi e al momento con la colla dorata stiamo valorizzando ogni crepa.

Vorremmo tanto che anche la società riconoscesse i nostri cuori incollati e che il pregiudizio ci colpisse in modo meno doloroso. Vorremmo essere considerati veramente umani. Vorremmo poter non indossare maschere. Vorremmo apprezzare tutto quello che ci circonda. Vorremmo, soprattutto, diventare creature complete, non più frammentate: prendere tutto ciò che di positivo c'è del lupo ed essere in sinergia con lui, senza dominarlo o esserne dominati.

Chissà come sarà ritrovare il nostro bosco, chissà se qualcuno ci aiuterà a gestire l'orrore della nostra identità nuda, fuori di qui.

Continuiamo a bussare.

## Note conclusive

L'intento della narrazione partecipata ispirata a Cappuccetto Rosso era di dare una forma al disordine delle esperienze vissute dal gruppo, facendo così sedimentare anche le riflessioni stimulate dalla criminologia. Abbiamo lavorato in questa direzione con persone recluse, quindi poste ai margini della Storia, con la velleità di dare loro una storia possibile, o quantomeno di confondere, per qualche ora, il confine tra dentro e fuori, tra Cappuccetto Rosso e il Lupo cattivo.

Come si può leggere nel testo, l'obiettivo di questi incontri non era la redenzione dei detenuti, né una sorta di terapia, ma la fotografia di una condizione, dopo aver seminato una serie di riflessioni criminologiche e occasioni di rispecchiamento attraverso la fiaba. In specifico, si mirava a mettere a fuoco dei punti comuni, costruendo così una storia che rassomigliasse meno a una sintesi consolatoria e più a una traccia, costitutivamente precaria, utile soprattutto per porre altre domande piuttosto che per fornire delle risposte.

Anche in ragione della breve durata del laboratorio, un limite che emerge nel testo finale è la rimozione della dimensione del conflitto, visibile invece in alcune discussioni, per esempio attraverso moti di rabbia contro le istituzioni. È possibile che mancasse (o non fosse stato sollecitato a sufficienza, cfr nota 6) uno sguardo comune sulla società, ma anche che il modello della fiaba abbia spinto a bonificare alcune passioni, alla ricerca di un testo ritenuto gradevole, soprattutto nel finale. Nonostante i pesi dell'esperienza quotidiana della detenzione, in effetti, durante il laboratorio si è creato in generale un clima ludico e creativo che traspare nel risultato finale, così come la forte esigenza da parte dei detenuti di essere riconosciuti come persone dotate di un diritto al pensiero e al gioco, in grado di seguire un corso universitario seduti al fianco di altri studenti.

In questa cornice di dialogo tra dentro e fuori, per chi scrive l'immagine più incisiva resta certamente quella di Cappuccetto Rosso "che forse è anche il Lupo". Un'immagine molto presente nelle riappropriazioni contemporanee della fiaba (Ghesquiere, 2006), che in questo caso proviene da un mondo chiuso, segnato da un confine molto chiaro, e caratterizzato forse proprio per questo dall'urgenza di comunicare per ossimori e sfumature, dal desiderio cioè di respingere ogni affermazione definitiva e accogliere l'ambiguità (Kahm, Greenhill, 2014; Greenhill & Matrix, 2010). Date anche le assonanze con altre Cappuccetto/Lupo transmediali, ora non resta che immaginare come diffondere questo testo, dandogli la possibilità di sfidare nuovi confini e di impiegarlo, come affermava Rodari, per stimolare e accogliere tutte le ipotesi.

### **Nota biografica**

Oriana Binik è assegnista di ricerca in criminologia presso l'Università degli studi di Milano Bicocca. È autrice di *The fascination with violence in contemporary society* (Palgrave Macmillan 2019).

## Bibliografia

- Aldred, R. (2009). From community participation to organizational therapy? World Cafe and Appreciative Inquiry as research methods. *Community Development Journal*, 46(1), 57-71. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsp039>
- Barsotti S. (2016). *Bambine nel bosco, Cappuccetto rosso e il lupo tra passato e presente*. Pisa: ETS
- Beckett S (2002) *Recycling Red Riding Hood*, New York: Routledge
- Bettelheim, B. (1976). *Il mondo incantato: uso, importanza e significati psicoanalitici delle fiabe*. Tr. it. Milano: Feltrinelli, 2003.
- Binik, O. (2019). *The fascination with violence in contemporary society: when crime is sublime*. Palgrave Macmillan.
- Bonner, S. (2006). Visualising Little Red Riding Hood. *Moveable Type*, 2, *The Mind's eye*. <https://doi.org/10.14324/111.1755-4527.016>
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brown, J. (2010). *The world café: Shaping our futures through conversations that matter*. ReadHowYouWant.
- Calvino, I. (1956). *Fiabe Italiane*, Milano: Mondadori, 2001.
- Castiglioni, I., Giasanti, A. & Natali, L., (a cura di) (2019). *Il carcere in città, la voce, il gesto, il tratto e la parola, ovvero l'arte come evasione comune*. Milano: FrancoAngeli.
- Duncker, P. (1984). Re-imagining the fairy tales: Angela Carter's bloody chambers. *Literature and History*, 10(1), 3.
- Ferrell, J, Sanders CR (eds) (1995). *Cultural criminology*. Boston: Northeastern University Press.
- Ferrell, J. (2014). Cultural Criminology. In: Bruinsma G., Weisburd D. (eds) *Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice*. Springer, New York, NY [https://doi.org/10.1007/978-1-4614-5690-2\\_312](https://doi.org/10.1007/978-1-4614-5690-2_312)
- Ferrell, J. (2017). Boredom, crime and criminology. In Haywards K. (Ed) *Cultural Criminology* (pp. 179-194). Routledge.
- Ghesquiere R (2006) Little Red Riding Hood where are you going? In Catteeuw P et al (Eds) *Toplore: Stories and Songs*, Trier: Wissenschaftlicher Verlag.
- Giasanti, A. (a cura di) (2015). *Università@carcere, il divenire della coscienza: conflitto, mediazione, perdono*. Milano: Anima Edizioni.
- Giordano, P.C., Cernkovich, S.A., & Rudolph, J.L. (2002). Gender, crime, and desistance: Toward a theory of cognitive transformation. *American journal of sociology*, 107(4), 990-1064 <https://doi.org/10.1086/343191>
- Greenhill P and S E Matrix (Eds) (2010) *Fairy Tale Films visions of Ambiguity*, Logan: Utah University Press.

- Greenhill P and Khom S (2013) Hoodwinked! and Jin-Roh: The Wolf Brigade : Animated “Little Red Riding Hood” Films and the Rashômon Effect. *Marvels & Tales*, 27 (1) pp. 89-108
- Grimm, J., Grimm, W.(1812-15). *Tutte le fiabe*. Roma: Donzelli, 2015.
- Hayward, K. J. (2016). Cultural criminology: Script rewrites. *Theoretical Criminology*, 20(3), 297-321. <https://doi.org/10.1177/1362480615619668>
- Katz, J. (1988). *Seductions of crime: Moral and sensual attractions in doing evil*. NewYork: Basic Books.
- Laub, J. H., & Sampson, R. J. (2001). Understanding desistance from crime. *Crime and justice*, 28, 1-69. <https://doi.org/10.1086/652208>
- Lyng, S. (1990). Edgework: A social psychological analysis of voluntary risk taking. *American journal of sociology*, 851-886. <http://dx.doi.org/10.1086/229379>
- Lyng, S. (2004). Crime, edgework and corporeal transaction. *Theoretical Criminology*, 8(3), 359-375. <https://doi.org/10.1177/1362480604044614>
- Lyng, S. (Ed.). (2005). *Edgework: The sociology of risk-taking*. Psychology Press
- Mar, R. A., & Oatley, K. (2008). The function of fiction is the abstraction and simulation of social experience. *Perspectives on psychological science*, 3(3), 173-192. [10.1111/j.1745-6924.2008.00073.x](https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2008.00073.x)
- Maruna, S. (2001). *Making good: How ex-convicts reform and rebuild their lives*. Washington: American Psychological Association.
- McNeill, F. (2006). A desistance paradigm for offender management. *Criminology & Criminal Justice*, 6(1), 39-62. <https://doi.org/10.1177/1748895806060666>
- Orenstein C (2002). *Little Red Riding Hood Uncloaked: Sex, Morality and the evolution of the fairy tale*, New York: Basic Books.
- Khom S., Greenhill P. (2014). Little Red Riding Hood Crime films: critical variations on criminal themes. *Law, Culture and the Humanities*, 10(2), 257-278.
- Jones SS (1985). Joking Transformations of Poplar Fairy Tales: a comparative analysis of five jokes and their Fairy Tale Sources. *Western Folklore* 44(2), pp 97-114.
- Perrault, C. (1697). *I racconti di mamma l'oca*, Feltrinelli, 1993.
- Soriano, M.(1968). *Les Contes de Perrault, culture savante et traditions populaires*, Paris. Gallmard.
- Sykes, G. M., & Matza, D. (2017). Techniques of neutralization: A theory of delinquency. In Blomberg T.et al (Eds) *Delinquency and Drift Revisited*, Volume 21 (pp. 33-41). Routledge,.
- Vallorani N. (2012). Camere di sangue In A.A.V.V. *Mappe sulla pelle*. Firenze: Editpress  
Preso da: <https://sdiario.com/camere-di-sangue-di-nicoletta-vallorani/>
- Vaughan, B. (2006). The internal narrative of desistance. *The British Journal of Criminology*, 47(3), 390-404 . <https://doi.org/10.1093/bjc/azl083>
- Verdier, Y. (1980). Le Petit Chaperon rouge dans la tradition orale. *Débat (Le): Histoire, Politique, Société*, (3), 31-61.
- Von Franz, M. L. (1970). *Le fiabe interpretate*. Trad.it. Torino:Bollati Boringhieri, 1990.
- Zipes, J. (1983). *The Trials and Tribulations of Little Red Riding Hood* Routledge, 2017.

Zipes, J. D. (1979). *Spezzare l'incantesimo: teorie radicali su fiabe e racconti popolari*. Trad.it. Milano: Mondadori, 2004.

## Note

<sup>1</sup> Non tutte le attività svolte nel corso del laboratorio sono state riportate in questo scritto che si focalizza sulla scrittura partecipata di Cappuccetto Rosso. Tale attività è stata preceduta dalla scrittura di una versione personale di Cappuccetto Rosso, ad opera di detenuti e studentesse.

<sup>2</sup> Questo incontro tra Università e carcere è stato possibile grazie al Protocollo d'intesa tra PRAP e UNIMIB siglato nel 2010 e da allora sempre rinnovato. Per un approfondimento delle altre attività svolte in questa cornice si rimanda a Giasanti A. (a cura di) *Università@carcere, il divenire della coscienza: conflitto, mediazione, perdono*, Anima Edizioni, 2015. e Castiglioni I., Giasanti A., Natali L., (a cura di) *Il carcere in città, la voce, il gesto, il tratto e la parola, ovvero l'arte come evasione comune*. FrancoAngeli, 2019.

<sup>3</sup> Frase pronunciata da Gianni Rodari in occasione nel discorso pronunciato in occasione del conferimento del premio Andersen.

<sup>4</sup> Bettelheim commenta la versione di Cappuccetto Rosso scritta dai fratelli Grimm, che in Italia è la più nota, in cui la ragazza di salva grazie all'intervento del cacciatore. Grimm, J., Grimm, W. (1812-15). *Tutte le fiabe*. Roma: Donzelli, 2015.

<sup>6</sup> C'è una sfumatura importante del concetto di *edgework* che è stata trascurata con i detenuti: esso rappresenta sia una fuga sia una modalità di integrazione nella società (Lyng, 2005), la quale continua a chiederci una disponibilità ad assumere dei rischi e a vivere delle emozioni estreme (Binik, 2019). Questo aspetto non è stato affrontato durante il laboratorio per non interferire con il percorso trattamentale proposto dalla Casa di Reclusione, che verte anche sulla responsabilizzazione personale per i crimini commessi; tentando di agire sui processi di diniego e sulle tecniche di neutralizzazione. In realtà, come si può anche leggere nel testo scritto dai detenuti, probabilmente questa accortezza è stata eccessiva poiché le persone che hanno partecipato al laboratorio avevano un buon livello di consapevolezza e capacità riflessiva, in grado di affrontare anche la sfaccettatura "sociale" del concetto di *edgework*. Nella prossima edizione del corso il concetto di *edgework* sarà dunque proposto interamente, con l'auspicio che possa ampliare la prospettiva e contribuire alla costruzione di una storia forse ancora più complessa e meno pacificata.

<sup>7</sup> A causa di alcuni problemi burocratici, le studentesse esterne erano solo quattro, mentre i detenuti venticinque. Questo squilibrio è evidente nell'esperimento di narrazione partecipata, le studentesse hanno infatti assunto un ruolo esterno di facilitatrici, contrariamente a quanto inizialmente progettato.

<sup>8</sup> Nella versione orale del Nivernese, utilizzata anche nel laboratorio, Cappuccetto Rosso si denuda e va a letto con il lupo ma, fiutata la situazione di pericolo, finge di dover fare pipì. Il lupo le lega un filo al piede e la lascia andare, filo che la ragazza annoda a un prugno e riesce così a scappare. Una versione italiana raccolta da Italo Calvino (1956), intitolata "La finta nonna" si conclude allo stesso modo, con la simulazione della pipì e la ragazza che si salva da sola, in questo specifico caso annodando la fune a una capra.

<sup>9</sup> "Qui si vede come gli adolescenti, e soprattutto le ragazzine Quelle gentili, ben fatte e carine, Sbagliano nell'ascoltare ogni tipo di genti E non dev'essere poi cosa strana Se così tanti il lupo ne sbrana Il lupo, dico, giacchè, pure se apparenti, Questi animali variano molto di aspetto; Ve n'è di umore più circospetto Che senza fiele, rabbia o ululati, Compiacenti, dolci e riservati, Inseguono le fresche donzellette, Fin nelle case e dentro le camerette ma, ahimé, forse sono proprio quei Lupi insidiosi Fra tutti i lupi, di gran lunga i più pericolosi" (Perrault, C. (1697). *I racconti di mamma l'oca*, Feltrinelli, 1993).

<sup>10</sup> I contenuti di genere non sono stati approfonditi esclusivamente perché avrebbero richiesto una deviazione troppo impegnativa dal percorso progettato. Si è trattato di una rinuncia non semplice poiché dalle discussioni in gruppo è emerso in modo chiaro un forte bisogno formativo su questi temi.

<sup>11</sup> Contenuto nella raccolta di P. Delabue, *Le conte populaire francais*, reperito da Y. Verdier, *L'ago e la spilla*, EDB, Bologna, 2005 pp.75-77 e riportato da Barsotti, *Bambine nel bosco*, cit, pp 189-190.

## **L'azione sociale e l'interazione sociale *tra* sociologia, filosofia della mente, scienze cognitive, neurodiritto e informatica giuridica\***

Francesco Paolo Pinello\*\*  
Università degli Studi di Enna "Kore"

The concepts of social action and social interaction, simple or symbolic, have been constructed on the basis of viral beliefs of naive psychology (conscience, free will, felicific calculation, choice, autonomous decision, etc.), in an epistemological process that tends to make sociology independent from the natural sciences. The cognitive sciences (neuroscience, general linguistics, Artificial Intelligence), the philosophy of the mind and the neurolaw have now brought to the fore the question of natural-artificial tension and have undermined naive psychology, the classical model of a man endowed with free arbitrariness and, in some ways, even scientific psychology. Hence the need to rethink both social action and social interaction, in terms of non-integrated interdisciplinarity.

**Keywords:** social action, social interaction, neurolaw, legal informatics, philosophy of the mind

### **Il linguaggio sociale/storico-naturale umano**

Noi pensiamo, costruiamo, decostruiamo, spieghiamo e comprendiamo gli esseri umani e la loro realtà sociale attraverso il linguaggio. Non possiamo non farlo. Linguaggio che può essere lingua storico-naturale, scritta o orale, o linguaggio artificiale; linguaggio non-verbale, paraverbale; razionale e logico o "pazzo"; empirico o metafisico e visionario; imbecille o geniale; colto o ignorante; ingenuo o scientifico; fatto di lettere alfabetiche e/o di numeri e di formule matematiche; di punti e di linee che costituiscono figure geometriche o artistiche, grafici; che può essere funzionale a ricerche sociologiche quantitative e/o qualitative.

Le interazioni sociali sono anch'esse interazioni linguistiche, simboliche,<sup>1</sup> dipendono cioè dalla complessità dei modi in cui gli esseri umani sono capaci di essere "linguaggio sociale", con o senza l'uso delle lingue storico-naturali. Si pensi al codice della strada, che utilizza una lingua, e alla segnaletica stradale, che in genere non la utilizza.

"Linguaggio sociale umano" non è soltanto lingua storico-naturale – parlare umano –, bensì è ogni e ciascuna espressione e manifestazione umana sociale o socializzabile, consapevole o inconsapevole, sia che si ponga al di sopra sia che si ponga al di sotto della soglia della coscienza. Sono moltissime, infatti, le scelte, le decisioni e le azioni umane che dipendono dal "pensiero veloce", immediato.<sup>2</sup> Anche le espressioni e

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* francescopaolopinello@gmail.com

manifestazioni umane che, da certe prospettive teoriche, non comunicano e che sono ritenute accadimenti naturali o analoghi ad essi, sono “linguaggio sociale umano”. Le conseguenze di ciò le vedremo a breve.

I comportamenti umani, le azioni sociali, sono “linguaggio sociale/storico-naturale”<sup>3</sup> in quanto associano, in modo *bipolare*, secondo l’insegnamento di Louis Trolle Hjelmslev relativo alla sola linguistica, un ordine esterno a un ordine interno,<sup>4</sup> rendendo percepibile all’esterno ciò che accade all’interno dell’essere umano, e anche ciò che accade nelle relazioni tra gli esseri umani, tra di loro e con gli altri esseri viventi, con l’intelligenza artificiale e con l’ambiente circostante (le questioni tradizionali relative all’“ambiente sociale” sono diventate da tempo patrimonio della sociologia, soprattutto a partire dalla scuola di Chicago).<sup>5</sup>

Rispetto all’interazionismo simbolico, occorre precisare che la natura del “linguaggio sociale/storico-naturale umano” (al contrario della comunicazione animale) non dipende, o non dipende soltanto, dalla quantità e dalla complessità dei simboli utilizzati, ma dal modo in cui essi sono agiti, o possono essere agiti, dagli esseri umani, ed esclusivamente da loro.

Certamente, infatti, tale modo non può essere simulato da altre specie. Un elaboratore elettronico, invece, può soddisfare il *test di Turing*, ma l’essere umano è diverso dall’*hardware/software* computer e dall’*Artificial Intelligence*.<sup>6</sup> Così come la “Rete di esseri umani” (o di cervelli/menti umani) è diversa dalla “Rete di computer” e da ogni altro “Gruppo di animali”.

L’idea è che non basta prendere in considerazione soltanto il *minimo di differenza* (fino all’azzeramento della differenza tra essere umano e computer,<sup>7</sup> o tra essere umano e animale),<sup>8</sup> ma che sia necessario prendere in considerazione, insieme e allo stesso tempo, anche il *massimo di differenza*. Non *minimo di differenza* o *massimo di differenza*, ma *minimo-massimo di differenza*.

Relativamente ai cervelli sincronizzati e all’interazione sociale (e cioè relativamente alla “Rete dei cervelli umani”), le ricerche neuroscientifiche (neuroscienze sociali) sono appena iniziate. Per il momento sappiamo che attraverso l’analisi dell’attività cerebrale di individui impegnati in un’interazione sociale è stato possibile rilevare una sincronizzazione dei loro cervelli. Le informazioni che abbiamo a disposizione sono ancora poche perché, fino a oggi, la quasi totalità delle ricerche neuroscientifiche è stata effettuata a partire da un compito cognitivo affidato a un cervello umano studiato con tecniche di *neuroimaging*. Il linguaggio, per esempio, dipende da strutture e da facoltà/capacità del cervello umano.

Anche gli animali hanno comportamenti sociali e capacità comunicative, ciò però non significa che abbiano facoltà/capacità linguistiche. Comunicano, pur non avendo le capacità/facoltà linguistiche umane, perché sono capaci di utilizzare simboli e sistemi simbolici.<sup>9</sup> Nell’essere umano, però, i simboli e i sistemi simbolici che non utilizzano le lingue storico-naturali sono comunque relazionati, o relazionabili, imparentati, con esse, cosa che non è osservabile nelle altre specie. Questa relazione, o relazionabilità, o parentela, non può essere considerata neutra e neutrale, tenuto conto anche dell’*Artificial Intelligence*, nel senso che non può essere azzerata facendo finta che non esista, che non sia determinante.

Occorre dire, a questo proposito, che

Esistono [...] differenze fondamentali fra le lingue e gli altri sistemi simbolici usati dagli uomini o da altre specie: le lingue, infatti, sono incommensurabilmente più complesse. Questa complessità non dipende tanto dalla quantità dei simboli impiegati [...] quanto dal modo in cui questi simboli vengono utilizzati [...] ciò che rende speciale la lingua umana [non è la capacità degli esseri umani di riconoscere le parole] [...] è la possibilità di combinare le parole in espressioni complesse. Queste combinazioni, realizzate non arbitrariamente, ma attraverso l'uso delle regole della grammatica, ci permettono di dire e capire frasi nuove, mai sentite o pronunciate prima e di comunicare idee e pensieri di complessità illimitata [...] [Si tratta della] creatività del linguaggio.<sup>10</sup>

Il linguaggio verbale, già complesso di per se stesso, è reso ancora più complesso dal fatto che generalmente è accompagnato dal non-verbale, dal paraverbale, dalla prossemica e dalla pragmatica, ma anche dal fatto che ha a che fare con la spiritualità, con il sacro.<sup>11</sup>

## Vincoli cognitivi e vincoli istituzionali

Fatte queste premesse, il punto di partenza delle argomentazioni che seguono è “l’idea che alla base della capacità delle persone di usare la propria lingua, e dei bambini di acquisirla, ci sia una facoltà mentale specifica che è patrimonio genetico [biologico, cerebrale] della specie umana”,<sup>12</sup> perché tutti gli altri animali non utilizzano lingue storico-naturali per comunicare. Neanche l’*Artificial Intelligence*, pur utilizzando lingue storico-naturali per comunicare, sia scritte che parlate, rientra nel concetto di patrimonio genetico (biologico e cerebrale) della specie umana.

In realtà, nel cervello degli esseri umani, sin dalla nascita, non ci sono le lingue storico-naturali, ma c’è la capacità cerebrale di utilizzarle. Possiamo chiamare *cerebrale* tale capacità/facoltà e *mentale* il risultato dell’utilizzo delle lingue storico-naturali.

“Diceva Saussure, il padre della linguistica moderna, che la lingua è un prodotto sociale della facoltà del linguaggio e nello stesso tempo un insieme di convenzioni necessarie adottate dal corpo sociale per permettere l’esercizio di questa facoltà presso gli individui”.<sup>13</sup>

La medesima cosa può essere detta per ogni altra struttura, istituzione sociale profondamente radicata nella storia delle società umane (universali sociologici).

Dal punto di vista filosofico, le costruzioni, le istituzioni, le strutture sociali, l’insieme di convenzioni necessarie adottate dal corpo sociale, non possono essere azzerate, o sopresse, perché se ciò accadesse gli esseri umani non potrebbero più rendere mentali le loro facoltà/capacità cerebrali, così come oggi accade e come storicamente è sempre accaduto.<sup>14</sup>

Il “linguaggio sociale/storico-naturale”, che è istituzione e insieme di istituzioni, consente agli esseri umani di associare ciò che è nel loro interno (nei loro cervelli e nei loro corpi) con ciò che è all’esterno, facendo diventare mentale il cerebrale, proprio grazie alle strutture, alle istituzioni sociali. Abbiamo cioè all’opera sia vincoli cognitivi sia vincoli istituzionali, per dirla con Giovanni Leghissa.<sup>15</sup>

Essendo il linguaggio un'istituzione sociale (un universale sociologico), affermare che nell'essere umano la comunicazione che non utilizza le lingue storico-naturali e che funziona *in modo biologico diretto* è comunque relazionata o relazionabile, imparentata, con le lingue storico-naturali – cosa che non è osservabile nelle altre specie –, significa affermare, allo stesso tempo, che nell'essere umano anche ciò che non utilizza le strutture sociali è comunque relazionato o relazionabile, imparentato, con esse, con la razionalità (che è una caratteristica delle lingue storico-naturali) e con la logica (che è l'essenza della razionalità).

A questo punto, possiamo anche precisare che ciò che accade all'interno degli esseri umani è distinguibile da ciò che accade al loro esterno e possiamo sostenere che l'interno e l'esterno sono intimamente connessi e che sono collegati tra di loro mediante il linguaggio e le altre istituzioni sociali, perché sono il linguaggio e le altre istituzioni sociali che fanno diventare mentale il cerebrale. Mentale che è insieme e allo stesso tempo, all'interno e all'esterno dell'essere umano.<sup>16</sup>

Possiamo aggiungere che una cosa è un singolo cervello/mente, altra cosa è l'interazione variabile di una moltitudine di cervelli/menti (la Rete di cervelli/menti). E, utilizzando una classificazione proposta da Gaetano Berruto per le variazioni linguistiche, possiamo anche sostenere che ciò è vero sia dal punto di vista sincronico (tempo dell'interazione), sia dai punti di vista diacronico (ancora tempo dell'interazione), diatopico (spazio dell'interazione), diastratico (strato sociale dell'interazione),<sup>17</sup> diafasico (fase dell'interazione) e diamesico (oralità o scrittura dell'interazione).<sup>18</sup> Tale moltitudine di cervelli/menti non può non utilizzare il linguaggio umano e le altre istituzioni sociali per esercitare, in modo umano, le proprie facoltà e capacità cerebrali.

Sulle trasformazioni relative allo spazio e al tempo nella società informazionale,<sup>19</sup> occorre aggiungere che

Il dinamismo della modernità deriva da tre fattori: *la separazione del tempo e dello spazio* e la loro ricombinazione in forme che permettono una precisa delimitazione di "zone" spazio-temporali della vita sociale, la *disaggregazione dei sistemi sociali* [...] <sup>20</sup> e infine *l'ordinamento e il riordinamento riflessivo* dei rapporti sociali alla luce dei continui input di sapere che interessano le azioni degli individui e dei gruppi.<sup>21</sup>

Le interazioni sociali, quindi, non sono semplicemente linguistiche ma, in modo più ampio, generale e complesso, sono istituzionali, mentali e insieme cerebrali, allo stesso tempo. È questo che intendo dire quando argomento di "linguaggio sociale/storico-naturale" nella società informazionale e di *Artificial Intelligence*. Ciò è importante, perché in termini di profezia scientifica che si autoavvera, si trova ciò che si ricerca.

## **Potenziale/Attuale – Cerebrale/Mentale e estensione all'etica**

Utilizzando i concetti "attuale" e "potenziale", possiamo argomentare che le facoltà e capacità cognitive umane sono cerebrali in potenza e mentali in atto; e che non possono essere mentali in atto se non sono cerebrali in potenza; e che, per passare dalla potenza all'atto, necessitano dell'interazione con altri cervelli (con altri esseri umani, o con

intelligenze artificiali, in un ambiente), mediante le istituzioni e le strutture sociali. E l'atto umano è, allo stesso tempo, attività capace di riflettere sia sulla potenza, sia sull'atto, sia sul passaggio dalla potenza all'atto.

Le lingue naturali parlate dalle società umane [così come altre istituzioni e strutture sociali] non esistono come oggetti indipendenti dalle comunità che le usano. Da questo punto di vista, una lingua è un'astrazione con la quale ci si riferisce a un insieme di convenzioni socialmente condivise da un gruppo. [...] In quanto oggetto astratto, una lingua è un sistema simbolico, in cui i singoli elementi – parole e frasi – si riferiscono a cose reali o immaginarie diverse da sé. [...] Le comunità umane sono in grado di impiegare questi complessi sistemi simbolici in quanto gli individui della specie umana possiedono la facoltà linguistica [...] che consiste appunto nella facoltà che ciascun individuo ha di acquisire in età infantile, e poi di usare, la lingua o le lingue a cui è esposto [...] Non sappiamo come questa facoltà si sia sviluppata [...] Sappiamo invece che l'uomo moderno ha una capacità linguistica che è biologicamente determinata ed è comune a tutti i membri della specie, mentre le diverse lingue sono i prodotti, socialmente e storicamente determinati, di questa facoltà.<sup>22</sup>

Questi ragionamenti valgono anche per l'etica<sup>23</sup> e per altre strutture e istituzioni sociali. Anche l'etica dipende da capacità/facoltà del cervello umano (si pensi alla gestione, al controllo e ai sistemi di scelta, anche immediata, e di giustificazione dell'aggressività) e, come altre capacità/facoltà, utilizza il "linguaggio sociale" per strutturarsi socialmente e la lingua storico-naturale per autofondarsi e per riflettere su se stessa.

L'idea filosofica è, anche qui, che alla base delle attività mentali delle persone di effettuare delle scelte, anche immediate (con pensiero immediato),<sup>24</sup> e di valutare e di formulare giudizi morali (con pensiero lento),<sup>25</sup> ci sia una facoltà/capacità cerebrale specifica che è patrimonio genetico e biologico della specie umana, che è acquisita dai bambini e che è intimamente imparentata con la facoltà del linguaggio, anche quando il comportamento umano eticamente valutabile sembra distinto e svincolato dalle lingue storico-naturali.

L'etica, come il linguaggio e come altre istituzioni e strutture sociali, discende da capacità e facoltà cerebrali e, allo stesso tempo, è mente e anche insieme di convenzioni necessarie adottate dal corpo sociale per permettere l'esercizio di queste capacità e facoltà, da parte di ogni essere umano (*éthos*).

Il comportamento etico può essere considerato un universale sociologico. I diversi sistemi etici non esistono come oggetti indipendenti dagli esseri umani che li utilizzano, e pertanto non sono facilmente sostituibili. Da questo punto di vista, l'etica è un'astrazione con la quale ci si riferisce a un insieme di convenzioni socialmente condivise da un gruppo che ha i suoi cervelli, le sue menti, i suoi corpi e le sue istituzioni sociali. Le comunità umane sono in grado di impiegare questi complessi sistemi etici in quanto gli individui della specie umana possiedono la facoltà e la capacità etica a livello cerebrale, che è attiva già in tenerissima età.

L'etica, pertanto, facendo anch'essa parte del "linguaggio sociale storico-naturale", consiste in istituzioni sociali che consentono alle capacità e facoltà cerebrali di essere mente umana capace di scegliere, di valutare e di giudicare eticamente, così come per la capacità/facoltà linguistica. Non sappiamo come queste capacità etiche si siano sviluppate. Sappiamo invece che l'uomo ha una capacità etica che è biologicamente

determinata e che è comune a tutti i membri della specie, mentre i diversi sistemi etici sono i prodotti, socialmente e storicamente determinati, di queste facoltà e capacità cerebrali e corporee umane.<sup>26</sup>

## Una configurazione mente/cervello né dualistica né monistica e identitaria

Si determina così il campo di una configurazione mente/cervello che non è né dualistica né monistica e identitaria.<sup>27</sup> Quello da me proposto, infatti, è un modello per cui la mente è in atto ciò che il cervello è in potenza, ma per passare dalla potenza cerebrale all'atto mentale non sono sufficienti i vincoli cognitivi cerebrali, ma sono necessari anche i vincoli istituzionali, e cioè le istituzioni e strutture sociali. La mente, infatti, è fuori e dentro il cervello, insieme e allo stesso tempo. È dentro il cervello in quanto vincoli cognitivi cerebrali passati dalla potenza all'atto. È fuori dal cervello in quanto vincoli istituzionali e strutture sociali.

Ciò significa che il *self* non è soltanto una costruzione sociale,<sup>28</sup> ma si costruisce tra vincoli cognitivi cerebrali e vincoli istituzionali:  $M = f(C, I)$ , dove M sta per mente, C per cervello e I per istituzioni sociali. La mente è funzione di *vincoli/capacità* cerebrali e di *vincoli/opportunità* istituzionali.

Aggiungo che la tensione artificiale/naturale è complicata dallo spirituale, aggredibile con la filosofia, con l'estetica, con la psicologia ingenua e scientifica, con la teologia ecc. I processi di istituzionalizzazione, a partire dal racconto omerico dell'episodio di Ulisse e delle Sirene,<sup>29</sup> fanno emergere dialetticamente il naturale, e la tensione è complicata dal fattore spirituale. Charles Wright Mills, utilizzando altri termini e altri concetti, parlerebbe di dialettica burocrazia/carisma.<sup>30</sup> E il naturale che emerge è anche sadismo e barbarie, per dirla con Horkheimer e Adorno.<sup>31</sup>

Su questi argomenti rinvio al mio articolo «Identità scientifica e mito di appartenenza all'isola disciplinare: la dialettica dell'illuminismo, il naturale e l'artificiale razionalizzato»<sup>32</sup> e al mio contributo «“Se questo è un uomo”: l'istituzione totale, l'assurdo, la barbarie, l'identità sociale azzerata e l'umano».<sup>33</sup>

## Contro il relativismo linguistico: il *continuum* segmentato

Facciamo adesso un ulteriore passo avanti e vediamo che rapporto c'è tra il linguaggio e la biologia, mediante un esempio che confuta il *relativismo linguistico* e che può essere utilizzato anche per il *relativismo sociologico*. L'esempio riguarda il modo in cui vengono dati i nomi ai colori.

La cosa [...] non è tanto semplice, soprattutto a causa del fatto che mentre le parole denotano i colori come entità discrete, la gamma cromatica che noi percepiamo dal rosso al blu e dal bianco al nero è

invece un *continuum*. Su che basi avviene dunque la segmentazione che si riflette nelle forme linguistiche? Secondo una nota ipotesi, detta relativismo linguistico, i nomi verrebbero attribuiti ai colori in un modo che è del tutto arbitrario ed è determinato soltanto da fattori culturali, come indica la grande varietà di sistemi di denotazione in uso presso diverse comunità [...] Inoltre, proprio secondo quanto prevede il relativismo linguistico, è più facile riconoscere un colore visto in precedenza nel caso in cui per quel colore esiste un nome specifico nella nostra lingua, piuttosto che nel caso in cui un tale nome non sia disponibile. Nonostante queste indicazioni, tuttavia, dati raccolti con metodi diversi da ricercatori in vari settori della scienza cognitiva hanno mostrato come l'ipotesi del relativismo linguistico sia sostanzialmente scorretta.

Il primo tassello della nuova teoria proviene dagli psicologi, grazie ai quali è stato possibile accertare che i colori non sono tutti equivalenti dal punto di vista di chi li percepisce, alcuni, come il rosso, il blu, il verde, il giallo e il nero essendo "fondamentali" e dunque più facilmente discriminabili anche da parte di quelle persone la cui lingua non fornisce nomi specifici per essi. Non solo, ma per quelle stesse persone [come hanno mostrato indagini antropologiche], dei tanti colori denotati con un unico nome, quelli fondamentali costituiscono gli esempi migliori [...] Infine, la ricerca neuroscientifica ha fornito una conferma e insieme una base fisiologica alle scoperte degli psicologi e degli antropologi, dimostrando come il sistema visivo organizzati in coppie di opposti precisamente i colori che per altre vie erano stati individuati come fondamentali: rosso/verde; giallo/blu; bianco/nero.

Presi congiuntamente, questi risultati hanno permesso di mettere in luce l'inadeguatezza dell'originaria teoria linguistica del relativismo, mostrando come il modo in cui concettualizziamo i colori e attribuiamo loro nomi non sia arbitrario, ma si fondi sulle caratteristiche e le proprietà innate del nostro sistema neurofisiologico che impone restrizioni e limiti ai diversi modi in cui le varie lingue possono segmentare il *continuum* cromatico che percepiamo.<sup>34</sup>

Ciò significa che non è sufficiente prendere in considerazione il modello dell'interazione sociale, simbolica o meno. Da qui il vantaggio teorico che può derivare dal "linguaggio sociale storico-naturale". Del resto, la critica che può essere rivolta all'interazionismo è quella di consentire soltanto la rappresentazione di un'identità di gruppo.<sup>35</sup>

## **Il *continuum* e la segmentazione nel concetto di azione sociale di Max Weber**

Questi concetti di *continuum* e di segmentazione, che a mio parere possono essere estesi alle istituzioni sociali che sono universali sociologici,<sup>36</sup> sono rintracciabili anche nel concetto di azione formulato e proposto da Max Weber.

Il concetto di interazione sociale è appropriato quando prendiamo in considerazione l'interazione tra più cervelli, e cioè tra più esseri umani. Ma la ricerca, su tali questioni, in termini di neuroscienze sociali, è ancora acerba. Quando, invece, prendiamo in considerazione il singolo cervello, il singolo essere umano, il concetto più appropriato è quello di azione sociale. E qui la ricerca neuroscientifica è già matura. L'esigenza del "linguaggio sociale storico-naturale", infatti, è quella di andare oltre la psicologia ingenua e la psicologia scientifica, verso le neuroscienze e le scienze cognitive nel loro insieme.

Il concetto di azione, già in Weber ma ancora di più in Talcott Parsons,<sup>37</sup> è stato "purificato" dagli elementi naturali.<sup>38</sup> La stessa cosa è accaduta con Erving Goffman e con il suo concetto di interazione sociale, relativamente alla costruzione sociologica e non più psicologica del *self*.<sup>39</sup> Per il diritto, il riferimento primario è certamente Hans Kelsen con la sua dottrina pura del diritto.<sup>40</sup>

In base al modello di rapporto mente/cervello da me utilizzato, anche l'azione è mente, e cioè è la capacità/facoltà cerebrale che da potenziale diventa attuale mediante le istituzioni, le strutture sociali. Ciò significa recuperare, anche per l'azione, i profili biologici e neuroscientifici, in modo interdisciplinare non integrato.

Per quanto riguarda lo schema *mezzi sociali istituzionalizzati e mete culturali* di Robert King Merton,<sup>41</sup> occorre anche qui una riconsiderazione attenta alla tensione naturale-artificiale.

Ritorniamo a Weber. Per l'autore tedesco l'agire sociale è comunicazione e linguaggio. Non ogni specie di contatto tra gli uomini però, per Weber, ha carattere sociale. Hanno certamente carattere sociale gli atteggiamenti individuali orientati, in maniera dotata di senso, verso gli atteggiamenti di altri individui.<sup>42</sup> Gli altri individui possono essere singoli e noti, oppure molteplicità indeterminata di persone ignote.<sup>43</sup>

L'“agire” per Weber, infatti, è atteggiamento umano (sia esso un fare o un tralasciare o un subire, di carattere esterno o interno), al quale gli individui che agiscono danno un *senso* soggettivo. È cioè un agire riferito (secondo il suo senso, intenzionato dall'agente, o dagli agenti) all'atteggiamento di *altri* individui, e orientato nel suo corso in base a questo. Ma non è né un agire determinato dall'atteggiamento di altri, né un agire uniforme.<sup>44</sup>

Con questo Weber intende sostenere che l'agire sociale è un agire libero (libero arbitrio: psicologia ingenua) e che alla sociologia interessa soltanto l'agire libero e non anche l'agire naturalmente necessitato e determinato (oggetto di studio oggi, invece, delle neuroscienze). Per comprendere questo punto che adesso è di primaria importanza, cito un esempio da lui stesso formulato: uno scontro di due ciclisti è un mero avvenimento analogo agli eventi naturali e, per questo motivo, per Weber, non può rientrare nel campo dell'agire sociale. Diversamente accade per il tentativo di evitare lo scontro dei due ciclisti, per la lite che ne può conseguire, per il passaggio alle vie di fatto, ovvero per la discussione pacifica conciliatrice.<sup>45</sup>

Tutto ciò, per Weber, al contrario dei meri fatti naturali o dei fatti umani analoghi ai fatti naturali, è oggetto di studio della sociologia. E qui sta il punto fondamentale che differenzia il modello proposto dall'Autore dal modello da me utilizzato del “linguaggio sociale storico-naturale”. Perché il modello da me utilizzato considera “linguaggio sociale” anche le espressioni umane che sono analoghe agli eventi naturali e che, come nell'esempio proposto da Weber, non sono ritenute socialmente comunicative (si veda la distinzione tra “pensieri lenti” e “pensieri veloci”, o immediati).<sup>46</sup>

Lo scopo di Weber, infatti, era la separazione della sociologia dalle scienze naturali. La sfida contemporanea della sociologia, invece, è quella di spiegare e comprendere i fondamenti biologici del comportamento sociale, o socializzabile, e cioè dell'azione sociale. Per l'interazione sociale fondata sulle neuroscienze sociali, i tempi non sono ancora maturi.

Per Weber il mondo delle azioni umane è caotico, complesso e frammentario, ed è così in modo continuo. Pertanto non può essere spiegato nella sua interezza. La sociologia si orienta in tale *continuum* separando ciò che è naturale, o analogo al naturale, dall'agire sociale e cercando di spiegare l'agire sociale causalmente nel suo corso e nei suoi effetti. È il sociologo che, affidandosi al proprio discernimento, nel *continuum*, decide di

focalizzare le sue ricerche su una porzione del mondo caotico, complesso e frammentario, piuttosto che su un'altra. Così facendo, vince il *continuum* ed esce fuori da esso, selezionando e connettendo alcuni dati, rilevanti dal punto di vista dal quale egli conduce l'indagine, costruendo, per questa via, un "tipo ideale", un ideal-modello, una struttura, per segmentazione del *continuum*.

Il concetto di frammentarietà di Weber, in senso però diametralmente opposto, riporta alla memoria la frammentarietà presa in considerazione da Horkheimer e Adorno nella *Dialettica dell'illuminismo*.<sup>47</sup>

Tale *continuum* e tali *frammentazioni* vanno attenzionati in modo interdisciplinare non integrato, perché le spiegazioni in termini di relativismo sociologico appaiono oggi insufficienti.

Weber, date queste premesse teoriche, uscendo fuori dalla caoticità, dalla complessità e dalla frammentarietà del mondo, non può andare oltre l'agire sociale determinato in modo razionale rispetto allo scopo, in modo razionale rispetto al valore (fondato nel libero arbitrio), ovvero determinato affettivamente o tradizionalmente.

Ciò sviluppa, per certi versi, e allo stesso tempo anticipa, per altri versi, il modello utilitaristico (economico) e classico di uomo fondato (giuridicamente) sul libero arbitrio e sull'agire razionale della psicologia ingenua e della psicologia scientifica.<sup>48</sup> Questo modello di uomo è oggi messo in crisi dal nuovo modello di uomo che ci viene restituito dalle neuroscienze e che mette in discussione proprio i concetti di libero arbitrio e di coscienza, all'interno della tensione naturale-artificiale.

Tale tendenza risulta maggiormente evidente in alcune ricerche economiche e giuridiche a noi contemporanee. Ecco perché la sociologia (in modo particolare in materia di devianza e di criminalità) deve dialogare, in modo interdisciplinare non integrato, non soltanto con la filosofia della mente e con le scienze cognitive (neuroscienze, linguistica generale e intelligenza artificiale), ma anche con la scienza economica e la scienza giuridica.

## Precauzioni metodologiche

Ma con quale precauzioni metodologiche?

Quanto ho sin qui argomentato può essere sintetizzato in questo modo:

- POTENZA (cervello);
- ATTO (mente);
- PASSAGGIO DALLA POTENZA ALL'ATTO (istituzioni sociali).

Il problema qual è? Il problema che prendo qui in considerazione è che la mente, come attività, riflettendo su se stessa come atto e come potenza, produce posizioni teoriche contrapposte, circa il passaggio dalla potenza all'atto, perché l'istituzione sociale diritto (che è un'istituzione di lungo periodo) appare oggi inadeguata alle nuove conoscenze sulla potenza (e cioè sulle facoltà/capacità cognitive cerebrali umane). E le istituzioni sociali di lungo periodo, come il diritto, sono radicate e quindi sostanziali e non facilmente sostituibili (fungibilità).<sup>49</sup>

Tale inadeguatezza, come ho già “detto”, è dovuta all’emergere di un nuovo modello di uomo, costruito a partire dalle evidenze delle scienze cognitive e delle neuroscienze in modo particolare.

Come viene articolato generalmente questo problema? Traendo ispirazione dalle ricerche della Tabossi,<sup>50</sup> argomento che il problema viene generalmente articolato in tre punti:

- *Primo punto*: caratteristiche del diritto che ci interessa prendere in considerazione (colpevolezza, coscienza e volontà, imputabilità, capacità di intendere e di volere, pericolosità sociale ecc.);
- *Secondo punto*: informazioni che riguardano il cervello e la mente nelle sue interazioni con il diritto (psicologia ingenua, psicologia scientifica, neuroscienze, teorie filosofiche sul rapporto mente-cervello);
- *Terzo punto*: modo in cui il cervello e la mente sono strutturati così da poter partecipare all’interazione con il diritto (SI alla psicologia ingenua; SI alla psicologia scientifica; NO, oppure NI, alle neuroscienze, nel senso che prendendo in considerazione le evidenze neuroscientifiche circa il modo in cui il cervello è strutturato, o non si danno interazioni possibili con il diritto ovvero, se si danno, tali interazioni si presentano come estremamente problematiche. E in ciò la politica legislativa, e cioè il come vengono costruite le regole, gioca un ruolo decisivo).

Riflettiamo un po’ sulle caratteristiche di questa articolazione del problema.

Chiaramente, i modi in cui il cervello e la mente umana (che sono parte di un corpo umano) possono interagire con il diritto sono molteplici. Da che cosa dipende il particolare modo di interazione che scegliamo e che decidiamo di attenzionare? Dipende dalle informazioni sul cervello, sulla mente e sul diritto di cui ci serviamo per affrontare la questione specifica che stiamo studiando e sulla quale stiamo riflettendo. Il che, a sua volta, dipende dal modo in cui intendiamo far reagire il cervello e la mente con il diritto.

Le caratteristiche del funzionamento razionale del cervello e della mente, in termini di psicologia ingenua, sono un aspetto che è necessario precisare e di cui abbiamo bisogno di essere informati se intendiamo uniformarci allo studio del diritto nei termini della razionalizzazione dei comportamenti umani, e cioè delle azioni e delle strutture sociali.

Viceversa, l’assetto della questione cambia radicalmente se siamo interessati alla ricerca di ciò che accade al cervello al di sotto della soglia del libero arbitrio e della coscienza e, in modo particolare, se siamo interessati alla ricerca delle interazioni di questi accadimenti con il diritto.

Quindi, in base al modo in cui intendiamo far reagire il cervello e la mente con il diritto, e cioè mediante la psicologia ingenua, la psicologia scientifica o le neuroscienze, prendiamo in considerazione le informazioni sul cervello, sulla mente e sul diritto che ci servono.

C’è anche un altro problema da prendere in considerazione. Si tratta della possibilità che l’intelligenza artificiale riesca a fare cose somiglianti a quelle che fanno il cervello, la mente e il diritto, mediante un giudice artificiale che giudichi interpretando e applicando norme giuridiche penali costruite secondo i modelli del neurodiritto.<sup>51</sup> Chiaramente più si eliminano i margini concessi al libero arbitrio, introducendo modelli e meccanismi

deterministici, più viene facilitata la realizzabilità di un processo penale telematico nel quale giudice, avvocato e pubblico ministero siano enti non umani, dotati di intelligenza artificiale supervisionata o non supervisionata, e non più esseri umani dotati di intelligenza naturale.

Come ho già scritto in un mio saggio monografico del 2014 sul cognitivismo del teologo Salvatore Privitera e sul modello di scienza cognitiva proposto da David Marr,<sup>52</sup> tale modello, grazie alla distinzione tra diversi livelli e alla riduzione al minimo delle interdipendenze tra di essi (qualora i diversi livelli fossero scarsamente, o per niente, interdipendenti e autonomi), all'interno però di un contesto interdisciplinare non integrato e tenuto conto di quanto ho sin qui argomentato sul "linguaggio sociale/storico-naturale",<sup>53</sup> aiuta a contrastare gli errori *comuni* del naturalismo sociologico ed etico, quando si fanno interagire le diverse discipline e i diversi livelli in cui è articolato il problema scientifico da risolvere.

Nel nostro caso le discipline sono la sociologia, il diritto, l'etica, alcune questioni economiche, la filosofia della mente e le scienze cognitive. All'interno delle scienze cognitive, in modo particolare, abbiamo le neuroscienze, l'intelligenza artificiale, la linguistica generale, la psicologia cosiddetta ingenua (ancora utile per spiegare e per comprendere alcune questioni, come per esempio quelle che riguardano il diritto e buona parte dell'attuale sociologia) e la psicologia scientifica.

L'approccio è interdisciplinare non integrato perché l'obiettivo non è quello di far discendere una nuova disciplina da una molteplicità di discipline di partenza, ma è quello di far dialogare più discipline in modo da ottenere il massimo vantaggio teorico possibile.

Per naturalismo sociologico o etico intendo quel tipo di progetto di ricerca sociologica o etica o giuridica che si propone di indagare e di spiegare la realtà sociale utilizzando esclusivamente schemi, strutture, concetti, teorie, metodi, dati, delle scienze naturali.

Circa gli errori del naturalismo sociologico o etico o giuridico occorre precisare che esso generalmente tende verso il riduzionismo epistemologico e che quest'ultimo generalmente tende al riduzionismo ontologico.

Il riduzionismo epistemologico consiste nel ricondurre la sociologia o l'etica o il diritto totalmente all'interno delle scienze naturali, e cioè nel progettare e nell'eseguire ricerche sociologiche o etiche o giuridiche come se tali scienze fossero scienze naturali.

Il naturalismo sociologico o etico o giuridico è, in questo senso, riduzionismo epistemologico. Il riduzionismo ontologico, in tale contesto, consiste nel ridurre l'essere di pertinenza di queste scienze al pari degli "oggetti" della scienze naturali, facendo perdere loro indipendenza e autonomia.

Gli stessi argomenti valgono anche per l'*Artificial Intelligence*. In questo caso, però, si può parlare non di naturalismo ma di artificialismo.

## Nota biografica

Francesco Paolo Pinello è cultore di *Sociologia giuridica, della devianza e Mutamento sociale* e di *Sociologia generale* all'Università di Enna "Kore". È presidente del Comitato «Sicilia Occidentale» della LIDU (Lega Italiana dei Diritti dell'Uomo). Tra le più recenti

pubblicazioni: *“Se questo è un uomo”: l’istituzione totale, l’assurdo, la barbarie, l’identità sociale azzerata e l’umano*, in «Identity navigation: rethinking languages, literatures and cultures between challenges and misinterpretations» (Sinestesie, ebook in corso di pubblicazione); *Dalla Cappella Sansevero a Palazzo Bongiorno. Biografie, storia e strutture sociali* (Gruppo Editoriale Bonanno, 2019); *Identità scientifica e mito di appartenenza all’isola disciplinare: la dialettica dell’illuminismo, il naturale e l’artificiale razionalizzato*, in «Mitanalisi dell’Insularità», ebook Aracne 2019); *Il pane dei Burgisi e il Corteo di Cerere/Demetra*, contributo in *Kore la ragazza ineffabile. Un mito tra passato e presente* (Donzelli Editore, 2018), «Francesco Benedetto Bongiorno» e «Cataldo Lucio Bongiorno» (voci), in *Dizionario Enciclopedico dei Pensatori e dei Teologi di Sicilia. Dalle Origini al sec. XVIII*, vol. II, “Pontificia Facoltà Teologica di Sicilia” (Salvatore Sciascia, 2018); *Sociologia della massoneria. Lavoro massonico, solidarietà e progettualità sociale* (Gruppo Editoriale Bonanno, 2017), *Le migrazioni tra secolarizzazione, pluralismo religioso e identità cattolica. Un profilo socio-religioso*, contributo in *In-between spaces: percorsi interculturali e transdisciplinari della migrazione tra lingue, identità e memoria* (ebook Sinestesie, 2017).

## Bibliografia

- BECHTEL, W., (1988), *Philosophy of Mind. An Overview for Cognitive Science*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey; tr. it. (1992), *Filosofia della mente*, Bologna: il Mulino.
- BERZANO, L., (2017), *Quarta secolarizzazione. Autonomia degli stili di vita*, Milano-Udine: Mimesis.
- BIASIOTTI, M.A., SARTOR, G., TURCHI, F., (2018), *Tecnologie e abilità informatiche per il diritto*, Torino: G. Giappichelli.
- BLUMER, H., (1969), *Symbolic interactionism; perspective and method*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, N.J.; trad. it. (2008), *Interazionismo simbolico*, Bologna: il Mulino.
- CASTELLS, M., (2000), *The Rise of the Network Society*, Oxford: Oxford University Press
- CATTARINUSI, B. (1994), a cura di, *Altruismo e solidarietà. Riflessioni su pro socialità e volontariato*, Milano: Franco Angeli.
- DATTERI, E., (2012), *Filosofia delle scienze cognitive. Spiegazione, previsione, simulazione*, Roma: Carocci.
- DE PALMA, A., PARETI, G., (2004), *Mente e corpo. Dai dilemmi della filosofia alle ipotesi della neuroscienza*, Torino: Bollati Boringhieri.
- DURKHEIM, E., (1912), *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Alcan, Paris; tr. it. (2013), *Le forme elementari della vita religiosa. Il sistema totemico in Australia*, Milano: Mimesis.
- ELSTER, J., (1979), *Ulysses and the Sirens*, Cambridge University Press, Cambridge; tr. it. (1983), *Ulisse e le Sirene. Indagini sulla razionalità e l’irrazionalità*, Bologna: il Mulino.
- ELSTER, J., (2000), *Ulysses Unbound. Studies in Rationality, Precommitment and Constraints*, Cambridge University Press, Cambridge; tr. it. (2004), *Ulisse liberato. Razionalità e vincoli*, Bologna: il Mulino.
- ELSTER, J., (2007), *Explaining Social Behavior. More Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge University Press, Cambridge; tr. it. (2010), *La spiegazione del comportamento sociale*, Bologna: il Mulino.

- FABIANI, E., FARO, S., LETTIERI, N. (2015), a cura di, *Diritto, neuroscienze, scienze della cognizione. Spunti di ricerca interdisciplinari*, Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane
- GERTH, H.H. & WRIGHT MILLS, C., (1946), *The Man and His Work*, in *From Max Weber: Essays in Sociology*, Oxford University Press, New York, pp. 3-74; tr. it. (1993), *Max Weber. Da Heidelberg al Midwest*, Milano: Franco Angeli.
- GIDDENS, A., (1990), *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Cambridge; tr. it. (1994), *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Bologna: il Mulino.
- GOFFMAN, E., (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Doubleday & Company, Garden City, N.Y.; tr. it. (1969), *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna: il Mulino.
- GOFFMAN, E., (1967), *Interaction Ritual*, Doubleday, Garden City; N.Y.; tr. it. (1971 e 1988), *Il rituale dell'interazione*, Bologna: il Mulino.
- GOFFMAN, E., (1969), *Strategic Interaction*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia; tr. it. (1971 e 1988), *L'interazione strategica*, Bologna: il Mulino.
- HJELMSLEV, L.T., (1961), *Prolegomena to a Theory of Language*, by the Regents of the University of Wisconsin; tr. it. (1968), *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Torino: Einaudi.
- HORKHEIMER, M. & ADORNO, T.W., (1944), *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Social Studies Ass. Inc.; (1969), S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main; tr. it. (1966, 1974, 1980, 1997 e 2010) *Dialettica dell'illuminismo*, Torino: Einaudi.
- KAHNEMAN, D., (2011), *Thinking, Fast and Slow*, Farrar, Straus and Giroux; tr. it., (2012), *Pensieri lenti e veloci*, Milano: Mondadori.
- KELSEN, H., (1960), *Reine Rechtslehre*, Verlag Franz Deuticke, Wien; tr. it. (1966), *La dottrina pura del diritto*, Torino: Einaudi.
- MARCONI, D. (2018), *Filosofia e scienza cognitiva*, Bari: Laterza.
- MERTON, R.K., (1949) *Social Theory and Social Structure*, by The Free Press; (1957) by The Free Press, a Corporation; 1968 and 1967 by The Free Press, A Division of Macmillan, New York, N.Y.; tr. it. (2000), *Teoria e struttura sociale*, Bologna: il Mulino.
- MICELI, S. (2005), *In nome del segno. Introduzione alla semiotica della cultura*, Palermo: Sellerio
- PARETO, V. (1978), *Compendio di sociologia generale*, Torino: Einaudi
- PARK, R. & BURGESS, E. W. & MCKENZIE, R. D., (1925), *The City. Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment*, University of Chicago Press, Chicago; tr. it. (1999), *La città*, Roma/Ivrea: Edizioni di Comunità.
- PARSONS, T., (1937), *The structure of social action*, McGraw-Hill Book Company, New York, N.Y.; tr. it. (1987), *La struttura dell'azione sociale*, Bologna: il Mulino. Si veda anche PARETO, V., (1978), *Compendio di sociologia generale*, Torino: Einaudi.
- PINELLO F.P. (2014), *Il cognitivismo di S. Privitera e il modello di scienza cognitiva proposto da D. Marr. I limiti del modello cognitivista proposto da S. Privitera e i vantaggi dell'adozione, anche per l'etica, del modello di scienza cognitiva proposto da D. Marr*, Vignate (MI): Lampi di stampa.
- PINELLO, F.P., (2019), *Identità scientifica e mito di appartenenza all'isola disciplinare: la dialettica dell'illuminismo, il naturale e l'artificiale razionalizzato*, in «Mitanalisi dell'Insularità – Collana I Quaderni di M@gm@», VALSTRO, O.M., FISCHER, H., (a cura di), Aracne, Vol. 17, n. 1, [http://www.analisiqualitativa.com/magma/1701/articolo\\_18.htm](http://www.analisiqualitativa.com/magma/1701/articolo_18.htm)

- PINELLO, F.P., “*Se questo è un uomo*”: *l’istituzione totale, l’assurdo, la barbarie, l’identità sociale azzerata e l’umano*, in «Identity navigation: rethinking languages, literatures and cultures between challenges and misinterpretations», ARRIGO, N., BONOMO, A., CHIRCOP, K. (a cura di), Edizioni Sinestesie, pp. 113-142 (ebook in fase di pubblicazione), <https://www.edizionisinestesie.it/call-for-papers/>
- SOLIVETTI L.M. (2001), *Sociologia come Ricerca. Modelli sociologici e percorsi di ricerca*, Roma: Carocci.
- SOBRERO A.A. (1993), a cura di, *Introduzione all’italiano contemporaneo. La variazione e gli usi*, Roma-Bari: Laterza.
- TABOSSI P. (1998), *Intelligenza naturale e intelligenza artificiale. Introduzione alla scienza cognitiva*, Bologna: il Mulino.
- TABOSSI P. (2002), *Il linguaggio*, Bologna: il Mulino.
- TOMASELLO, M., (1999), *The cultural origins of human cognition*, Harvard University Press, Cambridge, Mass; tr. it., (2005), *Le origini culturali della cognizione umana*, Bologna: il Mulino,
- WEBER, M., (1922), *Wirtschaft und Gesellschaft*, Mohr, Tübingen; tr. it. (1961, 1995 e 1999), *Economia e Società*, Milano: Edizioni di Comunità, Vol. I.

## Note

- <sup>1</sup> Si veda la concezione di pensiero, linguaggio e significato in Herbert Blumer, cfr. BLUMER, H., (1969), *Symbolic interactionism; perspective and method*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, N.J.; trad. it. (2008), *Interazionismo simbolico*, Bologna: il Mulino. Sulla “grammatica” e sulla “sintassi” dell’interazione si vedano GOFFMAN, E., (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, Doubleday & Company, Garden City, N.Y.; tr. it. (1969), *La vita quotidiana come rappresentazione*, Bologna: il Mulino; GOFFMAN, E., (1967), *Interaction Ritual*, Doubleday, Garden City; N.Y.; tr. it. (1971 e 1988), *Il rituale dell’interazione*, Bologna: il Mulino; GOFFMAN, E., (1969), *Strategic Interaction*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia; tr. it. (1971 e 1988), *L’interazione strategica*, Bologna: il Mulino.
- <sup>2</sup> Cfr. KAHNEMAN, D., (2011), *Thinking, Fast and Slow*, Farrar, Straus and Giroux; tr. it., (2012), *Pensieri lenti e veloci*, Milano: Mondadori.
- <sup>3</sup> Bisogna però prendere in considerazione anche l’incidenza dei sistemi artificiali/informatici sul linguaggio sociale/storico-naturale.
- <sup>4</sup> Cfr. HJELMSLEV, L.T., (1961), *Prolegomena to a Theory of Language*, by the Regents of the University of Wisconsin; tr. it. (1968), *I fondamenti della teoria del linguaggio*, Torino: Einaudi; MICELI, S., (2005), *In nome del segno. Introduzione alla semiotica della cultura*, Palermo: Sellerio, nota n. 31, a p. 33.
- <sup>5</sup> Cfr. PARK, R. & BURGESS, E. W. & MCKENZIE, R. D., (1925), *The City. Suggestions for the Study of Human Nature in the Urban Environment*, University of Chicago Press, Chicago; tr. it. (1999), *La città*, Roma/Ivrea: Edizioni di Comunità. Sul rapporto mente-cervello, in relazione anche all’ambiente, si veda DE PALMA, A., PARETI, G., (2004), *Mente e corpo. Dai dilemmi della filosofia alle ipotesi della neuroscienza*, Torino: Bollati Boringhieri.
- <sup>6</sup> Sulle simulazioni informatiche e robotiche si veda DATTERI, E., (2012), *Filosofia delle scienze cognitive. Spiegazione, previsione, simulazione*, Roma: Carocci.
- <sup>7</sup> Artificial Intelligence.
- <sup>8</sup> Simulazioni robotiche.
- <sup>9</sup> Si vedano gli esempi delle formiche, delle api e degli scimpanzé in TABOSSI, P., (2002), *Il linguaggio*, il Bologna: Mulino, pp. 12-14. Anche gli elaboratori elettronici utilizzano sistemi simbolici.
- <sup>10</sup> Ivi, p. 13.
- <sup>11</sup> Sulla distinzione tra soprannaturale e sacro si veda DURKHEIM, E., (1912), *Les formes élémentaires de la vie religieuse*, Alcan, Paris; tr. it. (2013), *Le forme elementari della vita religiosa. Il sistema totemico in Australia*, Milano: Mimesis.
- <sup>12</sup> TABOSSI, P., (2002), *Il linguaggio*, cit., p. 10.
- <sup>13</sup> Ivi, p. 11.
- <sup>14</sup> Si pensi ai processi di socializzazione primaria e secondaria.

<sup>15</sup> Cfr. LEGHISSA, G., (1° giugno 2016), *L'epidemiologia delle credenze tra vincoli cognitivi e vincoli istituzionali*, in *Incontri sul Senso 2015-2016. Semiotica della viralità. Per una epidemiologia del senso*, CIRCE, Centro interdipartimentale di ricerche sulla comunicazione, in <https://www.circe.unito.it/it/attivita-del-circe/seminari/incontri-sul-senso/incontri-sul-senso-2015-2016-semiotica-della-viralita>.

<sup>16</sup> Relativamente alla cultura, si veda ANOLLI, L., *Verso un nuovo concetto di cultura*, in TOMASELLO, M., (1999), *The cultural origins of human cognition*, Harvard University Press, Cambridge, Mass; tr. it., (2005), *Le origini culturali della cognizione umana*, Bologna: il Mulino, pp. 7-8.

<sup>17</sup> Sulle trasformazioni degli strati sociali e sull'autonomia degli stili di vita nella società secolare, si veda Cfr. BERZANO, L., (2017), *Quarta secolarizzazione. Autonomia degli stili di vita*, Milano-Udine: Mimesis.

<sup>18</sup> Cfr. BERRUTO, G., (1993), *Le varietà del repertorio*, in *Introduzione all'italiano contemporaneo. La variazione e gli usi*, a cura di SOBRERO, A. A., Roma-Bari: Laterza, pp. 8-14.

<sup>19</sup> Cfr. CASTELLS, M., (2000), *The Rise of the Network Society*, Oxford: Oxford University Press.

<sup>20</sup> Per disaggregazione (Disembedding) Giddens intende "l'enuclearsi dei rapporti sociali dai contesti locali di interazione e il loro ristrutturarsi attraverso archi di spazio-tempo indefiniti", GIDDENS, A., (1990), *The Consequences of Modernity*, Polity Press, Cambridge; tr. it. (1994), *Le conseguenze della modernità. Fiducia e rischio, sicurezza e pericolo*, Bologna: il Mulino, cit., p. 32.

<sup>21</sup> Ivi, p. 28.

<sup>22</sup> TABOSSI, P., (2002), *Il linguaggio*, cit., p. 12.

<sup>23</sup> Cfr. PINELLO, F.P., (2014), *Il cognitivismo di S. Privitera e il modello di scienza cognitiva proposto da D. Marr. I limiti del modello cognitivista proposto da S. Privitera e i vantaggi dell'adozione, anche per l'etica, del modello di scienza cognitiva proposto da D. Marr*, Vignate (MI): Lampi di stampa.

<sup>24</sup> Cfr. KAHNEMAN, D., (2011), *Thinking, Fast and Slow*, cit.

<sup>25</sup> Ivi.

<sup>26</sup> Cfr. PINELLO, F.P., (2014), *Il cognitivismo di S. Privitera e il modello di scienza cognitiva proposto da D. Marr*, cit.

<sup>27</sup> Sulla filosofia della mente, si vedano DE PALMA, A., PARETI, G., (2004), *Mente e corpo*, cit.; MARCONI, D., (2018), *Filosofia e scienza cognitiva*, Bari: Laterza. Si veda anche TABOSSI, P., (1998), *Intelligenza naturale e intelligenza artificiale. Introduzione alla scienza cognitiva*, Bologna: il Mulino.

<sup>28</sup> Sulla costruzione sociale del Self si vedano i testi di Erving Goffman già citati.

<sup>29</sup> Cfr. HORKHEIMER, M. & ADORNO, T.W., (1944), *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*, Social Studies Ass. Inc.; (1969), S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main; tr. it. (1966, 1974, 1980, 1997 e 2010) *Dialettica dell'illuminismo*, Torino: Einaudi, pp. 51-86 (*Odiseo o mito e illuminismo*). Sull'episodio omerico di Ulisse e delle Sirene si vedano anche ELSTER, J., (1979), *Ulysses and the Sirens*, Cambridge University Press, Cambridge; tr. it. (1983), *Ulisse e le Sirene. Indagini sulla razionalità e l'irrazionalità*, Bologna: il Mulino; ELSTER, J., (2000), *Ulysses Unbound. Studies in Rationality, Precommitment and Constraints*, Cambridge University Press, Cambridge; tr. it. (2004), *Ulisse liberato. Razionalità e vincoli*, Bologna: il Mulino; ELSTER, J., (2007), *Explaining Social Behavior. More Nuts and Bolts for the Social Sciences*, Cambridge University Press, Cambridge; tr. it. (2010), *La spiegazione del comportamento sociale*, Bologna: il Mulino.

<sup>30</sup> Cfr. GERTH, H.H. & WRIGHT MILLS, C., (1946), *The Man and His Work*, in *From Max Weber: Essays in Sociology*, Oxford University Press, New York, pp. 3-74; tr. it. (1993), *Max Weber. Da Heidelberg al Midwest*, Milano: Franco Angeli.

<sup>31</sup> Cfr. HORKHEIMER, M. & ADORNO, T.W., (1944), *Dialektik der Aufklärung*, cit.

<sup>32</sup> Cfr. PINELLO, F.P., (2019), *Identità scientifica e mito di appartenenza all'isola disciplinare: la dialettica dell'illuminismo, il naturale e l'artificiale razionalizzato*, in «Mitanalisi dell'Insularità – Collana I Quaderni di M@gm@», VALSTRO, O.M., FISCHER, H., (a cura di), Vol. 17, n. 1, Aracne, [http://www.analisiqualitativa.com/magma/1701/articolo\\_18.htm](http://www.analisiqualitativa.com/magma/1701/articolo_18.htm)

<sup>33</sup> Cfr. PINELLO, F.P., "Se questo è un uomo": *l'istituzione totale, l'assurdo, la barbarie, l'identità sociale azzerata e l'umano*, in «Identity navigation: rethinking languages, literatures and cultures between challenges and misinterpretations», ARRIGO, N., BONOMO, A., CHIRCOP, K. (a cura di), Edizioni Sinestesie, pp. 113-142 (ebook in fase di pubblicazione), <https://www.edizionisinestesie.it/call-for-papers/>

<sup>34</sup> TABOSSI P., (1998), *Intelligenza naturale e intelligenza artificiale*, cit., pp. 18-20.

<sup>35</sup> Sull'identità di gruppo e sul ritorno all'azione sociale si veda NATALE, P., *Forme e finalità dell'azione solidaristica*, in *Altruismo e solidarietà. Riflessioni su prosocialità e volontariato*, CATTARINUSI, B., (1994), (a cura di), Milano: Franco Angeli, pp. 65-66.

<sup>36</sup> Gli universali sociologici non sono identici agli universali culturali, se la cultura è costruita su una concezione relativistica del linguaggio.

<sup>37</sup> Cfr. PARSONS, T., (1937), *The structure of social action*, McGraw-Hill Book Company, New York, N.Y.; tr. it. (1987), *La struttura dell'azione sociale*, Bologna: il Mulino. Si veda anche PARETO, V., (1978), *Compendio di sociologia generale*, Torino: Einaudi.

<sup>38</sup> Cfr. SOLIVETTI, L.M., (2001), *Sociologia come Ricerca. Modelli sociologici e percorsi di ricerca*, Roma: Carocci, pp. 11-71.

<sup>39</sup> Cfr. GOFFMAN, E., (1959), *The Presentation of Self in Everyday Life*, cit.

<sup>40</sup> Cfr. KELSEN, H., (1960), *Reine Rechtslehre*, Verlag Franz Deuticke, Wien; tr. it. (1966), *La dottrina pura del diritto*, Torino: Einaudi.

<sup>41</sup> Cfr. MERTON, R.K., (1949) *Social Theory and Social Structure*, by The Free Press; (1957) by The Free Press, a Corporation; 1968 and 1967 by The Free Press, A Division of Macmillan, New York, N.Y.; tr. it. (2000), *Teoria e struttura sociale*, Bologna: il Mulino.

<sup>42</sup> Sul problema dell'intenzionalità si veda BECHTEL, W., (1988), *Philosophy of Mind. An Overview for Cognitive Science*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey; tr. it. (1992), *Filosofia della mente*, Bologna: il Mulino.

<sup>43</sup> I concetti di altro significativo e di altro generalizzato di George Herbert Mead possono essere considerati uno sviluppo di questa distinzione operata da Max Weber.

<sup>44</sup> Cfr. WEBER, M., (1922), *Wirtschaft und Gesellschaft*, Mohr, Tübingen; tr. it. (1961, 1995 e 1999), *Economia e Società*, Milano: Edizioni di Comunità, Vol. I, p. 4.

<sup>45</sup> Ivi, pp. 19-20.

<sup>46</sup> Cfr. KAHNEMAN, D., (2011), *Thinking, Fast and Slow*, cit.

<sup>47</sup> Cfr. HORKHEIMER, M. & ADORNO, T.W., (1944), *Dialektik der Aufklärung*, cit.

<sup>48</sup> Ma anche della filosofia della mente.

<sup>49</sup> Cfr. FABIANI, E., FARO, S., LETTIERI, N., (2015), (a cura di), *Diritto, neuroscienze, scienze della cognizione. Spunti di ricerca interdisciplinari*, Napoli: Edizioni Scientifiche Italiane; BIASIOTTI, M.A., SARTOR, G., TURCHI, F., (2018), *Tecnologie e abilità informatiche per il diritto*, Torino: G. Giappichelli.

<sup>50</sup> TABOSSI, P., (1998), *Intelligenza naturale e intelligenza artificiale*, cit., pp. 21-26.

<sup>51</sup> Sul processo penale telematico si veda la *Relazione sullo stato della giustizia penale telematica 2018* (Delibera Plenaria del 9 gennaio 2019) del CSM - Consiglio Superiore della Magistratura.

<sup>52</sup> Cfr. PINELLO, F.P., (2014), *Il cognitivismo di S. Privitera e il modello di scienza cognitiva proposto da D. Marr*, cit.

<sup>53</sup> Ciò, infatti, implica modifiche sostanziali al modello di Marr.

## La transmedialità tra generi narrativi e dimensione autoriale. Il caso Stephen King

Francesca Fichera\*

Università di Napoli "Federico II"

By describing the inner mechanisms ruling the Stephen King's transmedial *reign*, this paper aims to analyze the transmedia role into the authorial dimension building processes.

The "Stephen King case" helps to highlight a kind of authoriality capable to establish itself into the social imaginary through the vital frame of narrative genres, mainly thanks to "the systematical dispersion on multiple communication channels" (Jenkins) of King's work.

This description and this analysis begin from the film *Carrie* (Brian De Palma, 1976) that the author and director adapts from King's first novel only two years after his literary debut. That is an event which not only immediately connects two authors belonging to different media contexts, but also, significantly, the public character of Stephen King regarding the horror genre dimension, of which he will become a real landmark between the XX and XXI Centuries, an ideal source of *remediation* (Bolter, Grusin 2003).

King's career goes on the same path suggested by De Palma's film, inspiring cult horror movies like *The Shining* (Stanley Kubrick, 1980) or tv series of the same genre - for example *Storm of the Century* (Craig R. Baxley, 1999) - and comics - *The Dark Tower* (King, Lee 2007-2012).

We can add to these aspects the writer's full awareness of his role into the transmedial fantastic domain, vastly demonstrated in his essays on the topic - *Stephen King Goes to the Movies* (2009) and *Danse Macabre* (2016) - in addition to the reflections he developed in the afterwords written in his own novels or on his social media accounts like Twitter. That can be considered the arrival point of a career path which was able to get into the mainstream cultural industry thanks to the genre niche (Abruzzese 2000; Morin 2017) empowering the relationship with the public.

At this point we can also consider the Stephen King's case as a perfect example of the crucial function which transmedial processes have for the establishment mechanism of authoriality into the fluid context of narrative genres, whose borders end up beyond the pop culture ones.

**Keywords:** Transmedialità, generi narrativi, autorialità, Stephen King, horror

Quando si parla di "dispersione sistematica su molteplici canali di comunicazione" (Jenkins 2007), vale a dire di transmedialità, non si fa altro che mettere nuovamente in luce la natura fluida e sistemica degli ambienti mediali. In nome di tale fluidità, c'è da aggiungere, non v'è mai un movimento che possa definirsi univoco o unilaterale: nei media e *con* i media va a realizzarsi una circolarità, come pure una serie di continui rimandi e *rimbalzi*, che sembrano contraddire lo stesso concetto di "dispersione".

Ciò diventa evidente nel caso di un autore per il quale la transmedialità ha quasi casualmente funzionato da motore nonché da principio aggregante della sua produzione:

---

\* Questo saggio era stato mandato dall'autrice a luglio come proposta per l'attuale numero di Mediascapes Journal. Purtroppo, Francesca ci ha lasciato questo novembre, senza la possibilità di poter rivedere questo suo scritto e migliorarlo secondo le indicazioni dei revisori. Pensiamo tuttavia che sia giusto pubblicarlo, anche in questo formato incompleto, per ricordare e rendere un doveroso omaggio alla nostra collega scomparsa, che già in passate occasioni avevamo avuto il piacere di ospitare nella nostra rivista.

lo scrittore Stephen King. I processi transmediali hanno cioè ottenuto l'effetto di condensare l'opera di King nell'ambito di un preciso e riconoscibile universo narrativo: il genere horror, la *danse macabre* (King 2016).

## Horror d'autore

L'ingresso ufficiale della produzione kinghiana nel *multiverso* dell'orrore – in quanto genere, ancora una volta, dai confini fluidi, ugualmente a quelli che delimitano e insieme uniscono un medium rispetto all'altro – avviene quasi in perfetta coincidenza con il suo esordio letterario. Nel 1974 *Carrie*, il primo romanzo di King, viene dato alle stampe dai tipi di Doubleday; soltanto due anni più tardi, nel 1976, debutta l'adattamento cinematografico del libro realizzato dal regista Brian De Palma: *Carrie – Lo sguardo di Satana*.

Prima di *Carrie* avevo scritto altri tre romanzi: *Ossessione*, *La lunga marcia* e *L'uomo in fuga*. Il più inquietante è *Ossessione*. *La lunga marcia* è forse il migliore dei tre. Ma nessuno di essi mi insegnò le cose che imparai da *Carrie White*. La più importante è che l'impressione che uno scrittore ha di un personaggio può essere fallace come quella del lettore. [...] Aiutai me stesso, scavando nei miei ricordi del liceo [...] recuperando tutto quello che sapevo delle due compagne più isolate e prese di mira [...]. Raramente nella mia carriera ho esplorato un territorio più sgradevole (King 2010, pp. 70-71)

Nel volume autobiografico *On Writing* è lo stesso Stephen King a chiarire la natura della storia che ha per protagonista *Carrie White*: giovanissima reietta, vittima di bullismo a scuola e succuba di una madre il cui bigottismo rasenta la follia, è dotata di un potere telecinetico che finisce per scatenarsi durante un apocalittico ballo di fine anno. L'elemento paranormale è sì presente, ma sullo sfondo di un ben più dissacrante affresco che coinvolge l'*American Dream* e le sue falle, a cominciare dal contesto soffocante della provincia fino ai meccanismi più perversi del sistema scolastico vigente negli USA – che già il profetico *Ossessione* (1989), racconto di una strage in una scuola poi ritirato dal mercato librario, aveva in qualche modo toccato. Entrando nel merito vero e proprio della definizione del genere horror, King individua

[un] livello grossolano - quando Regan vomita in faccia al prete o si masturba con un crocifisso in *L'esorcista* [...] Ma su un altro livello, ben più potente, l'orrore davvero diventa una danza, una ricerca continua, ritmica. Ed è alla caccia del luogo dove tu, lettore o spettatore, vivi al tuo livello più primordiale (King 2016, pp. 13-14).

In nome di questa classificazione si può dire dunque che *Carrie* il romanzo possiede due orientamenti, atti a disporsi diversamente nel momento in cui Brian De Palma decide di riscriverli per la propria versione del racconto: quella cinematografica. In *Carrie*:

De Palma trova [...] una serie di stimoli che gli permettono di mantenersi fedele alla sua concezione del cinema. La presenza del sangue, leitmotiv dell'opera del regista [...] direttamente legato alla concretezza del corpo (muoiono in un bagno di sangue tutti i suoi eroi più 'veri', dal Malone degli Intoccabili al Peter Swan del Fantasma del palcoscenico (Ascione 1996, p.148).

D'altra parte *Carrie* in sé non è un romanzo dell'orrore alla maniera dei grandi maestri e punti di riferimento del genere come Edgar Allan Poe o Howard Phillips Lovecraft: "l'horror è una minuscola circonferenza all'interno del cerchio più grande del fantastico, e il fantastico è costituito da storie di magia" (King 2016, p. 384); un aspetto quasi del tutto secondario nell'opera prima di Stephen King. Non è perciò un paradosso affermare che sia proprio il film di De Palma a inserire ufficialmente *Carrie* il romanzo di King, e di conseguenza il suo autore, nel circuito del genere horror, adoperando quest'ultimo in forma di cornice, ma anche di strumento, in direzione di una critica come di una lucida analisi sociale, senza però rinunciare al lato *magico* della rappresentazione.

L'orrore è il canale che favorisce la creazione e l'uso di metafore forti ed esasperate relative alla società nel suo senso più largo: De Palma lo sa dal momento in cui imbecca la sua strada, pur raccogliendo informazioni e suggerimenti provenienti da percorsi diversi che, come vedremo più avanti, lo allontaneranno progressivamente dal punto di partenza. Il romanzo kinghiano gli offre infatti l'opportunità di omaggiare una delle sue principali fonti di ispirazione: Alfred Hitchcock. Tantissime cose in *Carrie* fanno riferimento alla cinematografia del regista inglese: l'episodio ambientato nelle docce dei bagni femminili, dove Carrie White scopre con sgomento di avere le sue prime mestruazioni; il rapporto morboso fra la giovane White e sua madre Margaret, "una nuova signora Bates" (Ascione 1996, p.148) fino alle quattro note fondamentali del tema musicale scritto da Bernard Hermann e, addirittura, al nome del liceo frequentato da Carrie, che il regista muta in Bates High School, discostandosi dal testo originale. In ogni caso le variazioni effettuate da De Palma sul soggetto kinghiano, con l'aiuto dello sceneggiatore Lawrence D. Cohen, sono da ritenersi minime o, per meglio dire, superficiali: la ragazzina grassoccia descritta da King nel libro assume, sullo schermo, le sembianze filiformi ed eleganti dell'attrice americana Sissy Spacek; la signora White, brutta dentro e fuori secondo lo scrittore, ha nel film il volto non esattamente sgradevole di Piper Laurie; e così via.

Su quello che in tempi più recenti avrebbe potuto ispirare un perfetto *mockumentary* – *Carrie* il romanzo si compone di una serie di cronache e testimonianze fasulle – De Palma compie un lavoro di compattazione della storia, di cui conserva la struttura di fondo allontanandosene solo per obbedire ai propri slanci visivi, cioè alla caratterizzazione di genere pura e semplice. Segno esemplare di questa tendenza è la conclusione del film, così palesemente horror da finire col rappresentare uno dei più usati e abusati cliché del genere. Una breve sequenza onirica mostra Sue Snell (Amy Irving), unica sopravvissuta al sanguinoso ballo scolastico, nell'atto di omaggiare la tomba di Carrie con un mazzo di fiori; dal terreno, nel quale è conficcata la lapide con su scritto "Carrie White brucia all'inferno!", sbuca improvvisamente una mano pronta a trascinare la ragazza con sé – sembra che Stephen King stesso abbia adorato questa conclusione, dichiarando che avrebbe voluto trovarla e scriverla per primo. D'altro canto, l'intenzionale *apertura* della narrazione di *Carrie* offre spunti facili per gli autori dei remake e di altri tipi di *rimediazioni* (Bolter, Grusin 2003) a cui il film di De Palma è servito di certo come inventario di immagini, oltre che come punto di riferimento per un'impostazione unitaria e facilmente interpretabile/collocabile del racconto.

A questo punto però diviene lecito chiedersi in che modo lo sguardo di De Palma abbia approcciato l'apparentemente scarna scrittura di Stephen King finendo col condizionare e influenzare le successive riscritture cinematografiche: la creatività estetica con cui De Palma edifica la sua costruzione *pulp*, adottando quelli che saranno gli stilemi di un'intera generazione di rimediazioni interne al genere horror, a partire dall'enfasi quasi *kitsch* data alle immagini fino alla maniera di confrontarsi con la materia sociale in una sorta di distanziamento simulato, di interpretazione occulta. Tuttavia è qui che si riscontra il merito e insieme il limite della trasposizione filmica realizzata da De Palma, il quale, volendo eseguire una cronaca del libro sotto forma di film pur mantenendo la volontà di sfruttarlo come tramite per un omaggio al cinema del maestro Hitchcock e al genere in cui rientra, perde quel sottile ma indispensabile pathos che King, seppure fra le righe, riesce a mantenere finanche nel costruito sistema di citazioni fittizie costituente il romanzo. *Carrie* è una pellicola che, grazie alla propria veste formale, si connota come parte integrante e tappa fondamentale di uno specifico genere cinematografico e non solo: quello, appunto, dell'orrore. Automaticamente trascina con sé il testo letterario da cui trae ispirazione definendone l'identità, la provenienza, il contesto d'origine e operando un distinguo che funzionerà, per il testo stesso e per il suo autore, da propulsore a un'ondata di echi e riletture ben piantate nel bacino dell'horror. Di queste ultime sarà però sempre constatabile e contestabile l'orientamento esaminato in partenza, ovvero quello che vede nella rappresentazione stilizzata e impersonale delle metafore e delle allegorie tipiche del genere – quindi sul suo primo livello di lettura – una sorta di assopimento, il pericolo di una progressiva *ghettizzazione* all'interno di uno schema precostituito che per lungo tempo ne ha pregiudizialmente e negativamente etichettato le intenzioni rendendo impossibile un discorso sulla qualità.

## Una lunga scia d'orrore

Intanto il solco tracciato dalla riscrittura depalmaniana fa presto a riempirsi con una ricca serie di adattamenti autore. Nel 1980 è la volta di *The Shining*, pellicola di culto per la regia di Stanley Kubrick. A seguire, il maestro del genere (nonché amico dello scrittore statunitense) George A. Romero realizza ben due trasposizioni delle storie kinghiane: il film a episodi *Creepshow* (1982) e *La metà oscura* (1993) cui si aggiunge, nello stesso decennio, l'adattamento di David Cronenberg di *La zona morta* (1983). Nel mentre, e al di fuori del circuito autoriale vero e proprio, il *regno* transmediale di Stephen King pone le basi della sua futura trasformazione in impero grazie a un'ingente quantità di riscritture cinematografiche destinate al bacino dell'horror e per lo più rispondenti alla definizione di *junk food movies* – il cinema di serie B, per come viene inteso da King stesso nel suo saggio *Danse macabre* (2016). Quando poi al grande schermo va ad affiancarsi quello televisivo, la traccia inaugurata dal film di De Palma può dirsi compiuta: gli oltre sessanta adattamenti realizzati a partire da un racconto o da un romanzo di Stephen King nel lasso di tempo compreso fra il 1976 e il 2018 ([Eddy 2016](#); [Imdb](#)), che siano prodotti per il cinema

o la televisione, continuano a *disperdersi* per ricondensarsi intorno al dominio della paura, al punto da far guadagnare allo scrittore l'epiteto di *Re del brivido*.

Tuttavia – e ancora una volta a ricordarcelo è un King pienamente consapevole del proprio ruolo all'interno dell'industria culturale (King 2016) – gli *indistinti confini* del campo del fantastico sono destinati a sfumare, proprio com'è accaduto alla dimensione dell'autorialità nel corso degli ultimi decenni del Novecento. Nonostante la presenza di produzioni dichiaratamente horror quali *Stephen King's IT* (Tommy Lee Wallace, 1990) o *La tempesta del secolo* (Craig Baxley, 1999), grazie alle quali il soprannome di "Re del brivido" ha da una parte conservato il potere di rendere l'opera di Stephen King facilmente catalogabile e riconoscibile per quanto riguarda i suoi pubblici, d'altro canto, come si accennava poc'anzi, a lungo si è insistito nel relegare il suo universo narrativo entro il solo "sottocampo" dell'orrore, riducendolo a mera etichetta. In realtà è abbastanza noto che nel passaggio dal medium letterario all'audiovisivo la caratterizzazione di genere abbia progressivamente perso terreno dando spazio a narrazioni tanto (in)definibili – indistinte, appunto – quanto iconiche. Se si pensa a *Stand by Me – Ricordo di un'estate* (Rob Reiner, 1986), tratto dalla novella *Il corpo* (1987), non v'è alcun utilizzo dei costrutti tipici dell'horror – fatta eccezione per il ritrovamento di un cadavere, elemento comunque insufficiente a una catalogazione di genere, al pari della telecinesi nel caso di *Carrie* il romanzo. Eppure pochi temi, come appunto quello dei ragazzini di provincia lanciati in un'avventura su due ruote, sono così esplicitamente kinghiani da diventare veri e propri *topos* della sua opera, nonché oggetto di nuove e ulteriori riscritture nelle quali King stesso ammette di riuscire a rispecchiarsi. Ce ne offre un esempio lampante la serie *Stranger Things* (Matt & Ross Duffer, 2016 - *in corso*) che non solo l'autore, in un tweet, definisce una sorta di *greatest hits* personale (<https://twitter.com/StephenKing>, 17/07/2016) ma dove è la stessa sceneggiatura a scoperchiare il sistema di riferimenti e omaggi al suo multiverso narrativo, facendo dire a un personaggio: "Hai mai letto Stephen King?" – qualcosa di simile era già accaduto, anche se in forma caricaturale, in una celebre puntata dei *Simpson* (Matt Groening, 1989 - *in corso*).

È dunque lecito pensare che l'effetto di traino esercitato dal film di De Palma nei confronti dell'esordio letterario di King sia (in)volontariamente servito a inserirne l'opera in un'industria culturale ancora fortemente influenzata dai meccanismi di produzione e organizzazione di senso caratterizzanti l'esperienza novecentesca, meccanismi pronti a dissolversi nel corso della fase di ulteriore sviluppo della società postindustriale e del sistema mediatico che la esprime. Se da un lato infatti delimitare i generi narrativi diventa impresa sempre più ardua e, per certi versi, fine a sé stessa, dall'altro anche l'autorialità sembra aver ceduto definitivamente la propria funzione nell'ambito del tacito patto stipulato fra creatori e pubblici. E tuttavia il "caso Stephen King" rimane singolare per il modo di approcciare e rappresentare il cambiamento in atto.

## Conclusioni

A fronte dei numerosi annunci riguardanti nuovi progetti di adattamento delle opere kinghiane, sia per il cinema che per la tv e il fumetto, non si può negare l'estrema e rinnovata *riconoscibilità* del regno transmediale, ormai divenuto impero in continua espansione, dello scrittore statunitense.

Dal momento del quasi istantaneo ingresso nel mondo narrativo dell'orrore fino alla *dispersione* e ridistribuzione trasversale dei contenuti della sua produzione, la figura di Stephen King e la sua importanza nella storia della transmedialità percorrono un cerchio che va a perfettamente a chiudersi con la rinegoziazione del ruolo dell'individuo creativo nel tessuto sociale. Qui è dove i processi di rimediazione hanno dimostrato di funzionare da propulsore per l'identificazione e la definizione di un autore nella fase apicale e insieme discendente della stessa dimensione dell'autorialità. In egual misura l'associazione con il dominio dell'horror, ancora prima al cinema che sulla carta – nessuno dei primi romanzi di King, da *Carrie* a *Ossessione* passando per *La lunga marcia* (1985) può dirsi pienamente parte della categoria – ha modificato e per certi versi rafforzato il rapporto fra autore e pubblico, inizialmente sfruttando l'attenzione e la concentrazione di una determinata nicchia – il fandom dell'horror e la sua inevitabile intersezione con il seguito del Re – poi slabbrando in via definitiva i confini già labili del dispositivo di genere. Prima *Carrie* di De Palma e, poco più tardi, cult come *The Shining* di Kubrick hanno fatto in modo da diffondere nient'altro che uno degli aspetti caratteristici dell'opera di Stephen King giocando sull'impatto e sulla valenza icastica del frasario *superficiale* con cui il genere dell'orrore si caratterizza. Sembra legittimo concludere che senza questo “cavallo di Troia” il percorso di King e dei suoi libri avrebbe seguito una direzione assai diversa, forse beneficiando dell'assenza di un'etichettatura limitante – com'è stata, a lungo andare, quella di Re del brivido – ma non potendo servirsi della natura fluida e *indistinta* del dispositivo del genere, che dietro sanguinosi balli liceali e mostruose creature nascoste nelle fogne delle cittadine di provincia ha potuto dischiudere un intero universo di temi lunghi da qualsiasi tipo di catalogazione.

Giunto sulla vetta di una carriera cominciata nel segno della paura e del sangue, il Re spezza in due l'epiteto: Stephen King cessa di essere un autore di horror e diventa *un* autore – un nuovo tipo di figura autoriale, che tornerebbe senz'altro utile approfondire ulteriormente entro una prospettiva sociologica – il cui nome attraversa i media senza che nessuno possa ignorarne il peso e la cifra, tanto sul piano estetico quanto su quello sociale. Ed anche se in taluni casi si è ancora restii a spingersi oltre gli inquietanti confini intorno ai quali ha sviluppato la sua fama, l'immensa varietà tematica delle opere del Re continua a invadere letteralmente l'habitat mediale del nostro tempo, da *Stranger Things* in avanti, dimostrandosi quotidianamente inesauribile.

## Bibliografia

- Abruzzese, A., Ragone, G. (a cura di) (2007). *Letteratura fluida*. Napoli: Liguori
- Abruzzese, A., Borrelli, D. (2000). *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*. Roma: Carocci
- Abruzzese, A. (1979). *La grande scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti. L'immaginario collettivo dalla letteratura al cinema e all'informazione*. Roma: Napoleone
- Abruzzese, A. (1975). *Verso una sociologia del lavoro intellettuale*. Napoli: Liguori
- Ascione, C. (1996). *La grande bottega degli orrori. Le ossessioni commerciabili di Stephen King*. Roma: Bulzoni
- Bachman, R. (1985). *La lunga marcia*. Milano: Mondadori
- Bolter, J., Grusin, R. (2003). *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini e Associati
- Eddy, C. (2016). *All 58 Stephen King Movie and TV Series Adaptations, Ranked*, in "io9", 08/07/2019
- Ilardi, E. (2010). *La frontiera contro la metropoli. Spazi, media e politica nell'immaginario urbano americano*. Napoli: Liguori
- Jenkins, H. (2007). *Cultura convergente*. Milano: Apogeo
- King, S. (2016). *Danse macabre*. Milano: Sperling & Kupfer
- King, S. (2010). *On Writing. Autobiografia di un mestiere*. Milano: Sperling & Kupfer
- King, S. (2009). *Stephen King Goes to the Movies*. Milano: Sperling & Kupfer
- King, S. (1989). *Ossessione*. Roma: Bompiani
- King, S. (1982). *Stagioni diverse*. Milano: Sperling & Kupfer
- Morin, E. (2017). *Lo spirito del tempo*. Milano: Meltemi
- Tarzia, F. (2009). *Mondi minacciati. La letteratura contro gli altri media*. Napoli: Liguori

## Dall'esposizione all'algoritmo. Forme di organizzazione del consumo nelle piattaforme digitali<sup>† ‡</sup>

Federico Tarquini<sup>\*\*</sup>, Tito Vagni<sup>\*\*\*</sup>  
Università IULM di Milano

The article aims to investigate the complex relationship between places, organizational forms of consumption and experience, to understand how it has evolved since the rise of digital platforms. Through a historical-cultural investigation, we try to identify the fundamental historical antecedents of this phenomenon: the first European metropolisation processes and the flâneur. Starting from these, we analyze the functioning of the "platform society" to verify if a form of living based on a contemporary flânerie is emerging in digital environments: a search and searchability typical of the digital sphere, which we call searching.

**Keywords:** metropoli, piattaforme digitali, shopping, searching, perturbante

### La metropoli "commerciale" o lo spazio come transizione

Il nodo teorico proposto in questo saggio riguarda il rapporto di vicendevole influenza tra la forma dei luoghi, la maniera in cui si organizzano al loro interno i consumi, l'esperienza del cittadino/consumatore, e il modo in cui questa complessa relazione si sia modificata con l'avvento delle piattaforme digitali. In questo frame teorico, l'antecedente storico fondamentale è rappresentato dall'avvento della metropoli moderna, un fenomeno storico-culturale capace di illuminare in modo chiaro le strettissime connessioni, tra luoghi, consumi ed esperienza.

Tra il quattordicesimo e il diciannovesimo secolo alcune città europee hanno vissuto un processo di trasformazione radicale, caratterizzato da una poderosa crescita dello spazio urbano e della popolazione. Città come Londra e Parigi sono passate dall'ospitare poche decine di migliaia di abitanti a essere abitate da milioni di cittadini. Questo processo generale è stato minuziosamente analizzato da Lewis Mumford nel saggio *La città nella storia*. Lo studio dello storico americano sull'evoluzione della città indica nell'affermazione del capitalismo mercantile, e poi di quello industriale, il fattore che ha reso possibile la nascita e lo sviluppo della metropoli moderna. È interessante notare come Mumford descriva la fase embrionale della sfera metropolitana come città "commerciale",

---

<sup>†</sup> Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019. Benché questo articolo sia frutto di lavoro di ricerca e di riflessione comune dei due autori, i paragrafi 1, 2 e 5 sono attribuibili a Federico Tarquini, mentre i paragrafi 3, 4 e le conclusioni a Tito Vagni.

<sup>‡</sup> Questo articolo è parte della ricerca "Searching. Piattaforme digitali e vita quotidiana", realizzata con il contributo di Facility Live.

<sup>\*\*</sup> tito.vagni@gmail.com

<sup>\*\*\*</sup> fem.tarquini@gmail.com

rimarcando così una sua particolare vocazione, fatalmente figlia dell'etica capitalistica. Tale propensione, secondo lo storico americano, si può sintetizzare nel passaggio dalla piazza del mercato all'economia di mercato: "La politica del così detto mercantilismo, (...) fu puramente transitoria. Le nuove forze favorivano infatti ogni tipo di espansione e dispersione. (...) La demolizione delle mura urbane era insieme una necessità pratica e un fatto simbolico" (Mumford, 1961: p. 513). L'etica del capitalismo mercantile, ponendo la circolazione delle merci come fine e come valore in sé, favorì una circostanza che Mumford tenne in massima considerazione: se la città per secoli aveva svolto principalmente una funzione di difesa verso i pericoli provenienti dall'esterno, ora, al contrario, doveva divenire una "piattaforma" capace di contenere i flussi umani e commerciali provenienti dall'infinito altrove. La trasformazione urbana seguì questa direzione, ponendo la massimizzazione e l'accelerazione dei traffici e delle transazioni come fine da perseguire. Il percorso intrapreso dalla metropoli dotò in questa maniera il concetto di spazio di una complessa gamma di significati: il passaggio dal mercato all'economia di mercato rese la grande città un luogo dove si intersecavano differenti "territorialità". In qualche maniera, allo spazio fisico della metropoli si sovrapponevano oggetti, uomini e valori astratti riferibili a territori lontani chilometri. I flussi mercantili "invasero" la fisicità dei luoghi in maniera per nulla pacifica. Ciò, similmente a quanto si osserva oggi circa alcune potenzialità dei media digitali, fece letteralmente collassare il precedente concetto di spazio, ormai incapace di contenere in sé la dimensione transpaziale del traffico mercantile. È lo stesso Mumford a chiarire questo passaggio:

Il più grande merito dell'economia di mercato fu l'aver accumulato prodotti da scambiare e da diffondere con molta rapidità; ciò precedette le innovazioni tecnologiche dell'età del ferro e del carbone e contribuì non poco a renderle possibili. Durante questo processo, come a suo tempo nell'evoluzione della città antica, le idrovie furono le principali vie di comunicazione non soltanto con i territori lontani ma all'interno stesso della città. (p. 523)

I processi di accelerazione tipici del capitalismo mercantile, permettendo un'inedita possibilità di scambiare, nel contesto della metropoli nascente, un ingente numero di prodotti e informazioni, oltre a creare le condizioni per il successivo sviluppo dell'industria, sancirono la necessità di creare strutture per la comunicazione e la circolazione sempre più performanti. Si determinò, in altre parole, la concreta necessità di modificare radicalmente lo spazio urbano. Ciò può essere considerato la condizione essenziale per la crescita delle tante forme di comunicazione, interne ed esterne alla città, sviluppatasi in quest'epoca. La strada, il boulevard, la ferrovia, le tramvie, le metropolitane e i porti divennero l'elemento "mediale" in cui la vita quotidiana delle masse metropolitane prendeva corpo. Non è dunque casuale che nella metropoli l'organizzazione dei consumi segua questi principi. Le strade, i boulevard e poi i *passages* e le gallerie sostituirono storicamente la piazza del mercato, giacché collocavano i prodotti da consumare lungo gli itinerari percorsi dalle masse.

I principi di transito e transitorietà, così organici all'etica del capitalismo, trovarono nella metropoli una piattaforma perfettamente abile a valorizzare i loro prodotti, ossia i flussi di

merci, uomini e informazioni. L'organizzazione dei consumi, come detto, ispirandosi anch'essa a questi principi, si modificò radicalmente rispetto al passato. Alcuni progressi tecnici nel campo dell'edilizia assunsero in questa fase un particolare significato. Il vetro e l'acciaio, dalla fine del diciottesimo secolo in uso nelle costruzioni, si unirono dando vita al dispositivo della "vetrina". Questa innovazione rese possibile un notevole incremento dei significati ascrivibili alle merci e alle forme di consumo. Come scrive Mumford, durante l'industrializzazione la definitiva affermazione della metropoli, che in qualche maniera superava anche la forma urbana della città commerciale, provocò la sostituzione del negozio aperto, con un laboratorio nel retrobottega, con un nuovo tipo in cui la vetrina "mediava" il rapporto tra lo spazio interno e quello esterno. Ciò fu possibile grazie alla seguente circostanza: "Il mettere in mostra prodotti già confezionati, anziché prepararli su ordinazione, era già un'usanza stabilita: dal Seicento in poi il sistema si estese a poco a poco da un ramo del commercio all'altro, incrementando il ritmo delle vendite che traevano così vantaggio dall'allettamento visivo del cliente" (p. 541).

Il veloce transito umano nello spazio enorme della metropoli impose alle merci la necessità di potenziare la propria capacità di toccare l'interesse del "passante". Aumentare la visibilità dei prodotti, fino a spettacolarizzarli, si affermò come un imperativo nella pianificazione delle attività commerciali. La vetrina, pertanto, può essere intesa in questo caso come un vero e proprio medium. La sua superficie si fa punto di contatto, non di divisione, tra l'oggetto proposto alla vista e lo sguardo del passante. Ciò determinò un particolare regime visivo, ovvero uno specifico significato che la visione assunse nel rapporto tra spazio, merci, consumo e consumatore.

### **L'esposizione, la vetrina e la flânerie**

La vetrina rappresenta, quindi, una chiara matrice dei processi culturali, comunicativi e consumistici che si sono sviluppati sino ai nostri giorni. Ad esempio, stando a quanto acquisito dal recente dibattito sui processi di mediatizzazione (Livingstone, 2009; Hjarvard, 2011; Couldry & Hepp, 2013; Deacon & Stanyer, 2014, 2015; Livingstone & Lunt 2014, 2015; Hepp *et. al.*, 2015), le innumerevoli trasformazioni che i media digitali hanno favorito nel corso degli ultimi decenni si devono alla loro capacità di diffondere in maniera pervasiva nella società i propri formati e i propri *frame*. La vetrina, in maniera medesima, ha svolto proprio questo compito nella metropoli moderna: disseminandosi nello spazio urbano, si è affermata come *frame* principale dell'organizzazione generale dei consumi e, al contempo, dell'esperienza realizzata da ogni singolo consumatore. Vanni Codeluppi, ha ricostruito la storia di questo meccanismo della modernità definendolo "vetrinizzazione sociale", un processo storico in cui il modello espositivo della vetrina, strettamente legato all'idea di estetizzazione e spettacolarizzazione del quotidiano, è divenuto talmente pervasivo e potente da estendersi progressivamente all'uomo e ad ogni aspetto della vita sociale. In questa ricostruzione la vetrina diviene un vero e proprio modello comunicativo che si diffonde capillarmente nella società moderna, determinando tendenze culturali di lungo periodo. A partire dal Settecento la vetrina ha educato il tipo metropolitano al colpo

d'occhio, affinando le sue capacità visive non in senso fisico ma culturale, rendendolo pronto a immergersi in una realtà sempre più dominata dalle immagini, in cui i rapporti con gli oggetti e con l'altro è di ordine prettamente visuale (Codeluppi, 2007). La vetrina, inoltre, riflette anche la condizione di un uomo sempre più libero di agire di fronte alle possibilità della vita moderna, in un percorso però solitario, o per meglio dire, individuale, che lo coinvolge come soggetto che non gode più di reti sociali strutturate. Tuttavia, la dimensione sociale non scompare, anzi è potenziata da un nuovo modello relazionale in cui l'altro assume importanza per la sua funzione di controllo e di riconoscimento. La vetrina, infine, muta le temporalità dell'azione sociale, che è sempre più legata all'istantaneità, quindi alla capacità di cogliere rapidamente i dettagli, senza la possibilità di tempi lunghi, ma secondo i principi di funzionamento della moda, quindi della caducità. La vetrina è dunque il dispositivo attraverso il quale prende forma il divenire immagine del mondo, facendo da evidenziatore alla sua metamorfosi spettacolare e relazionale.

Per queste ragioni, non è una casualità che nella modernità la progettazione urbana degli spazi di consumo pose la vetrina come elemento essenziale. Essa fu alla base del nascente grande magazzino, delle gallerie, dei *passages* e delle strutture delle esposizioni universali. Lo sviluppo di questi edifici va dunque collocato sulle direttrici che l'organizzazione generale dei consumi stava assumendo nella metropoli: all'iniziale processo di dispersione e disseminazione nei nuovi spazi dalla crescita urbana e dall'iniziativa privata, ne seguì un secondo di concentrazione e valorizzazione di alcune zone specificatamente vocate alla rappresentazione dei consumi. Il consolidamento di questa tendenza, ossia lo stabilirsi nelle metropoli di zone a vocazione commerciale, può essere letto come una fase evolutiva dell'organizzazione urbana, e altresì come un effetto del *surplus* produttivo determinato dall'industrializzazione. Tuttavia, a nostro avviso, la lettura preferenziale di questo fenomeno è legata al principio di transitorietà evocato in precedenza, che oltre ad agire sull'organizzazione urbana, su quella dei traffici commerciali e su quella delle vie di comunicazione, influenzò profondamente anche la cultura stessa della metropoli e dei suoi abitanti, finanche la sua etica e la sua estetica.

La metropoli moderna è stata definita come un «bazar archeologico» (Celati 1975), ovvero uno spazio in cui il tempo veloce delle innovazioni tecnologiche tende a decontestualizzare gli oggetti e i monumenti ereditati dal passato producendo frammenti che non fanno in tempo a sedimentarsi nella memoria e nelle coscienze degli uomini. Agli albori della civiltà dell'immagine grandi esposizioni universali, magazzini e vetrine sono strumenti concepiti per mettere in scena il territorio metropolitano e per consentirne il recupero sotto forma di consumo. (Abruzzese e Borrelli, 2001: p. 89)

Osservate da questa prospettiva, le esposizioni universali, i grandi magazzini e le vetrine superano la loro mera funzione commerciale, mettendo letteralmente in scena il significato profondo della metropoli, vale a dire la transitorietà. La natura effimera delle merci si riverbera così sul tipo di esperienze che il consumatore realizza negli spazi commerciali della metropoli.

Il transito, la transitorietà e l'effimero, oltre all'organizzazione della città, plasmano anche la coscienza e la percezione del singolo cittadino, sempre più capace di districarsi tra la selva di "frammenti" che appaiono e scompaiono velocemente innanzi a lui. Questo

profondo mutamento nell'atteggiamento morale del cittadino/consumatore non deve essere letto come una diminuzione delle sue facoltà sociali. Al contrario, quest'ultimo si adatta al proprio contesto lasciando emergere in sé nuove attitudini. Nel saggio *La metropoli e la vita dello spirito* Georg Simmel mira a cogliere il modo con cui la personalità degli individui si adegua alle forze esterne, presenti in quello specifico scenario storico-sociale. Egli propone una riflessione essenziale sulla base psicologica tipica dell'individuo metropolitano:

L'uomo è un essere che distingue, il che significa che la sua coscienza viene stimolata dalla differenza fra l'impressione del momento e quella che precede; le impressioni che perdurano, che si differenziano poco, o che si succedono e si alternano con una regolarità abitudinaria, consumano per così dire meno coscienza che non l'accumularsi veloce di immagini cangianti, o il contrasto brusco che si avverte entro ciò che si abbraccia in uno sguardo, o ancora il carattere inatteso di impressioni che si impongono all'attenzione. Nella misura in cui la metropoli crea proprio queste ultime condizioni psicologiche – ad ogni attraversamento della strada, nel ritmo e nella varietà della vita economica, professionale, sociale – essa crea già nelle fondamenta sensorie della vita psichica, nella quantità di coscienza che ci richiede a causa della nostra organizzazione come esseri che distinguono, un profondo contrasto con la città di provincia e con la vita di campagna, con il ritmo più lento, più abitudinario e inalterato dell'immagine sensorio-spirituale della vita che queste comportano (Simmel, 1903: p. 36).

Per Simmel le condizioni, qualitative e quantitative, attraverso cui la relazione in discussione si instaura determinano le condizioni psicologiche del soggetto metropolitano, quantità temporali e spaziali che modellano le qualità della psiche umana, influenzando in maniera sostanziale i suoi comportamenti. Ribaltando questo procedimento, ecco che appare nitidamente come il tipico stile di vita metropolitano, fatto di sguardi fugaci tra gli individui immersi nel flusso costante delle masse, differisce da quello cittadino anche negli aspetti più banali e disseminati. La metropoli è perciò un *medium*, differente da quello delle forme urbane ad essa precedenti. Essa sollecita gli individui intervenendo su determinati aspetti della loro natura, agendo principalmente su taluni sensi rispetto ad altri, dando, in altre parole, forma alla vita che al suo interno si muove. L'esperienza di un simile contesto, come detto, plasma l'atteggiamento morale dell'individuo, favorendo l'emersione di una specifica tipologia umana: il *flâneur*.

*Sposarsi alla folla* è la sua passione e la sua professione. Per il perfetto perdigiorno, per l'osservatore appassionato, è una gioia senza limiti prendere dimora nel numero, nell'ondeggiante, nel movimento, nel fuggitivo e nell'infinito. Essere fuori di casa, e ciò nondimeno sentirsi ovunque nel proprio domicilio [...]. Così l'innamorato della vita universale entra nella folla come in un'immensa centrale di elettricità [...]. È un *io* insaziabile del *non-io*. (Baudelaire, 1863: p. 77)

Il conflitto tra caducità e sempre uguale, descritto da Baudelaire, sembra influenzare lo "stile di vita" del *flâneur*. Questa figura "moderna" è alla costante ricerca di un evento straordinario che tuttavia non sembra mai saziarlo. L'oggetto del suo godimento, la folla metropolitana, pare costituirsi come fonte inesauribile di stimoli e suggestioni, come un'immensa centrale elettrica che irradia "scariche" senza sosta sui suoi sensi. Il panorama in cui si muove il *flâneur* gli impedisce dunque di esaurire la sua esperienza, di

saziarsi nel definitivo accumulo di tutto ciò che si può esperire. Così, l'uomo moderno è privato dell'esperienza tradizionale, e proprio sulla base di questa sottrazione costituisce il suo vissuto e il suo orientamento morale. Allo stesso modo, il consumatore vive le sue esperienze di consumo come un fugace appagamento di questo desiderio inesauribile di osservare l'interminabile fluire delle merci.

### **Lo shopping come sistema operativo sociale**

Gli stimoli che s'impongono alla attenzione del passante sono occasioni o pericoli imprevisti, che trasformano l'apparente continuum della strada in piccoli segmenti di desiderio, pronti a liberarsi verso direzioni differenti. La visione della merce esposta nei *passages* metropolitani e nelle vetrine dei negozi sintonizza il passante-*flâneur* su una dimensione altra che lo conduce in un mondo fantasmatico in cui nulla sembra precluso: come in un sogno, l'effluvio di merci sradica il passante dalla sua condizione terrena e fa apparire plausibile ogni forma di consumo: la vetrina, come osservato, è il dispositivo che lo riconduce allo stesso tempo alla forza dell'istante e all'immersione in un mondo di sogno, che lo spinge verso un futuro possibile (Codeluppi, 2007). Una forma di consumo che non esaurisce mai la sua funzione e pone l'utente in una costante tensione desiderante. La strada - come accadrà in seguito con i media digitali - pone le basi psicologiche concrete per una perdita completa del limite. Il piacere che in essa si trova genera un'ebbrezza dovuta alla fluidità degli eventi che appaiono come inarrestabili. La strada s'impone allo sguardo come uno spazio illibato in cui la ragionevolezza dell'acquisto di merci con un preciso valore d'uso cede il posto alla scossa emotiva che altera la percezione spaziale e temporale, consentendo all'uomo di accedere alla gioia attraverso delle esperienze di rara intensità. Piaceri sensibili in cui la sfera corporea diviene predominante. È il corpo stesso a varcare ogni limite dell'io, a farsi motore dell'azione e della percezione. "Ogni attore sociale – scrive Michel Maffesoli – è meno agente che agito. Ogni persona si diffrange all'infinito, a seconda del *kairos*, delle occasioni e delle situazioni che si presentano" (1988: p. 216). Diversamente dall'esperienza mediata dalla tecnologia tipica del nostro tempo, il desiderio che matura nello spazio aperto della metropoli non è emendabile, è tattile e scioccante e non lascia scampo. È un invito a immergersi nell'istante, mentre le vetrine televisive e quelle digitali, che accendono una moltitudine sterminata di desideri eterogenei, rinviando il consumo concreto nel tempo. La natura evenemenziale della merce ancora il consumo all'istante, quindi al presente. Nella strada il tempo diviene uniforme: uno spazio dominato da una condizione di vita più istintiva e ancestrale. Si direbbe che la strada esalti l'animalità dell'uomo perché lo sottrae alle convenzioni, e invece è nell'assecondare il desiderio che l'uomo mette da parte ogni primitiva forma di programmazione legata alla sussistenza e si fonde con il proprio presente. Le strade contemporanee con i continui stimoli audio tattili sono spazi de-formati dalla seduzione. La merce vetrinizzata entra in questo vortice nel momento in cui lo spettro della scarsità lascia il posto all'onnipresenza del consumo (Baudrillard, 1974). Botteghe, ristoranti, empori, caffè, manifesti, pubblicità, l'ambiente

informazionale in cui il passante si immerge lo priva del controllo su se stesso: la merce abbandona ogni forma di utilità razionale per divenire semplice topos del piacere.

Se le strade metropolitane producono nella modernità un cambiamento della sensibilità e della forme relazionali, organizzando le merci secondo una logica visuale che risponde al criterio dell'esponibilità e della transitorietà, un altro dispositivo contribuisce a potenziare questo fenomeno, perfezionandolo e portandolo alle sue massime conseguenze: il grande magazzino. Nato nella metà dell'Ottocento, il grande magazzino ha rappresentato una delle tappe fondamentali di un processo storico di evoluzione del commercio che ha via via unito nel tempo quello che era separato. Ha cioè progressivamente fuso insieme numerosi negozi, ciascuno dei quali era differente e presentava una specifica offerta di beni, con il risultato di avvicinarsi al modello dello spazio urbano, attraverso la creazione di vere e proprie «città in miniatura». Il grande magazzino è una architettura commerciale che modifica lo spazio urbano sia materialmente che culturalmente. Da un punto di vista materiale, il grande magazzino rappresenta una forte innovazione urbana, che muta l'organizzazione della città, divenendo uno dei centri nevralgici del commercio e quindi della socialità. Dal punto di vista culturale esso produce un mutamento altrettanto rilevante: agendo sulle pratiche dei tipi metropolitani che mutano i loro modi di vita e le proprie abitudini in base alla nuova organizzazione dello spazio urbano. Il grande magazzino è il risultato del capitalismo industriale (Sennet, 1977), in quanto figlio di una produzione massificata delle merci che richiedeva nuove forme di organizzazione ed esposizione, che, a loro volta, introducevano cambiamenti nello statuto delle merci, producendo la loro totale estetizzazione. Si rafforza in questo modo un legame forte tra retail e entertainment (Pomodoro, 2012) che, dai *passages* in poi, caratterizzerà ogni fenomeno di consumo.

Non è dunque casuale che lo *shopping* divenga, sin dagli albori della metropoli, una pratica il cui significato superi ampiamente la mera transazione economica tra un compratore e un acquirente. Lo *shopping* è un'esperienza che trova senso nella metropoli e nella sua organizzazione dei consumi, elevandosi a pratica culturale, a maniera in cui un soggetto esprime il suo stare al mondo.

ho sentito dire che certe dame, e tra queste anche persone di buona condizione, prendono la carrozza e passano un intero pomeriggio in Ludgate Street o Covent Garden, solo per divertirsi a passare da una merceria all'altra, a guardare le belle pezze di seta, a chiacchierare e a scherzare con i bottegai, senza avere la minima occasione, e tanto meno intenzione, di comprare qualcosa (Defoe, 1839: p. 61)

Dal frammento citato si evince come il concetto di *shopping* emerga in un quadro storico-culturale riconfigurato, in cui il rapporto tra metropoli, negozi e vita quotidiana appare del tutto mutato rispetto al passato. “Lo shopping non si riferisce solamente ad un semplice atto di acquisto di un bene, ma è un'esperienza complessa (...). Il consumatore infatti non investe nello shopping soltanto il suo denaro, ma anche il suo tempo libero e il suo impegno psicologico” (Codeluppi, 2012: p. 71). Esiste quindi una vera e propria legge del consumo che, a nostro avviso, fa da “sistema operativo sociale” della società contemporanea. Tale legge impone agli individui di non agire più come semplici cittadini,

ma come consumatori privi di limiti spaziali e psicologici. Il consumo ha unito virtualmente i cittadini di tutto il mondo fornendo loro uno stile di vita uniforme e considerandoli come abitanti di un unico grande territorio transnazionale, in cui gli stati sono divenuti delle “intersezioni trafficate” (Rosaldo, 1989) in cui sperimentare in ogni momento innumerevoli forme di diversità.

Lo shopping mette in evidenza due differenti caratteristiche della modernità - ancora valide nel nostro tempo - vale a dire lo “sciupio” (Veblen, 1899) o consumo disinteressato, come fondamento tecnico del sistema economico moderno, e il consumo come legge sociale, che pone al centro la condizione tipicamente moderna del vedere e dell’essere visti (Vagni, 2017). Con lo shopping, lo sguardo si fa medium della società intesa nel suo senso più intimo: i suoi membri si scambiano occhiate rapide e improvvise così che l’occhio non resti attratto più del dovuto dall’altro e si ricollochi immediatamente come ragione e anima del proprio corpo. Lo sguardo mobile diviene il marchio della metropoli e dei suoi abitanti. Tale dialogia visiva risponde all’unico canone possibile, quello dell’*opinione pubblica*: legge orizzontale che ha valore solamente per chi le riconosce autorità.

La società metropolitana sembra quindi essere una società basata sulla potenza informativa delle apparenze, in cui l’occhio diviene l’organo supremo e lo sguardo assume una funzione tattile sulla base della quale si genera l’opinione. Ogni azione è compiuta per compiacere l’amor proprio immaginando subito – come si potrebbe dire oggi – un ritorno d’immagine: la rifrazione dell’opinione degli altri sul proprio corpo, utile all’ambizione che, nel passaggio alla modernità, non si riconosce più nella *gloria* ma nell’*onore* (Leopardi). Se nell’antichità la gloria era prodotta dalle grandi *gesta*, nella modernità l’onore deriva dai piccoli *gesti* del quotidiano, dallo stile, dai comportamenti ordinari su cui si posa lo sguardo delle persone con cui si condivide la medesima appartenenza e dunque gli stessi codici di comportamento.

Dall’affermazione della vetrina e dello shopping emergono dunque due fattori sociologicamente rilevanti: il primo è senza dubbio l’importanza dell’altro generalizzato che non è più determinante in un’ottica di divisione del lavoro, ma lo è all’interno di un sistema relazionale in cui il riflesso, l’immaterialità dell’immagine percepita dall’altro, è condizione necessaria per la percezione dell’appartenenza legittima al proprio tempo e al proprio ambiente. Al tempo stesso, l’interazione è la testimonianza autentica di una esistenza compiuta. Il segno di una *vita attiva* non è dunque la capacità fisica del vedere ma la condizione sociale dell’essere visti, del vedersi riscaldati dallo sguardo fugace di un occhio che si posa fuggitivo.

## **L’evoluzione del rapporto tra media e luoghi**

È a partire dagli anni Novanta del Novecento che la riflessione sul rapporto tra media e luoghi ha avuto una rilevante evoluzione, dovuta alla diffusione dei linguaggi digitali, delle tecnologie di rete e dei dispositivi mobili. L’idea di Pierre Levy di “spazio antropologico” come “spazi plastici che nascono dall’interazione tra le persone, (...) piccole bolle che si formano al momento di un incontro e poi spariscono” (1994: p. 147) è una delle prime e

più interessanti formulazioni sulla deterritorializzazione delle relazionali umane nella rete. Sulla stessa lunghezza d'onda, Howard Rheingold, studiando le nuove culture digitali tra Tokyo e Stoccolma, ha avuto modo di osservare pratiche, confermate da ricerche sociologiche, che hanno evidenziato come “il possesso di un cellulare offre il diritto d'incontrarsi con modalità inedite, di cui essi [i giovani giapponesi] si avvalgono per costruire uno spazio alternativo in rete raggiungibile da qualsiasi luogo nel quale si trovano” (2002: p. 28). La presenza è riconfigurata grazie alle nuove tecnologie digitali sulla base della partecipazione alle comunicazioni condivise dal gruppo, facendo mancare così il legame fino a quel momento inscindibile tra luogo e azione. Lo spazio fisico ha perso la centralità che gli era tributata in favore di un nuovo territorio transnazionale o postnazionale, in cui ci si muove non più come cittadini ma come produttori e consumatori globali. Lo dimostrano le “tribù del pollice”, luoghi di socialità cui si può accedere attraverso l'uso di specifiche tecnologie della comunicazione. Oltrepassando i confini fisici e attraendo in maniera indistinta i cittadini di tutto il mondo, tali dispositivi, danno così luogo a relazioni sterminate. Questo fenomeno è stato riscontrato anche da Wendy Griswold (2005) secondo cui, nel novero dei significati differenti che la tradizione sociologica ha attribuito al termine “comunità”, quelli rilevanti sono due: la comunità come concetto territoriale e come concetto relazionale. Nel primo caso essa coincide con un luogo, nel secondo, invece, si basa su reti amicali, di passioni, d'interessi, che non condividono uno stesso spazio fisico, ma si coagulano intorno ad uno specifico elemento di comunanza. I mezzi di comunicazione elettronici hanno via via separato queste due concezioni della comunità rendendo possibile una deterritorializzazione delle relazioni. Con la diffusione dei media elettronici “c'è sempre meno identità tra comunità relazionali e comunità territoriali” (1994: p. 191), ciò significa che le comunità tipiche della modernità, quelle “lococentriche” (Maffesoli, 2002), basate sulla condivisione di un territorio, stanno diminuendo in favore di altre basate su identità o interessi comuni.

Un significativo avanzamento della riflessione su questi temi è stato realizzato recentemente dalla danah boyd che, studiando il rapporto tra giovani e pratiche comunicative nei social network, si è soffermata sul concetto di *networked publics*, vale a dire “lo spazio creato dalle tecnologie di rete e la comunità immaginata che emerge come risultato dell'intersezione di persone, tecnologie e abitudini” (2014: p. 37). Rispetto alla teoria sociologica di Griswold, danah boyd intende i *publics* allo stesso tempo come luoghi e come comunità relazionali perché attribuisce alla tecnologia una potenza costituente, ossia la capacità di mettere in discussione le vecchie modalità relazionali creando nuove forme dell'abitare. Anche i social network, come accaduto per i media elettronici, generano il collasso delle situazioni sociali, ma ciò avviene con modalità completamente differenti: la messa a fuoco del pubblico è l'elemento essenziale per la comprensione delle situazioni sociali, ma come accadeva nella televisione, anche nelle piattaforme digitali si sovrappongono contesti differenti con diverse logiche di funzionamento, messi in connessione in maniera casuale dalla medesima attività di ricezione. Con i social media la fusione delle situazioni sociali diviene permanente, essi, infatti, sono dei luoghi anfibi che Patrice Flichy (2010) ha definito con l'espressione di spazio “*extime*”, vale a dire territori in cui la propria comunicazione è rivolta ad un pubblico generalmente definito, ma con

un'alta probabilità che il messaggio possa raggiungere un pubblico dalle dimensioni e dalle caratteristiche imprevedibili. Vi è quindi una sovrapposizione tra sfera pubblica e sfera privata e una conseguente difficoltà nella gestione delle situazioni medialità nell'ambito digitale. Su tale confusione incide anche la variabile temporale della comunicazione negli ambienti digitali: i contenuti online hanno la caratteristica di essere "persistenti", ciò significa che possono essere fruiti e possono produrre effetti in un tempo e in un luogo diversi rispetto a quelli della loro pubblicazione. Pertanto, i social media in base alla logica della *persistenza* e della *ricercabilità* compiono una complessa riarticolazione dei contesti sociali.

L'idea di *networked publics* sviluppata da danah boyd supera la visione strumentale delle reti per estrapolarne una forma culturale, esattamente come hanno fatto Lee Ranie e Berry Wellman (2012) che con le loro ricerche hanno tratteggiato la lunga transizione da una società di gruppo a una società di network, attribuendo questo mutamento sociale a quella che definiscono "la tripla rivoluzione": dei network sociali, di internet e della comunicazione mobile. Questi tre mutamenti, avvenuti in occidente a partire dal secondo Dopoguerra, hanno indebolito le agenzie di socializzazione tradizionali e hanno posto al centro della scena l'individuo, senza produrre isolamento, ma conferendo a tutti la possibilità di connettersi in qualsiasi momento a delle reti collaborative che riescono a dare risposta alle più svariate necessità. Essere *networked* significa avere a disposizione un "rifugio", che garantisce "un senso di appartenenza e di supporto" (2012: p. 41), un luogo poroso che non ha una collocazione geografica precisa, ma che vive grazie alla performatività dei suoi abitanti. Ciò non vuol dire che i luoghi fisici abbiano perso il proprio valore, essi sono continuamente abbandonati ma divengono centrali negli stili di vita contemporanei perché acquisiscono allo stesso tempo il ruolo di "basi operative" dalle quali praticare il proprio networking con l'esterno.

Un concetto che ha notevolmente influenzato le riflessioni di cui si è scritto è quello di Manuel Castells dello "spazio dei flussi", definito come "l'organizzazione materiale delle pratiche sociali di condivisione del tempo che operano mediante flussi" (Castells, 1996: p. 473). Questa definizione mette in evidenza la natura performativa e sociale dei luoghi contemporanei: le relazioni umane che si avvalgono dei ponti digitali creano degli spazi che possono essere considerati tali perché danno luogo a forme di condivisione e quindi di socialità, luoghi viventi. Ma quello che mostrano Ranie e Wellman è che tale forma, che allo stato nascente poteva apparire elitaria, grazie alle tecnologie della comunicazione si è estesa a tutti coloro che dispongono di un dispositivo di comunicazione digitale. In questo senso, tra luoghi e flussi, non sembra più esserci una conflittualità accesa, essi tendono piuttosto ad intersecarsi continuamente.

Il fenomeno descritto sin qui assume una connotazione ancor più radicale alla luce dell'enorme diffusione del modello delle piattaforme online. Questo tipo di ambienti digitali è definibile come:

programmable digital architecture designed to organize interactions between users — not just end users but also corporate entities and public bodies. It is geared toward the systematic collection, algorithmic processing, circulation, and monetization of user data. Single platforms cannot be seen apart from each

other but evolve in the context of an online setting that is structured by its own logic. (van Dijck, 2018: p.4)

Il brano allude al particolare senso “spaziale” espresso dall’architettura delle piattaforme online. Queste, per la van Dijck, si propongono come lo spazio in cui, oggi, un certo tipo di relazioni ed esperienze “hanno luogo”. Come si è cercato di dimostrare in questo saggio, l’emersione storica di talune tipologie esperienziali (la *flânerie*, lo shopping, ecc.) è in stretta connessione espressiva con la maniera in cui si organizzano i consumi e i processi comunicativi entro specifici “territori”. In questo senso, la *Platformization of the Web* (Helmond, 2015) rappresenta un significativo salto di qualità. La precedente citazione chiarisce come la funzione relazionale che orienta la costituzione delle piattaforme sia guidata dai processi algoritmici e dalla valorizzazione degli smisurati agglomerati di dati prodotti dagli utenti. Il rapporto tra spazio e organizzazione, pertanto, sembra realizzarsi nel tempo esatto in cui si genera una piattaforma. Ciò differisce da quanto accadeva nelle tipologie affrontate nei precedenti paragrafi, in cui l’organizzazione dei consumi e dei processi comunicativi segnava un momento di elaborazione successiva dello spazio stesso in cui si verificavano. Le piattaforme online, almeno per come sono oggi conoscibili, esistono proprio in virtù dell’azione organizzatrice degli algoritmi e dell’immenso valore, economico e conoscitivo, dei dati già iscritti nella forma nucleare di questi ambienti digitali. In altre parole, gli aspetti costitutivi delle piattaforme online, come gli algoritmi e i dati, sono al tempo stesso i principali dispositivi della *programmabilità* di questi spazi. Quest’ultimo concetto, la programmabilità, è in senso lato la descrizione più esaustiva della natura profonda delle piattaforme. È programmabile l’algoritmo che organizza gli spazi e i percorsi esperienziali dentro una piattaforma online (Beer, 2009) e, contemporaneamente, è programmatico e programmato il senso delle pratiche che l’utente realizza coscientemente in questi ambienti. Pratiche che sono la fonte inesauribile degli immensi *data base* su cui si basa la formazione delle stesse piattaforme. Sono programmate, altresì, le numerose evoluzioni e cambiamenti di stato della piattaforma che l’incontro tra algoritmi, dati e pratiche degli utenti rendono possibili. È ovvio che questa radicale enfattizzazione della programmabilità, fondata sull’azione organizzatrice dell’algoritmo e sull’accumulazione dei dati, svincoli questi elementi dal loro mero senso strumentale. Osservando le pratiche che si realizzano negli ambienti digitali è ormai evidente come quella corrente sia una cultura dell’algoritmo e del *data base* (Manovich, 2010; Pireddu, 2017), capace inoltre di tracciare specifici immaginari (Airoldi, 2015) fondati sul potere degli elementi in questione. Le forme organizzative delle piattaforme esistono dunque *in nuce* nella forma tecnologica di questi ambienti, ciò ovviamente influenza una nuova forma esperienziale: il *searching*

## **Il *searching* come paradigma dell’esperienza online**

In questo saggio abbiamo cercato d’inquadrare la relazione tra spazi, forme organizzative e forme esperienziali, attraverso una genealogia che dalla metropoli giunge fino alle

piattaforme on line. È così possibile, a nostro avviso, osservare le continuità e le discontinuità tra le diverse tappe di questa genealogia, e soprattutto isolare le tendenze paradigmatiche del presente. Stando ai brani citati nel primo paragrafo (Mumford, Simmel), emerge chiaramente una netta continuità nei processi di accelerazione e accentramento, della produzione e dei contenuti, tra metropoli, centro commerciale e piattaforme online. Ancora oggi, uno dei principi che muove la logica delle piattaforme è l'ottimizzazione dei traffici, di soggetti e oggetti, che si sviluppano al loro interno. Come nota giustamente José van Dijck "Platforms can function as an ecosystem because data are constantly exchanged between a wide variety of online services" (van Dijck, 2018: p. 35). La condizione affinché sia possibile concepire le piattaforme come uno spazio ecosistemico è, dunque, la circolazione dei dati, l'apertura, lo scambio. In qualche maniera, ciò realizza, in forme radicali, il significato dell'atto fondativo della metropoli, ossia la distruzione delle mura perimetrali della città storica. Demolizione che mutò storicamente il senso dello spazio esterno alla città, da lì in poi considerato un'occasione e non una fonte di pericoli. Allo stesso modo le piattaforme online dipendono letteralmente dal transito di dati, utenti e contenuti al loro interno, giacché senza circolazione e scambi un qualsiasi social media non potrebbe concretamente esistere. Su quest'ultima evidenza, tuttavia, si determina una fondamentale discontinuità tra le tre epoche prese in esame. Differentemente dalla metropoli e dal centro commerciale, l'architettura delle piattaforme online è costruita a priori per permettere la registrazione di ogni genere di dato prodotto dagli utenti. Il transito di uomini e cose, che nella metropoli e nel centro commerciale è esistito, ed esiste, sulla base del principio dell'effimero, nelle piattaforme online al contrario è organizzato partendo proprio dalla permanenza dei dati riguardanti le pratiche degli utenti. Tale processo è esaustivamente descritto nel seguente brano:

According to Mayer-Schönberger and Cukier (2013), "datafication" refers to the ability of networked platforms to render into data many aspects of the world that have never been quantified before: not just demographic or profiling data volunteered by customers or solicited from them in (online) surveys but behavioral meta-data automatically derived from smartphones such as time stamps and GPS-inferred locations. More specifically with regard to online platforms, every form of user interaction can be captured as data: rating, paying, enrolling, watching, dating, and searching but also friending, following, liking, posting, commenting, and retweeting. In early studies, such data were often considered a by-product of online platforms; as platforms matured, technology companies gradually transformed into data firms, turning data into prime resources. Datafication endows platforms with the potential to develop techniques for predictive and real-time analytics, which are vital for delivering targeted advertising and services in a wide variety of economic sectors. While datafication can be understood as a techno-commercial strategy deployed by platform owners, it can concurrently be regarded as a user practice. Platforms systematically collect and analyze user data; they also constantly circulate these data through application programming interfaces (APIs) to third parties and through user interfaces to end users, enabling them to trace the activities of friends and colleagues, keep track of public events, and participate in the online economy. The first part of this section focuses on the capturing of user data and the second part on the circulation of these data. (van Dijck, 2018: p. 33)

La cosiddetta "datificazione", come giustamente nota José van Dijck, è il principio su cui si fonda sia l'architettura delle piattaforme online, sia l'organizzazione dei contenuti che in

esse si producono e si distribuiscono, sia - ed è questo l'aspetto notevole rispetto alla prospettiva teorica percorsa in questo saggio - l'esperienza degli utenti. Le piattaforme online portano quindi alle estreme conseguenze la "logica del database" (Manovich, 2001), divenendo capaci di trasformare in dati duraturi molti aspetti del mondo precedentemente incalcolabili e, in questo modo, sviluppare un grado di conoscenza tale da permettere una perpetua modificazione della propria stessa apparenza finalizzata ad aderire il più possibile alla soggettività dell'utente. La datificazione, pertanto, sembra stabilirsi anche come il principio che orienta le pratiche degli utenti: l'immane quantità di processi sociali, culturali e comunicativi che hanno luogo nelle piattaforme online può essere analizzato e compreso, ad esempio, seguendo una particolare circostanza influenzata dalla specifica condizione che gli utenti vivono dentro gli ambienti digitali. Il regime di *coveillance* (Mann *et al.*, 2003) dei social media, ovvero la possibilità costante e contemporanea di osservare e di essere osservati, si pone come l'antefatto tecnologico da cui discendono i valori, i principi e i "modi di fare" degli utenti. Sapere preventivamente di essere osservato dai propri contatti, e non da una platea indistinta, ed essere consci della permanenza, nella forma del dato, delle proprie azioni in rete, influenza senza dubbio la maniera con cui un utente realizza le proprie attività online. Lo fa sia in termini difensivi, enfatizzando i rischi che un'eccessiva disinvoltura nella creazione di contenuti online potrebbe comportare, sia in termini potenziali, offrendo alla vista dell'utente un numero incredibilmente maggiore rispetto al passato di contenuti, contatti e oggetti con cui entrare in relazione.

Quanto osservato sulla permanenza del dato, come oggettività tecnologica e come principio delle pratiche degli utenti, influenza a nostro avviso una forma esperienziale fondata sulla ricerca, e sulla ricercabilità, che in questa sede definiamo *searching*. Similarmente alla *flânerie* e allo *shopping*, il *searching* si pone come la forma comprensiva entro cui le pratiche online trovano un significato generale (tab. n.1). Questo perché, sebbene l'azione del ricercare sia da sempre un tratto tipico dell'esistenza umana, nell'era digitale essa assume un valore radicale. Il *searching* si dissemina nei tanti gesti della quotidianità, divenendo ridondante, perpetuo e necessario. Le tecnologie digitali rendono la ricerca online di contenuti e informazioni un gesto familiare, perché compiuto in maniera automatica e incosciente, ma proprio per questa sua "naturalizzazione" (Del Marco e Pezzini, 2017) esso rivela la propria potenza costituente e caratterizzante dell'esperienza contemporanea. Il *searching* è divenuto, dunque, una forma dell'abitare e, allo stesso tempo un tipo di esperienza e di conoscenza, che si riverbera nelle circostanze della vita quotidiana all'interno piattaforme digitali.

Ambiente	Metropoli	Piattaforme digitali
Organizzazione dei consumi	Esposizione	Algoritmo
Tipologia di esperienza	Shopping	Searching

Tab. 1 – Modello teorico-interpretativo della relazione tra luoghi, forme organizzative dei consumi, esperienza dell'utente/consumatore

## Conclusioni: gli algoritmi e l'effetto perturbante

Seguendo la linea teorica percorsa in questo saggio – ossia l'analisi della relazione tra luoghi, organizzazione dei contenuti ed esperienza – le ragioni e i significati del *searching* vanno osservati nella circolarità che si attiva nelle piattaforme online tra le condizioni di possibilità che queste stabiliscono e le pratiche degli utenti che li si realizzano. In particolare, la datificazione dell'esperienza dell'utente si colloca su una dimensione totalmente differente rispetto al passato. Le esperienze degli utenti si compiono e svaniscono con la stessa rapidità di sempre, lasciando però una traccia duratura negli archivi digitali entro cui gli algoritmi delle piattaforme pescano per modellare l'esperienza al loro interno. Se nella metropoli il valore spettacolare della vetrina era finalizzato allo choc del *flâneur*, nelle piattaforme online le collezioni, le associazioni e le raccomandazioni di contenuti, seguono una logica algoritmica finalizzata all'orientamento dell'utente, che ha l'obiettivo di inserirlo in una zona di confort entro cui compiere le proprie scelte di consumo. L'organizzazione dei "traffici" nelle piattaforme online segue, pertanto, la logica del *searching* in base alla quale l'utente è costantemente alla ricerca di esperienze che si basano, a loro volta, sulle ricercabilità algoritmica del repertorio individuale di ogni consumatore. Per Cosimo Accoto (2017), nello svolgere queste operazioni, il software ha un'apparente perfezione formale, ma esso lascia affiorare, di tanto in tanto, dei malfunzionamenti definibili come "l'emergere dell'inatteso". È in questi frangenti che il software rende esplicito il suo funzionamento, aprendo varchi ricchi di possibilità innovative. Il software, detto in altri termini, è un processo in divenire che ha bisogno di interagire con il mondo per perfezionarsi. Per questo, nel corso degli anni, si è passati a un processamento *interrupt*, vale a dire che si è consentito tecnicamente di interrompere il funzionamento del software di fronte a particolari circostanze esterne. In questo modo, Accoto sembra prefigurare un graduale potenziamento dell'intelligenza dei software fino al raggiungimento di una piena intelligenza-sensibile. L'elemento di forte interesse di tale evoluzione per la comprensione dei cambiamenti intercorsi nell'ambito dei consumi è che le piattaforme digitali contemporanee, nonostante una logica di funzionamento differente da quella della metropoli moderna, abbia invece ereditato da essa il modo di presentare le esperienze di consumo, incentrata sulla casualità. La casualità, che nella modernità e, in parte nei media di massa, era un fatto caratterizzante l'esperienza del cittadino/consumatore sembra essere però solamente simulata nelle architetture digitali. Lo choc, che caratterizzava l'esperienza del *flâneur*, viene qui come riprodotto, ma in un modo depotenziato: non può infatti esserci un'esperienza del tutto casuale, quindi del tutto innovativa, se un software pianifica in modo capillare le forme dell'esperienza negli ambienti digitali basandosi sul repertorio di consumo dell'utente. La proposta delle piattaforme digitali sembra quindi aver smarrito il carattere chocante tipico del consumo e della comunicazione moderni, assumendo invece un carattere *perturbante*.

Usiamo questo termine nel modo in cui è stato studiato da Freud, vale a dire come “quella sorta di spaventoso che risale a quanto ci è noto da lungo tempo, a ciò che ci è familiare” (1991, 270). Le esperienze di consumo che sono promosse nei modi più diversi dalle piattaforme digitali hanno tutte come riferimento le esperienze passate dell'utente trasformate in pure informazioni, quindi hanno a che vedere con qualcosa che si è già consumato, nel doppio senso di fruito e terminato. Proprio questa familiarità, restituita dalle piattaforme digitali grazie alla tracciabilità dei movimenti e dagli algoritmi di *deep learning*, è la chiave di volta dell'effetto perturbante, che nella formulazione freudiana non è dato dalla novità, bensì dall'inatteso, quindi da qualcosa di latente nell'io, ma, almeno ad un livello superficiale della psiche, dimenticato: “questo elemento perturbante non è in realtà niente di nuovo o di estraneo, bensì un qualcosa di familiare alla vita psichica fin da tempi antichissimi, che le è diventato estraneo soltanto per via del processo di rimozione” (Freud, 1991: p. 294).

Alla base dell'effetto perturbante delle piattaforme digitali vi è quindi una poderosa opera di tracciamento, che coinvolge la mente e i corpi degli utenti. Se fino alle soglie del web 2.0, l'appropriazione e i ri-usi delle merci sembrava essere un fenomeno interno ai processi di consumo, nel panorama tecnologico di questo momento storico, sembra venire meno un possibile accesso autonomo dell'utente, impossibilitato a modificare attraverso le proprie pratiche le offerte di consumo che provengono dalle piattaforme digitali. Le complesse procedure di calcolo degli algoritmi perseguono una precisa capacità predittiva dei comportamenti umani tale da generare una sorta di sensibilità aumentata di tipo “non-percettivo” (Accoto, 2017), perché basata su informazioni che l'uomo riceve solamente per mezzo di sensori digitali. Eppure, è come se la sensibilità umana fosse intorpidita da una sensazione latente di conoscenza dell'intero orizzonte dell'utente, una conoscenza che si manifesta in forma spettrale, grazie al costante lavoro degli algoritmi.

## Nota biografica

Federico Tarquini è assegnista di ricerca all'Università IULM di Milano. Insegna “Culture digitali e social media” presso l'Università degli Studi della Tuscia e “Teorie dei consumi culturali” presso la Libera Università di Bolzano. Ha svolto attività di ricerca alla Sapienza Università di Roma, all'*Institut Mines-Télécom* (ParisTech) di Parigi, all'Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli e al *Centre d'études sur l'actuel et le quotidien* (Ceaq) dell'*Université Descartes Paris V – Sorbonne*. Si occupa di mediologia e di sociologia dell'immaginario. Tra le sue pubblicazioni recenti: *L'esperienza dei media. Autori, teorie e metodi* (2017), *Cosa Conta. Pubblici, modelli economici e metriche della televisione contemporanea* (con Monica Sardelli, 2014).

Tito Vagni è assegnista di ricerca presso l'Università IULM di Milano, dove insegna sociologia dei media. Ha insegnato teoria dei media presso l'Università di Macerata,

l'Istituto Marangoni e RM Istituto Moda e Design. Inoltre, ha insegnato Food and Pop Culture presso il Master of Gastronomy dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. I suoi lavori si concentrano sulla serialità televisiva, le piattaforme digitali e la mediatizzazione della gastronomia. Dirige la collana iMedia presso Edizioni Estemporanee (Roma) e collabora con il gruppo editoriale L'Espresso. Tra le sue ultime pubblicazioni, *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality Show* (Franco Angeli 2017).

## Bibliografia

- Abruzzese, A., Borrelli, D. (2001). *L'industria culturale. Tracce e immagini di un privilegio*. Roma: Carocci.
- Accoto, C. (2017). *Il mondo dato. Cinque brevi lezioni di filosofia digitale*. Milano: Egea.
- Airoldi, M. (2015). Potrebbe interessarti anche: recommender algorithms e immaginario. *Im@go. A Journal of the Social Imaginary*. 6 special issue, 132-150.
- Baudelaire, C. (1863). *Le peintre de la vie moderne*. trad. it. (1994). *Il pittore della vita moderna*. Venezia: Marsilio.
- Baudrillard, J. (1974). *La société de consommation. Ses mythes ses structures*. Paris: Éditions Gallimard; trad.it. (2008). *La società dei consumi*. Bologna: il Mulino
- Beer, D. (2009). "Power through the algorithm? Participatory web cultures and the technological unconscious". *New Media & Society*, 11(6), 985–1002.
- boyd, d. (2014). *t's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale: Yale University Press, trad. *It. t's complicated: La vita sociale degli adolescenti sul web*. Roma: Castelvecchi.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford/New York: Oxford University Press; trad. it. (2014). *Potere e comunicazione*. Milano: Egea Milano.
- Codeluppi, V. (2012). *Ipermondo. Dieci chiavi per capire il presente*. Roma-Bari: Laterza.
- Codeluppi, V. (2007). *La vetrinizzazione sociale*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Couldry N., Hepp A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments, in «Communication Theory», 23(3), pp. 191-202.
- Couldry, N., Hepp, A. *The Mediated Construction of Reality*. John Wiley & Sons: London, 2016.
- Deacon D., Stanyer J. (2014). *Mediatization: key concept or conceptual bandwagon*, in «Media, Culture & Society», 36(7), pp. 1032-1044.
- Deacon D and Stanyer J (2015) 'Mediatization and' or 'Mediatization of'? A response to Hepp et al. *Media, Culture & Society* 37(3): 655-657.
- Defoe, D. (1725). *The Complete English Tradesman*. London.
- Del Marco, V., Pezzini, I. (a cura di). (2017). *Nella rete di Google. Pratiche, strategie e dispositivi del motore di ricerca che ha cambiato la nostra vita*. Milano: Franco Angeli.

- Flichy, P. (1991). *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*, Paris: La Découverte, trad. it. (1994). *Storia della comunicazione moderna*. Bologna: Baskerville.
- Fiorentino, G. (2007). *L'Ottocento fatto immagine*. Palermo: Sellerio.
- Freud, S. (1991). *Saggi sull'arte, la letteratura e il linguaggio*. Torino: Bollati Boringhieri.
- Griswold, W. (1994). *Cultures and Societies in a Changing World*. London: Sage; trad. It. (2005). *Sociologia della cultura*. Bologna: Il Mulino.
- Helmond, A. (2015). *The Platformization of the Web: Making Web Data Platform Ready. Social Media + Society*
- Hepp A. (2013), The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatizationresearch in times of the “mediation of everything”, in «European Journal of Communication», n. 28, pp. 615- 629.
- Hepp A., Hjarvard S., Lundby K. (2015), Mediatization: Theorizing the Interplay Between Media, Culture, and Society, in «Media, Culture & Society», 37(2), pp. 314-324.
- Hjarvard S. (2011), The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change, in «Culture and Religion», vol. 12, issue 2, pp. 119-135.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press; trad. it. (2007). *Cultura convergente*. Milano: Apogeo.
- Levy, P. (1994). *L'Intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace*. Paris: La Découverte; trad. it. (1996). *L'intelligenza collettiva*. Milano: Feltrinelli.
- Livingstone S. (2009). On the mediation of everything, ICA presidential address 2008, in «Journal of Communication», 59 (1), pp. 1-18.
- Livingstone S., Lunt P. (2014), Mediatization: an emerging paradigm for media and communication research, in K. Lundby (ed.), *Mediatization of Communication: Handbooks of Communication Science* vol. 21, De Gruyter Mouton, Berlin, pp. 703-723.
- Maffesoli, M. (1988). *Les temps des tribus*. Paris: Le Livre de Poche; trad. it. (2004). *Il tempo delle tribù*. Milano: Guerini e Associati.
- Maffesoli, M. (2002). *La Part du diable ; précis de subversion postmoderne*. Paris: Flammarion; trad. it. (2003). *La parte del diavolo. Elementi di sovversione postmoderna*. Roma: Luca Sossella Editore.
- Manovich, L. (2010). *Software Culture*. Milano: Edizioni Olivares, 2010.
- Manovich, L. (2001). *The language of New Media*. Cambridge: MIT Press; trad. it. (2002) *Il linguaggio dei nuovi media*. Milano: Edizioni Olivares.
- Mumford, L. trad. it. (1961). *The city in history*. New York: Harcourt, Brace and World; (1963). *La città nella storia*. Roma: Edizioni di Comunità.
- Parikka, J. (2012). *What is Media Archaeology?* Cambridge: Polity.
- Pireddu, M. (2017). *Algoritmi. Il software culturale che regge le nostre vote*. Roma: Luca Sossella Editore.
- Pomodoro, S. (2013). *Spazi del consumo*. Milano: Franco Angeli.
- Ranie, L. & Welman, B. (2012). *Networked: new social operating system*. Boston: The MIT Press; trad. it. (2012). *Networked. Il nuovo sistema operativo sociale*. Milano: Guerini e Associati.

- Rheingold, H. (2002). *Smart mobs: The next social revolution*. New York: Basic Books; trad. it. *Smart mobs. Tecnologie senza fili, la rivoluzione sociale prossima ventura*. Milano: Raffaello Cortina.
- Rosaldo, R. (1989). *Culture and truth, The Remaking of Social Analysis*. Boston: Beacon Press; trad. it. (2001). *Cultura e verità*. Roma: Meltemi.
- Sennet, R. (1977). *The Fall of Public Man*. New York: Knopf; trad. It. (2006). *Il declino dell'uomo pubblico*. Milano: Bruno Mondadori.
- Simmel, G. (1903). *Die Großstädte und das Geistesleben*. Dresden: Petermann; trad. It. (1996). *La metropoli e la vita dello spirito*. Roma: Armando Editore.
- Vagni, T. (2017). *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality show*. Milano: Franco Angeli.
- van Dijck, J. (2018). *The Platform Society*. New York: Oxford University Press.
- van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14.
- Veblen, T. B. (1899). *Theory of the leisure class*. London: Allen & Unwin.

## Lo spettatore al replay. Le immagini sportive e i loro effetti\*

Antonio Rafele\*\*

CEAQ – Université Paris Descartes La Sorbonne

This article proposes a study of sports images and their effects on the viewer's perception and memory. The emphasis is on Crujff and the Dutch football of 1974, intended as a crucial point for the conjunction that television makes between viewer and performer. In a convergence between romantic aesthetics and communication theory, the focus is on the discontinuities of time that these images provide, outlining an aesthetic experience founded on rhythm, *choc* and replay.

**Keywords:** image, media, sport, temporality, replay

Si presenta qui uno studio sul piacere e sulla memoria dello spettatore, di cui le immagini sportive costituiscono una vivida attualità. Le minute discontinuità del tempo, in una repentina e immediata convergenza tra occhio e immagine, sospingono al culmine dell'esperienza estetica, fuori dall'ordinario. Esse sono, pur nelle differenti diramazioni e sfumature, il motivo ricorrente, "il tutto che ritorna in una volta", della riflessione. Così, il replay si configura come il tempo dello spettatore, il piacere e la memoria come la dilatazione di un istante, l'attenzione come una momentanea e provvisoria interruzione del continuum temporale, il sogno come il progressivo assottigliarsi della coscienza a cui corrisponde l'imporsi di un'immagine nitida, lucida, del momento appena trascorso. I gesti e le immagini di Crujff, e più in generale il calcio olandese del '74, vengono elevati a ideale atto di nascita di un'esperienza estetica che cresce e si espande sino ai videogiochi. Queste immagini sono il luogo in cui nascono e in seguito si irradiano la memoria e il pensiero, senza che sia dato distinguere le immagini storiche dall'incedere della riflessione.

### Inconscio ottico

Inizio da un celebre passo di Walter Benjamin contenuto nella *Piccola storia della fotografia* (1931), di cui riporto alcuni estratti:

Se è del tutto usuale che un uomo si renda conto, per esempio, dell'andatura della gente, sia pure all'ingrosso, egli di certo non sa nulla del loro contegno nella frazione di secondo in cui "si

---

\* Articolo proposto il 12/09/2019. Articolo accettato il 20/12/2019

\*\* antonio.rafele@gmail.com

allunga il passo". La fotografia, grazie ai suoi strumenti accessori quali il rallentatore e gli ingrandimenti, è in grado di mostrarglielo. La fotografia gli rivela questo inconscio ottico [...] dischiude aspetti fisiognomici, mondi di immagini, che abitano il microscopico, avvertibili ma dissimulati abbastanza per trovare un nascondiglio nei sogni a occhi aperti (Benjamin, 2000: pp. 62-63).

La fotografia acuisce la percezione del momento; essa dischiude minute variazioni e intervalli temporali che l'occhio nudo, "chiuso" in una visione prospettica, può avvertire soltanto in minima parte, come interferenze, ma non come *highlights*. Con la fotografia, la visione tende a precipitare in minuti ma essenziali frammenti.

Al contempo lo spettatore è sospinto al centro della scena; soltanto l'occhio di chi riguarda completa l'immagine, scoprendo come per soprassalto un dettaglio sopito o nascosto. L'immagine fotografica trascende i limiti della sola fruizione estetica, per aprirsi al tempo e al ritmo della vita quotidiana: la fotografia è una simulazione dei sempre rinnovati legami tra flussi e sospensioni del tempo, continuo e discontinuo.

L'esperienza descritta da Benjamin avviene al di fuori del dominio del *gusto*; la scoperta di un dettaglio che rivive nella mente di chi guarda, anche se per brevi frazioni di secondo, è l'esperienza dello *choc*, che riporta immediatamente alla luce, come una viva presenza, un passato, un appena passato. L'oggetto in sé e per sé pare dunque sottrarsi sullo sfondo, perché esso si compie come memoria vivente dello spettatore; al centro si trovano cioè i modi con cui esso giunge ad impressionare le facoltà percettive di chi guarda.

La fotografia è un'esperienza e al contempo una rappresentazione dell'effimero<sup>1</sup>, l'irrimediabile transitorietà delle cose. Ma l'immobilità, la fissità mortuaria in cui si infrange un momento fugace e passeggero, congiuntamente alla memoria ininterrotta di chi guarda, hanno l'effetto di dilatare il tempo e la durata di un istante. Con l'istituirsi della coscienza, quel momento diviene un tassello e un frammento della storia psichica individuale.

La straordinarietà di questa pagina risiede anche in una interpretazione della fotografia che sembra provenire dal futuro. Il replay televisivo, e le sue ricadute nell'ambito delle emozioni, sembrano in queste righe davvero presentite. McLuhan, trent'anni dopo, privilegerà la natura anti-estetica della televisione (McLuhan, 2002: pp. 170-196), attualizzando le primissime intuizioni romantiche (Poe, Leopardi, Kierkegaard, Novalis, Wordsworth, e, a primo compimento storico delle sperimentazioni romantiche, Baudelaire) sull'opera come medium aperto sul lettore<sup>2</sup>: opera i cui confini materiali paiono d'un sol colpo dissolversi nella mente di chi legge e infine ricorda. Nella riflessione romantica il testo si configura come la dilatazione di un istante che "ruba", al pari di uno stupefacente, la vita del lettore, sospingendolo in uno stato pre-coscienziale. La lettura ripete il tempo e il ritmo della moda: un addentrarsi, quasi un essere rapiti, nel vortice del testo, a cui succede la sensazione desolata della fine, della morte. Terminato il "passaggio", il testo si riapre, allo sguardo retrospettivo del lettore, come memoria: con il ricordo, o con la coscienza, il testo si compie come esperienza di morte, soppiantando l'esperienza antica del testo come impressione vitale. Il succedersi repentino della vita e della morte è il tempo della lettura, il suo nocciolo duro seppur ancora estensibile. Ma queste

sollecitazioni, che portano lo spettatore alle massime prestazioni nervose, sono anche l'immagine capovolta di un corpo indebolito, infiacchito, precocemente invecchiato: un corpo reso dalle incessanti novità come immobile, nell'attesa di uno choc che possa ricondurlo in vita, spostando ancora più in là il muro dell'indifferenza. L'opera letteraria è sin da principio, nell'istante in cui l'idea balena alla mente e precede di un intervallo l'esecuzione, un'immagine "aperta" su chi legge. McLuhan estenderà queste primissime intuizioni romantiche in una più vasta riflessione sul concetto di medium (protesi, configurazioni, narcosi, amputazioni): la ridefinizione dei confini dell'opera – opera come "filtro" che raggiunge la sua attualità e il suo compimento nella lettura – è già, sottotraccia, una nuova immagine dei processi comunicativi.

## Replay

Il *playback*, il replay istantaneo che concentra l'attenzione sul processo immediato del gioco è una delle più grandi forme d'arte del nostro tempo. Ho chiesto a vari giocatori di calcio cosa ciò abbia comportato effettivamente per il loro gioco ed essi mi dicono di aver dovuto cambiare il gioco, aprirlo un po', in modo che la gente possa guardarlo come se si trattasse di un replay

Marshall McLuhan, *Tv as a New Mythic Form*, TV Ontario 1970

Per addentrarmi nel passo citato, io non so trovare esempio più attuale degli effetti che procurano in noi le immagini sportive. Dentro un archivio sterminato di immagini, scelgo un gesto di Crujff del 1974, semifinale della coppa del mondo tra Olanda e Brasile, che può essere pensato come l'ideale atto di nascita del replay in quanto forma d'arte<sup>3</sup>.

Sessantacinquesimo minuto<sup>4</sup>, Resenbrink centra e Crujff colpisce al volo, lasciando sul posto il difensore e spiazzando il portiere. Il gesto di Crujff rompe in un istante l'equilibrio della partita e la quiete dello spettatore. È un gesto dalla straordinaria efficacia, complicatissimo per elevazione e intelligenza (l'impatto col pallone e l'anticipo sul portiere), ma limpido e leggero da celare lo sforzo che lo sostiene. Un movimento rapido e inaspettato, che appare e immediatamente si dissolve, lasciando attonito lo spettatore.

"Sembrano esservi dei giocatori la cui performance capitalizza questa reattività a movimenti improvvisi, che sembrano sorgere dal nulla" (Gumbrecht, 2015: p. 33). "Sorgere dal nulla": qui si situa, nel senso di straniamento che assale lo spettatore, tanto la riuscita del gesto sportivo che il piacere della visione. Ma è uno stato del tutto complementare al taglio operato dalla macchina da presa. L'apparente discontinuità che separa i due momenti – il cross e il colpo al volo – sovrappone per un istante lo sguardo al corpo: l'occhio dello spettatore segue l'azione senza mai potersene distanziare, modellandosi sui movimenti elastici e repentini del corpo. Al contempo il gesto compare per soprassalto, celando i passaggi che precedono l'evento finale. Così, solo nel *replay*, lo spettatore ricostruisce e completa l'immagine.

“L’inaspettata apparizione nello spazio di un corpo che improvvisamente assume una forma bella, che altrettanto rapidamente e irreversibilmente si dissolve, può essere pensata come una specie di epifania. Queste epifanie sono la fonte della gioia che proviamo nell’assistere a un evento atletico, e segnano il culmine della nostra risposta estetica” (Gumbrecht, 2015: p. 34). Velocissimi come i fotogrammi che li ritraggono, i gesti di Crujff consegnano allo spettatore una successione di momenti straordinari, inattesi. Al centro si trova una particolare esperienza del tempo: scarti e sobbalzi che sottraggono lo spettatore dal corso prevedibile del gioco. Ugualmente, la visione tende a frantumarsi in pochi momenti significativi, quegli attimi in cui la partita precipita chiudendosi in una serie di eventi inattesi.

Il legame che congiunge le prime trasmissioni televisive del calcio alle modifiche del gioco introdotte dall’Olanda negli anni settanta è l’origine di una trasformazione che investe al contempo il *viewer* e il *performer*<sup>5</sup>. Pressing, inserimenti, tocchi di prima, improvvisi e continui cambiamenti di scena, discontinuità del tempo, e infine quel muoversi in tutte le direzioni: con l’Olanda la partita diviene un *medium* volto a riprodurre, nella sequenza rapidissima dei tocchi e dei movimenti, la stessa rapidità con cui si susseguono i fotogrammi televisivi. Un gioco allineato sull’occhio dello spettatore, che espande e dilata ancora un po’ il piacere della visione. Con il replay, il calcio, e più in generale lo sport, divengono momenti della vita televisiva, dei sempre rinnovati legami tra flussi e sospensioni del tempo, ordinario e straordinario.

## Teoria delle immagini sportive

Dall’immagine di Crujff ricavo quattro nodi riflessivi sul rapporto che congiunge, ai limiti di una inverosimile coincidenza, l’io e le immagini<sup>6</sup>. Nelle mie considerazioni agisce, strutturandone il movimento, una letteratura costituita dall’estetica romantica (Leopardi, Poe e Kierkegaard) e dalla teoria della comunicazione (Simmel, Benjamin e McLuhan).

## Schermi

Grazie alle pareti a specchio, tutti questi locali ottengono una fantastica estensione

Walter Benjamin, *I passages di Parigi*, 1922-1940

I fantocci hanno bisogno del terreno soltanto per sfiorarlo e per rianimare, con il momentaneo arresto, lo slancio delle membra

Heinrich von Kleist, *Sul teatro delle marionette*, 1810

Tra stadio e televisione non si determina propriamente un’opposizione, come se fosse possibile distinguere due percezioni in contrasto tra loro, da un lato una visione modellata

sulla tecnologia, dall'altro una visione per così dire "naturale". Lo sguardo è sin da principio "tagliato" sul medium in cui esso ha luogo<sup>7</sup>; se allo stadio prevale una visione centralizzata, in televisione si acuisce al contrario la percezione del momento. Ma il replay è oggi il modo con cui anche allo stadio lo spettatore si avvicina all'evento sportivo.

Londra, Emirates Stadium. Sin dall'ingresso gli "schermi" avvolgono il passante, che si trova all'istante nella posizione di uno spettatore televisivo. L'impiego del vetro nelle costruzioni evoca lo splendore delle merci, e al contempo procura, in una fantastica estensione della vista, l'impressione di sottrarsi limiti dello spazio chiuso. Negozi e vetrine invitano, nell'attesa, ad una rapida e fugace *flânerie*<sup>8</sup>. Raggiunti gli spalti, la presenza dello schermo affiora e si impone nell'assenza. La memoria, modellata sugli archivi costruiti dai canali televisivi o dai video postati su Youtube, suscita un complesso di aspettative sui protagonisti, i gesti, i movimenti e le azioni, che retroagiscono nella mente del fruitore come residui della visione televisiva. In esse è implicito il momento retrospettivo del replay, una funzione che definisce il tempo dello spettatore: la rilettura, le infinite riletture, completano l'immagine, e al contempo espongono, con sempre nuovi dettagli e sfumature, in un accumulo di tasselli, la memoria sportiva. Quel senso sempre latente dell'illimitato, che lo spettatore prova nel rapidissimo sovrapporsi delle scene (e infinite appaiono, col replay, le possibilità di amplificare il piacere della visione), si chiude, allo stadio, nella vista di una scena circoscritta (come ridotte sono, senza il replay, le possibilità di far propria la scena vissuta). Allo stesso modo, l'incedere pronto e leggero dei protagonisti, che sullo schermo vagamente ricorda le movenze o le fulminee apparizioni del videogioco, si infrange nell'immagine, ora dominante, di calciatori piantati sul terreno e con un raggio d'azione limitato. La visione centralizzata, spoglia di dettagli e interferenze, solleva una distanza incolmabile con la partita. Nel replay quei dettagli, che allo stadio permangono occulti o in penombra, offrono un varco verso i meccanismi più reconditi dell'evento sportivo. È una messa a fuoco ravvicinata, che frantuma l'evento sportivo. Nei frammenti avviene una coincidenza, che sfida i limiti della verosimiglianza, tra chi guarda e chi gioca, come nell'immagine di Crujff.

La vicinanza col terreno di gioco, che lo stadio persegue in ogni punto prospettico, quasi a voler creare l'illusione di trovarsi a ridosso dei calciatori, non è che il mero tentativo di riprodurre l'intensità dei singoli momenti di gioco, altra prerogativa essenziale della fruizione televisiva. Qui si insinua un forte senso di straniamento per il fruitore assuefatto alle istantanee di gioco: la sensazione di disporre ora di uno spettro limitato di emozioni e per di più "di grado ridotto". Mi riferisco alla centralità che rivestono, nella visione televisiva, tutti quei punti che, distanti o in prossimità della porta, appaiono, nella successione rapidissima dei fotogrammi, come i momenti da cui ha origine la trama. Nei frammenti, nelle discontinuità temporali che essi manifestano, risiede l'origine del piacere: un piacere che sta dunque dappertutto, privo di centro<sup>9</sup>. Viene meno quel semplice e crudo muoversi in direzione della meta, perché ad essere decisivo è il modo con cui si giunge alla meta. Per questo l'Ajax e le recenti varianti di Sacchi, Zeman, Klopp, Spalletti e Guardiola, sono votate, più che alla conclusione, alla riproduzione di un tempo di gioco. Lo spettatore assiste al dispiegarsi di una fitta trama di scelte, triangoli e inserimenti, che nega una chiara e manifesta intenzione gerarchica: che la rete sia solo un momento e non

il centro di una sofisticata configurazione temporale, è evidente dal fatto che i gol, come anche gli innumerevoli errori commessi sotto porta (che ne sono forse l'indiscutibile conferma), non possiedono quasi mai i tratti di un gesto isolato. Gli olandesi o le squadre del boemo ripetono il medesimo tempo di gioco in attacco e in difesa; così, in un'apparente riproduzione della vita quotidiana, tratteggiano un'opera "infinita", priva di contorni. È il tempo della televisione, l'immagine di un flusso ininterrotto, che simula e intensifica, al pari di un'istantanea, il tempo ordinario. Su quel ritmo si sintonizza lo spettatore, che presenta la forma speculare di un corpo espanso e costantemente sollecitato.

### ***Tempo ed emozioni***

Nè solo il fare tali atti, ma anche il vederli, l'essere spettatore di cose attive, energiche, rapide, movimenti vivaci, forti, difficili, azioni, piace, perchè mette l'anima in una certa azione, e le comunica una certa attività interiore, la rompe

Giacomo Leopardi, *Zibaldone*, 30 ottobre 1821

I gesti di Crujff *rompono* in un istante il tempo di gioco e i movimenti nello spazio, rendendo ugualmente piacevoli ed essenziali, da qualunque angolo del campo, un passaggio, un dribbling, una finta, un cross o un tiro. Con ciò si spezza la linearità del gioco, il mero muoversi in direzione della meta; al centro si trova una sofisticata interpretazione del tempo, una fitta trama di "anticipi" che esclude o nasconde la conclusione per allinearsi sull'occhio di chi, tra scarti e allunghi repentini, assiste alla partita.

È un tratto peculiare al calcio moderno, che distingue Crujff dall'immagine eroica, statuaria, dei campioni del passato<sup>10</sup>. Una straordinaria forza della mente e qualità fisiche superbe, come anche un repertorio tecnico sterminato, tale da contenere in un solo punto una riproduzione vivente della storia del calcio, riflettono congiuntamente un'immagine plastica, in cui i sogni e le loro esecuzioni paiono manifestarsi nel medesimo istante. Come se Crujff avesse infranto il muro che divide le immagini della mente dalla loro materiale realizzazione, facendo comparire come semplice, naturale, ciò che al contrario cela uno stacco ineliminabile.

"Padrone e signore del tempo": con Crujff, il tempo individuale sembra naturalmente divenire, senza infrangere o trovare resistenza, tempo collettivo. Un modo di "aprire" costantemente il gioco – tocchi repentini, verticalizzazioni, finte, passaggi filtranti, dribbling, inserimenti – che attrae a sé, come un centro gravitazionale, i giocatori (le mosse e i movimenti) e gli spettatori, rendendo di colpo interessante e imprevedibile il gioco. È il caso di una differenza perfettamente dissimulata: il tempo individuale e quello collettivo si congiungono formando un *unicum* inscindibile. Il salto, che lo spettatore

intuisce e afferra, senza poterne dare una spiegazione graduale, si configura come il tratto originario (e irriducibile) dello spettacolo.

Non è dunque casuale che in Crujff sia assente uno stile di gioco codificato e riconoscibile. I suoi gesti permangono un *campo di possibilità*, senza mai chiudersi in una ripetizione desolante e infine mortuaria. Essi equivalgono ai tagli operati dalla macchina da presa, perché moltiplicano le scene eliminando i contorni. Così, lo spettatore ha l'impressione di trovarsi di fronte a una testualità *in potenza*, ancora estensibile, interamente coinvolto in una successione di tagli ed emozioni che non sembrano avere un limite né una traiettoria prevedibile.

Con l'Olanda, l'identificazione tra *viewer* e *performer* è pressoché totale: gli anticipi, gli scarti, eludono le difese dell'avversario e al contempo costituiscono la principale fonte di piacere per chi guarda. Nei salti disseminati lungo il susseguirsi delle immagini, lo spettatore entra nel vivo della partita: privo di difese, si lascia travolgere dal ritmo della scena fino ad immedesimarsi con essa; immediatamente dopo, per il piacere, dovuto a un gesto imprevedibile che spiazza le aspettative, per la forte e vivida impressione che quel momento ha procurato nella sua mente, lo spettatore completa nel replay l'immagine, estendendo la memoria sportiva. Ma in quel preciso momento i diversi piani del testo – i protagonisti, il gioco, la telecamera e il *viewer* – si allineano sino al punto da celare le differenze. Linguaggio ed emozioni formano un solo ed unico ritmo, una macchina perfetta e leggera, in cui ad ogni azione sul campo pare corrispondere una reazione dello spettatore. È un'esperienza che spinge fuori dall'ordinario, al culmine dell'esperienza estetica<sup>11</sup>.

## **Sogni, allegorie e choc**

Appena cioè subentra la coscienza, si mostra che quei miraggi non erano però l'idea. Se ora, dopo il risveglio della coscienza, la fantasia torna nostalgica a quei sogni, il mitico compare in una forma nuova, ossia come immagine

S. Kierkegaard, *Il concetto di ironia*, 1841

Il gesto di Crujff ha come “rubato” la vita dello spettatore, ma ha al contempo aperto un varco nella scena: un vuoto e una specie di amnesia, rispetto a ciò che si è appena vissuto, “toccano” lo spettatore come elementi onirici al brusco interrompersi di un sogno. Una sospensione provvisoria del tempo, che dilata le capacità sensoriali procurando un vivido piacere. Le tracce di quel sogno perdurano al risveglio, spoglie dei pregressi incanti: un'immagine che, tuttavia, per i tratti che ancora permangono “sopiti” o “socchiusi”, invita ad una nuova lettura. Il residuo, quella sensazione straniante che il passaggio da una scena all'altra ha come impresso nella mente dello spettatore, è il segno tangibile di un gioco “aperto” su chi guarda, perché soltanto il *viewer*, appropriandosi dello stacco avvenuto ma dissimulato dalla tecnica di Crujff, completa l'immagine<sup>12</sup>.

Le immagini che compongono la trama dello spettatore sono colte nell'attimo in cui si stratificano come tracce della mente. Lo sguardo retrospettivo colloca, in una vertiginosa torsione all'indietro, l'origine dell'evento sportivo nell'attimo in cui l'immagine libera i suoi effetti: il passaggio repentino, pressoché istantaneo, dal gesto sportivo al ricordo di chi guarda. Non si tratta di una posizione preesistente all'analisi, bensì dell'avvenuta, in concomitanza col replay, centralità dello spettatore. Per via dei salti che dissemina durante la partita, il replay configura le immagini come allegorie della visione<sup>13</sup>, su cui occorre rivenire e indugiare per ricostruire l'esperienza vissuta. Piacere e memoria sono i due momenti inscindibili della visione, il costituirsi di un modo d'essere interamente proiettato sull'attualità.

Nel mentre si assiste ad una partita dell'Ajax o dell'Olanda, lo scorrere veloce e cangiante delle immagini stratifica, nella mente di chi guarda, un repertorio di minute interferenze. Dettagli che, apparsi e succedutesi in un lampo, sollecitano una memoria dei momenti appena trascorsi. Quei ricordi non sono divagazioni occasionali dal teleschermo, bensì gli elementi che premono verso una risoluzione finale: l'apparire di una coscienza che sgombri il campo e faccia chiarezza sulle cause dello choc, di una forte e vivida impressione che l'immagine è giunta a procurare in chi guarda. Nello sguardo retrospettivo che lo spettatore lancia su un proprio passato prossimo, il tempo della fruizione si dilata, espandendo le potenzialità espressive dell'immagine. L'osservatore, che indugia e ritorna sui suoi passi, trova e isola fino a smembrarlo, al vaglio di una lente d'ingrandimento, un dettaglio che poco prima era riuscito ad impressionare fuggacemente – ma non meno in profondità, lo si scoprirà a posteriori – la mente e il corpo. Quando la coscienza subentra, quei miraggi, elementi onirici che persistono al risveglio, si ricompongono in un puzzle. Ma ciò è avvenuto in un salto dal piano dell'indistinto, la percezione di un sogno ad occhi aperti, alla superficie accecante della coscienza<sup>14</sup>.

## **Attenzione e distrazione**

Moda: Ho messo nel mondo tali ordini e tali costumi, che la vita stessa, così per rispetto del corpo come dell'animo, e più morta che viva

Giacomo Leopardi, *Dialogo della moda e della morte*, 1824

La sovrapposizione che si determina tra immagini e spettatore, in una compresenza inverosimile di azione e reazione, causa ed effetto insieme del successo duraturo della tecnica dello *choc*, si giustifica sulle imponenti trasformazioni sensoriali che la metropoli introduce nella vita quotidiana. Il tempo accelerato della moda ha protetto gli individui dai mali e dai "calli" della ripetizione – una forma di vita che appare all'abitante della metropoli come angusta e opprimente: l'immagine di un *rigor mortis* in cui la mente precipita irrigidendosi in abitudini codificate, che privano il piacere della sua dinamica espansiva –

ma li ha al contempo esposti ad un'intensificazione della vita nervosa, "dove la vita è più morta che viva".

Tra il piano dell'opera e quello più generale della vita quotidiana non vi è una distanza incolmabile bensì, come in una "stanza circolare di specchi e riflessi", una profonda corrispondenza. I due momenti, l'ordinario e lo straordinario, stabiliscono tra loro una sovrapposizione produttiva, una strettissima interdipendenza. Che si realizzi un'evidente opposizione, *scarto*, o una presunta coincidenza, *apparenza*, dal loro rapporto discende il variegato mondo delle emozioni, come il ritmo e la forma dell'esperienza nelle mutate condizioni sensoriali della modernità<sup>15</sup>: "Tanto è vero [...] che gli uomini svogliati e *blasés* dal lungo uso de' piaceri hanno bisogno di un forte straordinario per provare il senso della grazia [...] Come quei palati che hanno bisogno dei *ragoûts* e delle salse ad esser solleticati" (Leopardi, 1997: 1576). La comunione tra opera e lettore, di cui qui si legge in modo indiretto, trascende i confini circoscritti del gusto per aprirsi al tempo e al ritmo della vita quotidiana. Quel rapporto, che riguarda il mondo ingombrante delle cose, avviene nel dominio dello *choc*. Lo *choc* è l'attimo in cui le cose giungono ad impressionare, con sempre nuove sorprese, la mente dell'osservatore: un corpo reso debole e malaticcio, prossimo alla "morte", dal succedersi rapido e cangiante degli stimoli.

Nelle condizioni descritte, la distrazione – l'individuo avanzo sospeso e trasognato tra mille chocs: luci, immagini, sguardi, vetrine – non è una forma degradata di esperienza, bensì uno strumento attivo ed efficace: essa permette al singolo di seguire, senza eccessivi sconvolgimenti interiori, un ritmo veloce e dispersivo. Ma, pur riuscendo a farsi velocemente "scivolare di dosso" tutti questi stimoli, l'individuo subisce nel tempo, a causa del medesimo sovraccarico, un progressivo indebolimento delle sue capacità sensoriali<sup>16</sup>. L'attenzione, che un'immagine può destare nello spettatore, avviene dunque in una interruzione del *continuum*: una momentanea e improvvisa sospensione del tempo mediante cui il singolo si immerge, anche se per brevi istanti, in una nuova illusione<sup>17</sup>. In un punto, l'evento dilata il tempo fino a "bruciare", scomparire nel ritmo frenetico della storia; ma il salto, che lo spettatore ha compiuto senza opporre difesa o resistenza, è il risultato di una coazione irresistibile da parte dell'opera, delle circostanze. Per abbattere il muro dell'indifferenza e del "già vissuto", le immagini devono intervenire con sempre nuove sorprese, possedere cioè la parvenza di uno choc sensoriale ed emotivo, che è al contempo un'innovazione tecnica e un "rimpasto" inedito dell'immaginario. Il rapporto circolare che si instaura tra distrazione e attenzione costituisce lo spazio psichico in cui si insinuano le immagini, la loro produzione come anche la loro riuscita nel contesto della metropoli e dei media. La tecnica dello choc si insinua in questa dialettica di lunga durata storica alla ricerca di un effetto, uno scarto che porti lo spettatore fuori dall'ordinario.

## Nota biografica

Antonio Rafele svolge attività di ricerca presso il CEAQ, Université Paris Descartes La Sorbonne. Ha pubblicato i volumi *Representations of Fashion. The Metropolis and Mediological Reflection between the Nineteenth and the Twentieth Centuries* (San Diego University Press, 2013) e *Replay. Calcio, vetrine e choc* (Luca Sossella, 2018).

## Bibliografia

- Abruzzese, A. (1973). *Forme estetiche e società di massa*. Padova: Marsilio.
- Abruzzese, A. (2015). *Punto zero. Il crepuscolo dei barbari*. Roma: Luca Sossella.
- Benjamin, W. (1982). *Il concetto di critica nel Romanticismo tedesco*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (2000). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.
- Benjamin, W. (2002). *I passages di Parigi*. Torino: Einaudi.
- Colaiacomo, C. (1992). *Camera obscura*. Napoli: Liguori.
- Colaiacomo, C. (2005). *Telecalcio*, in Biblioteca teatrale, n. 73, Bulzoni, Roma 2005.
- Gumbrecht, H. U. (2015). *In lode della bellezza atletica*. Roma: Luca Sossella.
- McLuhan, M. (2002). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Net.
- Simmel, G. (1995). *La metropoli e la vita dello spirito*. Roma: Armando.
- Simmel, G. (1998). *La moda*. Milano: Mondadori.

## Note

<sup>1</sup> Il riferimento è al monumentale studio di Benjamin sui *passages* di Parigi (cfr. W. Benjamin, *I passages di Parigi*, Einaudi, Torino, 2002); rimando in particolare alla lettura congiunta dei *Konvolut B* (Moda), *Y* (Esposizioni) e *N* (Teoria della storia). L'effimero si affranca da ogni implicazione di negatività nei confronti dell'eterno, per diventare principio di rilettura e ricreazione *ex nihilo* dell'antico alla luce di un relativismo assoluto, basato proprio sulla scoperta e l'affermazione del valore del cambiamento, dunque del lavoro del tempo, della moda. Tra gli studi più recenti, indagini compiute in una strettissima sovrapposizione di ambito estetico e sociologico, si vedano: P. Lombardo, *Cities, Words and Images. From Poe to Scorsese*, Palgrave MacMillan, 2003; F. Moretti, *Opere Mondo*, Einaudi, Torino, 1994; A. Abruzzese, *Forme estetiche e società di massa*, Marsilio, Venezia, 1973; R. Sennet, *L'uomo flessibile. Le conseguenze del nuovo capitalismo sulla vita personale*, Feltrinelli, Milano, 1999; C. Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*, Oxford, 1987; J. Baudrillard, *Lo scambio simbolico e la morte*, Feltrinelli, Milano, 1998; M. Maffesoli, *Nel vuoto delle apparenze*, Edest, Roma, 2017; T. Vagni, *Abitare la televisione*, Franco Angeli, Milano, 2017; F. Tarquini, *L'esperienza dei media. Autori, teorie e metodi*, Maggioni, 2018.

<sup>2</sup> È il punto di osservazione, *reductio ad unum* della selva del pensiero romantico, che organizza lo studio di Benjamin sul primo romanticismo: W. Benjamin, *Il concetto di critica nel romanticismo tedesco*, Einaudi, Torino, 1982. Per la messa in rilievo delle disseminate prossimità di ordine estetico e gnoseologico che congiungono in una configurazione teorica l'estetica romantica e la teoria della comunicazione, costituiscono passaggi essenziali le raffinate indagini di Claudio Colaiacomo: C. Colaiacomo, *Camera obscura*, Liguori, Napoli, 1992 e Id., *Il poeta della vita moderna. Leopardi e il Romanticismo*, Luca Sossella, Roma, 2013. Nel medesimo registro sono essenziali gli studi di Andrea Malagamba sull'assuefazione (A. Malagamba, "Seconda natura, seconda nascita. La teoria leopardiana dell'assuefazione", in AAVV, *La prospettiva antropologica nella poesia e nel pensiero di Giacomo Leopardi*, Olski, Firenze, 2010, pp. 313-321; Id., "Il concetto di attenzione nello Zibaldone di Giacomo Leopardi", *Critica del testo*, VI/2, 2003, pp. 755-777; Id., "Il concetto di distrazione nello Zibaldone di Leopardi", *Rivista di Filologia Cognitiva*, 2005) e di Floriana Di Ruzza sul mito (cfr. F. Di Ruzza, *Onomastica Leopardiana*, Edizioni Nuova Cultura, Roma 2010).

<sup>3</sup> Crujff e l'Olanda si pongono oggi a distanza, avvolti da un'aura *vintage*, come un "passaggio" cruciale rispetto alle ultime variazioni dell'estetica moderna o seriale. Rinvio qui all'estesa e ricca letteratura dei *cultural studies* sulla televisione e congiunte pratiche del consumo, di cui il saggio di Paola Colaiacomo (P.

Colaiacono *Tutto questo è beautiful. Forme narrative della fine del millennio*, Sossella, Roma, 1999) costituisce tutt'ora lo spettro più compiuto ed avanzato.

<sup>4</sup> Al seguente indirizzo è disponibile il video dell'azione: <https://www.youtube.com/watch?v=FCU1uExiplo>

<sup>5</sup> "Il gioco olandese, sintonizzato sui movimenti della palla più che su quelli dell'uomo, punta alla meta sviluppandosi in tutte le direzioni e a partire da qualsiasi punto del campo [...] A volte sembra perdersi o nascondersi l'istanza della verticalità (« vincere », « segnare ») e per questo, forse, gli olandesi hanno spesso sofferto le finali (Germania '74 e Argentina '78). Ma quel gioco era legato, più che al tempo chiuso della partita, all'immagine, che esso stesso era votato a riprodurre, della continuità quotidiana, frammentata, ma non interrompibile del tempo. Il tempo appunto della televisione" [C. Colaiacono, *Telecalcio*, in Biblioteca teatrale, n. 73, Bulzoni, Roma, 2005, p. 143]. Per estensione, i videogiochi sportivi, autentica ricerca volta a prolungare nell'intimità il piacere provato durante la visione, stato di cose a lungo desiderato sin dai primi giochi ATARI e per PC o anche nei giochi di infanzia, portano alla luce lo strettissimo legame che congiunge le forme estetiche al ricordo. FIFA e PES portano a compimento, rompendo gli ultimi indugi che ancora sopravvivono in televisione nella diatriba tra piacere e risultati, la trasformazione dell'evento sportivo introdotta dal gioco olandese. Con l'Olanda, il risultato è in definitiva la *performance*: una squadra verrà cioè ricordata per le impressioni che ha suscitato in un momento, e non per la quantità delle sue vittorie. Non solo perché la sconfitta esercita in alcuni casi un fascino incommensurabile. Ma anche e soprattutto perché un evento si copre del manto di un'aura mitica nel momento in cui giunge ad impressionare l'attenzione e il ricordo dello spettatore, stratificandosi come un'esperienza estetica.

<sup>6</sup> Sul fondo "arcano" delle immagini, ovvero come le immagini si congiungono in un vero e proprio "innesto" ai muscoli e ai sensi e alla carne, di cui i primi anni del cinema (e il suo retroterra) costituiscono l'origine mitica, sono essenziali: Benjamin, W., *I passages*, cit.; McLuhan, M., *Gli strumenti del comunicare*, cit.. Tra gli studi più recenti: cfr. Acquarelli, L., dir., *Au prisme figural : Le sens des images entre forme et force*. PU Rennes, 2015; Bovalino, G. N., *Imagocrazia. Miti, immaginari e politiche del tempo presente*, Meltemi, Roma, 2018; Dandrieux, M. V., *Le rêve et la métaphore. Sources et structures du lien social*, CNRS, Paris, 2016.

<sup>7</sup> "Nel giro di lunghi periodi storici, insieme coi modi complessivi di esistenza delle collettività umane, si modificano anche i modi e i generi della loro percezione sensoriale. Il modo secondo cui si organizza la percezione sensoriale umana – il medium in cui essa ha luogo – non è condizionato soltanto in senso naturale, ma anche storico" [W. Benjamin, *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*, cit., p. 24].

<sup>8</sup> Cfr. A. Abruzzese, *Forme estetiche e società di massa*, Marsilio, 1973 e A. Abruzzese, *Lo splendore della tv*, Costa&Nolan, 1994. La forma attuale degli stadi, l'immagine che essi procurano nei passanti, è assimilabile all'esperienza compiuta nei *passages* o tra i padiglioni delle Esposizioni Universali. Esposizioni e *passages* costituiscono il più importante antecedente storico della televisione, pur essendo oggi degli *choc* e delle gallerie televisive una riproduzione su scala ridotta, un residuo.

<sup>9</sup> Lungo il succedersi delle immagini gli elementi del design sportivo, frutto di una ricerca maniacale sulle possibili reazioni di un occhio allungato sul teleschermo, concorrono a dilatare il piacere della visione: i tocchi, i dribbling e la corsa procurano l'impressione che i calciatori si sollevino da terra in una reattività priva di mediazioni, ostacoli. I protagonisti, figurine del tempo, piuttosto che ingranaggi della tattica, giocano come sospesi un metro da terra, sfiorandosi appena. Scarpini, magliette e palloni conferiscono alla partita la vaga apparenza di uno spettacolo di danza. Una sensazione che "avvolge" per intero la partita, nell'attesa di un gesto che possa rompere o contrarre il tempo, riaprendo ancora un po' la scena.

<sup>10</sup> Milan contro Real Madrid, finale della Coppa dei Campioni, 28 maggio 1958. Al settantaquattresimo minuto Di Stefano riceve un cross al centro dell'area di rigore, il pallone sbatte sulla gamba destra e rocambola velocemente. Quattro difensori rossoneri accerchiano l'argentino, chiudendo la visuale e lo spazio verso la porta. Non resta che qualche frazione di secondo per tentare un colpo. Col busto inclinato – una postura che, più che avanzare verso il pallone, sembra al contrario esercitare su di esso una sorta di attrazione magnetica – Di Stefano prepara il colpo. In quell'attimo Di Stefano pare esitare o meditare sul da farsi, mentre lo spettatore attende un colpo di scena: riuscirà a tirare, probabilmente sbattendo sul muro avversario, oppure troverà la forza di sottrarre il pallone ai difensori con un passaggio all'indietro; in entrambi i casi lo spettatore si prepara alla manifestazione di una forza ineguagliabile, che piega e sbaraglia con impeto le difese dell'avversario. All'ultimo l'attaccante trova un tiro violentissimo, che si infila nella folta schiera dei milanisti e si insacca come un proiettile alla sinistra del portiere. È un gesto sorprendente, ma di tutt'altro tipo rispetto al "volo" compiuto da Crujff. Il piacere della visione risiede nella tecnica e nella forza impressionante che contraddistinguono il colpo. Quel sostare, fermi e immobili, col busto inclinato ma inamovibile, colpisce per la sua forza eroica, ma non richiede, come in Crujff, un surplus dello spettatore. Per la forza delle gambe, che sembra venuta "da fuori", per il baricentro inamovibile ma che tutto permette,

Di Stefano è l'immagine di uno sprofondare nel terreno. Crujff pare al contrario danzare sul palcoscenico: come un fantoccio si piega, si allunga e si stira, senza trovare resistenze, nella riproduzione di movimenti che combaciano fino all'inverosimile con i tempi accelerati del calcio moderno. La distanza che separa Crujff da Di Stefano può apparire microscopica, ma, come le minute interferenze, che di colpo si trasferiscono su un piano più vasto dettandone l'immagine complessiva, segni del più autentico differenziale del tempo, così i corpi di Crujff e di Di Stefano, posti a distanza, riflettono un passaggio storico cruciale. La linearità del testo, con le sue variazioni spettacolari, è soppiantata dal tempo e dai frammenti di gioco.

<sup>11</sup> Questa *aisthesis* sportiva raggiunge una piena manifestazione, persino "uno splendore accecante", con il Foggia o la Roma di Zeman. Il tempo, che le squadre di Zeman riproducono, "spacca" la partita in due temporalità parallele, il boemo e l'avversario; con ciò viene alla luce, più che una semplice competizione sportiva, una forma estetica che attrae potentemente a sé la "vita" dello spettatore. L'avversario pare sottrarsi sullo sfondo o è tutt'al più funzionale al dispiegarsi di una forma estetica che, ripetuta e preparata in allenamento, nella partita sprigiona le energie e le potenzialità che racchiude. Esplicite indicazioni sulla funzione indiretta ma essenziale dello spettatore sono reperibili in una lezione tenuta dal boemo sul celebre 433: cfr. *A lezione da Zeman*, Aggiornamento tecnico AIAC, Lucca, 26 maggio 2014, disponibile al seguente indirizzo: <https://www.youtube.com/watch?v=cZzv1koZK1I>. L'immagine di un gioco "aperto" su chi guarda, in uno strettissimo "allinearsi" (come se nascessero nello stesso punto) di azione sul campo e reazione dello spettatore, è il motivo che spiega, in una sfida all'oblio che il susseguirsi delle generazioni porta inevitabilmente con sé, il successo di Zeman presso gli utenti dei videogiochi, come anche il "consenso" (l'attenzione) che ogni sua nuova assunzione genera nel pubblico e nei media.

<sup>12</sup> Totti è l'attualità e il compimento storico del gioco di Crujff. Tra i gesti più recenti, Inter-Roma del 2014. Al quarantatreesimo minuto del primo tempo Totti "apre" – con un gesto in apparenza ordinario, vista la semplicità del movimento e del tocco, ma in realtà straordinario, considerati la situazione di gioco e il modo in cui esso è compiuto – la possibilità di una terza rete. Calcio d'angolo per i nerazzurri, un pallone alto e teso, Totti riceve accidentalmente e al limite della propria aria di rigore un rilancio di Benatia; con una breve rotazione del corpo, con un palleggio inusuale e quasi divertito, con un passaggio effettuato senza vista e rivolto di spalle, Totti rallenta e sospende lo svolgimento regolare del gioco. In un attimo avviene una repentina modifica del consueto, a cui succede una scena prima difficilmente immaginabile. Sempre in un attimo, nel contrasto tra esercizio stilistico e apparente spontaneità del gesto, come nell'opposizione tra linearità e contrazione del tempo, si è verificata una particolare reazione del *viewer*. In una frazione di secondo quasi impercettibile, un'immagine viene soppiantata da un'altra che possiede contorni e valori radicalmente differenti; il tutto è avvenuto rapidissimamente, senza che ci si potesse accorgere dello "stacco", e questo grazie a un gesto che, stilisticamente perfetto e in apparenza naturale, ha come nascosto e dissimulato il passaggio, il susseguirsi di due fotogrammi distinti. Tuttavia, è proprio in quest'istante che si genera un forte senso di straniamento "interno" (gli avversari ma, nel caso di Totti, questo vale spesso anche per coloro che giocano e si allenano con lui) ed "esterno" (il pubblico), a cui si deve tanto la riuscita del gesto quanto il piacere dello spettatore. La "leggerezza" con cui Totti compie il gesto descritto è l'immagine di un continuo e invisibile sovrapporsi di due piani tra loro distinti: la temporalità immediata di gioco e quella di chi sembra, in realtà, già possedere o prevedere le direzioni future. Giocare di prima e ad occhi chiusi è la sola cifra stilistica, seppur molto sui generis, di Totti. Non si tratta propriamente di uno stile, bensì di un repertorio di colpi "aperto" alle situazioni di gioco. I gesti, anche se reiterati, permangono "freschi" e "vitali", perché conservano nell'ombra il passaggio dall'informe al perfettamente compiuto, l'attimo che contraddistingue l'interpretazione del momento. Così, Totti si distingue da molti suoi coetanei, Cristiano Ronaldo, ma anche, indietreggiando brevemente nel tempo, da Zidane. Mentre questi ultimi riproducono un repertorio codificato di gesti, ricco e spettacolare ma caratterizzato da un inizio e una fine riconoscibili, nel complesso assimilabile alla messa in scena di un "tipo", le azioni di Totti sembrano invece nascere ogni volta come dal "nulla", nell'imprevedibile e apparentemente disarmato incontro tra tempo, situazione e interprete, il cui risultato non è quasi mai un gesto particolarmente appariscente bensì una modifica improvvisa, e per questo straniante, degli istanti di gioco.

<sup>13</sup> Il riferimento è alle riflessioni di Benjamin sui rapporti tra metropoli, forme estetiche e allegoria: cfr. W. Benjamin, *I passages di Parigi*, cit., pp. 288 segg.

<sup>14</sup> È un momento cruciale della dottrina gnoseologica messa a punto da Walter Benjamin: cfr. W. Benjamin, *Premessa gnoseologica*, in *Il dramma barocco tedesco*, Einaudi, Torino, 1998.

<sup>15</sup> "La base psicologica su cui si erge il tipo delle individualità metropolitane è l'intensificazione della vita nervosa, prodotta dal rapido e ininterrotto avvicinarsi di impressioni interiori ed esteriori [...] Anziché con l'insieme dei sentimenti, reagisce essenzialmente con l'intelletto" [G. Simmel, *Le metropoli e la vita dello spirito*, Armando, Roma, 1995, p. 36].

---

<sup>16</sup> “L’essenza dell’essere blasé consiste nell’attutimento della sensibilità rispetto alla differenza fra le cose [...] Nell’essere blasé culmina l’effetto di quella concentrazione di uomini e cose che eccita l’individuo alle massime prestazioni nervose” [G. Simmel, *Le metropoli e la vita dello spirito*, cit., p. 44].

<sup>17</sup> Qui sintetizzo una più articolata teoria dei media. Nell’interpretazione messa a punto da McLuhan, i media, come gli *choc* della vita quotidiana, sottraggono dal corso vuoto e omogeneo del tempo per inaugurare nuove e ulteriori assuefazioni: cfr. M. McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, cit.