NAUTILUS / XX
Collana diretta da Alberto Abruzzese e Giovanni Ragone

COMITATO SCIENTIFICO: Giovanni Boccia Artieri (Università di Urbino "Carlo Bo"), Donatella Capaldi (Università di Roma "La Sapienza"), Massimo Di Felice (Università di San Paolo), Charles Forceville (Università di Amsterdam), Stefano Gensini (Università di Roma "La Sapienza"), Elisabetta Gola (Università di Cagliari), Emiliano Ilardi (Università di Cagliari), Bipin Indurkhya (Università della Scienza e della Tecnologia di Cracovia), Paolo Jedlowski (Università della Calabria), Fabio Tarzia (Università di Roma "La Sapienza"), Tiziana Terranova (Università di Napoli "L'Orientale"), Antonio Tursi (McLuhan Program in Culture and Technology)

COMITATO EDITORIALE: Giovanni Boccia Artieri (Università di Urbino "Carlo Bo"), Elisabetta Gola (Università di Cagliari), Emiliano Ilardi (Università di Cagliari)

In una fase di accelerata metamorfosi dei media, le soggettività contemporanee e le loro forme sociali risentono di un disallineamento permanente tra un apparato tecnologico sempre più pervasivo e la capacità di interpretarne i segni. Si manifesta con forza l'urgenza di comprendere le forme della comunicazione, di decifrarle, tradurle in nuovi immaginari, gestirle nella vita quotidiana e negli spazi dell'abitare, privati e pubblici. La collana è dedicata a testi che scandagliano il profondo della mediamorfosi e dei conflitti in corso, declinando il rapporto tra media, immaginari e metafore in diversi campi della cultura e attraversando più discipline, alla ricerca di strumenti all'altezza delle sfide teoriche del presente, ormai al di là delle teorie e delle politiche passate.

Tutti i volumi vengono preventivamente sottoposti a procedure di *double peer review*

Storia e teoria della serialità

Volume II
Il Novecento: dalle narrazioni di massa alla svolta digitale

a cura di
Sergio Brancato,
Stefano Cristante, Emiliano Ilardi

Opera in tre volumi diretta da
Giovanni Ragone

MELTEMI

Opera pubblicata con il contributo del Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali - Università degli Studi di Cagliari.

Meltemi editore
www.meltemieditore.it
redazione@meltemieditore.it

Collana: *Nautilus*, n. xx
Isbn: 978885519xxxx

© 2023 – MELTEMI PRESS SRL
Sede legale: via Ruggero Boscovich, 31 – 20124 Milano
Sede operativa: piazza Don Enrico Mapelli, 75
20099 Sesto San Giovanni (MI)
Phone: +39 02 22471892

Indice

xx Introduzione
Sergio Brancato, Stefano Cristante, Emiliano Ilardi

xx Serialità e tempo del consumo
Emiliano Laurenzi

xx Percorsi sulla serialità a fumetti americana dai supplementi domenicali di fine ‘800 ai graphic novel contemporanei
Stefano Cristante

xx Manga e Anime: la serialità giapponese alla conquista del mondo
Emiliano Ilardi

xx Post-serialità cinetelevisiva
Strategie della narrazione tra mass media e new media
Sergio Brancato

xx Cinema classico e B-movie
Alfonso Amendola, Pietro Ammaturo

xx Trash. La serialità dello scarto
Stefano Brilli

xx Talento e assuefazione
Le serie-tv e la creazione del fan
Antonio Rafele, Tito Vagni

xx Gli albori della serialità videoludica
Alessio Ceccherelli, Andrea Piano

xx Il gioco della serialità: riflessioni sulla narrativa episodica nei videogame
Emiliano Chirchiano

xx Nuove forme di serializzazione emotiva: i meme
Chiara Moroni

xx Forme seriali del digitale: auto-serializzazione e micro-serializzazione
Giovanni Boccia Artieri

xx Autori

Introduzione

Sergio Brancato, Stefano Cristante, Emiliano Ilardi

Come più volte e da più parti si sostiene nel primo volume di questa trilogia, la serialità non nasce certo nel Novecento. Tuttavia, è nel secolo che ci siamo da poco lasciati alle spalle che essa esplode come modalità di produzione e di consumo, software privilegiato di un sistema di mass media diffuso su scala planetaria.

Il Novecento grazie al cinema, al fumetto, alla radio e alla televisione diffonde i modelli seriali occidentali ai pubblici di tutti i continenti e li abitua ai suoi ritmi. Agisce come uno spremiagrumi sulle tendenze alla massificazione, producendo un immaginario collettivo a base occidentale e assistendo poi alla sua successiva planetarizzazione, frammentazione e ibridazione, sulla scia di nuove tecnologie e nuove tendenze alla personalizzazione e all'individualizzazione.

Ce ne rendiamo conto quando inquadriamo in campo lungo il set dell'industria culturale. In questa prospettiva, la serialità è protagonista di una clamorosa stagione novecentesca in campo fumettistico, sia negli Stati Uniti che in Giappone,

anche se con modalità diverse: negli USA si sviluppa, prevalentemente attraverso l'articolazione di genere (comico, avventuroso, giallo, supereroico, ecc.), un'offerta organizzata razionalmente e in grado di proporre sistematicamente novità e sorprese pescandole nei repertori specifici per riassemblarle nelle strips pubblicate a centinaia dai giornali; i manga nipponici, invece, rappresentano lo sforzo di riproporre la serialità di ciclo, a partire da un'istanza epica che parla direttamente ai pubblici raccontandone le caratteristiche eroiche e fondando la rinascita di una potenza mondiale dopo la sconfitta nucleare del 1945.

Ma i media di massa divengono leggibili solo se ne cogliamo l'azione sistemica e complessa, in cui ogni linguaggio rimanda agli altri nell'azione desiderante del corpo (e dei corpi) del consumo: senza serialità, il cinema hollywoodiano non sarebbe stato l'industria culturale più seducente e persuasiva del pianeta, in grado di saturare il continuum creativo che tiene allacciate le produzioni più sofisticate e i B-movies, il divismo e il professionismo diffuso, l'inaugurazione in pompa magna del kolossal e l'ingresso furtivo dello spettatore a film già iniziato nelle sale di seconda visione (che anticipa l'incontrollabilità della fruizione televisiva).

La serialità ridefinisce gli spazi-tempi del consumo, imponendo fin dalla stagione ruggente del fordismo una produzione che ha già una fruizione stabilita nel proprio *concept*; cancellando i ritmi eterni della stagionalità precapitalistica e ridimensionando la folle accelerazione del primo

e selvaggio industrialismo, il fordismo inietta nel sistema sociale un tempo nuovo ("libero") e uno spazio inedito (metropolitano), dove la serialità è messa alla prova dell'organizzazione burocratica dell'Occidente (si lavora from 9 AM to 5 PM).

Il medium capace di imporre una nuova svolta è la televisione che, pur copiando dalla radio le sue prime manifestazioni seriali (dove è nata la soap opera se non alla radio? Ma è la tv – soprattutto nella sua fase crepuscolare – a curvare ogni serializzazione verso il trash), è stata poi in grado di monopolizzarle attraverso l'universalizzazione del suo palinsesto. Ogni giorno, all'alba della televisione generalista, è ricorso puro alla serialità, dove il tempo (la serata) coincide con una sezione iterata e reiterata di programmazione. La vita quotidiana viene scandita dalle griglie del palinsesto. Per le generazioni che hanno vissuto il trionfo del mainstream televisivo quell'epoca è durata una vita: in realtà si è trattato di 40-50 anni, molto meno dell'esaltazione quotidiana della penny press americana.

Potendo lavorare sulle spalle di un secolo e mezzo di gigantismi mediatici mainstream, l'alba del XXI secolo appare screziata di nuovi reticoli comunicativi, portatori di un incrocio di logiche *top-down* e *bottom-up* (dimensione elettrico-elettronica e dimensione compiutamente digitale) che si ricongiungono su una pluralità di schermi. Ecco, quindi, che il consumatore contemporaneo avanza nelle pratiche delle serie televisive, dei video-giochi e delle navigazioni nell'immenso tessuto di Internet con l'atteggiamento del detective

ereditato dalle forme dell'investigazione letteraria ottocentesca (e, per molti versi, dalla metodica dell'osservazione partecipante declinata nelle geniali riflessioni di Walter Benjamin), trovandosi a percorrere in ogni direzione la serialità espansa dalla transmedialità e dalla crossmedialità.

Nel primo di questi tre volumi dedicati alla storia e alla teoria della serialità, Giovanni Ragone ha così definito la serialità narrativa:

> […] si tratta di quella basilare tecnologia della narrazione che reiterando di continuo gli stessi schemi sul piano "spaziale" (in una struttura intra-testuale, intertestuale, o intermediale) e sul piano "temporale" (con emissioni e ricezioni successive) permette di organizzare la percezione e l'esperienza di zone specifiche dell'immaginario in un sistema stabile e coerente (un genere o un format condiviso collettivamente), creando un ambiente immateriale che garantisce ricordo, familiarità, piacere della variazione sul già noto, facilità della ripresa della fruizione, agevole riproducibilità e fidelizzazione.

La scoperta della serialità narrativa è in grande misura debitrice della centralità – costitutiva dell'umano "moderno" – dei mezzi di comunicazione, che riconfezionano di fatto ogni spazio-tempo dei Sapiens sotto forma di avventura produttiva e di consumo.

Ma dalla serialità narrativa possiamo persino azzardare uno spostamento sulla funzione della serialità *in quanto tale* nella vicenda della modernità. Ciò che avviene nella sfera della creazione

di storie non sfugge alle regole della ripetizione e della differenza, ovvero della ricorsività e della variazione. Anche il sistema Sapiens – la sua antropologia – non regge a lungo la ripetizione esasperata di un'esperienza, perché ciò dovrebbe prevedere l'assenza assoluta di cambiamenti, e ciò non è possibile a partire dalla stessa biologia, su cui interviene il mutamento del tempo, all'interno del quale il movimento è la condizione naturale. Vale a dire che lo spazio (il movimento) si vincola al tempo (il mutamento), impedendo il ripetersi pedissequo degli eventi. Così come un bambino cresce fino alla condizione adulta, allo stesso modo sono visibili sul corpo i segni della crescita, poi della senescenza e, infine, della morte.

Siamo una specie votata alla serialità, ovvero alla ricorsività e alla variazione: se fossimo in grado di reggere le ripetizioni infinite il nostro mondo perderebbe di significato, perché non ci muoviamo sorretti da istinti irrinunciabili e da ruoli assegnati alla nascita (come negli insetti sociali, ad esempio le api, le formiche, le termiti). Tuttavia, sappiamo organizzarci in grandi numeri – come scrive Yuval Noah Harari – e per farlo ci raccontiamo storie che hanno il potere di connetterci e di farci credere a idee (finzionali, aggiunge Harari) comuni. Se invece mutassimo di continuo, se non potessimo vincolarci a una certa quota di ricorsività, il nostro sistema salterebbe in aria per eccesso di variazione. L'idea della rivoluzione permanente non fa per i Sapiens.

Ciò non toglie che la nostra antropologia culturale abbia previsto – fino a epoche relativamen-

te vicine alla nostra – storie anche implacabilmente ripetitive, come nella narrazione mitografica (dal fegato di Prometeo continuamente divorato per ordine degli dèi olimpici e continuamente riformatosi alle punizioni eterne dei dannati nella *Commedia* dantesca). Solo nella modernità ottonovecentesca prende forma un'interruzione dei cicli e si afferma un'idea di serialità narrativa che rilegge ogni giorno l'intera storia dell'umanità grazie all'ausilio degli ambienti per la comunicazione che chiamiamo media.

In questo secondo volume abbiamo provato a raccontarne una parte, privilegiando l'impatto della creazione di immagini e la definizione di un immaginario che, pur restando collettivo, accetta la stupefacente proliferazione dei frammenti dovuti a una magmatica circostanza digitale.

Serialità e tempo del consumo

Emiliano Laurenzi

Dov'è la saggezza che abbiamo perso nella conoscenza?
Dov'è la conoscenza che abbiamo perso nell'informazione?
Thomas S. Elliot

Solis mendaces arguit horas
Motto degli orologiai di Parigi

1. *Il salto di paradigma*

Nel XIX secolo la serialità assume un rilievo - sociale, culturale, tecnologico, ambientale - che difficilmente può essere sottovalutato. In quegli anni si determina l'innesco di una rivoluzione sensoriale i cui effetti plasmano oggi il *mediascape*, la proliferazione di *storyworld* e il modo con cui noi abitiamo l'infosfera stessa. Effetti alla base di tutte le possibilità narrative della digitalizzazione. In quel torno di tempo, infatti, convergono e confluiscono forme e processi di lunghissima durata

relativi alla serialità. Come ampiamente trattato nel Primo Volume di questa *Storia della Serialità* (Ragone & Tarzia, 2023), si tratta ovviamente di forme e processi relativi all'espressività propria della nostra cultura fin dal suo radicarsi greco e romano/cristiano (Tarzia: 55-86), risalendo cronologicamente fino all'elaborazione della serialità dei cicli cavallereschi (Capaldi: 87-140) e attraverso le matrici della serialità moderna enucleate dal barocco (Ragone: 141-186), fino all'incubazione e all'esplosione delle narrazioni di stampo industriale (Brancato: 187-220; Ceccherelli & Ilardi: 221-256) così come a forme di rappresentazione dell'immagine totalmente inedite (Fiorentino: 257-331). Senza dubbio l'800 segna infatti la data di nascita della cultura di massa, "ovvero la cultura nell'età delle masse in cui Edgar Morin individua la prima cultura universale della specie (Morin, 1962)" (Brancato, 2023: 190). Teniamo a mente l'idea di cultura universale della specie, perché quanto avviene nel XIX secolo, pur prendendo spunto da una specifica tradizione culturale - la "nostra" - configura qualcosa che è stato in grado di divenire patrimonio comune della specie umana, come è oggi, attraverso lo sviluppo di un certo tipo di serialità. Una serialità specificatamente temporale.

Partiamo dalla definizione di serialità che ispira questo lavoro:

> […] basilare tecnologia della narrazione che reiterando di continuo gli stessi schemi sul piano "spaziale" (in una struttura intra-testuale, intertestuale,

> o intermediale) e sul piano "temporale" (con emissioni e ricezioni successive) permette di organizzare la percezione e l'esperienza di zone specifiche dell'immaginario in un sistema stabile e coerente (un genere o un format condiviso collettivamente), creando un ambiente immateriale che garantisce ricordo, familiarità, piacere della variazione sul già noto, facilità di ripresa della fruizione, agevole riproducibilità e fidelizzazione (Ragone, 2023: 11).

I gangli operativi sono tre: reiteratività spaziale, emissione/ricezione temporale, organizzazione dell'esperienza e della percezione. L'aspetto conseguente alla loro messa in opera è la creazione di un contesto immateriale che funzioni in maniera simbolica e segnaletica (il ricordo), rassicuri (attenuazione degli shock e familiarizzazione), permetta di giocare (cioè di addestrarsi all'ambiente culturalizzato) e faciliti gestione, recupero e riproduzione di concetti, segni e modi di rappresentazione del senso, determinando il riconoscimento reciproco e un legame di fiducia con il contesto stesso e le sue forme e procedure.

Per introdurre in maniera efficace il tema della vera e propria rivoluzione che fa esplodere la serialità temporale nel XIX secolo, però, occorre dare uno sguardo prospettico all'altro grande sistema seriale, cioè quello spaziale, che sempre in quel secolo cruciale raggiungerà a sua volta un tale grado di articolazione da divenire l'ossessione e la nevrosi identitaria della nostra cultura, ancora oggi.

L'aspetto più arcaico che fa funzionare l'attività di reiterazione proprio della serialità è senza dub-

bio quello di ricorsività, caratteristica peculiare della lingua "umana" (Simone, 1990). La ricorsività è connessa alla "spazializzazione" del dicibile attraverso riformulazioni potenzialmente sempre differenti. In sostanza è ciò che ci permette di ridire la stessa cosa in forme continuamente diverse, o di caratterizzarla di volta in volta in modo differente. È la matrice di ogni procedimento di sistemazione spaziale di un certo contenuto - il percorso di uno o più sentieri, l'ubicazione di un'oasi, i movimenti delle prede - ma anche della relazione fra specifici *topoi* (letteralmente "luoghi") letterari, della combinazione di trame (un termine non a caso mutuato dall'attività tessile) e del gioco dei e coi caratteri, delle digressioni e della stessa "geografia" della narrazione.

Con questa caratteristica della serialità l'elaborazione di modelli espressivi ha "lavorato" per millenni. L'uso di categorie spaziali denota infatti specificatamente il pensiero astratto. Gli studi di linguistica cognitiva (Bazzanella, 2014) attribuiscono alla spazialità un ruolo centrale nella cognizione stessa (Landau & Hoffman, 2012), fino a mostrare come il tempo sia concettualizzato in termini spaziali (Alverson, 1994), sebbene il suo "centro" di elaborazione neuronale non sia stato ancora univocamente attribuito (Merchant, H., Harrington, D. L., & Meck, W. H., 2013). La serialità di questo tipo, cioè connessa alla ricorsività come schema spaziale, è dunque una forma necessaria all'elaborazione di concetti astratti, in altre parole, per quanto ci riguarda, è strumento per l'elaborazione di strutture narrative di carattere reiterativo.

Con lo sviluppo della scrittura questa forma trova una sua prima reificazione che permette di costruire strutture seriali sempre più raffinate, grazie al supporto fisico/mnemonico fornito al gioco dell'immaginazione e dell'apprendimento (Yeats, 1966). L'avvento della stampa e l'esplosione della galassia Gutemberg (McLuhan, 1962) libererà tutto il potenziale della serialità moderna, innalzando a vette di astrazione mai raggiunte prima la capacità di modulare e metaforizzare la narrazione, instaurando una moltiplicazione dei livelli nel richiamo reciproco fra le funzioni della serialità: organizzazione dell'esperienza, produzione di generi e format in un ambiente immateriale (Eisenstein, 1995). Un dettaglio va tenuto presente rispetto alla diffusione della stampa. Ormai da millenni la serialità espressiva si rappresentava con la chirografia, cioè la scrittura a mano, un'operazione non meccanizzabile. Con la stampa non solo il processo si meccanicizza (McLuhan, 1991), ma la sua reificazione raggiunge un punto di non ritorno, permettendo di separare la realizzazione tecnica dell'elaborato scritto dalla pura produzione di strutture seriali. Al sostanziarsi della pagina stampata come metafora tecnica dello spazio immaginativo, fa da contraltare nel XVII secolo l'affermazione di una spazialità dal carattere allo stesso tempo necessitante - è l'età in cui nascono gli assolutismi, iniziano le recinzioni delle terre, sorgono i primi opifici precapitalisti, si dipana la rete delle rotte di navigazione - e priva di una dimensione sacrale e trascendente (Laurenzi, 2023: 24-25). Forse

non è un caso che questo spazio radicalmente mondano, espressivamente, socialmente ed economicamente seriale, inizi a distendersi proprio nel '600 e coincida con l'affermazione dello spazio hobbesiano, cioè di uno spazio vuoto, privo di qualità intrinseche. In questa estensione del dominio dello spazio che la stampa fa esplodere, per esempio, emerge già all'epoca, nella scrittura della musica - cioè una struttura seriale rispetto alla sua organizzazione semiotica di natura audiotattile - il conflitto sulla controllabilità del tempo come dimensione del divenire espressivo, in termini di individuazione attraverso il segno grafico (Petrobelli, 1993). Le dinamiche della serialità, fondamentali per l'articolazione musicale, sono dunque eminentemente di natura temporale. Tornando alla stampa, è con essa che la serialità dello spazio diviene dunque quella dell'organizzazione totalmente umana di vicende, concetti, esperienze, ambienti e valori. È il trionfo della principale forma espressiva totalmente desacralizzata - il romanzo (Bachtin, 1975) - e la nascita della politica moderna come gestione di uno spazio a sua volta desacralizzato e dequalificato. La serialità trova qui il catalizzatore che la trasforma, nell'arco di neanche due secoli, da sistema espressivo a vero e proprio vettore di quella che da allora inizia ad autoidentificarsi come civiltà europea. Questo spazio è universale, ma decisamente diverso da quello imperiale/cristiano. È per l'appunto vuoto, privo di un senso intrinseco. La serialità a stampa - al netto della tradizione di cui fa comunque parte - si svilup-

pa dunque in uno spazio che rappresenta una rottura decisiva con i millenni precedenti. Non è più la spazialità cristiana e imperiale, ancora sacra e che si estende in modo tendenzialmente infinito, piena e garantita da una figura di imperatore/sacerdote/dio che sorveglia e assicura lo scorrere del tempo, come negli antichi imperi agricolo/idraulici, o dopo "la nascita" del tempo con l'incarnazione di Cristo. Dopo cento anni di guerre intestine e dopo il massacro collettivo della Guerra dei Trent'Anni, ultima guerra di religione, l'Europa scopre infatti che Dio non è più fondamento, ma "sfondamento", non è metro e misura che ordina tempo e spazio, ma causa di disordine. Lo spazio rimane infinito, per l'appunto, ma vuoto. La serialità ne diviene il principio organizzatore: non a caso il principio della politica moderna, assieme all'invenzione del soggetto ordinatore, è la mediazione priva di una dimensione trascendente.

> La soluzione razionalistica e individualistica di quel problema prevede che la mediazione moderna non passi attraverso un'autorità pontificale che media verticalmente fra immanenza e trascendenza, ma attraverso l'azione ordinativa, razionale e progettuale del soggetto finito che - nella piena immanenza - si autogiustifica, che si fa trascendentale di ogni possibile ordine: se la ragione è il nuovo medio, il soggetto è lo snodo, l'articolazione, attraverso il quale la ragione si fa azione e l'esperienza può essere messa in forma e resa oggettiva, cioè comunicabile, universale. Il modo della mediazione razionalistica moderna è quindi,

> primariamente, l'Opera del soggetto; e questa è rappresentazione, cioè produzione e costruzione effettualmente formativa dell'immagine razionale del mondo (Galli, 1996: 4-5).

Rappresentazione come produzione e costruzione di un'immagine razionale del mondo. Teniamo a mente questi concetti, perché è sulla loro ipertrofia che lavorerà la serialità temporale del XIX secolo. E sono questi anche gli assi su cui la serialità come forma prende abbrivio, in uno spazio liscio, vuoto e concettualmente infinito che è quello della modernità. Questo aspetto di progressiva saturazione dello spazio che si innesca nel XVII secolo e conflagra all'inizio del XX è fondamentale, perché relativamente al periodo che prendo in esame, cioè l'800 e i primi anni del '900, le forme seriali spaziali si espanderanno in tutto l'universo espressivo - includendo in questo areale semantico le forme letterarie e giornalistiche, quelle pittoriche, delle arti plastiche, di musica e architettura, dell'ingegneria, per non parlare della tecnica, così come della politica, dell'economia e della finanza, per finire con l'arte militare. Per dirla con McLuhan, l'universo degli artefatti relativi alla serialità spaziale si surriscalda (McLuhan, 1964), dando luogo a un'inversione da cui prende forma l'universo mediale elettrico (Tirino, 2023, Vol I: 295-331). La metafora probabilmente più evidente di questo esaurimento dello spazio è la fine della frontiera in America (Tarzia & Ilardi, 2015) e lo scoppio della Grande Guerra in Europa. In

entrambi i casi lo spazio termina, in estensione e per implosione. Il salto di paradigma di cui parlo nella prossima sezione è annunciato da questa crescita incontrollata della serialità spaziale - praticamente tutti i lavori presenti nel primo volume di quest'opera la illustrano in maniera estremamente efficace - ma si gioca sul tempo. Ed è un salto di paradigma di rilevanza epocale.

2. *Tempo della serialità*

Quando Napoleone venne sconfitto a Waterloo, la Restaurazione si illuse di poter reimporre all'Europa l'*Ancien Régime*, quel compromesso tra razionalità moderna e conservazione di un simulacro di sacralità del potere. In altre parole uno spazio e un tempo ormai impraticabili. Fu infatti un'illusione breve, come si sarebbero incaricate di dimostrare le mature forme politico/culturali di uno spazio moderno che cercava di sprigionare la massima energia sociale attraverso le forme di una serialità sistemica. Il romanticismo e il nazionalismo, con il loro corollario di nuove narrazioni relative all'invenzione delle tradizioni, del folklore e della burocrazia. E la nuova generazione del capitalismo che con la seconda rivoluzione industriale impresse un'accelerazione tecnologica senza eguali nella storia umana, mirando fin da subito alla simultaneità dello spazio (piroscafi, ferrovie, automobili, aerei) ed all'ubiquità del tempo (telegrafo, fonografo, macchina fotografica, cinema, radio, tele-

visione). Entrambe, l'accoppiata romanticismo/nazionalismo e la seconda rivoluzione industriale, lavoravano sulla serializzazione. Ma la serialità che mi interessa è quella temporale.

A questa altezza cronologica (inizio '800 - primi trent'anni del '900) l'aspetto più complesso da articolare in relazione allo sviluppo storico della serialità è il modo con cui questa è allo stesso tempo forma e dinamica mediale. Forma in quanto supporto dato, tecnica in atto, diciamo pure configurazione. Dinamica in quanto processo d'elaborazione, moto evolutivo, relazione attiva fra componenti. Cercare di prendere in esame la compresenza attraverso i secoli di queste due caratteristiche della serialità - riconducibili la prima allo spazio, la seconda al tempo - permette di farne emergere la complessità - come nel caso della letteratura (Capaldi & Ragone, 2016), uno dei medium più a lungo utilizzati, sia come forma che come dinamica - e allo stesso tempo permette di allestire un potente strumento di riflessione e sistematizzazione dei modi in cui comprensione ed espressione hanno saputo organizzarsi ed evolvere. La serialità è infatti per eccellenza l'elemento principale che si pone tra sincronia e diacronia, fissaggio di procedure e loro trasformazione (finanche mutazione), trasmissione e riarticolazione. Negli anni presi in considerazione, questa configurazione operativa della serialità investe praticamente ogni aspetto della cultura nel suo senso più ampio. Un crocevia ineludibile attraverso cui prendono forma e si modificano le nostre strutture cognitive ed espressive, così

come l'allestimento di processi mnemonici e performativi e i modi con i quali rappresentiamo a noi stessi il mondo che ci circonda, come ci poniamo in esso e rispetto ad esso, le nostre credenze, ecc. (Kubler, 1972). Oltre ovviamente a costituire di volta in volta ambienti e pratiche culturali nel senso più ampio del termine, cioè vettori di comunicazione che dietro l'apparente fissità d'uso, innescano continuamente modificazioni, in particolar modo nei flussi di lunga durata sui quali si struttura l'immaginario.

Questa duplice natura della serialità in quanto forma e dinamica, una volta che la sua declinazione spaziale satura il globo - si pensi alla forma spaziale/reiterativa del colonialismo, per dire, e ai due potenti "generi" culturali che enuclea: l'orientalismo e il razzismo - finisce per insistere su un ben preciso snodo: il tempo, cioè uno dei concetti più complessi da definire in assoluto, perché attraversato da fenomenologie tra loro incomparabili e rappresentato in modi del tutto difformi (Holford-Strevens, 2005; Bergson, 2019; Elias, 1992).

Nell'ambito della storia più che millenaria della serialità, il periodo preso in esame rappresenta, relativamente all'organizzazione culturale del tempo - così come alla sua rappresentazione concettuale - uno scarto che ha inequivocabilmente il sapore di un salto di paradigma. In altre parole si manifesta la faglia che separa un evo dall'altro. La modernità, così come intesa dalla cultura europea, in questo senso potrebbe costituire un'epoca di passaggio dalla durata assai più

breve di quel che si è creduto fino a qualche decennio fa. Essa, infatti, inizia ad assumere i suoi tratti caratteristici nel momento stesso in cui la concezione religiosa sviluppata nei mille e passa anni precedenti, in sostanza dalla fine dell'evo antico, iniziava a venire messa in discussione dallo sviluppo del calcolo infinitesimale - cioè dalla metà del '600 ai primi anni del '700, per poi consolidarsi formalmente nel XIX secolo (Geymonat, 1947) - che cronologicamente coincide anche con lo sviluppo dei primi nuclei della serialità culturale moderna, in letteratura così come nelle arti plastiche e in musica, per limitarci agli aspetti espressivi. In sostanza, non appena scema la concezione temporale lineare dell'evo di mezzo - quella propria delle religioni abramitiche e nel nostro caso del Cristianesimo - nella modernità si sviluppano quei processi relativi alla concezione e rappresentazione del tempo che in appena duecento anni, e in modo potentissimo, determineranno una inedita modificazione della serialità stessa rispetto a tutti i secoli precedenti, per rapidità d'evoluzione, ampiezza di diffusione e soprattutto per quantità e qualità dell'innovazione tecnologica ad essa correlata.

3. *La seconda rivoluzione industriale*

Il momento esplosivo di questo processo, utilizzando la concezione lotmaniana del termine (Lotman, 1993), raggiunge il suo massimo grado di riarticolazione nel periodo che va dalla prima

metà del XIX secolo e termina pressappoco negli anni '30 del XX secolo. In sostanza coincide con la cosiddetta seconda rivoluzione industriale.

Le forme e le dinamiche delle strutture seriali di lungo corso trovano quindi nella seconda metà dell'800 il punto di saldatura con l'esplosione dei sistemi tecnologico-mediali che alterano in maniera irreversibile le modalità di spostamento e percezione - impattano cioè sia sullo spazio che sul tempo.

La cosiddetta seconda rivoluzione tecnologica, infatti, si concentra in maniera prevalente su un solo paradigma che assume una strabiliante varietà di forme: quello della comunicazione. E lo declina, di nuovo, in due vettori principali: i sistemi di spostamento nello e organizzazione dello spazio, e i media veri e propri, cioè strumenti e processi di alterazione, conservazione e manipolazione del tempo. Entrambi questi vettori hanno la percezione come soggetto e oggetto allo stesso momento. In questo periodo quelle che erano state fino all'epoca forme e dinamiche della serialità che in genere non "reificavano" i processi che le costituivano, iniziano invece a tradursi direttamente nell'organizzazione dello spazio così come nella sua fruizione, e allo stesso modo permettono una manipolazione del tempo prima sconosciuta. Si diffondono infatti le metropoli, crescono a dismisura le reti ferroviarie, si moltiplicano e si velocizzano le rotte navali, sorgono i primi grattacieli e si diffonde l'uso di materiali da costruzione e di attrezzi standardizzati; la locomotiva, il piroscafo e infine la macchina e

l'aereo sono le icone di questa rivoluzione dello spostamento nello spazio. Contemporaneamente il fonografo, la macchina fotografica portatile, il telegrafo, il telefono e infine la cinepresa e il cinema - la radio e la televisione porranno il suggello a questo secondo vettore - concretizzano la frammentazione e la riproduzione del tempo fino ad allora esperito come sequenziale e lineare.

Da quel momento in poi subentrano processi variamente declinabili e d'importanza variabile (politici, culturali, economici, finanziari e tecnici) che mirano a organizzare in maniera gestibile il tempo, che della serialità non sarà più solo l'elemento procedurale, dinamico ed evolutivo, ma ne costituirà l'ambiente - intenzionalmente allestito, cioè radicalmente artificiale - in cui questa si dipana. Il tempo, quindi, inizia ad assumere i tratti specifici oggi imperanti, quelli della tecnica e della sua declinazione economico/finanziaria. È proprio durante la seconda rivoluzione industriale che infatti le tecnologie della serialità temporale divengono in qualche modo "strutturali", una sorta di matrici dell'esperienza estetica. Quelle visivo/ottiche come la macchina fotografica e il cinema, fino alla televisione, ma anche quelle audio/tattili come il fonografo, il telegrafo e poi il telefono e la radio. La riproduzione tecnica, infatti, è costitutivamente una modificazione della presenza temporale - rende cioè inutile la tradizione - ma soprattutto scioglie, liquefa il nesso tra l'autenticità e il suo fondarsi nella ritualità, cioè una delle più antiche forme di serialità temporale. Scriveva con acume Wal-

ter Benjamin in *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica* (2006: 308):

> […] per la prima volta nella storia del mondo la riproducibilità tecnica dell'opera d'arte emancipa quest'ultima dalla sua esistenza parassitaria nell'ambito del rituale. In misura sempre maggiore l'opera d'arte riprodotta diventa la riproduzione di un'opera d'arte predisposta alla riproducibilità. Da una pellicola fotografica, ad esempio, è possibile tutta una serie di stampe; la questione della stampa autentica non ha senso. *Ma nell'istante in cui nella produzione dell'arte viene meno il criterio dell'autenticità, si trasforma anche l'intera funzione dell'arte. Al posto della sua fondazione nel rituale s'instaura la fondazione su un'altra prassi: vale a dire il suo fondarsi sulla politica.*

Questa fondazione politica della serialità temporale - perché forse mai come in quegli anni la produzione artistico/espressiva assume le caratteristiche del rivolgimento sociale e viceversa - il romanticismo, il nazionalismo, il colonialismo, e nelle sue ultime propaggini gli esiti eugenetici e razzisti del pensiero positivistico (una potente ipostasi, nel linguaggio scientifico, della serialità temporale), l'avevano già ampiamente articolata. Ma è l'economia e la finanza che grazie all'analisi infinitesimale realizzano quella condizione, che ho anticipato, di rappresentazione come produzione e costruzione di un'immagine razionale del mondo. È l'universo finzionale del pensiero economico, che si ammanta di una veste di scientificità attraverso l'uso espressivo/strumentale della matematica.

L'economia marginalista che si sviluppa nella seconda metà del XIX secolo intercetta il potenziale seriale del tempo all'altezza della strutturazione delle emozioni - che al livello cerebrale paiono condividere le stesse aree di attivazione correlate alla "percezione" interna del tempo - postulandone un uso relativo al valore che attraverso di esse il singolo soggetto attribuisce alle merci. È quindi la desiderabilità di un prodotto che incide sul suo valore e non il lavoro in esso profuso. È l'intersezione fra sogno ad occhi aperti e riproducibilità - che va pianificata nel tempo - a fornire l'indicazione per il calcolo del profitto, e non la durata del lavoro, la sua quantità, la sua serializzazione lineare. È il tempo delle emozioni, un tempo "fisico" e di *rêverie*, in cui il soggetto è del tutto estraneo a qualsiasi orizzonte escatologico o finalistico (fosse pure quello dell'emancipazione, anzi, soprattutto quello), ma incistato nella più materiale delle immanenze: quella del consumo come forma cultuale, ritualità la cui liturgia è rigorosamente pianificata. Il marginalismo - sul cui metodo si basa l'attuale monetarismo neoliberale (Friedman & Schwartz, 1979) - sostanzialmente fa del tempo, in relazione a costo e utilità di un bene, l'elemento su cui costruire una situazione di equilibrio, una forma stabile di culto che si esplicita attraverso il consumo e non attraverso una sempre crescente produzione (Marshall, 1927).

Durante il periodo che stiamo prendendo in considerazione (che innescherà la medialità elettrico-elettronica), l'espansione della quantità

e qualità dei media induce la necessità di una stabilizzazione (una funzione intrinseca dei sistemi seriali) e modellizzazione dei comportamenti. Il tempo diviene esperibile attraverso la fruizione in regime di bimedialità, intermedialità, e poi con sempre maggiore intensità transmedialità e crossmedialità. La possibilità di un proliferare così articolato e multidimensionale della serialità - che costituisce il principale agente di mediamorfosi - è possibile però solo perché il tempo, che ne istituisce l'operatività, si trasforma. Da dimensione univoca, *continuum* con un inizio e una fine, si sfilaccia, diviene materiale da utilizzare (nasce l'orario di lavoro e dei trasporti, così come il tempo libero). Durante la prima rivoluzione industriale le procedure seriali cui la stampa aveva impresso un'accelerazione enorme - ormai portate alla loro massima intensità con la reificazione delle macchine a vapore e delle fabbriche - funzionavano però su di una concezione del tempo che era ancora vincolata a quell'immaginario. Questa idea così fondativa di un tempo continuo e unidirezionale, privata di ogni connotazione religiosa, andava sostituita con un succedaneo definitorio/risarcitorio. Difficilmente avrebbe potuto essere altrimenti. Nell'immaginario europeo, il millenarismo religioso e il suo carico escatologico vengono riformulati nell'idea di progresso, che è una delle bandiere ideologiche con cui la borghesia dominante mira fin da subito ad accreditarsi come guida della società: è la sua nuova religione. E questa idea si ammanta di razionalità - una veste puramente strumentale

- proprio coniugando il bisogno di autoriconoscimento di una società con la deflagrazione tecnico-mediale della metà del XIX secolo. L'invenzione del folklore, come detto, è un esempio di questa operazione già pienamente plurimediale, a metà fra rielaborazione dell'identità attraverso una rimodulazione del tempo e la tecnica che l'accompagna e la sostanzia.

Un caso celeberrimo che nel campo dell'architettura evidenzia questa nuova dinamicità del tempo come "contenitore" della serialità è il castello di Neuschwanstein (edificato tra il 1869 e il 1886), il più famoso di una serie di palazzi intenzionalmente costruiti sulle Alpi bavaresi con fini scenografici e finzionali dall'architetto Christian Jank e oggi fra le maggiori attrazioni turistiche della Baviera. Nel castello di Neuschwanstein trionfa l'idea romantica di una rimediazione del passato attraverso l'invenzione della tradizione, con una messa in produzione del tempo che nel suo funzionamento anticipa di quasi un secolo il primo parco divertimenti Disneyland, aperto nel 1955; al di là della dinamica di massa, infatti, quest'ultimo si ispira esattamente all'immaginario del castello bavarese, che di originale ha in sostanza solo la valenza imitativa di un modello che non esiste, ma è pura ricreazione di un tempo emozionale, antesignano delle forme pubblicitarie. Metafora tecnica di questa serializzazione temporale è il fatto che fu uno dei primi edifici al mondo con numerose linee telefoniche interne. Richiamo a un tempo che è l'embrione molto sviluppato della spettacolarità è inoltre

il nome stesso del castello, derivato da Lohengrin, eroe dell'opera omonima di Wagner[1], di cui Ludwig II di Wittelsbach, re di Baviera e artefice dell'operazione architettonica e immaginativa, era grandissimo ammiratore; è insomma pienamente realizzata questa nuova metodologia di uso serializzato del tempo per produrre un'esperienza potentemente transmediale: il castello, così come la vita di Ludwig (come scordare l'omaggio filmico di Visconti?), è stato richiamato in film, manga giapponesi, videogiochi arcade e per pc.

In questa torsione epocale, insomma, il tempo diviene manipolabile al massimo grado e non

[1] Sulla valenza spettacolare e quasi pre-cinematografica delle opere wagneriane, e dunque sul legame con la serialità temporale, si dovrebbe analizzare con attenzione il Festspielhaus di Bayreuth, il teatro appositamente costruito per la messa in scena delle sue opere. La costruzione del Festspielhaus fu supervisionata dallo stesso compositore e finanziata sempre da Ludwig II di Baviera. La scomparsa dell'orchestra e del direttore in una fossa coperta, in modo che il pubblico vedesse solo la rappresentazione (un fatto che pone ai direttori d'orchestra problemi enormi, perché non riescono a sincronizzarsi coi cantanti, quasi si chiedesse ai musicisti una prestazione autonoma, simile a quella di una colonna sonora preregistrata, verrebbe da dire), la sistemazione frontale e leggermente a semicerchio dei posti rispetto al palcoscenico, con l'eliminazione dei palchi laterali - tipici di tutti i teatri "tradizionali" e sede della mondanità colta -, il totale buio in sala con l'illuminazione concentrata sulla scena - composta da un doppio proscenio, per dare l'impressione di una maggiore profondità; tutte queste caratteristiche richiamano e riconfigurano una ad una le forme tradizionali della fruizione e della performance musicale /recitativa per inserirle in una struttura temporale che sottende e prelude la visione cinematografica.

solo grazie alla tecnologia, ma proprio per l'affermarsi di un nuovo paradigma con il quale lo si assimila allo spazio. Come esemplificato dal caso di Neuschwanstein, diviene materia plasmabile a fini espressivi ed emotivi. Due declinazioni che vengono cooptate dal pensiero economico marginalista dentro le logiche del ciclo economico dei tempi di consumo e della loro stabilizzazione, nella tensione tra sacrificio e soddisfazione iniziale per il consumatore. L'aspetto che regola il comportamento umano diviene in sostanza l'esaudimento di un bisogno, cioè un orizzonte temporale strettamente individuale (Menger, 1907) e, aggiungo, necessitante. Opere come Neuschwanstein e i castelli bavaresi fatti edificare da Ludwig II, sono una prima manifestazione di quella che circa un secolo e mezzo dopo Bauman avrebbe chiamato retrotopia (Bauman, 2017). Si inaugura la manipolabilità del tempo a fini economici, attraverso la messa in produzione delle emozioni (Edgeworth, 1937). A questo punto non sarà una sorpresa scoprire che l'autorappresentazione del pensiero economico marginalista, o neoclassico, come scienza morale, avviene sulla scia di un pensatore come Jeremy Bentham - non a caso ideatore del celebre Panopticon (Bentham, 1791). In sostanza, la necessità di "riempire" il tempo orfano di Dio con una scansione sensata, porta prima alla sua ossessiva misurazione - con lo sviluppo di orologi, orari, rotte, tratte, ecc. - e poi al tentativo di dotarlo di senso. Il principale significato che si attribuisce al tempo - e l'utilitarismo di cui Bentham è l'e-

sponente di spicco si incarica massimamente di questa operazione - è la ricerca della felicità, che socialmente corrisponde al maggior utile possibile per il numero più alto possibile di persone. E la felicità è il piacere. Allo stesso tempo piacere e dolore sono fatti quantificabili: è "l'algebra morale" (Bentham, 1998). In sostanza è un'affermazione di tipo fondativo. Al tempo desacralizzato si attribuisce dunque un valore immanente, e questo valore è quello che regola il capitalismo di consumo attraverso il culto dell'utilità come ricerca del piacere. Le pretese morali del pensiero utilitarista e dei suoi "calcoli edonistici" sono il modo con cui l'egemonia borghese plasma il proprio tempo, in base al culto della propria religione: il capitalismo. Questo tempo è cadenzato da un utile che è essenzialmente costituito di piacere e dolore, della loro dinamica. Si sostituisce l'escatologia del tempo lineare religiosamente concepito - in cui la serie è del tipo delle stazioni della *via crucis* - con un desiderio disperante di felicità permanente. In questo modo possono essere lette le parole di Benjamin in *Il capitalismo come religione*:

> L'utilitarismo acquisisce, da questo punto di vista, la sua coloritura religiosa. A questa concretizzazione del culto è connesso un secondo tratto del capitalismo: la durata permanente del culto. Il capitalismo è la celebrazione di un culto *sans [t]rêve et sans merci*. Non ci sono "giorni feriali"; non c'è giorno che non sia festivo, nel senso spaventoso del dispiegamento di ogni pompa sacrale, dello sforzo estremo del venerante (Benjamin, 2013: 51-52).

Relativamente allo sviluppo di forme e percorsi di consumo, tutti i nuovi dispositivi che risultano dalla saldatura fra forme e processi della serialità e tecnologia mediale, furono dunque in grado di "preformare", sulla scorta dell'organizzazione dello spazio che è stata fin dall'inizio tipica dei processi espansivi e organizzativi del capitalismo, anche il tempo. La loro azione mira dritto alla componente libidica dell'individuo. Si tende alla possibilità/necessità, per regolare il mercato, di stabilizzare le risposte emotive e in prospettiva di plasmarle. Il catalizzatore di questa operazione e allo stesso tempo il fine è il processo di consumo. Consumo di esperienze interiori e di merci, entrambe sincronizzati dal metronomo della serialità (varietà e prezzi, interno e esterno, riconoscimento e estraniamento, sogno e realtà).

L'interazione fra tecnologia, capitale, media e tempo aumenterà a velocità crescente, addestrando la percezione a una sempre più rapida alternanza/reversibilità/ricorsività di stimoli. Seguire queste "pulsazioni" richiede ritmo, frequenze individuabili, cadenze ben precise, scadenze, un'organizzazione del tempo, appunto, che si fa via via più intensa, capillare, incessante. Questo processo verrà imbrigliato in forme e strutture ancora riconoscibili, per quanto svuotate di senso, fino agli anni '60 del XX secolo, quando letteralmente esploderà. Il surriscaldamento di questa dinamica della serialità di tipo ancora musivo, compositivo, in qualche maniera elettromeccanica, porterà al suo rovesciamento, cioè alla serialità di flusso, al tempo rizomatico del digitale.

La manipolazione o addestramento della percezione diverrà modulare e il tempo trasformato in una sua pura variabile (la risultanza cioè di stimoli tecnici di intensità, frequenza e varietà). L'esperienza del tempo non sarà più distinguibile dalla sua pura percezione. Alla varietà della percezione non fa quindi riscontro una temporalità "turbolenta", instabile. È lo stato di equilibrio del sistema informazionale, la domesticazione della serialità temporale di piacere e dolore: non esiste più l'esperienza come possibile catastrofe, accumulo lungo la serie del tempo, ma il suo minimo comune denominatore è la restrizione dell'orizzonte temporale, la serialità nel tempo: la percezione è implicata in processi mediali che la inchiodano in un qui e ora "illusorio", in una sorta di regime laminare stazionario[2], con l'apparente scomparsa di passato e futuro come elementi che modificano la percezione e inducono turbolenza e conflitto. Il tempo percepito diviene "più reale" del tempo della vita. Scompare definitivamente anche la dimensione ciclica del tempo.

Fino all'avvento del regime dell'informazione (rivoluzione digitale e società delle reti) questa

[2] Nella fluidodinamica - in fisica è la parte della meccanica che si occupa della dinamica dei liquidi e dei gas in quanto assimilabili a sistemi continui - si parla di flusso laminare stazionario quando un fluido si muove con uno scorrimento di strati infinitesimi gli uni sugli altri, senza che questi si mescolino in alcun modo. La stazionarietà di questo flusso è data dal fatto che in ogni punto in cui scorrono gli strati che lo compongono, le condizioni fisiche, come per esempio la velocità, sono costanti. Rispetto all'attuale natura rizomatica del tempo percepito, la fluidodinamica fornisce interessanti metafore.

sorta di "paideia" percettiva si realizzava quasi esclusivamente attraverso le sole forme mediali, ma oggi tutto questo è prodotto spesso e volentieri in modo pianificato, piegando percezioni e comportamenti a precise finalità tese a costruire specifici "mondi percepiti" spesso senza nessun legame con tempi e territori "tradizionali" (lo statuto di cosa non sia mediale è ormai apertamente in crisi). Gli strumenti che allestiscono questi mondi percepiti funzionano quasi esclusivamente su una dimensione seriale; nello specifico della rete, di natura vettoriale. Ad esempio gli algoritmi profilano la nostra personalità sulla base di comportamenti ricorrenti e sussumono nella ricorsività e frequenza la qualità della nostra stessa presenza in rete. Così allestiscono percorsi e contenuti, dunque e di nuovo esperienze nel tempo, che costituiscono una sorta di griglia attraverso la quale le nostre esperienze sono predefinite, instradate e formate in precise direzioni, con precisi intenti e precise intensità che tendono costantemente ad equalizzare il flusso informativo che plasma la nostra percezione. Ecco perché scompare la turbolenza di un prima e un dopo, di un passato e un futuro.

In sostanza la serialità che struttura il flusso del tempo di consumo preforma - e l'efficienza nella soddisfazione delle "esigenze" libidiche, spesso narrate come diritti per dare loro una veste razionale, ne è lo stemma - la nostra esperienza, dando luogo a dinamiche e processi quali le *echo-chambers* o le *filter-bubbles*, tesi in sostanza a far scomparire, attraverso la serializzazione dei

comportamenti individuali e di esperienze allestite *ad hoc* - o attraverso percorsi e sistemi che ne influenzano l'evoluzione in specifiche forme e direzioni - qualsiasi perturbazione o irregolarità, qualsiasi indecidibilità, qualsiasi fine definitiva, qualsiasi trascendenza, qualsiasi aspetto, per l'appunto, non serializzabile e brutalmente percepibile, cioè, attualmente trasformabile in serie. La polarizzazione non è quindi il trionfo dell'inimicizia e dell'odio, ma solo la metafora del percorso della spoletta mediale nel tessere questo tempo seriale intrinsecamente digitale e rizomatico, radicalmente diverso da qualsiasi tempo analogico. È in concreto la scomparsa di qualsiasi autentica idea di dialettica, di confronto, di oppositività e alterità, tutte recuperate dentro questo processo di generale ristrutturazione del tempo quale cifra di solo consumo.

Bibliografia

Alverson, H. (1994). *Semantics and experience: universal metaphores of time in English, Mandarin, Hindi and Sesotho*. Baltimore-London: John Hopkins University Press.

Bachtin, M. N. (1975). *Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет*. Москва: Художественная литература; tr. it (1979). *Estetica e romanzo. Un contributo fondamentale alla "scienza della letteratura"*. Torino: Einaudi.

Bauman, Z. (2017). *Retrotopia*. Cambridge: Polity Press; tr. it. (2017). *Retrotopia*. Bari-Roma: Laterza.

Bazzanella, C. (2014). *Linguistica cognitiva. Un'introduzione*, Roma-Bari: Laterza.

Benjamin, W. (1972-1989). Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In W. Benjamin, *Gesammelte Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; tr. it. (2006). L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. In W. Benjamin, *Opere complete. VII Scritti 1938-1940*. Torino: Einaudi.

Benjamin, W. (1985). Kapitalismus als Religion. In W. Benjamin, *Gesammelte Schriften*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; tr. it. (2016). Capitalismo come religione. In W. Benjamin, *La Politica e altri scritti. Frammenti III*. Milano: Mimesis.

Bentham, J. (1789-1823). *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. London: W. Pickering & R. Wilson; tr. it. (1998). *Introduzione ai principi della morale e della legislazione*. Torino: UTET.

Bentham, J. (1791) *Panopticon; or The Inspection-House*. Dublin-London: T. Payne; tr. it. (1983). *Panopticon, ovvero la casa d'ispezione*. Venezia: Marsilio.

Bergson H. (2016). *Histoire de l'idée de temps (Cours au Collège de France 1902-1903)*. Paris: Presses Universitaires de France; tr. it. (2019). *Storia dell'idea di tempo. Corso al Collège de France 1902-1903*. Udine: Mimesis.

Capaldi, D. & Ragone, G. (2016). Archetipi della serialità nella letteratura. *Mediascape journal*, 7/2016, 44-61.

Edgeworth, F. Y. (1881). *Mathematical Psychics. An Essay on the Application of Mathematics to the Moral Sciences*. London: C. Keagan Paul & Co.; tr. it. (1937). *Psichica matematica: Saggio sull'applicazione delle matematiche alle scienze morali*. Torino: UTET.

Eisenstein, E. L. (1983). *The Printing Revolution in Early Modern Europe*. Cambridge: Cambridge University Press; tr. it. (1995). *Le rivoluzioni del libro. L'invenzione della stampa e la nascita dell'età moderna*. Bologna: il Mulino.

Elias, N. (1987). *Über die Zeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp; tr. it (1990). *Saggio sul tempo*. Bologna: il Mulino.

Friedman, M. & Schwartz, A. (1963). *A Monetary History of the United States 1867-1960*. Princeton: Princeton University Press; tr it. (1979). *Il dollaro. Storia monetaria degli Stati Uniti (1867-1960)*. Torino: UTET.

Galli, C. (1996). *Genealogia della politica. Carl Schmitt e la crisi del pensiero politico moderno*. Bologna: il Mulino.

Geymonat, L. (1947). *Storia e filosofia dell'analisi infinitesimale: anno accademico: 1947-48*. Torino: Levrotto e Bella.

Holford-Strevens, L. (2005). *The History of Time. A Very Short Introduction*. Oxford-New York: Oxford University Press; tr. it (2007). *Storia del tempo*. Torino: Codice.

Kubler, G. (1972). *The Shape of Time*. New Haven: Yale University Press; tr. it. (1976). *La forma del tempo. La storia dell'arte e la storia delle cose*. Torino: Einaudi

Landau, B. & Hoffman, J. E. (2012). *Spatial Representation: Frome Gene to Mind*. Oxford: Oxford University Press.

Laurenzi, E. (2023). I paradossi temporali: lo spazio mediale fra desiderio di onnipotenza e nevrosi identitaria. In A. Ceccherelli (Ed.), *Questione di tempo. Il viaggio temporale nei media: letteratura, cinema, serie tv e videogiochi*. Formigine (MO): Edizioni Estemporanee.

Lotman, J. M. (1992). *Культура и взрыв*. Москва: Гнозис; tr. it. (1993). *La cultura e l'esplosione. Prevedibilità e imprevedibilità*. Milano: Feltrinelli.

Marshall, A. (1891). *Principles of Economics*. New York: MacMillan; tr. it. (1927). *Principii di economica*. Torino: UTET.

McLuhan, M (1988). *Laws of Media. The New Science*. Toronto: University of Toronto Press; tr. it. (1994) *La legge dei media. La nuova scienza*. Roma: Edizioni lavoro.

McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy. The making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press; tr. it. (1976). *La galassia Gutenberg. Nascita dell'uomo tipografico*. Roma: Armando.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill Book Com-

pany; tr. it. (1990). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: il Saggiatore.
Menger, C. (1871). *Grundsatze der Volkswirtschaftslehre*. Wien: Wilhelm Braumüller; tr. it. (1907). *Principii fondamentali di economia*. Imola: Galeati.
Merchant, H., Harrington, D. L. & Meck, W. H. (2013). Neural basis of the perception and estimation of time. Annual Review of Neuroscience, 36, 313–336.
Morin, E. (1962). *L'esprit du temps 1. Nevrose*. Paris: Édition Grasset & Fasquelle; tr. it. (2002). *Lo spirito del tempo*. Milano: Meltemi.
Petrobelli, P. (1993). Scrivere musica nell'epoca barocca. *Annali della Scuola Normale di Pisa. Classe di Lettere e Filosofia*, III (23), n.2, 403-410.
Ragone, G. & Tarzia, F. (Eds.). (2023). *Storia della serialità. Volume I. Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*. Milano: Meltemi.
Simone, R. (1990). *Fondamenti di linguistica*. Roma-Bari: Laterza.
Tarzia, F. & Ilardi, E. (2015). *Spazi (s)confinati: puritanesimo e frontiera nell'immaginario americano*. Roma: Manifestolibri
Yates, F. A. (1966). *The Art of Memory*. London&New York: Routledge; tr. it. (1984). *L'arte della memoria*. Torino: Einaudi.

Percorsi sulla serialità a fumetti americana dai supplementi domenicali di fine '800 ai graphic novel contemporanei

Stefano Cristante

1. *La stampa domenicale apre ai comics: le situazioni del vicolo Hogan danno appuntamento al lettore di massa*

L'esordio ufficiale del fumetto avvenne alla fine del XIX secolo negli Stati Uniti, all'interno delle dinamiche industriali che facevano da cornice a una continua e violentissima concorrenza tra i giornali, veri e propri giganti della prima comunicazione di massa. La stampa quotidiana rappresentava all'epoca un prodotto insieme sofisticato e ultrapopolare dell'economia capitalistica: per aumentare le vendite i proprietari erano disposti a investimenti ingenti e talvolta spericolati, sia sul piano dell'assunzione di personale sia su quello del sensazionalismo. Con questo termine si intende la politica giornalistica aggressiva praticata sui titoli e sulla stesura degli articoli: i primi – specie le aperture di pagina – divennero sempre più grandi e monumentali; lo stile degli articoli si fece incalzante, dettagliato, pronto a sfruttare ogni minima voce, per quanto poco attendibile. I contenuti furono indirizzati verso un'espansione della

formula che aveva consentito ad alcuni giornali americani, fin dagli anni '30 del XIX secolo, di allargare notevolmente il proprio pubblico, vale a dire un'attenzione costante alla cronaca nera e agli scandali. Il prezzo di copertina della stampa quotidiana fu tenuto basso, e ciò permise una penetrazione del medium anche tra gli strati popolari, proletari e persino sottoproletari.

A fine '800, nella principale metropoli americana, New York, due testate lottavano per la supremazia nel campo della carta stampata: il New York World di Joseph Pulitzer, un self-made man di origini ungheresi che aveva acquistato la testata nel 1883 dopo aver scritto, diretto e acquistato giornali per un quindicennio in altre città americane, e il New York Journal di William Randolph Hearst, figlio di milionari possidenti ma voglioso di primeggiare in campi nuovi, come quello dell'editoria di massa. Hearst aveva inaugurato la sua carriera di tycoon nel 1880, rilevando un vecchio giornale, il San Francisco Examiner, che portò al successo con campagne d'opinione contro i servizi ferroviari californiani e incrementando gli articoli a sfondo scandalistico. Approdò a New York nel 1896, rilevando The New York Morning Journal, un giornale che l'imprenditore John R. McLean aveva acquistato solo un anno prima dal fratello-concorrente di Joseph Pulitzer, Albert, e che non aveva sfondato. Hearst fece uscire il giornale di pomeriggio, ne cambiò il nome (The New York Evening Journal) e ne ridusse il prezzo della metà (un centesimo di dollaro).

Ai giornali servivano non solo giornalisti, ma anche illustratori, perché la stampa doveva entrare in sintonia con ogni tassello della vita dei cittadini, compreso il tempo libero, e con ogni categoria di lettori, compresi gli immigrati, molti dei quali avevano una conoscenza approssimativa della lingua inglese. I giornali dovevano offrire svago e intrattenimento, specie di domenica, quando il tempo era libero più o meno per tutti. Qui entrano in gioco i fumetti.

Sia Pulitzer che Hearst si erano resi conto dell'importanza strategica dei supplementi domenicali, tanto che a partire dal 1896 il New York World ebbe la possibilità di una spettacolare uscita domenicale a colori, per l'epoca un'innovazione assoluta. Tra i disegnatori del team di Pulitzer figurava anche Richard Felton Outcault: aveva studiato Belle Arti a Parigi ed era stato assunto fin dal 1894 per realizzare disegni scientifici d'impatto, capaci di attrarre la curiosità popolare. Tuttavia Outcault si dimostrò efficacissimo anche nel rappresentare le atmosfere proletarie del quartiere di Hogan's Alley, rese in modo stravagante e comicamente lugubre in un'unica vignetta, in cui spiccava la fisionomia di un bizzarro ragazzino con una grande testa pelata e orecchie a sventola, interamente coperto da un camicione da notte, salvo mani e piedi. Il 7 luglio 1895 la vignetta assunse le dimensioni di un'intera pagina del supplemento del New York World, di cui divenne la vistosa copertina a colori. Il camicione del calvo ragazzino era giallo, colore "non ancora messo bene a punto tecnicamente con la ro-

tativa Hoe a quattro colori" (Gubern, 1972: 16), rotativa acquistata da Pulitzer nel 1893. Su quel camicione, su cui si sperimentò con profitto il colore giallo, erano scritte le parole che il ragazzino Mickey Dugan, detto Yellow Kid, pronunciava in un inglese infantile e volutamente sgrammaticato nel corso delle situazioni disegnate da Outcault. *Hogan's Alley* divenne in poche settimane un prodotto pregiato: piaceva agli adulti benestanti che si facevano un'idea delle condizioni di vita dei bambini dei quartieri sottoproletari senza rinunciare a una risata, e piaceva anche a chi, come i nuovi migranti di New York, aveva difficoltà con la lingua e si appoggiava ai disegni per la comprensione delle complesse illustrazioni.

Le storie di Yellow Kid furono serializzate attraverso il marchio toponomastico dell'Hogan's Alley: l'uscita domenicale era attesa dai lettori, che ritrovavano le atmosfere consolidate del vicolo e del quartiere e, nello stesso tempo, scoprivano gag e situazioni nuove di cui era protagonista il loro beniamino insieme agli abitanti dello slum. Così, anche in assenza di una canonica riproduzione di storie sequenziali a più vignette e anche in assenza dei balloon per la comunicazione tra personaggi, *Hogan's Alley* assunse un carattere fumettistico seriale.

Il monello di strada (*street urchin*) fece scalpore ed ebbe un grande successo, contribuendo ad aumentare le vendite del New York World di Pulitzer, oltre a sviluppare uno stupefacente repertorio di merchandising a lui dedicato: furono messe in vendita carte da gioco, seggioloni,

spille, bambole, gelati, apribottiglie e persino whiskey e sigarette[1].

Hearst prese atto del successo del concorrente e agì di conseguenza: nel 1896 contattò l'ormai celebre Outcault e gli fece un'offerta principesca per passare al New York Journal, ovviamente con l'obiettivo di trasferire Yellow Kid sulle pagine del nuovo supplemento domenicale The American Humorist, che prese ad uscire dall'ottobre 1896[2]. Tuttavia non per questo le pubblicazioni del domenicale di Pulitzer si privarono dell'irriverente ragazzino: l'editore, rivendicando il copyright delle storie di *Hogan's Alley*, assunse l'artista George Luks con il compito di proseguire, nello stile di Outcault, le vignette del quartiere proletario in cui agiva Yellow Kid. Si giunse in breve a una situazione inedita e paradossale: lo stesso personaggio appariva, con due serie diverse, sui due giornali più venduti della città, e proprio nel giorno di massima diffusione delle testate, che si trovarono entrambe contraddistinte dal colore giallo del suo camicione parlante. Proprio a partire dalla presenza di Yellow Kid in entrambe le testate newyorkesi il tipo di giornalismo che portavano avanti fu definito "yellow journalism", che da quel momento prese spregiativamente a significare un giornalismo basato su articoli sensazionalistici e dal tono spesso esagerato, allo scopo di aumentare le possibilità di vendita, favorite anche dall'irrisorio prezzo di copertina.

[1] https://news.osu.edu/history-of-comics-begins-with-yellow-kid/

[2] https://www.lambiek.net/artists/o/outcault.htm

Da allora la presenza dei comics divenne stabile nei giornali americani, anche se le vicende di Yellow Kids si chiusero in un paio d'anni, quando Richard F. Outcault passò a una terza testata, The New York Herald di Gordon Bennett, creando nuovi personaggi, ormai maturi per una circolazione a strisce e parlanti attraverso balloon più convenzionali (Poor Lil' Mose e poi Buster Brown, entrambi ragazzini irriverenti, seppure di diversa etnia[3]).

Yellow Kid non è stato storicamente il primo fumetto a essere pubblicato: lo stesso New York World ne pubblicò alcuni prima del 1895. Inoltre, la caratteristica della sequenzialità, che ricorre nelle definizioni canoniche di questo medium, è presente solo di rado nelle cornici che lo contengono. Tuttavia Yellow Kid è stato certamente il personaggio disegnato che ha incontrato con maggior successo e prima degli altri comics la logica della stampa quotidiana, approdando a una situazione che lo rende di fatto il precursore di tutti i fumetti moderni, con una presenza stabile nell'immaginario collettivo, soprattutto negli Stati Uniti.

Yellow Kid ha rappresentato un prodotto innovativo con cui presentarsi ai lettori; la serialità

[3] Poor Lil'Mose è il primo protagonista african-american della storia del fumetto. Si tratta di un bambino burlone accompagnato da un orso, da un gatto e da una scimmia, e che Outcault rappresenta in modo duplice, da un lato attribuendogli caratteri stereotipati tipici dell'allora dominante razzismo dei bianchi verso i neri, dall'altro facendo emergere nel personaggio caratteristiche infantili (e monelle) universali (Havig, 1988). Su Buster Brown si veda la successiva nota 7.

è una componente strategica del radicamento dell'Hogan's Alley nelle abitudini dei lettori, che attendevano l'inserto domenicale e le immagini familiari dello slum, dove i personaggi già noti davano vita a variazioni e a nuovi intrecci, facendo in modo che Yellow Kid potesse conquistare una centralità visiva e verbale, anche attraverso elementi politicamente e linguisticamente scorretti. Non si tratta dello stesso genere di serialità del feuilleton, che spinge i giornali a pubblicare storie con una continuità cronologica e ambientale in senso stretto. Le storie di Yellow Kid sono piuttosto gag e situazioni ricorrenti, che si rifanno a quanto già pubblicato nel corso del tempo, su cui i lettori hanno sviluppato un'attenzione stabile, potenziata dall'aspettativa di ritrovare le stesse atmosfere e gli stessi personaggi delle domeniche precedenti.

2. *Dalla tavola domenicale alla striscia quotidiana: cambio di serialità nello stesso medium*

Il supplemento domenicale fu quindi il primo supporto per il nascente fumetto americano, che dava appuntamento ai lettori attraverso una singola seppure imponente tavola grafica[4] (*Sunday*

[4] Riporto questa dettagliata definizione di tavola a fumetti da parte di Roman Gubern: "Una struttura di montaggio peculiare di certi fumetti, caratterizzata dal fatto di essere concepita e realizzata per essere riprodotta sull'intera superficie di una pagina, in modo da ottenere un'unità grafica con coerenza plastica globale" (Gubern, 1972: 30).

page). Il medium fumettistico ha già come epicentro la serialità, cioè una tenuta narrativa che mantiene la preminenza di un personaggio fisso (o più di uno), che viene proposto con un carattere stabilizzato e facilmente individuabile e con un ambiente di riferimento che – pur potendo mutare – si presenta già noto al consumatore. La prima serialità del fumetto si realizzò quindi con il supporto delle pagine dei supplementi domenicali della stampa quotidiana, che ne definirono la periodicità e il pubblico. La vendita domenicale fu garantita dal gradimento delle famiglie e in particolare del pubblico infantile, attratto dai colori vivaci delle pagine e dallo stile dei disegni, mutuato dal mondo dei cartoni animati. È una serialità inizialmente non rigorosa, che si affida al fumetto come una derivazione più mobile e sensibile dell'illustrazione.

Nel primo decennio del XX secolo si posero tuttavia le basi per il successo di due nuove iniziative tra loro collegate: le quotidiane strisce a fumetti (*daily strip* o *dailies*) e le agenzie di distribuzione (*Syndicate*) (Brambilla, 2020). Le prime strip furono pubblicate nei quotidiani negli ultimi anni del primo decennio del '900: solitamente si fa riferimento a *Mutt and Jeff* di Bud Fisher come striscia d'esordio, pubblicata dal quotidiano San Francisco Chronicle il 15 novembre 1907 ("Mister A. Mutt starts in to Play the Races"). Per qualche mese Fisher propose nelle strisce solo il personaggio di August Mutt, un lungagnone piuttosto pusillanime e gran scommettitore di corse a cavallo. Nel marzo 1908 i lettori

videro comparire a fianco di Mutt il brevilineo Jeff, ottima spalla dello stralunato protagonista, cui lo accomuna la smania di scommettitore. Le strisce sono costruite sulla perseveranza di Mutt nell'escogitare piani – in genere a sfondo ippico – che gli consentano di raggiungere l'agiatezza economica, sebbene lo stesso Jeff, per via della propria esagerata ingenuità, contribuisca a disinnescare involontariamente i progetti del socio.

Ogni giorno, da lunedì a sabato, i lettori di molti quotidiani americani (a cominciare dal San Francisco Examiner di Hearst, che aveva nel frattempo messo sotto contratto Fisher) potevano leggere la striscia di Mutt e Jeff, salutata da un grande successo, come testimoniato dalla trasposizione delle loro gag nei cartoni animati e persino a teatro. Fisher ebbe inoltre l'avvedutezza di registrare il copyright della sua striscia e dei suoi personaggi, azione che gli facilitò le trattative con gli editori e con un nuovo soggetto di intermediazione, i Syndicate. Si tratta di agenzie – già attive in altri settori dell'intrattenimento cartaceo, come i giochi e i cruciverba – che provvedevano a piazzare presso le testate giornalistiche le strisce che reputavano in grado di piacere al pubblico dei quotidiani. La storia delle agenzie ricalca quella dei primi comics: il primo a voler rappresentare gli interessi degli autori pubblicati sui propri giornali per venderli agli altri fu Joseph Pulitzer nel 1905, con la creazione del World Feature Service. Lo seguirono nel 1914 il solito Hearst e il suo manager Moses Koenigsberg, che diedero vita al King Features

Syndicate (KFS), la sigla che radunava tutte le attività di servizio svolte nei differenti settori dell'entertainment dal potente editore. Intorno al 1920 un altro magnate dei media, Joseph M. Patterson, fondò l'agenzia Tribune-News, che avrà un importante ruolo innovativo nella definizione e nel lancio di nuovi prodotti fumettistici negli anni successivi.

La presenza della stampa quotidiana statunitense era all'epoca molto ramificata – sia in termini geografici che economici –, e la maggioranza delle tante testate locali esistenti desiderava presentare ai propri lettori alcuni prodotti di rilievo e di impatto nazionale. I Syndicate rendevano possibile questa aspirazione, a fronte di una cifra decisamente inferiore a quella che sarebbe stata necessaria per ingaggiare autonomamente *cartoonist* e autori di testi da parte delle singole testate. Alcune ricadute di questo servizio cambiarono la produzione di fumetti, in primo luogo perché – rivolgendosi a un pubblico adulto di acquirenti di giornali – dimostrarono che vi era un gradimento dei comics che si estendeva anche al di là dell'audience infantile dei supplementi domenicali. *Mutt and Jeff*, pur con un evidente aspetto caricaturale, erano infatti adulti che si muovevano nell'usuale ambiente metropolitano, ed erano letti da adulti che, nei tram e nell'underground, apprezzavano le loro gag demenziali.

Fu quindi il giornale quotidiano il veicolo fondamentale del nuovo medium del fumetto: dopo le trattative dei manager delle testate con gli uomini dei Syndicate, le pagine di intratteni-

mento (dove comparivano le parole incrociate, i rebus e altre forme di gioco individuale) dedicavano uno spazio crescente alle diverse strip, sviluppate in orizzontale (in genere per quattro vignette, ma potevano essere anche tre o cinque) e poi organizzate graficamente in successione verticale, l'una sotto l'altra (Brambilla, 2020). Questa seconda serialità fumettistica consentirà la ridefinizione anche della prima, quella riscontrata nei supplementi domenicali: si tratta infatti di storie pubblicate in bianco e nero nei giorni feriali nelle pagine di intrattenimento dei quotidiani, cui si alternano tavole domenicali a colori della stessa serie, parallele o in continuità rispetto alle vicende raccontate durante la settimana lavorativa. A loro volta, le serie che riempiono la pagina dei passatempi della stampa possono puntare sull'auto-conclusività oppure sulla continuità delle strisce (*continuity strips*). Nel primo caso la sequenza di poche vignette quotidiane si chiude con una gag, per poi riprendere, nel giorno successivo, con un'altra sequenza atemporale e autoconclusiva[5]; nel secondo caso la striscia si chiude con quanto di più simile a un *cliffhanger*, cioè a un colpo di scena che invogli il consumatore a proseguire nella lettura della serie nel giorno seguente.

[5] Può tuttavia accadere che anche le sequenze che puntano sulla gag siano organizzabili in "situazioni ricorrenti", fornendo una sorta di approfondimento di episodi specifici anche se atemporali (è il caso dell'insieme di strisce di una serie su un "tema", come ad esempio la situazione in cui, nei Peanuts, viene raccontato il rapporto tra Linus e la sua coperta).

Le agenzie lavoravano seguendo procedimenti standardizzati: se i fumetti dovevano inizialmente sedurre i ragazzini e, attraverso di loro, gli ambiti familiari accomunati dal rituale dell'acquisto domenicale del quotidiano con supplemento a colori, ora si trattava di attrarre e fidelizzare il lettore-massa, il lavoratore che si recava in fabbrica o in ufficio usando i mezzi pubblici e dedicando uno sguardo non solo alla cronaca locale ma anche alle battute e alle trovate dei personaggi a fumetti.

L'agenzia Tribune-News di J. M. Patterson, principale concorrente dell'agenzia di Hearst, già negli anni '20 aveva dimostrato che il fumetto poteva occuparsi di temi della vita quotidiana, seppure inseriti nella consueta atmosfera comica punteggiata di gag: questo tipo di formula generò una striscia matrimoniale come *The Gumps*[6], e poi una vera e propria saga come *Gasoline Alley*, disegnata dal cartoonist Frank King e organizzata intorno a un'innovazione strategica suggerita dallo stesso Patterson, vale a dire la crescita e l'invecchiamento dei personaggi nel corso della

[6] Serie a fumetti nata da un'idea dello stesso Joseph Patterson, che immaginò il potenziale comico di un matrimonio della middle class americana. La lavorazione fu affidata al disegnatore Robert S. Smith, che ne scrisse anche i testi. La serie, pubblicata a partire dal 1917, fu un grande successo. Uscì fino al 1959, sopravvivendo alla morte del suo autore per incidente d'auto, occorsogli mentre si trovava al volante della potente automobile che aveva ottenuto – insieme a un milione di dollari – in seguito alla firma di un nuovo contratto per la prosecuzione di *The Gumps* sul Chicago Tribune. La prosecuzione della striscia fu affidata a Gus Edson.

lunghissima storia. Sempre Patterson ritenne che una certa difficoltà di coinvolgimento del pubblico femminile nella lettura della striscia – che raccontava vicende legate al nuovo mondo dell'automobile, ormai arrivata anche nei piccoli paesini di provincia – potesse essere ovviata dalla presenza di un bambino. Grazie a questo suggerimento, un simpatico giovanottone single del paesetto, Walt Wallet, troverà davanti alla propria porta di casa un neonato abbandonato in una classica cesta. La vita della piccola comunità avrà ora un nuovo interesse, che ne motiverà le vicende anche nel corso del tempo, fino ai giorni nostri, quando i personaggi d'esordio saranno ormai entrati nella terza età[7]. Patterson promosse nel 1920 anche un personaggio dedicato esplicitamente a un pubblico femminile, *Winnie Winkle the Breadwinner*, storia di una ragazza che lavora e che riesce a mantenere con il suo reddito tutta la famiglia, pur attirando numerosi corteggiatori per il suo aspetto curato e alla moda. Un altro personaggio di clamorosa fortuna del Syndicate di Patterson fu *Little Orphan Annie* di Harold Gray (1924): anche in questo caso Patterson in persona promosse vari aggiustamenti nell'architettura della protagonista

[7] La striscia esordì nel 2018, e ha quindi superato il secolo di apparizioni quotidiane inedite sui giornali, che continuano tuttora (Walt Wallet, il giovanotto che adottò il bambino abbandonato davanti alla propria porta di casa, è rappresentato come ultracentenario). *Gasoline Alley* è la seconda striscia più longeva di sempre, dopo *The Katzenjammers Kids* (che sono stati pubblicati per la prima volta nel 1897; anche questa striscia è ancora edita).

(basti pensare che Gray aveva pensato a un maschio), trasferendo un gigantesco capitale morale sulla piccola orfana, resa indimenticabile per via degli occhi vuoti, disegnati come solo contorno: Annie, nonostante una quantità di circostanze sfavorevoli e odiosamente opposte a ogni suo desiderio di riscatto esistenziale, dimostra un carattere indomabile, sempre in grado di rimboccarsi le maniche e di ripartire, anche quando le condizioni avverse assumeranno le forme catastrofiche della Grande Depressione cominciata nel 1929.

Anche se i disegni di questi nuovi comics non dismetteranno del tutto le atmosfere umoristiche e caricaturali delle prime ondate di pubblicazioni nei supplementi domenicali, aveva preso il via una transizione realistica in grado di trasformare gradualmente disegni e testi delle strisce, e che ora metteva il medium del fumetto a disposizione di un nuovo salto di qualità: già alla fine degli anni '20 il pubblico americano si dimostrò sufficientemente stimolato da accogliere nuovi personaggi e nuovi intrecci, non più immersi in un'atmosfera comico-umoristica[8]. C'è

[8] In seguito al successo di *Yellow Kid* di Outcault furono creati altri personaggi che diedero vita ad altrettante serie "sindacate", come *Happy Hooligan* di Frederick Burr Opper, *The Katzenjammer Kids* di Rudolph Dirks, *Buster Brown*, altro personaggio del prolifico Richard F. Outcault. Si tratta in questi casi di enfants terribles, monelli le cui gag ben si prestano alla condensazione delle *daily strip* e anche alla ampia e colorata sequenza delle *Sunday pages*. Ad essi può essere aggiunto anche il particolare personaggio *Little Nemo* di Windsor McCay, un bambino i cui sogni sono stravaganti e meravigliose avventure in un ricercato stile liberty, interrotte

una data a suo modo storica a dimostrarlo: il 7 gennaio 1929, giorno in cui uscirono contemporaneamente (ma su testate diverse) un fumetto di fantascienza e un fumetto di avventure esotiche. Si trattava rispettivamente di *Buck Rogers in the 25th Century A.D*[9]. e di *Tarzan*[10]. Il primo personaggio fu lanciato dal National Newspaper Syndicate promosso dal businessman di Chicago John F. Dille: fu proprio Dille a imbattersi, nell'agosto 1928, in un breve racconto ambientato nel XXVI secolo dello scrittore Philip F. Nowlan sulla rivista *Amazing Stories* e, in seguito, a proporre a Nowlan l'idea di farne un fumetto. Per

dai suoi risvegli domestici. Vanno segnalate anche due autentiche star del pubblico infantile (e non solo) provenienti dal cinema di animazione, come *Felix the Cat* di Otto Messmer e Pat Sullivan e *Mickey Mouse* di Walt Disney: entrambi rappresentano bene la transizione dalla prima fase delle strisce, prevalentemente comica e destinata soprattutto al pubblico infantile, alla successiva ondata di strisce dai contenuti comici e insieme avventurosi, attraenti anche per un pubblico adulto.

[9] Buck Rogers, il personaggio di Nowlan, è un pilota d'aerei americano che si trova coinvolto nel crollo di una miniera. Un gas non meglio identificato lo narcotizza e lo conserva in stato di incoscienza. Rogers si risveglia quattrocento anni dopo, nel 2429, in un mondo dominato dai Mongoli Rossi, denominazione sinistra per intendere i cinesi, all'epoca considerati pericolosi e aggressivi. Buck Rogers diventa una sorta di paladino della resistenza occidentale, e poi addirittura un eroe interplanetario. La serie andò avanti fino al 1967, passando dalle strisce sui giornali al cinema, alla radio e alla televisione.

[10] Per quanto riguarda le storie di Tarzan, nella maggior parte dei casi si rifanno alla produzione letteraria di Burroughs (24 volumi). La popolarità di Tarzan fu enorme fin dalla prima pubblicazione letteraria (1912), tanto che il personaggio si spostò da un medium all'altro per decenni. Il suo successo è testimoniato dalla prosecuzione delle sue strip anche ai giorni nostri.

quanto riguarda Tarzan, fu tale il successo dei romanzi di Edgar Rice Burroughs a partire dal 1912 (anno in cui uscì *Tarzan of the Apes*) che la promozione del personaggio viaggiò su media diversi, fumetto compreso. In questo caso la distribuzione fu garantita da United Feature Syndicate, un'agenzia statunitense fondata nel 1919.

La dinamica produttiva messa in moto dai Syndicate aveva decisamente funzionato: le agenzie ricevevano a flusso continuo proposte di nuove storie e di nuovi personaggi, predisponendo perciò il terreno a nuovi stimoli e a nuovi attrattori narrativi. Il funzionamento del sistema produttivo e distributivo divenne più marcatamente industriale: gli autori, una volta messi sotto contratto e affermatasi la loro striscia sul mercato, diventavano dei responsabili di team, cioè di un gruppo di disegnatori e di sceneggiatori che collaboravano all'impresa di mantenere la strettissima periodicità della consegna.

La nuova linfa industriale dei comics incontrò un'organizzazione efficace anche dal punto di vista della specializzazione dell'oggetto in produzione: ad esempio la spinta di Buck Rogers verso la fantascienza attivò un gruppo di personaggi che si muovevano nella stessa cornice di genere, e che divennero molto presto assai popolari. I più noti sono *Brick Bradford*, ideato dal giornalista e scrittore William Ritt e disegnato da Clarence Gray, distribuito da principio (1933) sui giornali locali serviti dall'agenzia Central Press Association (poi assorbita dal King Feature Syndicate) e quindi pubblicato fino al 1987,

e *Flash Gordon*, creatura del grande cartoonist Alex Raymond, che vinse un concorso voluto dal King Feature Syndicate per contrastare il successo di Buck Rogers, e che vide la luce sui giornali serviti dall'agenzia nel 1934, proseguendo per i settant'anni successivi (la serie chiuse nel 2003)[11].

Un altro genere cui si rivolsero i creatori di fumetto fu il poliziesco: in questo caso ritornò di attualità il fiuto del creatore del Syndicate Tribune-News Joseph M. Patterson, che lanciò nel 1931 *Dick Tracy* di Chester Gould. Anche in questo caso fu attuato un connubio memorabile tra realismo grafico di fondo (con grande accuratezza nei dettagli di oggetti e di scenari urbani) e carica espressionista, che porta l'autore a caratterizzare enfaticamente i personaggi, in particolare i criminali, i cui soprannomi (Pruneface, The Brow, Pear Shape, Flattop Jones) corrispondono al modo in cui Gould li rappresenta. Anche la presenza della violenza è sottoposta alla stessa regola: è realistica – considerato che in quegli anni a Chicago imperversava il gangsterismo – e allo stesso tempo insistita ed esagerata, anche da parte dello stesso protagonista Dick Tracy[12], onesto e ligio al dovere quanto durissimo con i criminali.

[11] Sul rapporto tra Buck Rogers e Flash Gordon mi permetto di rinviare al mio lavoro *Buck Rogers vs Flash Gordon: percorsi di affinità e competizione nei primi comics americani di fantascienza* (Cristante, 2019).

[12] Dick Tracy sarà il primo personaggio dei fumetti a poter vantare una parodia. Si tratta di Fearless Fosdick, il cui autore, Al Capp, dal 1942 propose con successo all'United Features

La risposta del King Features Syndicate avvenne attraverso un'altra serie affidata ad Alex Raymond, *Secret Agent X-9* (1934), ai cui testi fu chiamato a collaborare uno degli autori di maggior successo letterario del genere, Dashiell Hammett. Il tycoon Hearst volle inoltre che Alex Raymond fosse impegnato anche nella ridefinizione di un fumetto di genere esotico, *Tim Tyler's Luck*[13] (1932), rivitalizzato dal grande disegnatore con un tratto accurato e realistico, la cui assenza di elementi caricaturali metteva in maggior evidenza l'ambiente fascinoso, inusuale e possente dei tropici.

Popolarissimi erano in quegli anni altri personaggi misteriosi proposti dal KFS, come *Mandrake the Magician* (1934, testi di Lee Falk e disegni di Phil Davis) e *The Phantom* (1936, testi di Lee Falk e disegni di Ray Moore), insieme esponente del fumetto esotico-avventuroso e prototipo del supereroe mascherato[14].

Syndicate questa caricatura di Tracy sotto forma di un poliziotto fanatico, che estremizza e rende parossistica la ricerca di assicurare alla giustizia i criminali, tendenza già molto spiccata anche nel poliziotto di Chester Gould.

[13] La serie a fumetti in Italia ebbe diversi titoli, il più conosciuto dei quali è *Cino e Franco*. Le diverse denominazioni si possono far risalire all'acquisizione dei diritti delle strisce dei supplementi domenicali da parte di alcune case editrici, mentre altre acquistarono i diritti delle strisce quotidiane. Cfr. https://www.guidafumettoitaliano.com/guida/testate/testata/1608

[14] Ciascuno di questi personaggi (e di quelli menzionati prima) meriterebbe analisi e interpretazioni di grande ampiezza, ma il nostro compito è una riflessione sulla serialità a fumetti americana, perciò possiamo dedicare a questi eroi di carta solo brevissime informazioni a volo d'uccello.

A metà degli anni ’30 comparvero anche due capolavori: il primo è *L’il Abner* di Al Capp (1934, United Features Syndicate), primo esempio di acuminata critica sociale, che si sviluppa nel paragone tra la l’immaginaria comunità genuina e anti-tecnologica di Dogpach e l’ipocrisia della vita urbana contemporanea; il secondo è *Terry and the Pirates* di Milton Caniff (1934, Tribuna-News), serie di avventura nata esotica e proseguita come militare negli anni della Seconda guerra mondiale, con un protagonista giovanissimo (tra le prime produzioni in cui il personaggio principale è un ragazzo che non ha ancora vent’anni), disegnata in modo magistrale da un autore che sarà un punto di riferimento per molti artisti delle generazioni successive.

La diversificazione dei generi all’interno delle strip proposte nella carta stampata durerà con grande successo ancora per un decennio. A partire dalla fine degli anni ’40 invece prenderà il sopravvento un tipo di striscia che ruoterà intorno a nuovi ecosistemi narrativi, cioè a formule di racconto corale che inventano mondi alternativi, spesso capaci di criticare il mondo occidentale e in particolare quello americano. È il caso di *Pogo* di Walt Kelly[15], la cui striscia partì nel 1948 sul

[15] Walt Kelly (1913-1973) lavorò per la Disney, sia come sceneggiatore che come animatore, a partire dal 1936. Nel 1941, dopo aver collaborato a opere come *Pinocchio*, *Fantasia* e *Dumbo*, fu licenziato per aver partecipato allo sciopero dei lavoratori, in lotta a Burbank, sede degli studios Disney, per ottenere aumenti salariali (Fiamma, 2016). Dopo la Seconda guerra mondiale, e dopo un periodo alla Dell, la casa editrice

quotidiano The New York Star, per poi proseguire come striscia distribuita dal Post-Hall Syndicate. Il mondo di Pogo – l'immaginaria contea di Okefenokee – è abitato da animali antropomorfi, le cui relazioni sono improntate a satireggiare la modernità e, insieme, a dare vita a intrecci dominati dai paradossi, dai nonsense e da una certa surreale poesia[16]. Nel corso degli anni, Pogo aumenterà la propria corrosività chiamando in causa direttamente personaggi della politica americana e internazionale sgraditi a Kelly, raffigurandoli sotto forma di animali ed esponendoli a pubblico ludibrio (Restaino, 2004: 100).

Un altro ecosistema narrativo di formidabile impatto sui consumatori furono i *Peanuts*, la celeberrima striscia di Charles Schulz. Il fumetto fu distribuito dall'United Feature Syndicate a partire dal 2 ottobre del 1950 e fino alla morte dell'autore, il 13 febbraio del 2000. Nei Peanuts non si vedono adulti, ma solo bambini – per quanto diversi nella personalità – e qualche animale (tra cui primeggia il bracchetto Snoopy). Nella produzione di migliaia e migliaia di strisce confezionate nel corso di mezzo secolo, Schulz riuscì sempre a trovare un elemento di piccola variazione all'interno del canovaccio delle situazioni ricorrenti in cui sono immersi i bambini protagonisti: il linguaggio (ora molto semplice e

che editava le storie a fumetti della Disney, creò il personaggio di Pogo, un salace opossum protagonista di una delle strip più importanti di sempre. Nel 1954 Kelly fu eletto presidente della National Cartoonist Society.

[16] https://www.lambiek.net/artists/k/kelly.htm

infantile, ora sofisticato e colto) e la battuta finale (in tutte le sfumature possibili, dalla lamentazione alla perfidia) sono sempre in grado di accompagnare felicemente l'illustrazione di un mondo articolato e complesso nonostante sia reso con disegni dai tratti volutamente semplificati, ma senza perdere minimamente di espressività.

Oltre a queste due serie fondamentali, molte sono quelle che sono state pubblicate nei quotidiani americani nel secondo dopoguerra: in linea generale, si può affermare che, mentre si sono velocemente assottigliate le strip di genere avventuroso, poliziesco e fantascientifico (tutte immerse nella dimensione "diacronica" delle *continuity strip*), sono viceversa aumentate quelle di satira/critica sociale, organizzate in una modalità autoconclusiva e in grado di rendere comprensibile la loro temporalità solo in presenza di elementi di richiamo storico inseriti all'interno delle singole sequenze. Il declino delle serie di genere è dovuto a molti fattori, tra cui alcuni critici menzionano lo sviluppo di fiction televisive destinate a coprire esaustivamente le diverse tipologie di narrazione. Resta il fatto che il restringimento delle pagine dei quotidiani (a sua volta dovuto a dinamiche globali, come l'aumento del costo della carta nel secondo dopoguerra) comportò un impiccolimento delle strisce, con relativa perdita di definizione dei fumetti più graficamente densi e realisti. Le strisce comico-satiriche, incorniciate in una sequenza autoconclusiva e disegnate in modo essenziale e godibile anche in piccolo formato, si prestavano assai meglio delle

serie polizieschе, avventurose e fantascientifiche al consumo quotidiano e costante.

Nel frattempo, un altro medium di supporto stava provvedendo a rilanciare le serie di genere.

3. *Comic book, albi a fumetti che ne modificano la serialità*

Avvisaglie della possibilità di tracimazione dei fumetti dalla sede primaria dei supplementi domenicali dei quotidiani ci furono fin dal 1897, quando uscì un albo all'epoca inusuale, con una dicitura in quarta di copertina che riportava "comic book". Si trattava di *Yellow Kid in McFadden Flats*, un'uscita speciale del ragazzino in giallo, con una selezione delle illustrazioni domenicali di Outcault (in bianco e nero) accompagnate da una storia dello scrittore e sceneggiatore E. W. Townsend. Sulla scia di Yellow Kid uscirono qualche anno dopo altre raccolte di vignette dei personaggi più amati dei domenicali, tra cui *The Katzenjammers Kids*, *Happy Hooligan*, *Buster Brown* e *Mutt and Jeff*[17].

Il cambiamento di supporto non fu tuttavia rilevante fino all'inizio della Grande Depressione, quando il proprietario della Dell Publishing Company, George Delacorte, lanciò una collana intitolata *The Funnies*, che prevedeva un tabloid di 16 pagine tutto a fumetti, descritta dallo sto-

[17] Cfr. https://www.illustrationhistory.org/genres/comics-comic-books

rico del fumetto Ron Goulart "more a Sunday comic section without the rest of the newspaper than a true comic book" (Goulart, 2004: 163). Come ricorda Romàn Gubern, la riedizione sotto forma di albi (comic book) di fumetti usciti in formato strip sui giornali da allora divenne un fatto comune nelle prassi pubblicitarie (Gubern, 1972: 38). Ad esempio, la Procter & Gamble, ditta di saponi e di prodotti di bellezza, nel 1933 distribuì tra i clienti *Funnies on parade*, un albo di 32 pagine il cui formato era un quarto rispetto a un giornale quotidiano, e che veniva spedito ai consumatori in cambio di coupon presenti nelle confezioni di sapone. L'albo conteneva, stampate a colori, varie strisce già editate, tra cui *Mutt and Jeff*. I fumetti erano perciò considerati un ottimo incentivo per promuovere altri prodotti, ma in realtà i comic book si rivelarono anche attraenti in sé per il pubblico americano, tanto che nel 1934 la Eastern Color Printing pubblicò un mensile di 64 pagine, *Famous Funnies*, al costo di dieci centesimi a copia. Ne fu stampata una prima tiratura di 25.000 copie che andò esaurita in un attimo, tanto che la casa editrice ne stampò subito dieci volte tante (Gubern, 1972: 39). Nel 1935 uscì un'altra pubblicazione, *New Fun*, destinata ad essere considerata dagli specialisti il primo autentico comic book della storia. Nelle sue 36 pagine, *New Fun* presentava tre novità: i fumetti erano tutti originali, vi era una commistione di storie (umoristiche, avventurose e drammatiche) ed era presente pubblicità commerciale (Newbold, 2018: 127; Yezbick, 2014:

71). Il *New Fun* era frutto dell'intuizione di uno scrittore che aveva pubblicato sui magazine pulp e che si era poi gettato a capofitto nell'avventura dei comic book, Malcom Wheeler-Nicholson. Dalla pubblicazione del *New Fun* derivarono buoni profitti e ulteriori esperienze editoriali, la più importanti delle quali, *Detective Comics*, è tuttora una delle motrici dei fumetti americani, conosciuta nel mondo come DC Comics. Nel 1938 questo nuovo gruppo varò una testata, Action Comics, destinata a fare storia fin dal suo primo numero. Si trattava infatti della serie in cui comparve per la prima volta uno dei personaggi a fumetti più noti planetariamente, Superman. I suoi giovani autori, lo sceneggiatore Jerry Siegel e il disegnatore Joe Shuster, stavano cercando di piazzarlo sul mercato delle strisce quotidiane da alcuni anni, senza successo. La nuova forma del comic book aprì le proprie pagine all'altrettanto nuovo personaggio, inaugurando un filone, quello supereroistico, nel quale troviamo sostanzialmente personaggi pubblicati da DC Comics (tra cui Batman, Flash, Green Lantern e Wonder Woman) e da Timely Comics, la casa editrice fondata dall'imprenditore Martin Goodman nel 1939, proprietaria della rivista Marvel Comics, su cui trovarono spazio a partire dallo stesso anno altri noti supereroi (tra cui l'atlantide Namor, Human Torch, il tarzanide Ka-zar e Captain America) (Waid & Rodriguez, 2020). Più avanti, nei primi anni '60, il nome della rivista divenne il nome della casa editrice (Marvel), passaggio strategico per sottolineare un potente restyling

dei personaggi e delle storie, opera principalmente dello sceneggiatore e poi editore Stanley Lieber, in arte Stan Lee.

In che modo i comic book cambiarono le serie a fumetti? Le strisce feriali avevano creato un consumo attrattivo che si concentrava nella pagina dei passatempi, intercettando una gamma di desideri (avventura, lotta al crimine, esplorazioni spaziali, atmosfere familiari rese in modo umoristico, satira sociale) che si attivavano nella lettura delle poche vignette quotidiane di ciascuna serie. Il costo per accedere alla nuova dimensione narrativa era quello del giornale stesso, che veniva acquistato da adulti e prevalentemente da maschi, che rientravano dal lavoro nel secondo pomeriggio (l'orario lavorativo più diffuso era "nine-to-five"). Ai bambini e ai ragazzi erano quindi destinati gli scampoli serali del consumo, senza contare che alcune serie dovevano risultare esteticamente gradevoli (ad esempio quelle di fantascienza) ma di non facile comprensione per un pubblico di teenager o ragazzini. Il comic book spezzò la dipendenza totale dal mondo adulto e avvicinò i giovani e i giovanissimi al consumo di massa del fumetto. Gli albi costavano dieci centesimi di dollaro, e presentavano una storia completa, dal ritmo in genere frenetico. A differenza dei quotidiani e anche dei supplementi domenicali, avevano un formato maneggevole che invitava a sfogliarli e a rileggerli più e più volte (per poi magari scambiarli); a guardare le tavole con attenzione, a valutare la corrispondenza tra i testi e il parlato giovanile; a pensare

di poter incontrare, negli scenari metropolitani dei comics, tanto simili a quelli reali, il proprio beniamino (o addirittura indentificarsi con lui). Si trattava di una profonda trasformazione, accentuata dal tipo di storie che si succedevano albo dopo albo, in cui ripetizioni e differenze tipiche della visione miniaturizzata della striscia si ristrutturavano in consistenti cambi di passo dei personaggi e persino della costruzione formale delle storie. Nel corso del tempo, sia gli albi della Marvel sia quelli della DC si aprirono a una maggiore immaginazione grafica: le vignette cambieranno formato, saranno realizzate con maggiore libertà espressiva, diverranno più grandi o più piccole oppure saranno disposte in modo inaspettato e originale. Ciò non succedeva ancora negli anni '30 e '40, durante la cosiddetta Golden Age del fumetto americano, ma accadrà nei decenni successivi. In compenso, durante la Golden Age scoppiò la guerra: anche i supereroi furono arruolati contro il nazismo, e un ulteriore picco di vendite venne raggiunto proprio negli anni del secondo conflitto mondiale grazie al fatto che gli autori delle serie imposero una torsione propagandistica alle proprie storie, e che i comic book furono particolarmente apprezzati dai giovani soldati americani. Ciò può in parte spiegare il calo delle vendite dei fumetti nell'immediato dopoguerra, una volta calata anche la tensione bellica.

Ma il meccanismo di universalizzazione del fumetto americano era comunque in moto attraverso il formato del comic book, che si estese a un

genere che riconferma la centralità del consumo adolescenziale, estendendolo anche al pubblico femminile: "quello romantico, sentimentale, di confessioni e storie d'amore" (Restaino, 2004: 146)[18]. Ossigeno rispetto alla crisi momentanea del fumetto supereroistico venne anche da un genere almeno apparentemente opposto a quello sentimentale: testate come Real Clue, Gang Buster e Official True Crime Cases, proponendo comic book dalle tinte forti e violente si imposero sul mercato, rivolgendosi ancora una volta al pubblico giovanile. Anche l'horror divenne un genere di successo per i fumetti: a partire dal 1950 la casa editrice E.C. (Entertaining Comics) dello spregiudicato editore William Gaines cominciò a sfornare nuove serie centrate sulle ossessioni dell'immaginario collettivo, che presero la forma di vampiri, zombie, fantasmi e fenomeni paranormali a sfondo macabro.

Basandosi sulla diffusione di questi nuovi prodotti e su una generale lettura psicologica negativa dei fumetti, una parte del mondo pedagogico americano attaccò i comics frontalmente, attribuendo loro un'influenza nefasta sui giovani. Nel 1954 uscì un saggio dello psichiatra Fredric Wertham dal titolo esplicito: *Seduction of the Innocent* (sottotitolo: The influence of Comic Books on To-

[18] I due maggiori successi in questo nuovo genere furono le testate *Young Romance* (1947, mezzo milione di copie il primo numero e un milione il secondo) e *Young Love* (1949, cifre di vendita simili) con storie sceneggiate da Joe Simon e disegnate da Jack Kirby, e pubblicate dal Prize Group (Restaino, 2004: 146; Ro, 2004).

day's Youth), il cui allarmismo fece breccia[19]. Ne scaturì una campagna anti-fumetto impregnata di moralismo e di neo-puritanesimo cui parteciparono in prima fila congregazioni religiose e associazioni dei genitori. La politica reagì su questa scia e fu addirittura creata una sottocommissione del Senato che convocò l'editore William Gaines per una serrata audizione. Il mondo dei fumetti temette un'ondata di ostilità generalizzata e pesanti sanzioni istituzionali: optò così per autoregolamentarsi attraverso un rigidissimo codice[20], rappresentato simbolicamente da un marchio ("Approved by the Comics Code Autorithy") stampigliato sulla copertina di ogni nuovo albo. Era una forma di autocensura che ebbe come prima conseguenza l'immediato declino delle testate di Gaines, e una frenata delle storie con rappresentazioni esplicite di violenza. Specie nei suoi primi anni di istituzionalizzazione, il Comics Code fu rispettato nonostante l'evidente forzatura in chiave censoria, senza che però fosse possibile revocare il peso dei fumetti all'interno della dieta mediatica dei giovani americani, che continuarono a milioni ad acquistare i comic book.

[19] Per una valutazione complessiva del libro e del profilo scientifico di Fredric Wertham si vedano Beaty (2005); Nyberg (1998); Wright (2001).

[20] Questo il primo articolo del codice: "Crimes shall never be presented in such a way as to create sympathy for the criminal, to promote distrust of the forces of law and justice, or to inspire others with a desire to imitate criminals." L'intero codice è reperibile a questo url: https://cbldf.org/the-comics-code-of-1954/#:~:text=(1)%20Crimes%20shall%20never%20be,and%20methods%20of%20a%20crime

Nel frattempo questo formato aveva convinto anche la Disney (non toccata dall'ondata di panico morale anti-fumetto del 1954) che, già all'inizio degli anni '40, si era presentata sul mercato con la testata *Walt Disney's Comics and Stories*. Inizialmente i contenuti erano riproposizioni di vecchie strisce, ma nel giro di qualche anno le storie originali presero il sopravvento, con produzioni di una certa lunghezza all'inizio dell'albo (dagli anni '40 agli anni '60 quasi sempre una storia di Donald Duck scritta e disegnata dal più popolare degli autori Disney, Carl Barks), alcune storie brevi nella parte centrale (aventi come protagonisti personaggi più periferici) e una lunga storia finale con protagonista Mickey Mouse.

Nella seconda metà degli anni '50 erano tre le case editrici a disputarsi le maggiori quote di mercato dei comics, che si aggirava sui 20 milioni di acquirenti: il gruppo Dell (che pubblicava i comic book della Disney), la DC Comics e la Marvel (Goulart, 2004). Le ultime due stavano recuperando grazie al favore ancora goduto dai supereroi degli anni '30, tuttavia la Marvel capì prima della concorrente che occorreva avviare una riconfigurazione ecosistemica degli ambienti e dei personaggi. Negli anni '60 Stan Lee procedette con creatività inusitata a modellare una vasta schiera di supereroi di nuovo tipo (tra gli altri: Fantastic Four, Hulk, Thor, Iron Man, X-Men, Spider-man, Doctor Strange), creando serie lunghe e seguitissime, accompagnate dallo slogan esplicativo "super eroi con super problemi". Che cosa significa questa frase? Nella prima stagione

supereroica, una componente fondamentale per spiegare il successo dei super-protagonisti era la loro natura non più umana, che proiettava il lettore in un mondo inedito: era, ad esempio, il caso di Superman (addirittura un extraterrestre) e di Batman (un miliardario misterioso e glaciale, proiettato principalmente nella dimensione tecnologica), ma anche di Green Lantern (il cui anello dalla luce verde può creare letteralmente tutto ciò che il suo possessore vuole): i poteri speciali viaggiavano verso l'onnipotenza, e la dimensione umana dei personaggi non poteva che essere marginale e ridotta, più spesso fardello che identità fondamentale. Al lettore si chiese di ammirare la nuova dimensione visionaria supereromistica. Stan Lee rovesciò completamente lo schema: i supereroi diventavano ora tali perché, pur dotati di superpoteri, erano persone inquiete, a volte con problemi per sbarcare il lunario (Spider-man), a volte con problematiche psicologiche di gruppo (Fantastic Four), a volte con problemi di salute (Iron Man), a volte sdoppiati in un furioso bipolarismo psicofisico (Hulk), a volte tormentati da un passato non del tutto elaborato (Doctor Strange). Al lettore si chiedeva identificazione psichica.

Le nuove serie Marvel ripartirono con i comic book, supporto ineludibile per poter narrare senza troppe costrizioni spaziali e per raccontare in modo ampio ed emozionante una complessità sociopsicologica sempre più evidente. Si trattò di costruire un patto con i consumatori che prevedeva intrecci narrativi sempre più simili a

saghe, e queste a un unico formidabile flusso mitologico che avvolgerà la matura modernità del medium nella carta dei comic book (Arnaudo, 2010; Brancato, 1994).

4. *Nuove torsioni supereroiche, mentre si annunciano i graphic novel*

I protagonisti del consumo dei fumetti supereroistici erano i giovani e gli adolescenti. Il formato degli albi, ora attraversato grazie alla Marvel di Stan Lee da storie che pilotavano un'identificazione completa tra condizione del supereroe problematico e condizione giovanile in genere (periodo effervescente ma anche pieno di perturbazioni e di limiti imposti dall'esterno), si dimostrò in grado di rappresentare la nuova stagione del fumetto americano. La concorrenza tra Marvel e DC ripropose una modalità conflittuale che abbiamo visto in azione fin dalla nascita del fumetto attraverso la lotta tra giornali newyorkesi e relativi proprietari: per tutti gli anni '60 la creatività di Stan Lee e dei suoi collaboratori pescò a piene mani dai depositi dell'immaginario mitologico, a volte nella versione greca (ad esempio riconfigurando il semi-dio Ercole), a volte nella versione norrena (riportando in vita Thor e tutte le figure principali del regno ultraterreno di Asgard), a volte prendendo solo spunto da figure mitologiche del passato per attualizzarne le fisionomie narrative (come nel rapporto tra il titano Galactus e il suo araldo Silver Surfer). Ma fu soprattutto la te-

matica della mutazione a conquistare il pubblico, come si può verificare attraverso la popolarità (e le vendite) di un gruppo di giovani mutanti, gli X-men. Giovani, potentissimi e isolati, i mutanti sembravano chiedere – e ottenere – un immediato rispecchiamento ai giovani lettori.

La DC, per tutto il decennio '60-'70, si impegnò ad attualizzare le vicende dei principali supereroi della cosiddetta Golden Era (Superman, Batman, Wonder Woman, Flash, ecc.). Per segnare la differenza con gli altri personaggi del passato (che erano divenuti decine e decine), gli sceneggiatori della DC decisero di trapiantarli in una Terra parallela (Terra 2) da cui, quando una certa forza vibrazionale lo permetteva, si apriva una comunicazione con la Terra abituale ed erano possibili nuovi intrecci. Nel 1972 prese forma una nuova serie particolarmente innovativa, *Swamp Thing* (testi di Len Wien, disegni di Berni Wrightson), storia della mutazione di uno scienziato in un intero ecosistema paludoso governato dal suo cervello, dopo che un'esplosione – invece che annientarlo – aveva letteralmente mescolato il suo DNA alla palude.

Negli Stati Uniti quegli anni andavano scorrendo velocemente nel flusso della contestazione e delle controculture. Anche i fumetti ne furono toccati, e non in modo superficiale. Autori come Robert Crumb (1943) e Gilbert Shelton (1940) riuscirono a rappresentare l'universo mentale e comportamentale di quegli anni, a inserire nelle storie il sesso, la musica, la psichedelia, le droghe, i nuovi orientamenti politici (pacifismo) e di genere (femminismo), e a far emergere tutto l'ice-

berg dei diritti civili, a cominciare dalla lotta alle discriminazioni razziali. Anche il modo di raccontare le storie cambiò: per quegli autori e per il loro pubblico l'idea di serialità era limitativa, e troppo interna al sistema la pratica della distribuzione commerciale. Nacquero così comic book diversi da quelli tradizionali, con formati più piccoli e con periodicità irregolari, con personaggi utilizzati per qualche racconto e poi sostituiti da altri più in sintonia con le tendenze creative d'avanguardia. Si aprirono luoghi specializzati nella vendita dei comics underground, le fumetterie, e si inventò un sistema di vendita chiamato "'direct market sale', vendita diretta, con il quale il comic book viene venduto dall'editore produttore al singolo gestore di fumetteria, escludendo il tradizionale intermediario costituito dalla catena di distributori nei diversi stati del paese" (Restaino, 2004: 160). Anche le riviste ebbero un ruolo importante nella ridefinizione underground del fumetto, a cominciare da Zap Comix[21], fondata da Crumb nel 1968: la serialità delle storie presentate divenne quasi parodistica, caratterizzata com'era dall'irregolarità produttiva, e tuttavia proponeva personaggi (come l'altamente sessuato *Fritz il gatto*) che sarebbero diventati noti in tutto il mondo.

Le controculture ebbero un impatto considerevole anche sul mainstream mediatico, non solo per

[21] "Non sono fumetti che potevano avere il bollino CCA (Comics Code Authority, nda): così le ultime due lettere della parola 'comics' mutano in una più combattiva x, dove la x sta anche per 'contenuto adulto'" (Bindi & Raffaelli, 2021: 84).

aver reso possibili nuove produzioni (nuove nei testi e nei disegni) che arrivavano a un pubblico tutt'altro che striminzito, ma anche per aver rappresentato il motore di un cambiamento mentale in una nuova generazione di artisti che divennero popolarissimi. Nomi come Alan Moore (1953) e Frank Miller (1957), cresciuti nel clima controculturale e già attivi nella produzione di fumetti alla fine degli anni '70, furono ingaggiati dai colossi della supereroistica americana. Moore, sceneggiatore inglese, ebbe tra le altre commesse da parte della DC anche la riconfigurazione di *Swamp Thing* (1984-1987), trasformata in una creatura vegetale cosciente e complessa, non più "governata" dal cervello di un umano. *Watchmen* (1986-1987), probabilmente il capolavoro di Moore, è una miniserie pubblicata nel corso di 12 albi DC in cui l'autore smonta in modo inesorabile ogni relazione automatica tra supereroi e orientamento al bene. Invecchiati, litigiosi, pieni di segreti inconfessabili, i vecchi supereroi della Golden Age riempiono la scrittura di Moore con le rimasticature di un eroismo che, alla luce dei valori sconquassati dell'Occidente che lo pervadono, non può che essere violento e ipocrita, ossia paradossale.

Frank Miller sembra prefiggersi il compito opposto a Moore, riportando due personaggi dei colossi editoriali del fumetto – Daredevil (Marvel) e Batman (DC) – a vivere una nuova stagione. Otterrà un successo strepitoso immergendo i due eroi in una cupa e angosciosa atmosfera metropolitana, dove la potenza del suo disegno esplode, e dove le sue parole anticipano e tracciano le emozioni del

lettore, recuperando a nuova e poetica funzione le vecchie strutture didascaliche. Anche nella modalità Miller, tuttavia, la tenuta della vecchia serie supereroica si sbriciola: ogni storia sembra l'epitaffio sul genere – tanto più definitivo quanto più è potente l'intreccio – perché il fumetto sembra trasformarsi in qualcosa d'altro, occhieggiando a un'arte visiva dagli esiti tridimensionali.

D'altronde è proprio dalla seconda metà degli anni '80 che arriva un'ulteriore spallata alla classica serie a fumetti americana e al suo supporto tardo-novecentesco, cioè il comic book: il colpo viene dalla garbata espressione "graphic novel" (romanzo a fumetti, o traduzioni assimilabili)[22], ossia un modo di produrre storie che non ha più nella serialità il proprio focus formale e che predilige il libro ai comic book come supporto.

Gli autori dei graphic novel partono in genere da una storia dagli spunti autobiografici, come capita ad esempio ad Art Spiegelman con il suo celeberrimo *Maus*, una storia a fumetti che racconta la vita del padre Vladek, ebreo polacco sopravvissuto ad Auschwitz. Il racconto, in cui i personaggi sono organizzati zoomorficamente per etnia (gli ebrei sono topi, i tedeschi gatti, i

[22] Per diversi anni si è attribuito il termine al grande cartoonist Will Eisner (autore dell'eterodosso detective mascherato *The Spirit*, opera giovanile pubblicata tra il 1940 e il 1952), che nel 1978 definì "graphic novel" il suo lavoro in quattro racconti *A contract with God*. In realtà l'espressione esiste dalla metà degli anni '60, utilizzata da un appassionato di fumetti in un articolo sulla comiczine Capa-Alpha, ma Eisner l'ha resa popolare, grazie al successo della sua storia (Madden, Bone & Flory, 2006: 43).

polacchi maiali, e così via), proviene dal personaggio di Vladek, ritratto nelle sue ossessioni reali e con il suo inglese sgrammaticato e ormai non più correggibile, mentre il figlio Art è a sua volta presente e svolge le proprie attività, che incespicano nella vecchiaia del padre e nel suo bisogno di comunicare la propria incredibile vita, sfregiata dalla Shoà. *Maus* fu prima pubblicato a puntate su Raw (una rivista diretta dallo stesso Spiegelman e da sua moglie Francoise Mouly, successiva all'epoca controculturale ma ancora imparentata con essa) e poi ripresentata in due volumi, nel 1986 e nel 1991. Nel 1992 ricevette il Premio Pulitzer, prima e (per ora) unica volta per un fumetto nella storia. Per molti aspetti il significato dell'espressione graphic novel riguarda proprio l'ascesa di questo medium all'interno di un'aura narrativa di nuovo livello: cresciute e diventate adulte (se non anziane) le generazioni che hanno letto con trasporto i comics nella loro adolescenza, c'è oggi una maggiore e quasi ovvia disponibilità a considerare capolavori anche opere provenienti da un settore che un tempo era considerato rispettabile per i profitti, ma non per le proprie qualità artistiche. In questa lettura c'è probabilmente un errore di prospettiva storica, perché creazioni straordinarie sono state generate a fumetti fin dagli esordi di questo mezzo espressivo e comunicativo. Ed è probabilmente questo il motivo per cui un eccelso scrittore di fumetti come Alan Moore preferisce parlare di "comics" e non di "graphic novel" per definire le proprie opere. Una scelta simile la faceva anche

Hugo Pratt quando si definiva un "fumettaro", nonostante definisse le storie di Corto Maltese e dei suoi altri personaggi "letteratura disegnata".

L'ambiguità resta a fondamento dei comics, e la mancanza o meno di serialità non può essere considerata discriminante per giungere a una definizione condivisa.

Potremmo dire, per concludere, che la serialità è insita nel fumetto americano anche quando i creatori non intendono maneggiarla. Anche in una deriva autobiografica d'autore, anche in una storia senza un precedente e senza un seguito, anche in una gemma scritta e disegnata in modo unico e assoluto e per una sola e unica volta si respirerà l'atmosfera di qualcosa che sarà infinite volte rimaneggiato dal lettore e infinite volte ripetuto, nello sguardo e nell'ascolto. Il lavoro di ripetizione e di variazione è insito e inestirpabile nella forma fumetto, e riesce ad andare oltre le costrizioni tecniche imposte dai supporti. Ciò spiega sia perché questo medium abbia generato, nella sua patria americana, serie che hanno più di un secolo di vita, sia perché attraversi un rinnovamento costante che non sembra temere anche i più immateriali dei veicoli di diffusione, dopo aver invaso i giornali, inventato i comic book e preso d'assalto – graficamente – i libri.

Bibliografia

Arnaudo, M. (2010). *Il fumetto supereroico. Mito, etica e strategie narrative*. Latina: Tunué.

Beaty, B. (2005). *Fredric Wertham and the Critique of Mass Culture*. Jackson (MS): University Press of Mississippi.

Bindi, V. & Raffaelli, L. (2021), *Che cos'è un fumetto*. Roma: Carocci editore.

Brambilla, A. (2020). Le strisce a fumetti, spiegate. In "Fumettologica", https://fumettologica.it/2020/05/strisce-fumetti-cosa-sono/#consigli-lettura.

Brancato, S. (1994). *Fumetti. Guida ai comics nel sistema dei media*. Roma: Datanews.

Cristante, S. (2019). Buck Rogers vs Flash Gordon: percorsi di affinità e competizione nei primi comics americani di fantascienza. In M., Tirino (Ed.), *Flash Gordon. L'avventurosa meraviglia: mito, immaginario e media.* Napoli: Edizioni NPE, pp. 67-78.

Fiamma, A. (2016). Il giovedì che cambiò la Walt Disney. In "Fumettologica", https://fumettologica.it/2016/06/giovedi-walt-disney.

Goulart, R. (2004). *Comic Book Encyclopedia*. New York: Harper Entertainment.

Gubern, R. (1972). *El lenguaje de los comics*. Barcelona: Peninsula; tr. it. (1975). *Il linguaggio dei comics*, Milano: Milano Libri.

Havig, A. (1988). Richard F. Outcault's "Poor Lil' Mose": Variations on the Black Stereotype in American Comic Art. *The Journal of American Culture*, Volume 11, Issue 1, pp. 33-41.

Madden, D., Bane C. & Flory S. M. (2006). *A Primer of the Novel: for Readers and Writers*. Lanham (MD): Scarecrow Press.

Newbold, J. (2018). *The Foreinsic Comicologist: Insights from a Life in Comics*. Jefferson (NC): McFarland & Company.

Nyberg, A. K. (1998). *Seal of Approval: The History of the Comics Code*. Jackson (MS): University Press of Mississippi.

Outcault, R. F. & Towsend, E. W. (2015). *The Yellow Kid in the McFadden's Flats*, edizione in facsimile del volume del 1897, a cura di Castelli A., Napoli: Comicon.

Restaino, F. (2004). *Storia del fumetto. Da Yellow Kid ai manga*. Torino: Utet.
Ro, R. (2004). *Tales to Astonish: Jack Kirby, Stan Lee and the American Comic Book Revolution*. London: Bloomsbury.
Stefanelli, M. (2015). La distorsione Eisner. In "Fumettologica", https://fumettologica.it/2015/03/la-distorsione-eisner.
Wright, B. W. (2001). *Comic Book Nation: The Transformation of Youth Culture in America*. Baltimore (MD): Johns Hopkins University Press.
Yezbick, D. F. (2014). Children's Comics. In M. K.m Booker (Ed.), *Comics through Time: A History of Icons, Idols and Ideas*. Westport (CT): Greenwood Publishing Group.
Waid, M. & Rodriguez, J. (2020). *La storia dell'Universo Marvel*. Modena: Panini Comics.

Manga e Anime: la serialità giapponese alla conquista del mondo

Emiliano Ilardi

1. *L'eccezionalismo giapponese*

Ci sono tre ragioni fondamentali per cui in una *Storia della Serialità* incentrata sull'Occidente, soprattutto europeo e statunitense (Ragone, 2023), si sia deciso di inserire un saggio espressamente dedicato al Giappone.

La prima è che il Giappone, a partire dalla fine del XIX secolo, e con un'accelerazione da collocarsi nei decenni immediatamente successivi alla Seconda Guerra Mondiale, ha prodotto un modello di ibridazione culturale Occidente-Oriente non solo vincente in ambito locale ma anche potentissimo nel momento in cui, a partire dalla fine degli anni '70 e con un inaspettato processo di ritorno, inizia a colonizzare gli immaginari dei colonizzatori, soprattutto in Europa.

La seconda è che questa ibridazione culturale si concentra quasi interamente sull'accoppiata fumetto (manga) – anime (a cui poi si aggiungeranno i videogame) che, unico caso al mondo, rappresenta, fin dall'inizio, il pilastro fondamen-

tale dell'intera industria culturale giapponese. Al contrario dell'Occidente in cui fino a un paio di decenni fa era soprattutto la triade romanzo-cinema-televisione a costituire il fondamento della sua serialità industriale.

La terza è che è proprio questa centralità della produzione seriale basata su manga e anime permette al Giappone di sperimentare, fin dagli anni '60, con forme di serialità transmediale che, sebbene già nate negli Stati Uniti, solo nel paese del Sol Levante raggiungeranno livelli estremi di diffusione di massa e di originalità. Una delle tesi del presente saggio è che il successo attuale, a livello mondiale, della serialità nipponica dipende proprio dal fatto che il Giappone, avendo sperimentato industrialmente con la serialità transmediale fin dagli anni '60, si è trovato molto più preparato all'avvento della transmedialità dell'era digitale.

Negli ultimi 20-30 anni l'industria culturale giapponese e il suo immaginario sono stati al centro di moltissimi studi e ricerche proprio per spiegarne la sua eccezionalità e soprattutto l'enorme successo che a partire dalla fine del XX secolo comincia a riscuotere in Occidente. Il primo e più importante interrogativo a cui si è cercato di trovare una risposta è il seguente: perché proprio i media fumetto e anime alla fine della Seconda Guerra Mondiale sbaragliano tutti gli altri e si pongono come fondamento dell'intera industria culturale successiva? Venire a capo di questo mistero è operazione piuttosto complessa (e in questa sede, dato il poco spazio, se ne

potranno dare solo degli accenni) in quanto si intersecano fattori di lunga e lunghissima durata con quelli di media e breve. Il *big bang* di tutti questi elementi si produce con la devastante sconfitta nella Seconda Guerra Mondiale e l'occupazione americana immediatamente successiva. È allora che essi, spesso contrastanti e antinomici, di lunga e breve durata, trovano l'unica sintesi possibile nel manga e nell'immaginario che produce. Evidentemente solo quest'ultimo si è dimostrato in grado di risolvere tutte le contraddizioni, di mediare tutti i conflitti simbolici accumulatisi durante i precedenti quattro secoli di Storia giapponese.

Proviamo a scoprirne le ragioni iniziando dai fattori di lunga durata.

2. *L'impero del manga*

Ciò che sorprende analizzando la Storia giapponese è che a livello macro presenta grosso modo la stessa evoluzione di quella europea. All'inizio del XVII secolo il clan Tokugawa riesce a mettere fine a secoli di anarchia politica e guerre civili tra i vari signori (*daimyō*) e feudi, instaurando, proprio come avviene più o meno nello stesso periodo in Europa, una versione nipponica di monarchia assoluta. E i Tokugawa adottano sostanzialmente gli stessi metodi degli Stati Assoluti europei per puntellare il nuovo ordinamento. Innanzitutto, disarmare la casta guerriera, i nobili, i daimyō e i loro eserciti privati (sa-

murai); rendere più permeabili le dogane interne migliorando tutti sistemi di comunicazione e trasporti; sottomettere la religione al potere laico indebolendo quello dei templi buddisti; sviluppare un'unica grande area urbana (Edo-Tokio) in cui si sarebbe concentrata la corte (che, proprio come a Versailles, ha la funzione di controllare gli aristocratici), il potere economico e quello politico. Come avviene in Europa la "nobiltà di spada" è quindi obbligata a trasformarsi in "nobiltà di penna": a sostituire cioè le armi con le arti, praticare un'educazione sempre più formale (etichetta), dedicarsi ad attività culturali per mantenere elementi di differenziazione con gli altri ceti.

È, infatti, proprio nei quartieri più "bohemien" di Tokio che nasce il primo nucleo di serialità moderna giapponese con tre grandi differenze rispetto a quella europea: sarà immediatamente metropolitana e più popolare; sarà incentrata molto più sull'immagine che sulla scrittura; e, elemento più importante, non subirà per due secoli nessun influsso da parte di altre culture in quanto la dinastia Tokugawa decide di chiudere totalmente il Giappone, rendendolo impermeabile all'esterno e, quindi, riuscendo a preservare per due secoli le forme della sua originale industria culturale. Ed è a Tokio che, a partire dal XVII secolo, si svilupperanno modelli di serialità molto più basate sull'immagine rispetto a quella occidentale e che rappresenteranno uno degli elementi fondativi (l'altro ovviamente sarà il fumetto americano) del manga moderno. La metropoli giapponese nel '600 diventa il centro

editoriale del paese e ri-media in maniera originale tutta la cultura visuale precedente basata su *e-maki*[1], *zenga*, *shunga*[2]. Le limitazioni tecnologiche e la difficoltà di adattare la stampa a caratteri mobili alla scrittura ideografica nipponica hanno fatto in modo che in Giappone il libro fosse molto più costellato di illustrazioni rispetto all'Occidente dando vita a una produzione seriale basata essenzialmente sulle immagini e dominata da stampe e libri illustrati economici (i cosiddetti "libri neri e gialli").

> La tecnica narrativa di queste opere era più vicina a quella del fumetto attuale che non a quella dei libri illustrati che si producevano in Occidente nella stessa epoca. Questi ultimi si accontentavano di giustapporre o sovrapporre testi e immagini, invece gli illustratori nipponici ottimizzano l'utilizzo delle loro tavole riempiendo di testo tutto lo spazio non occupato dalle figure. Il testo faceva parte integrante dell'illustrazione, il che è uno dei principi base di moltissimo fumetto moderno: gli

[1] "Gli e-maki contengono in embrione le tre maggiori innovazioni tecniche che hanno dato vita alla narrazione grafico-sequenziale contemporanea: la vignetta, che, pur non racchiusa da linee, è delimitata dallo srotolamento del foglio scena dopo scena; i filatterii (progenitori delle nuvolette); e le linee che rendono in vari modi l'idea del movimento" (Bouissou, 2010: 15).

[2] "Nel corso dei secoli, in Giappone si sono avvicendate e hanno spesso proceduto in parallelo varie forme di rappresentazione e racconto grafico. In particolare: la dissacratoria e grottesca pittura *zenga* sviluppata da monaci nel XV secolo e sopravvissuta fino al XVIII; gli shunga ("immagini di primavera"), dipinti e disegni eroticamente espliciti e luogo di sogni piccanti, messi al bando nel 1722" (Pellitteri, 2021: 16).

> e-hon facevano perfino uso di lontani antenati delle vignette e delle nuvolette del fumetto. Diedero vita a una vera industria: probabilmente nel mezzo secolo precedente la fine del periodo Edo furono pubblicati oltre tremila titoli e la tiratura di alcuni best-seller superò le diecimila copie (Bouissou, 2010: 23).

Questo primo grande nucleo dell'industria culturale giapponese comincia a subire le influenze culturali occidentali a partire dal 1853, con la fine dello shogunato dei Tokugawa, quando i cannoni puntati sul porto di Tokio della flotta americana al comando del Commodoro Perry, obbligano il paese del Sol Levante ad aprirsi ai commerci mondiali.

Dal punto di vista dei prodotti seriali, all'inizio del XX secolo riscuote enorme successo la striscia a fumetti su quotidiani e supplementi illustrati, un successo che, a differenza di altri paesi, si mantiene ancora oggi. A partire dagli anni '20 si può iniziare a parlare di manga veri e propri quando le prime strisce a fumetti fuoriescono dai quotidiani e iniziano ad essere pubblicate autonomamente in volume. Nello stesso periodo nascono le prime riviste per bambini, soprattutto ad opera della casa editrice Kodansha, che si diffonderanno velocemente: Shonen Club (1914) dedicata ai bambini fino all'ingresso alla scuola media, poi Shojo Club (1923) per le bambine, e Yonen Club (1926) per i bambini più piccoli; e si sviluppa un primo nucleo di merchandising legato strettamente ai personaggi più di successo dei fumetti (pupazzi, adesivi,

asciugamani, dolciumi, ecc.). È già in questa fase che si comincia a intravedere la struttura produttiva seriale su cui si poggerà l'esplosione di manga e anime nel dopoguerra:

1.Una serializzazione fin dall'inizio basata non tanto sui generi, ma sui pubblici: bambini, pre-adolescenti, adolescenti e, soprattutto, il pubblico femminile di tutte le età. L'industria del manga giapponese è la prima al mondo a produrre contenuti espressamente diretti alle donne, uno dei fattori che ne sancirà il successo in Occidente a partire dalla fine del XX secolo[3]

2. La centralità che sempre più assumono le riviste illustrate e poi interamente dedicate al manga (già nel 1931 la rivista Yonen Club arriva a vendere un milione di copie) che impongono una accelerazione della produzione e della serializzazione (da mensili a settimanali) e forme di consumo sempre più compulsivo.

3. La concentrazione della produzione in pochi grandi editori che, se da una parte avrà come

[3] "Questa emancipazione del fumetto per ragazze fu cruciale per l'espansione dell'industria del manga, poiché permise al fumetto giapponese, a differenza di quanto avvenuto nell'ambito di quello occidentale, di non trascurare la metà del suo pubblico potenziale. Lo shojo manga divenne così qualcosa di unico nella storia mondiale della cultura popolare: un macrofilone e una famiglia di stilli creati da giovani donne per giovani donne che riflettono la sensibilità sia delle autrici sia delle lettrici tanto in termini estetici quanto in termini di contenuti. Questo prodotto, al momento della sua prima esportazione in Occidente, non ha avuto quasi alcun concorrente ed è stato un elemento di grande forza nella popolarità del manga in Europa e in altre zone del mondo" (Bouissou, 2010: 63).

effetto una forte standardizzazione del manga soprattutto a partire dagli anni '70, dall'altra getterà le basi per una pervasiva serialità cross e transmediale in forte anticipo sull'Occidente e quasi interamente basata sul trinomio manga-anime-merchandising. Questo è uno dei fattori che spiega perché, mentre negli Stati Uniti il consumo di fumetti a partire dagli anni '50-'60 inizia a declinare, in Giappone si assiste al processo inverso. Al contrario dell'Occidente, dove la diffusione della televisione rappresenterà un medium alternativo al fumetto, l'industria culturale giapponese riuscirà, attraverso raffinate strategie di serializzazione transmediale basate sull'anime (Steinberg, 2009), a tenerli perennemente connessi in un sistema di mutua alimentazione.

Tutti questi elementi di lunga e media durata a un certo punto si vanno a scontrare con l'evento spartiacque della recente storia giapponese: l'umiliante sconfitta nella Seconda Guerra Mondiale che ha come conseguenze la totale distruzione del paese (anche con l'esperienza traumatica delle bombe atomiche) e l'occupazione americana. La cultura occidentale con i suoi valori e immaginari e una sua specifica industria culturale penetra violentemente in un contesto che era rimasto sostanzialmente isolato per secoli. Trauma bellico e conflitto di culture e civiltà: l'humus perfetto per la nascita di un immaginario solido e potente proprio perché unico strumento capace di risolvere, almeno a livello simbolico, contraddizioni così radicali.

Dal punto di vista della serializzazione sono fondamentali due fattori per l'esplosione defi-

nitiva del manga: un esercito di baby boomer frutto del forte aumento delle nascite avvenuto nell'immediato dopoguerra e la rinascita economica del paese che permette a quella generazione di bambini di avere soldi da destinare all'intrattenimento prescindendo dalle librerie a noleggio o ambulanti a favore delle edicole e quindi delle case editrici che vedono infatti, in quel peridodo, aumentare le loro tirature. Il passaggio da mensili a settimanali delle riviste illustrate è un segno di questo cambiamento e trasforma la produzione di manga in un vero e proprio sistema industriale. L'accelerazione del ritmo di pubblicazione obbliga i disegnatori ad essere molto più produttivi dei colleghi occidentali e ciò influisce sia sulla loro organizzazione in sindacati e studi (con un aumento di manodopera che poi rappresenterà il serbatoio dell'industria degli anime e dei videogame) sia sulla struttura dei manga stessi dal punto di vista contenutistico e grafico. Da una parte obbliga infatti editori e mangaka a diversificare sempre più i generi e soprattutto i target: dai/lle bambini/e, agli/lle adolescenti, agli/lle adulti/e, tutti/e dovevano avere un contenuto a loro dedicato. Il Giappone diventa così il primo paese in cui il fumetto cessa di essere un genere infantile e adolescenziale per abbracciare tutte le età della vita. All'inizio degli anni '90 si contano più di 200 riviste di manga e almeno una ventina di formati (differenziati per dimensione e lussuosità della carta o della copertina) attraverso i quali il lettore può consumare fumetti e anche partecipare alla costruzione delle storie anticipando l'era digitale.

> Questa collaborazione imprime al manga un impatto e una vitalità che non hanno eguali né nel mondo del fumetto europeo né in quello dei comics americani. Mentre le riviste di fumetti italiane e francesi spariscono una a una negli anni Ottanta e Novanta […], *Shonen Jump* stabilirà il primato mondiale di tiratura per una rivista di fumetti, con 6 milioni 530 mila copie, nel dicembre del 1994 (Bouissou, 2020: 85-86).

La differenziazione tra storie per bambini e adolescenti da una parte e storie per adulti dall'altra permette al fumetto giapponese di aggirare la censura a cui era sottoposto il fumetto occidentale e a immettere nel manga temi scomodi come il sesso, la satira, l'impegno politico e la critica sociale (il genere *gekiga*) o semplicemente la vita quotidiana degli adulti lavoratori che socializzano con le violente trasformazione imposte dalla cultura socio-economica americana leggendo manga mentre si recano al lavoro.

Dall'altra, obbliga i mangaka a saccheggiare gli altri immaginari soprattutto occidentali creando una connessione tra le due culture che si sarebbe manifestata a livello globale alla fine degli anni '70. Infine, la diffusione di manga caratterizzati da trame sempre più lunghe e complesse porta ai primi forti fenomeni di fidelizzazione, che poi si trasferiranno agli anime e agli altri prodotti transmediali. Il risultato sarà lo sviluppo di un mercato che diventerà da solo "dieci volte maggiore di quello del resto del pianeta" (Boissou, 2010: 68) e che renderà il Giappone

> l'unica nazione al mondo nella quale il fumetto è divenuto un medium di massa propriamente detto, onnipervasivo, uno strumento di apprendimento e di socializzazione, un vettore privilegiato di espressione del subconscio collettivo, e perfino un vero e proprio metodo per conoscere il mondo (Bouissou, 2010: 55).

A tal punto che oggi il manga è patrimonio culturale nazionale riconosciuto dallo Stato che lo difende e valorizza in quanto principale strumento che ha permesso di ricostruire l'identità giapponese uscita devastata dalla guerra.

La forte industrializzazione della produzione di fumetti che si riscontra a partire dagli anni '50 - che ha come conseguenza una necessità continua di tavole e contenuti da parte degli editori – unita alla tradizione estetica del disegno giapponese che predilige il racconto per immagini ai testi (nel manga le didascalie del fumetto euro-americano, piene di indicazioni spazio-temporali, praticamente scompaiono) e che spesso fonde testi e immagini, produce una serie di innovazioni grafiche che renderanno autonomo e specifico il manga rispetto ai comic occidentali. Il manga è strutturato per una lettura molto rapida (6 secondi per tavola) - da svolgersi molto spesso sui mezzi di trasporto - e, allo stesso tempo, con azioni molto frazionate in una pluralità di vignette in modo da allungare il più possibile la narrazione per una lunga serialità (trasferendo dunque al fumetto molti stratagemmi tipici del romanzo di appendice).

Nel fumetto europeo e americano la continuità narrativa è assicurata dal fatto che la sequenza delle vignette corrisponde a una concatenazione temporale. Due vignette che si susseguono corrispondono a due momenti successivi di una medesima azione e, se vi è un cambio di scena, un cartiglio o un segno lo segnalano pressoché immancabilmente, come una testata di capitolo, i quali aprono una nuova continuità temporale. I disegnatori giapponesi, da parte loro, concatenano spesso e volentieri le loro vignette, da punto di vista a punto di vista. Questo procedimento, che la maggior parte dei maestri del fumetto occidentale non aveva mai usato prima dei giapponesi e molti dei quali ancora non usano affatto, consiste nel mettere in sequenza vignette che rappresentano diversi punti di vista su una scena in corso, senza alcuna indicazione che fra tali vignette vi sia un rapporto di successione temporale. Dunque il tempo, come fattore narrativo, viene in un certo senso eliminato, o messo fra parentesi, ed escluso dagli elementi che si vogliono comunicare univocamente: ciò che l'autore vuole trasmettere al lettore consiste invece in frammenti di una scena in corso di svolgimento, sguardi differenti, un'atmosfera, un umore […] Piuttosto che stabilire un ponte fra due vignette distinte nel tempo, il lettore di manga raccoglie dei frammenti sparsi che percepirà come simultanei […] Per esempio nelle serie incentrate sulla pallacanestro o il calcio, [viene dilatato] su più pagine il brevissimo lasso di tempo che intercorre fra l'istante in cui l'eroe effettua il tiro da cui dipende la vittoria e quello nel quale il pallone entra infine a canestro o in porta, mostrando successivamente (e, tuttavia, "nello stesso tempo"), la palla, la rete verso la quale essa si dirige, i volti stupefatti degli spettatori, il pugno chiuso del campione in piena

tensione, le smorfie sconvolte dei suoi avversari. (Bouissou, 2010: 132-135).

Queste tecniche hanno come conseguenza quella di dare centralità soprattutto al personaggio, alle sue espressioni facciali e ai suoi movimenti, mettendo in secondo piano lo sfondo. E permettono a editori e disegnatori di sfornare una gran quantità di tavole a getto continuo e a un prezzo molto più basso per il consumatore rispetto al fumetto europeo. Se riprendiamo la classificazione operata da Giovanni Ragone nel vol I di questa *Storia della Serialità* (2023) possiamo concludere che la centralità del personaggio struttura la serialità del manga giapponese sul *ciclo* piuttosto che sul *genere*. E questo sarà molto più evidente nel momento in cui, a partire dalla metà degli anni '60, il manga si espanderà nell'anime.

3. *Manga e Anime: breve storia di un matrimonio perfetto*

È Osamu Tezuka, noto come "il dio del manga", il disegnatore che si renderà conto meglio degli altri che la combinazione manga-anime sarebbe stata la ri-mediazione migliore, sia per produrre un immaginario capace di risolvere, almeno a livello simbolico, le principali contraddizioni della società giapponese uscita dal trauma della guerra e alle prese con violenti processi di occidentalizzazione; sia tra la tradizione visuale occidentale e quella autoctona; sia per consoli-

dare una industria culturale potentissima e vincente che avrebbe costruito una transmedialità capace di far dialogare manga, anime, cinema, videogame e merchandising e che gli studiosi hanno definito come "sinergica" (Pellitteri, 2008) o "polimediale" (Steinberg, 2009).

Lo spartiacque è rappresentato dall'uscita televisiva della serie animata *Astroboy* (1963), basata sull'omonimo manga, che diventa subito un successo straordinario in Giappone. Tezuka è fortemente influenzato dalla Disney nel momento in cui mette a punto il progetto polimediale di Astroboy ma con una importante differenza che segnerà la specificità e l'efficacia dell'animazione giapponese: l'adozione della tecnica dell'animazione limitata e dell'"immobilità dinamica dell'immagine" piuttosto che di quella "piena" tipica dell'animazione occidentale[4]. Contro tutti i pronostici una modalità di animazione molto meno realistica rispetto a quella "piena" riscuoterà un successo incredibile e, da quel momento, modellerà gran parte dell'industria successiva degli anime. Spiegarne le ragioni è un'operazione complessa e qui ci limiteremo a elencare solo le più importanti:

1. L'animazione limitata riesce trasferire nel movimento del personaggio (senza rotture mediali estreme) tutta la tradizione precedente delle arti giapponesi: dalle stampe al manga, dal teatro *ka-*

[4] Anche se, va detto, su questo Tezuka si è ispirato ai cartoni animati di Hannah e Barbera.

buki al teatro di strada, il *kamishibai*[5]. Soprattutto quest'ultimo ha tra gli anni '30 e gli anni 50' un successo enorme ed è basato su incrocio tra performance teatrale e le vecchie tecniche di "animazione" de "Il mondo nuovo" e "La lanterna magica"

2. Proprio per questo l'animazione limitata riesce a creare connessioni più strette con il manga, senza sostituirlo. Nel Giappone degli anni '60, l'avvento dell'animazione televisiva invece di imporsi come un'alternativa al fumetto gli dà una nuova spinta e lo rende ancora più popolare. In Occidente è essenzialmente il cinema e il telefilm a rappresentare il principale medium per la trasposizione dei fumetti; in questo modo, però, il fumetto ne rimane schiacciato e inizia una lenta ma inesorabile crisi nei consumi mediali. In Giappone l'animazione limitata sarà la perfetta ri-mediazione tra me-

[5] "A metà degli anni Trenta erano censiti circa 3 milioni di declamatori in tutto il paese dei quali circa 2500 nella sola Tokyo; in totale, nel dopoguerra, circa 5 milioni fra bambini e adulti assistevano giornalmente agli spettacoli itineranti. Molte storie del kamishibai erano seriali, per far accorrere il pubblico all'arrivo dell'artista ogni settimana per un nuovo episodio, che si concludeva sempre con un colpo di scena […] Le illustrazioni erano spesso realizzate da artigiani che facevano capo a società le quali smistavano a noleggio le serie di disegni ai vari artisti: si trattava, insomma, di un redditizio settore commerciale in un Giappone ipotecnologico e in cui i manga non erano ancora un tipo di spettacolo influente. […] Le esibizioni riuscivano a essere sempre emozionanti, dato che l'artista solleva mostrare la nuova illustrazione facendovi slittare sopra quella precedente poco alla volta: questo creava attesa negli spettatori, fornendo una illusione di moto nella fissità che anticipa le tecniche di semianimazione televisiva. Giocando un po' con le parole, possiamo dire che i pannelli disegnati di cartoncino scorrevoli del kamishibai fossero effettivamente dei "cartoni animati" (Pellitteri, 2021: 35).

dia tipografici (stampe, fumetti, libri illustrati) ed elettrici (cinema, televisione e poi videogame); una rimediazione non esclusiva ma transmediale che permetterà agli altri media di sopravvivere all'interno di un sistema, appunto, polimediale.

3. L'adozione dell'animazione limitata permette di realizzare anime molto più velocemente a costi di produzione molto più bassi rispetto all'Occidente. Per un episodio di 25 minuti sono sufficienti max 2000 tavole, se invece si utilizza l'animazione piena ce ne vogliono 10 volte tante. Il risultato è una serializzazione estrema dell'animazione giapponese che la porterà, dieci anni dopo l'uscita di *Astroboy*, a possedere un catalogo amplissimo e a basso costo da vendere alle televisioni occidentali popolarizzando a livello mondiale, tramite l'anime, anche il manga e l'indotto rappresentato dal merchandising.

4. L'animazione limitata è costruita in modo (oggi diremmo "possiede" *affordances*) da collocare il personaggio sempre al centro della scena (svalutando gli sfondi) e sempre colto nelle sue pose più iconiche. Questa "fissità mobile" lo renderà molto più duttile per la sua transmedializzazione e per il merchandising degli oggetti permettendo una maggiore identificazione da parte degli utenti.

> La mobilità del personaggio e la sua facilità di trasposizione attraverso le varie forme mediali sono dovute in parte alla sua rappresentazione non fotografica, non realistica; il personaggio disegnato è in grado di produrre relazioni di somiglianza più

> efficaci tra le sue versioni circolanti sui vari supporti mediali ed elimina parte dell'eterogeneità tra i tipi di media, a favore di una sorta di coerenza o convergenza intorno a un'immagine del personaggio in generale univoca e uniforme (Steinberg, 2009: 194).

Con *Astroboy*, infatti, nasce in Giappone una pervasiva industria del merchandising del personaggio che poi esploderà a livello mondiale a partire dagli anni '90 del XX secolo.

5. L'animazione limitata, fin dagli anni '60, diventa lo strumento per la sperimentazione di raffinate strategie di convergenza mediale e transmedialità (sia come trasposizione dell'originale, sia come divergenza) che renderanno l'industria culturale giapponese molto più preparata all'avvento della transmedialità digitale negli anni '90 (Jenkins 2006). Mentre i grandi universi transmediali occidentali attuali, si pensi ad esempio al Marvel Cinematic Universe, non danno molta importanza a fumetto e animazione; quelli giapponesi, invece, proprio perché partono da fumetto e anime, riescono a produrre una transmedializzazione totale, in tutti i media (OAV, live action, romanzi, film, videogame, giochi da tavolo, gadgettistica, ecc.)

4. *La serialità giapponese alla conquista del mondo*

Prima di partire alla conquista del mondo negli anni '70 del '900, manga e anime hanno dovuto innanzitutto, come abbiamo visto, conquistare

il Giappone. E lo hanno fatto in una maniera così pervasiva e totalizzante da rappresentare, unico caso al mondo, i pilastri della sua industria culturale e del suo immaginario. Le ragioni strutturali interne di questo fenomeno le abbiamo analizzate nei precedenti paragrafi; ora proviamo a prendere in considerazioni gli elementi socio-simbolici. Nel poco più di un secolo che passa dalla fine dell'isolazionismo imposto dallo shogunato Tokugawa alla fine della Seconda Guerra Mondiale il Giappone affronta trasformazioni e conflitti talmente radicali che lasciano enormi traumi nell'inconscio collettivo: l'improvvisa apertura al mondo, la modernizzazione forzata, il nazionalismo militarista, la totale devastazione della guerra, la bomba atomica, una seconda occidentalizzazione imposta dall'occupazione americana. Manga e anime si rivelano i media migliori per affrontare questi traumi e costruire un solido e potentissimo nuovo immaginario nazionale capace innanzitutto di mediare i contrasti frutto della Storia e della cultura giapponese e poi, addirittura, di imporsi sulla scena globale. Nella modalità con cui il Giappone li ha connessi, hanno funzionato come una perfetta (ri)mediazione tra l'eccessiva astrazione e elitarietà della letteratura e l'eccessivo realismo del cinema di massa. I traumi e i sensi di colpi così estremi di una società uscita distrutta dalla guerra non potevano essere affrontati né da un medium troppo sintetico-analitico come la scrittura né da uno troppo diretto nella sua rappresentazione come il cinema. Manga e anime invece hanno saputo gestire conflitti e traumi in un ambiente

simbolico e mediale capace di metaforizzarli al necessario livello di complessità e immediatezza. Sono riusciti a raffigurare l'indicibile e il rimosso e popolarizzarlo grazie all'immagine ma senza farlo in maniera troppo esplicita e realista. Il passato interamente giapponese e un presente e un futuro in buona parte eterodiretti dall'America potevano finalmente incontrarsi un ambiente in cui sperimentare nuove e originali ibridazioni. E infatti, come abbiamo visto, anche il modello di serialità grafica e narrativa giapponese sarà un ibrido tra la tradizione visuale autoctona e i format proposti dall'industria culturale occidentale soprattutto americana. Ciò che il Giappone impara, soprattutto negli anni '50-'60, e che invece l'Occidente (ad esclusione forse della Marvel di Stan Lee) proprio in quegli anni inizia a dimenticare, è la straordinaria versatilità di fumetto e animazione sia nel costruire e popolarizzare potentissime metafore sociali e immaginari, sia nella loro capacità di transmedializzarli. E tra la fine degli anni '70 e la fine degli anni '90 quando l'Occidente, soprattutto europeo, a sua volta, viene sconquassato da profonde e radicali trasformazioni (la perdita del potere coloniale, la fine della Guerra Fredda, violenti processi di globalizzazione, passaggio dal fordismo al postfordismo, avvento della mediasfera digitale) l'immaginario giapponese è pronto ad affrontare queste fratture meglio di altri proprio perché basato sulla duttilità di manga e anime.

Quando le televisioni europee (soprattutto italiane, francesi e spagnole) alla fine degli anni '70 del '900 iniziano a programmare i cartoni

animati giapponesi nella fascia oraria pomeridiana dedicata ai bambini, probabilmente non si rendono conto che sta cominciando una nuova era nella fruizione dei prodotti dell'infanzia e poi della prima adolescenza. Le emittenti si sono rivolte al Giappone per ragioni esclusivamente economiche: un catalogo immenso di prodotti di animazione a un costo molto più basso rispetto a quelli europei e americani capace di riempire palinsesti sempre più voraci di contenuti[6]. Sicuramente non si aspettavano il successo immediato di queste produzioni. Quella generazione di bambini nata negli anni '70, e che inizia a consumare anime giapponesi fin dalla più tenera età, rappresenterà il primo nucleo di pubblico fidelizzato che farà esplodere il manga in Europa venti anni dopo.

Le ragioni di questo successo che dura fino ai giorni nostri, oltre, come abbiamo visto, a risiedere nella natura stessa del medium manga-anime che gli permette di trattare temi "scomodi" con più libertà rispetto agli altri media, sono

[6] "L'esportazione dell'universo del manga è cominciata nella maggior parte dei casi in forma animata. Negli anni Settanta, quando in Occidente è esplosa la domanda di serie televisive per bambini, gli studi giapponesi li producevano per meno di 3.000 dollari per minuto di firmato, mentre i disegni animati costavano in Europa una media di 5.000 dollari e negli Stati Uniti circa 4.000 dollari al minuto. L'arcipelago produceva 1800 episodi all'anno, invece la capacità produttiva francese non superava i 450 […] Il Giappone disponeva inoltre ti considerevoli scorte di disegni animati, poiché la sua televisione trasmetteva massicciamente serie di anime per ragazzi fin dal 1963" (Bouissou, 2010: 107).

molteplici e qui, per ragioni di spazio, ci limitiamo a indicare i temi più serializzati e che hanno avuto più presa a livello mondiale.

1. *La centralità dell'adolescenza.* A parte casi eclatanti come quello della Marvel degli anni '60 (cfr. Stefano Cristante, *infra*), il fumetto occidentale è strutturato essenzialmente su personaggi che sono bambini o adulti (lasciando il trattamento dell'adolescenza soprattutto a cinema, musica e televisione). Il manga, invece, soprattutto a partire dagli anni '60 e con una fortissima accelerazione negli anni '90 comincia a popolarsi sempre più di eroi adolescenti, al massimo *young adult*; sono molto spesso rappresentati in contrasto proprio con il mondo degli adulti visto come fallimentare in quanto, o totalmente assente e ingoiato dal lavoro (è raro che in un manga *shonen* appaiano i genitori), oppure addirittura portatore di catastrofi a cui solo gli eroi teen-ager possono porre rimedio. Sebbene, come afferma Bouissou (2010: 141), il manga sia fortemente caratterizzato da moltissimi elementi favolistici, ciò che ne sancisce il successo, più che il modello fiabesco, è il rifarsi al romanzo di formazione. A fine millennio le nuove generazioni digitali, costrette ad affrontare radicali cambi di paradigma nei processi di formazione e socializzazione (Cuzzocrea et. al., 2023), trovano nei manga e anime giapponesi decine di storie a loro dedicate, in cui possono identificarsi e che l'industria culturale americana non sa più offrire (se non forse nella neoserialità televisiva), anche perché divenuta eccessivamente "moralista" e

scopertamente "pedagogica". Nel manga, invece, alieno al "politicamente corretto" occidentale, gli adolescenti ritrovano tutte le loro paure e più intimi desideri anche quelli più estremi e inconfessabili in storie che, nella maggior parte dei casi, terminano con un happy end, in cui risultano vincitori, in cui riescono a integrarsi. Anche qui c'è una pedagogia quindi, ma molto meno normativizzata e che ha come principale obiettivo quello di "insegnare" al lettore a controllare e gestire le proprie emozioni e pulsioni (di qui la centralità nel mostrare le espressioni facciali tipica del manga-anime nipponico). Ed è proprio questo concentrarsi sulla gestione delle pulsioni-emozioni che rende le funzioni sociali della serialità giapponese molto simili a quelle basate sul romanzo di formazione occidentale dell'800 (Cecchrelli & Ilardi, 2021). Ovviamente si tratta di una formazione che tratta i nuovi problemi dell'adolescente del XX secolo e che in Giappone ha a che fare con un contesto socio-economico ipercompetitivo fin dall'infanzia e quindi bisognoso di modelli e immaginari di riferimento sia per affrontarlo sia per mettere a punto meccanismi di evasione. Il Giappone, insomma, capisce prima di altri i disagi e i problemi legati alla socializzazione a cui sarebbero stati sottoposti gli adolescenti nel nuovo capitalismo informazionale e digitale ed è, quindi, normale che diventi un punto di riferimento dei giovani occidentali proprio a partire dalla fine del '900.

2. *La mutazione e la catastrofe.* Strettamente legato al precedente, la serializzazione dei to-

poi della mutazione (soprattutto del corpo) e della catastrofe caratterizza l'industria culturale giapponese fin dagli anni '60 del '900 con la funzione di affrontare, lentamente e a piccole dosi, i traumi della guerra, dello scontro culturale e del dopo bomba atomica. Gran parte del manga dal dopoguerra ad oggi è caratterizzato da personaggi graficamente ambigui dal punto di vista del gender, da travestimenti (a partire dai pionieristici *La principessa Zaffiro* e *Lady Oscar*), dall'esplorazione libera della sessualità; e dalla mutazione genetica spesso causata da catastrofi o dalla riemersione dei topoi magici e favolistici facenti parte della cultura tradizionale nipponica (demoni, mostri, folletti, fate, ecc.). Si ritrova quindi molto più preparato a far fronte ai problemi e alle paure delle nuove identità fluide e mutanti tipiche del nuovo millennio.

3. *L'ibridazione culturale e generazionale.* La serialità giapponese basata su manga e anime è la più inclusiva al mondo da tutti i punti di vista. Non solo da quello dei pubblici e dei temi – non c'è target anagrafico a cui non si rivolga; non ci sono argomenti che non possano essere trattati – ma soprattutto dal punto di vista geoculturale e storico. Fino ad arrivare al paradosso che bambini e adolescenti occidentali entrano in contatto con la propria stessa cultura e Storia attraverso il filtro di manga e anime giapponesi che ambientano le loro vicende nelle epoche storiche europee o ne rifunzionalizzano i classici (il genere *meisaku*). Da almeno 60 anni, essi saccheggiano, rifunzionalizzano e "manghizzano" i prodotti e

gli immaginari di tutte le culture a livello mondiale, producendo così un immaginario universale, l'unico oggi alternativo a quello americano.

Bibliografia

Boissou, J-M. (2010). *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonoise*. Arles: Editions Philippe Picquier; tr. it. (2011). *Il manga. Storia e universi del fumetto giapponese*. Latina: Tunué.

Brancato, S. (2017). *L'imperio dei segni. Igort tra Walter Benjamin e Walt Disney*. Napoli: Edizioni D'If

Capaldi, D. & Ragone G. (2020). Mediologia e serialità (nella letteratura e oltre). In A. Giannitrapani & G. Marrone (Eds.), *Forme della serialità. Oggi e ieri*. Palermo: Edizioni MuseoPasqualino, pp. 53-79.

Ceccherelli, A. & Ilardi, E. (2021). *Figure del controllo. Jane Austen, Sherlock Holmes e Dracula nell'immaginario transmediale del XXI secolo*. Milano: Meltemi.

Cuzzocrea, V. & Ilardi, E., & Lovari, A. (2023) *Giovani e immaginari. Rappresentazioni e pratiche*. Milano: Meltemi.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: NYU Press; tr. it. (2014). *Cultura Convergente*. Milano: Apogeo.

Pellitteri, M. (2008). *Il drago e la saetta. Modelli, strategie e identità dell'immaginario giapponese*. Latina: Tunué.

Pellitteri, M. (2021). *I manga. Introduzione al fumetto giapponese*. Roma: Carocci.

Ragone, G. (2019). *Per la mediologia della letteratura. Dieci saggi*. Roma: Aracne.

Ragone, G. (2023). Serialità e media. Tracce per una teoria. In G. Ragone & F. Tarzia (Eds.), *Storia e teoria della serialità. Vol I: Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*. Milano: Meltemi, pp. 9-53.

Steinberg, M. (2009). *Anime's Media Mix: Franchising, Toys and Characters in Japan*; tr. it. (2019). *Anime System. Il successo polimediale dell'animazione giapponese*. Latina: Tunué.

Post-serialità cinetelevisiva
Strategie della narrazione tra mass media e new media

Sergio Brancato

1. *Un riassunto delle puntate precedenti*

Un limite comune a molte tra le definizioni e gli approcci teorici inerenti la serialità consiste nella riduzione del concetto all'orizzonte storico della società industriale e di massa. La produzione seriale delle narrazioni, del resto, presenta in parte quegli aspetti di iterazione tipici, ma non esclusivi, dei processi di automazione che reperiamo alla base del modello di sviluppo legato all'avvento della fabbrica e alla catena di montaggio. Applicare la teoria marxiana del lavoro astratto e dunque "alienato" all'esperienza dell'artista, trasformandolo in un produttore di forme estetiche funzionale al ciclo della merce, è stato per lungo tempo – e per molti versi lo è ancora – il modello interpretativo in grado di oscurare una percezione più vasta della questione (Abruzzese, 1979). Tuttavia, il diffuso consenso riscosso da quell'idea soprattutto a partire dagli anni '40 del '900 non è sufficiente a motivare la storicizzazione della serialità nei termini di un meccanismo tipico

della cultura di massa, finalizzato alla frantumazione e parcellizzazione dell'unicità dell'opera, che ne permetta la replicazione funzionale con l'obiettivo di fidelizzare il pubblico attraverso un consumo stabilmente dilazionato nel tempo.

Se è infatti vero che la serialità costituisce la "definizione teorica dei processi che sono al cuore della cultura di massa" (Abruzzese, 1984: 9), occorre tuttavia considerare che il suo principio è ben più antico. Come illustra Giovanni Ragone:

> […] nel DNA della nostra cultura le narrazioni seriali sono dominanti, almeno da quando si è passati dalle forme rituali e dai primi format narrativi del mondo antico e del medioevo a un consumo socialmente esteso di tipo ludico: dalla Galassia Gutenberg, fino al mondo mediatizzato dell'Otto-Novecento, e alla sua rimediazione nei fenomeni dell'epoca digitale, che investono sia la sfera collettiva che il racconto del sé individuale (Ragone, 2023: 10).

In accordo con questa prospettiva teorica, possiamo dire che le pratiche della narrazione sono strutturalmente seriali poiché "legano" tra loro le componenti di un organismo sociale in regimi di senso che devono ripetersi per essere riconoscibili. Inquadrata così, la serialità smette di essere un tema tra gli altri della modernità culturale e si propone, in modo più specifico, quale chiave di lettura per i nessi teoretici tra *forma* e *ripetizione*, debordando dal consueto piano degli studi sull'arte e sui fenomeni letterari per accedere a una sfera antropologicamente più va-

sta, fino a coinvolgere quella paleo-narratologica degli studi di letteratura evolutiva (Gottschall, 2012): la serialità appare, così, una modalità fondata sulla ripetizione sistematica di schemi, una tecnologia del testo che organizza il complesso spaziotempo dell'immaginario nell'ordine dei linguaggi di un dato sistema mediatico. In tal modo, la comunicazione serializzata consente ai soggetti un ancoraggio al tempo collettivo, alla condivisione dei contenuti narrativi che innervano i prodotti della cultura di massa, rendendoli un collante dei processi identitari (Ragone, 2023: 11-12). Ne deriva un habitat linguistico costituito da narrazioni, immagini e simboli che partecipano alla costruzione della realtà, uno spazio virtuale che tiene insieme il bagaglio delle esperienze personali a quelle comunitarie, un territorio semantico a cui l'individuo torna attraverso il riconoscimento di attori, tematiche, ruoli e dinamiche basiche dello storytelling (Balló & Pérez, 2005; Allen & van der Berg, 2014).

Letta così, la serialità dismette le vesti strette dell'automatismo industriale applicato alla creatività, origine dello stigma valoriale che ancor oggi la marchia come una lettera scarlatta, per farsi problema connaturato alla vita culturale della specie, esondando su un piano più vasto della querelle sulla natura alienante e consolatoria della cultura di massa paventata da una parte della Scuola di Francoforte (Horkheimer & Adorno, 1947). Essa si ridefinisce come paradigma estetico facendosi "arte della fabbrica" almeno a partire dall'invenzione cinematografica,

sebbene il conflitto fecondo tra *ripetizione* e *innovazione* – standard e sperimentazione creativa – la attraversi sempre, governandone i processi (Abruzzese, 1973).

Questa sintetica ricognizione nell'ambigua morfologia della serialità vuole sia recuperare il filo del discorso sull'argomento – per il quale si rimanda soprattutto ai contributi di Ragone, Donatella Capaldi e Fabio Tarzia contenuti nel primo volume della presente opera collettanea – che inquadrare il contesto attuale, permettendo di accedere alla riflessione sulla trasformazione in atto nei processi comunicativi del digitale, che qualche anno fa si è definiti nei termini di "post-serialità" (Brancato, 2011).

2. *Serialità, media e mass media*

Se il principio di ripetizione costituisce un elemento strutturale della comunicazione umana e nella produzione di ciò che chiamiamo immaginario, legandosi in maniera sostanziale alla vita psichica della specie, allora appare alquanto rozza l'idea che le forme seriali della cultura di massa nascano ex abrupto, come scaturite dal nulla, con l'unico scopo di rispondere alle esigenze strategiche di un mercato dei consumi teso verso dimensioni e pratiche senza precedenti. Tale rozzezza concettuale, in realtà assai diffusa negli odierni studi culturologici, sembra ancor più evidente ove si pensi alla necessità di conseguire il controllo della memoria narrativa, specie

quando questa è estesa su tempi lunghi, attraverso mnemotecniche di varia natura. Il tema relativo ai nessi tra durata e memoria del racconto riguarda certamente le grammatiche dei mass media, con la necessità di concepire testi in grado di contenere la propria continuità temporale mediante meccanismi di disciplinamento tra la narrazione e il consumo: dai *recaps*, ovvero il selettivo "riassunto delle puntate precedenti", sempre finalizzato all'ermeneutica dell'episodio cui si sta per accedere, alla funzione paratattica del *trailer* e soprattutto del *cliffhanger*, il taglio apodittico che sulla base di una promessa – "continua", "a suivre", "to be continued" – sospende il fruitore del racconto sul baratro di un'attesa che non è mai un semplice "vuoto" narrativo e invece coinvolge nella tessitura della trama anche le audience, il problema essenziale della serialità riguarda la persistenza del filo del racconto (Mascio, 2014).

Le tecniche della memoria toccano trasversalmente tutti i soggetti in gioco nello scambio simbolico (Yates, 1966). Pensiamo alle pratiche del mondo antico e alla possibilità per l'aedo di affrontare la complessità di Omero attraverso l'esametro giambico, un parametro di costruzione del testo atto a favorirne la memorizzazione e dunque la comunicazione orale (Havelock, 1963). La stessa struttura circolare del poema epico rifugge la logica della linearità per organizzare i contenuti narrativi volta per volta in un unico episodio, peraltro limitato nel tempo, soggetto a successive espansioni dell'intreccio: una

modalità efficiente di condivisione *rituale* della storia che riemergerà nelle successive architetture mediali del racconto, ben oltre gli statuti dell'oralità (Dupont, 1991). Il semiologo Daniele Barbieri individua il focus della questione nei modi in cui, fin dall'antichità, i differenti regimi mediali orientano la dimensione espressiva della serialità. A tal riguardo, sottolinea una distinzione tra serialità *primaria* (legata al mondo antico) e *secondaria* (più vicina a quello della modernità), in cui la primaria è:

> […] *quell'implicita serialità che caratterizza le narrazioni dell'oralità primaria*, ma *serialità primaria* è un'espressione più breve ed efficace, che si contrappone bene alla serialità *tout court*, o *serialità secondaria*. La serialità primaria non è serialità a tutti gli effetti, perché le manca la componente cruciale della periodicità. Tuttavia, al di là di questo, non è difficile riconoscere nel mito greco o nelle tante saghe della letteratura orale una vocazione alla ricorrenza e alla ripresa, alla riapertura e all'intreccio tra vicende diverse, alla ripetizione e alla variazione, tutti aspetti caratteristici della serialità di oggi. Del resto, in assenza della scrittura e delle sue necessità di chiusura, è ben difficile definire i limiti del testo, ed è di conseguenza difficile definire il testo stesso come unità. Il racconto orale, come qualsiasi conversazione, è indefinitamente riapribile e riallargabile, espandibile e intercalabile (…). Del resto, il mito greco è pieno di intrecci tra vicende diverse, di *sequel*, persino di *prequel*, di personaggi che ritornano da un mito all'altro, in un complesso intreccio in cui si fa fatica, talvolta, a definire i limiti tra i sin-

> goli racconti, ammesso che la nozione di *singolo racconto* sia in questo caso applicabile. La nascita della scrittura sposta probabilmente qualcosa, ma non mette in crisi questo modello. Per molti secoli la percentuale di popolazione in grado di leggere e scrivere è stata estremamente ridotta, e la sua influenza sulla generazione dei racconti mitici ugualmente limitata. Inoltre, c'è chi ritiene che sia difficile distinguere le produzioni della vera oralità primaria da quelle di un'oralità che si intreccia con la presenza della scrittura, suggerendo, sul costituirsi di questi corpus, un'influenza da parte delle maggiori possibilità di memorizzazione fornite dal supporto grafico. (…) In ogni caso, le condizioni per la serialità primaria continuano a persistere a lungo, anche in epoche di alfabetizzazione abbastanza diffusa (Barbieri, 2016: 1-2).

La tecnica compositiva del poema è funzionale al contesto mediatico di una cultura orale, in conflitto con l'emergere della scrittura e delle sue conseguenze sulla morfologia della conoscenza, ma non cessa di funzionare al di fuori di essa (Ong, 1982). Occorre considerare la natura fluida e pertanto ibrida di questi processi di costante *re-mediation* dell'immaginario (Bolter & Grusin, 1999): come dimostra l'esperienza del feuilleton – la suddivisione del testo romanzesco in puntate rilasciate a intervalli regolari sui giornali che per Umberto Eco costituisce il momento di innesco della serialità di massa (Eco, 1985) – una volta giunta nell'orizzonte delle culture tipografiche e alla loro capacità di esternalizzare le funzioni della memoria, l'esigenza narrativa elabora dispositivi sempre più sofisticati e speci-

fici per conseguire l'essenziale finalità di rendere dicibile il mondo e reciprocamente riconoscibili le sue soggettività storiche (Brancato, 2023).

Nel feuilleton, la nascente industria culturale non affronta solo le questioni strategiche relative ai *contenuti* della merce tipografica quanto, in via primaria, quelle della *forma* e delle modalità del suo consumo. In questo meccanismo editoriale si sperimenta un'inedita relazione tra produzione e fruizione letteraria, l'epocale spostamento d'asse che rende possibile l'avvento della cultura di massa attraverso l'invenzione di uno storytelling connesso in maniera intima e continuativa all'organizzazione della vita quotidiana, riorganizzandone i tempi – tempi "moderni" poiché ordinati razionalmente – sulla misura di nuove ritualità dell'immaginario. Grazie all'evoluzione del romanzo d'appendice, che amplia esponenzialmente il bacino d'utenza dell'universo letterario e innerva l'esperienza storica del romanzo borghese così come quella dei *pulp magazine*, si affermano quelle usanze di dislocamento e periodizzazione dei consumi destinate a estendersi all'intero sistema dei media, scandendo il ritmo della vita metropolitana e favorendo la definitiva affermazione della serialità secondaria.

I processi di innovazione, che vedono antiche dinamiche comunicative affrontare gli step della modernità, indicano nella serialità industriale il perno dei grandi mutamenti che investono il nostro regime mediatico. Sulla scorta della temporalità narrativa del feuilleton, che sviluppa una nuova cultura seriale, le condizioni del rapporto

tra pubblico e letteratura mutano, debordando dal consumo borghese per toccare la sensibilità estesa delle masse metropolitane, crescendo in quantità e pertanto mutando in qualità (Benjamin, 1936). In tale prospettiva, che recupera il dibattito di fine '900 sul tema della riconfigurazione paradigmatica del concetto di "territorio" nelle scienze sociali, gli studi sulla serialità divengono incrocio strategico e osservatorio privilegiato tra gli spazi teorici della mediologia e quelli della vita quotidiana (Meyrowitz, 1985).

Sin dalla diffusione delle pratiche collettive che orbitano intorno al romanzo d'appendice, dunque nel pieno splendore narratologico dell''800, la serialità investe il corpo dei consumi rispondendo a un imperativo antropologico che deriva dal mito: dar senso alla vita raccontandola e così "mettendola in ordine". Il feuilleton non si limita a raccontare – attraverso modelli di conflitto e tipologie di personaggi – l'innovativa quanto vertiginosa esistenza metropolitana, per altro in una modalità ampiamente contigua alla costruzione degli statuti di legittimità del giornalismo, ma si spinge oltre traducendone le istanze in una forma di comunicazione che si identifica con la sua ideologia.

Si tratta di un passaggio decisivo: la variazione narrativa nella reiterazione della forma, al pari di quanto accade ad esempio nella musica, fidelizza il pubblico attraverso la costruzione di complessi microcosmi narrativi che divengono habitat essenziali per "fare esperienza" del mondo. È in questo ambiente linguistico che hanno luogo i

processi di avanzamento tecnologico e culturale della comunicazione moderna, e non è un caso che la formula espressiva del feuilleton – cadenzare periodicamente la progressione del racconto ricorrendo a tecniche di dilatazione dell'attesa e sollecitazione degli archi tensivi mediante la suspense – risulti essenziale per la messa a punto dei successivi linguaggi dell'industria culturale.

3. *I microcosmi della serialità audiovisiva*

Precedendo il cinema – medium audiovisivo che, con la sua qualità mitopoietica declinata da una tecnologia senza precedenti, orienta le comunicazioni di massa per almeno la prima metà del secolo breve – è il fumetto a illuminare la svolta nei processi di costruzione collettiva dell'immaginario (si veda, in questo volume, il capitolo di Stefano Cristante). Formalizzati alla fine del secolo XIX sulla base dell'illustrazione popolare e della satira politica, che contribuirono al radicarsi delle immagini tecnologicamente riprodotte nei consumi di massa, i comics condividono con il feuilleton la genesi sulle pagine dei giornali. Proposti a corredo dell'offerta informativa, costituivano parte di quel sistema misto di cronaca e intrattenimento che rendeva il quotidiano una macchina mediatica diversificata e tesa a occupare un tempo esteso nell'organizzazione del consumo.

Il fumetto si basa sulla sinergia funzionale tra immagine e scrittura finalizzata a una narrazione dal carattere spurio e bisognosa di una specifica

competenza intermediale per essere adeguatamente decodificata. Esso prende velocemente corpo verso la fine dell''800 sulla scorta di precedenti sperimentazioni formali (Smolderen, 2009): non costituisce una novità sul piano della struttura – esempi di cooperazione semantica tra codice iconico e codice verbale sono reperibili sin dall'antichità – ma lo diventa nell'approdo alle comunicazioni di massa. Dopo un iniziale periodo di oscillazione tra lo spazio estetico dell'illustrazione e quello della sequenza di singole immagini (le vignette che compongono le strisce a fumetti dei giornali), i comics tendono a fissarsi in un linguaggio codificato che col tempo approderà al supporto autonomo del comic-book, ma senza mai tagliare del tutto il cordone ombelicale con la stampa quotidiana.

Per questa forma di narrativa disegnata la serialità è rilevante poiché consente – oltre alla connessione con la polifonia dei vari linguaggi espressivi dell'industria culturale – di sviluppare uno statuto espressivo assai efficace nell'appuntamento quotidiano con il microcosmo della serie, di norma legato a personaggi immediatamente riconoscibili dal lettore/spettatore, *characters* archetipici simili a maschere della commedia dell'arte. Giorno dopo giorno, la striscia dà vita a un *rendez-vous* rituale che parcellizza il testo e l'intero mondo di una data serie, rendendolo fruibile con modalità innovative e – come il feuilleton – mediante tecniche testuali volte a interrompere il flusso del racconto consegnando al pubblico il residuo produttivo del climax, dilazione sospesa

nell'effetto insieme straniante e partecipativo del *gag*, ovvero la chiusura temporanea e eminentemente umoristica della strip, che serve a scioglierne l'intreccio e soprattutto a fare da "gancio" in attesa dello sviluppo del plot nella puntata successiva. Dando, così, continuità a un universo narrativo composto da micro-trame dotate di autosufficienza ma interne a una macro-narrazione di ordine seriale che si integra alle pratiche della vita quotidiana, accompagnandone lo storytelling sino a fondare con esso gli schemi di un nuovo principio di realtà.

È interessante notare che questo sofisticato dispositivo si concentri in un'unità di base del testo composta da un numero esiguo di vignette (di norma, da una a quattro per ogni strip), concentrando la narrazione in un clima frenetico ma rigoroso, simile allo swing, in cui il tempo dell'affabulazione assume un ritmo sincopato che altri linguaggi audiovisivi, in particolare il cinema e la radio, desumeranno dal medium disegnato nella comune necessità di essere sempre più performanti e attrattivi nei riguardi di un pubblico immerso in modalità comunicative in veloce implementazione, adeguate a quell'estetica della meraviglia sviluppata dal soggetto metropolitano nel quadro dell'intensificazione degli stimoli "nervosi" che Georg Simmel individua quale fenomeno nevralgico nell'avvento della vita metropolitana (Simmel, 1903).

Il conflitto programmatico tra la ritmica discontinua delle vignette e la sua ricomposizione nella continuità narrativa prodotta dall'attiva

partecipazione del lettore/spettatore alla costruzione del testo e del suo immaginario, introduce nella riflessione sulla serialità il tema del montaggio inteso come categoria della modernità che si estende ben oltre la grammatica del linguaggio cinematografico: se il montaggio è condizione audiovisiva necessaria per ogni medium dell'industria culturale, sebbene in modalità espressive diversificate, allora ne diviene più chiaro il ruolo nel funzionamento dell'intero sistema dei mezzi di comunicazione e soprattutto della rete di relazioni sociali ad esso implicita. Il montaggio, così, si lega intimamente alla serialità e all'esperienza della vita metropolitana, poiché la rende visibile in un contesto mediatico radicalmente rinnovato.

La riflessione sulla serialità e sui suoi fondamenti tecno-culturali, come si vede, richiede un approccio analitico ai media intesi non quali singoli apparati sociotecnici bensì come sistema integrato di linguaggi che opera nel quadro di una rete di relazioni interumane complesse, rete che proprio i media pongono in essere nelle modalità in cui la riconosciamo. Il costante dialogo a distanza tra media in apparenza diversi quali la letteratura (con i suoi funzionali corredi iconografici), il cinema, il fumetto, la radio e poi la televisione – vettori trainanti della comunicazione e dunque dell'immaginario novecentesco – si fonda sulla messa a punto del loro funzionamento da parte dei consumatori, che ne assemblano le sostanze in modo creativo, intervenendo sui processi di standardizzazione dell'industria culturale e orientandoli in direzioni inusitate. Si

pensi alla funzione dei generi letterari di massa, che prendono corpo nel secolo XIX: a fronte dell'ampliamento esponenziale del bacino d'utenza delle narrazioni, l'incremento numerico dei fruitori, non necessariamente alfabetizzati, porta a una diversificazione dell'offerta che l'impresa editoriale organizza con criteri razionali.

Ossatura di questo processo volto a ottimizzare i rapporti tra industria e pubblico sono appunto i generi, definiti in un processo di elisione reciproca tra produzione e fruizione. Con l'avvento del cinema, questa materia narrativa, giunta nel cuore della modernità industriale attraverso un lungo processo di filtraggio e adattamento culturale, dà vita a una forma di spettacolo che ripropone il corpo al centro della scena mediatica, ma tradotto in un'inedita versione serializzata e di massa. Il sistema dei generi sperimentato nell'industria editoriale trova così un ulteriore approdo, sviluppandosi nelle catene narrative di Hollywood e trasformando l'apparente originalità della "fabbrica dei sogni" in una macchina estremamente sofisticata di variazioni dello standard. Sul piano dell'esperienza industriale, l'obiettivo di fidelizzare il consumo all'interno di un habitat mediatico dotato di coerenza e sostanziale stabilità raggiunge qui il suo grado più elevato attraverso la sinergia di sistema tra la fabbrica (gli *studios*), i generi e il dispositivo seriale della star.

Il divismo non nasce con il cinema, visto che giunge a noi dalla rivoluzione romantica del teatro e, per molti versi, dalle forme tradizionali di

mise en scène della vita politica. Ma nel cinema assume i caratteri di un culto laico organizzato intorno a figure semidivine che collegano il pubblico di massa alle forme di rappresentazione simbolica di una realtà sociale in costante trasformazione (Morin, 1957). La figura divistica è il garante della continuità seriale che lega tra loro i testi cinematografici, permettendo di tenere entro le configurazioni desideranti del corpo della star, spesso identificato con generi definiti, il corpus frantumato della merce filmica, la natura transeunte di una narrazione ripetibile in via indeterminata purché nello spaziotempo collettivo delle sale cinematografiche, per anni i soli luoghi offerti al rito della visione comunitaria della pellicola e alla "liturgia" divistica.

Oltre al dispositivo della star, negli anni della sua affermazione massiva il cinema si identifica in un insieme di tecniche che ne radicano il linguaggio nei consumi. Sebbene oggi si associ il medium al lungometraggio narrativo, nel primo '900 esso proponeva un'offerta diversificata in cui spiccava la serie a puntate, sequenza di mediometraggi fruiti a cadenza settimanale, spesso ispirata ai personaggi dei comics più in voga sulle pagine dei quotidiani o dei comic book, da Flash Gordon a Batman. Lo spettatore godeva di un variegato programma di testualità, derivato dal teatro popolare e in anticipo sui futuri palinsesti radiotelevisivi, che rispondeva a una gamma estesa di esigenze comunicative. L'interazione cinema/fumetto è anche la conferma del carattere intermediale dell'industria culturale: l'*adattamento* di

opere letterarie, di *pièce* teatrali o di comics è un modus costitutivo del sistema dei media di massa. Ciò è riconducibile anche alla re-oralizzazione che i linguaggi audiovisivi praticano sulle tradizioni letterarie, riaprendo i confini del testo fino a ridisegnarne la forma e ad espanderla verso una serie diversificata di opzioni estetico-narrative.

4. *Interazioni e conflitti tra cinema, radio e televisione*

La nascita del cinema come medium ha luogo negli anni '10 e '20 del secolo scorso. Grazie al lavoro di sperimentatori della forma filmica quali Edwin S. Porter o David W. Griffith, la tecnologia fotodinamica dei Lumière divenne un linguaggio in grado di veicolare storie in modo innovativo e, al contempo, dar vita a un ambiente attrattivo per i crescenti bisogni di interconnessione dell'individuo metropolitano. In quell'incipit del secolo breve prende corpo un modus vivendi fondato sulla potente capacità di coinvolgimento dei media industriali, qualità resa ancor più efficiente dalla definitiva affermazione della serialità intesa quale principio di base delle comunicazioni di massa. L'avvento del cinema anticipa di pochi anni quello della radio, il medium "istantaneo" che rinnova la presenza della voce nel mondo e costituisce il laboratorio sperimentale della televisione generalista.

In questa fase iniziale, gli apparati produttivi puntano a comprendere – attraverso il dialogo

serrato con il pubblico, dinamica fondamentale nel modello dapprima solo radiofonico e poi televisivo di *broadcasting* commerciale – quali modalità e contenuti possano rendere "attraente" il nuovo habitat linguistico nato dall'interazione di quei nuovi media dalle potenzialità inesplorate. L'aspetto più interessante sul piano operativo è la condivisione dei criteri organizzativi, dall'impronta eminentemente industriale, che consentono a questi mezzi comunicativi di interagire in un sistema sempre più integrato e socialmente funzionale. Sebbene l'iniziale alleanza tra cinema e fumetto – i due linguaggi audiovisivi tra loro più simili nella fase espansiva del nuovo regime mediale – abbia prodotto scambi significativi come il transito dalla serialità tipografica di alcuni comics alla serialità cinematografica cui s'è fatto cenno in precedenza, a partire dagli anni '20 gli apparati e le culture del medium filmico iniziano a relazionarsi con l'emergenza radiofonica, che – dislocandosi nel territorio domestico – interviene come fattore di rapido riassetto nell'organizzazione di spazi e tempi della quotidianità.

La radiofonia opera su un differente piano sensorio rispetto al cinema, che per quasi tutto il decennio in questione resta privo della parola tecnicamente riprodotta sebbene le tecniche di fonofissazione siano già disponibili. Tuttavia, la radio rientra tra i linguaggi audiovisivi poiché – al pari del cinema "muto" – contempla la partecipazione attiva dello spettatore e dei suoi sensi alla costruzione del testo. Essa contribuisce, così, alla complessa architettura dell'industria

culturale in un secolo che porterà a compimento l'ideologia delle comunicazioni di massa, un tema che costituisce il cuore del dibattito teorico sui processi culturali nella tarda modernità e che sin dagli anni '20 e '30 vede coinvolti tra gli altri – per restare al solo ambito analitico sulla radiofonia – intellettuali quali Walter Benjamin, Theodor W. Adorno, Bertolt Brecht, Rudolph Arnheim. Quest'ultimo, in particolare, recuperando la teoria della Gestalt, ha tentato di collegare agli studi sulla percezione della realtà le nuove tecniche artistiche legate alla riproduzione di immagine e suono (Arnheim, 1979). Nel saggio *The World of the Daytime Serial*, inoltre, Arnheim analizza nello specifico l'ascolto radiofonico nella fiction seriale, sostenendo che in format quali la soap opera il tempo e lo spazio del testo sono istituiti dalla cooperazione dello spettatore attraverso la decodifica degli stimoli sonori al fine di dar vita a un'arte che – come il cinema – non si limita a imitare il reale ma, invece, ne costruisce una forma rinnovata e ne fonda un nuovo principio espressivo (Arnheim, 1944).

Il tema della serialità nel suo dispiegamento trasversale tra un medium e l'altro, specie se inquadriamo i fermenti del passaggio dal XIX al XX secolo, spiega come l'iteratività strutturale dei racconti – sottolineata da studiosi quali Vladimir J. Propp o Joseph Campbell – renda possibile la progressiva moltiplicazione dei linguaggi dell'industria culturale e il loro funzionamento nei processi di massificazione dell'immaginario. La radio partecipa al processo di rifondazione narrativa

della modernità grazie alla "naturale" vocazione per lo storytelling che si evince soprattutto nei format della fiction seriale, appuntamenti quotidiani o settimanali nello spazio del palinsesto, la griglia concettuale che contiene e organizza il complesso sistema delle relazioni tra soggetto e immaginario nell'età dei mass media (Minganti, 1997). Ciò è reso possibile dalla mutazione in atto nel corpo sensibile dello spettatore, che si attrezza in maniera diversa dal passato per partecipare a modalità della vita quotidiana sempre più fondate sulla smaterializzazione dell'esperienza.

La relazione sistemica tra i media trova il punto di equilibro proprio nei meccanismi della serialità, polo magnetico dei diversi apparati produttivi e le differenti culture che caratterizzano i singoli media. La logica seriale, infatti, individua nel consumatore tardo moderno quell'operatività trasversale ai media in grado di garantire coesione all'universo di senso che definiamo "cultura di massa". Per questo motivo, la serialità costituisce il principio essenziale che consente al sistema dei media di espandersi e moltiplicarsi, diventando più complesso in accordo con le dinamiche della trasformazione sociale: è l'ordine seriale dello storytelling a far sì che l'utente possa orientarsi nell'habitat sempre più labirintico costituito dalle connessioni tra i vari segmenti dell'industria culturale, riconoscendo le singole situazioni o figure delle narrazioni di cui gode attraverso la sapiente gestione dei codici, ma anche la logica e la stessa forma della tecnica che ne permette l'esistenza (Pescatore, 2018).

I media dialogano incessantemente tra loro, si scambiano idee e sostanze, professionalità e racconti, ricomponendo nell'immaginario ciò che viene parcellizzato e perfino alienato nei processi del lavoro intellettuale. Ciò avviene soprattutto grazie alla condivisione del modello ordinativo della serialità. Ed è sempre grazie alla serialità che i singoli media possono orientare il proprio sviluppo in una direzione o nell'altra, come nel 1927 accade al cinema quando l'impatto sociale della radio gli impone di rivedere i propri statuti, recuperando la dimensione del suono e la centralità della voce in un mondo che non può più identificarsi nella muta pantomima dei corpi attoriali. Permettendo al consumo di abitare l'immaginario e orientarne gli esiti, la serialità costituisce il perno della dialettica fra ripetizione e innovazione su cui si fonda la comunicazione.

Benché nate dalle medesime ricerche sulla trasmissione delle onde hertziane, radiofonia e televisione hanno vissuto storie differenti: la radio diviene il primo mass medium in grado di operare nell'istantaneità, mentre la tv deve aspettare per esordire sulla scena delle pratiche comunicative. Per motivi di ordine culturale, politico e soprattutto economico, al medium che coniuga il potenziale del cinema e quello della radio necessitano gli effetti dell'economia postbellica per affermarsi nel quadro dei consumi culturali. Tuttavia, il ritardo permette alla tv di rifarsi all'esperienza della radio e ai progressivi mutamenti del cinema per dar vita al proprio linguaggio e ai relativi modelli di serializzazione.

Spostando lo spettacolo audiovisivo del cinema dagli spazi pubblici delle sale a quelli privati della vita domestica, la televisione innesca un conflitto più profondo di quanto fosse sin lì accaduto con l'emergere degli altri mezzi di comunicazione (Zagarrio, 2004). Lo "scontro" tra cinema e tv rimanda alle dinamiche di trasformazione che investono le società occidentali nel dopoguerra attraverso la ridefinizione del tempo dei vissuti individuali e collettivi: nello scarto tecnoculturale tra i due media ha luogo un decisivo salto di qualità nelle strategie di serializzazione narrativa, un fenomeno che per molti versi determina le condizioni per il mutamento digitale dei futuri regimi mediali.

Nel quadro dei contenuti che compongono la dieta della tv a partire dagli anni '50, il film risulta a tutti gli effetti il piatto forte: vecchie pellicole rimaste senza cittadinanza neanche nei circuiti più residuali delle sale di provincia, cooptati nello spazio ristretto del "piccolo schermo" trovano una rinnovata *allure*. Ben presto i broadcaster televisivi comprendono che la televisione possa funzionare come la radio, ovvero quale "contenitore" di un'offerta quotidiana diversificata, basata su più generi compresi tra informazione e entertainment, ma anche che il livello di attrattività del cinema resta al centro del sistema poiché ne ha disegnato l'immaginario e stabilizzato le tecnologie di replicazione.

Tra cinema e televisione si stabilisce una condizione di fluidità formale che tocca in particolare la produzione di fiction. Oltre a contenere

i vecchi film, il medium catodico ne ridefinisce l'immaginario con la realizzazione di telefilm che connettono i due linguaggi attraverso figure come i divi (David Niven, Charles Boyer, Boris Karloff etc.) oppure i registi (esemplare, tra il 1955 e il 1965, la serie antologica *Alfred Hitchcock Presents*), ma soprattutto le innumerevoli e anonime professionalità tecniche che nel volgere di un decennio traducono la cultura del set cinematografico in quella dello studio televisivo. Altra dinamica di rilievo è quella che vede il cinema ispirare la serialità della tv attraverso la ripresa televisiva di film utilizzandoli in guisa di *pilot*, gli episodi che innescano i vari formati della fiction (Brancato, 2010): lavorando sull'immaginario, la comune matrice seriale dei due linguaggi permette – attraverso adeguati adattamenti – un percorso progressivo di riavvicinamento che nell'arco di alcuni decenni porterà dapprima a rovesciare e poi a ricomporre il conflitto cinema/tv all'interno di un nuovo assetto mediatico (Lotz, 2007).

5. *Cosa sarebbe successo se? Post-serialità e crisi digitale*

Le tv-series sono oggi oggetto di un'attenzione rinnovata da parte della ricerca mediologica, essenzialmente in virtù del successo di pubblico che riscuotono nelle modalità assunte dal consumo audiovisivo nel tempo digitale. C'è chi sostiene l'idea che le serie esprimano oggi una

qualità media – del prodotto finale ma soprattutto del processo produttivo in sé – superiore a quella dei film, al punto di averne preso il posto nelle tassonomie valoriali delle forme estetiche (AA.VV., 2008; Cardini, 2014). Tale ipotetico scavalcamento, tuttavia, tende a presumere che la contesa abbia luogo tra le forme storiche del lungometraggio e della fiction generalista, come se esse fossero oggi ancora identificabili con il contesto delle comunicazioni di massa e le analoghe testualità del passato. In realtà, il riallineamento cinema/tv rimanda al superamento dei vecchi media audiovisivi per come li abbiamo conosciuti, e alla riconversione digitale del principio seriale applicato alle logiche e alle strategie dello storytelling.

La riflessione sullo stato attuale della serialità riguarda il transito dal sistema dei media di massa ai media digitali, autentico vulnus dell'odierna mediologia, il passaggio di stato che tocca tutti gli aspetti della vita sociale. Molti studiosi individuano in questo cambiamento di ordine epocale il salto di paradigma che investe non solo il sistema dei media ma l'intera architettura della società industriale e di massa, una riformulazione profonda dei suoi modelli di organizzazione a fronte della crisi dell'individualismo moderno. Anticipate da pratiche come lo zapping, ancora del tutto dentro la cultura della televisione generalista, in cui grazie al semplice strumento del telecomando lo spettatore può disordinare e riassemblare i testi audiovisivi, i nuovi media palesano gli effetti del processo di demassificazione

che caratterizza il nostro tempo: definizioni quali postmoderno, postindustriale o postumano rendono consapevoli del trovarsi nel mezzo di un guado tra differenti condizioni dell'esistenza individuale e collettiva (Boccia Artieri, 2012).

Le tv-series, ormai sempre meno connesse all'orizzonte televisivo, assumono una visibilità e una considerazione superiori ad altre forme estetiche grazie alla loro evoluzione che – attraverso una costante sperimentazione, non priva di azzardi, cadute e inversioni di rotta – ha ridefinito i termini della negoziazione tra apparati produttivi, culture del pubblico e teorie della comunicazione che regola l'esistenza dei media, soprattutto nelle fasi di transizione veloce (Gray & Lotz, 2012). Tutto ciò partendo dall'iniziale sottovalutazione della serialità televisiva, vista per anni come il sostanziale decadimento del cinema all'interno di una forma che ne desacralizzava le tradizioni e ne ridimensionava le prospettive. Anche se la stessa struttura del film ha sempre presentato livelli di standardizzazione, spesso assai costrittivi nei riguardi della creatività autoriale, è nella fiction audiovisiva che l'industria culturale raggiunge la più elevata sinergia tra estetica del testo e strategie comunicative, grazie anche al sapiente utilizzo che la fabbrica televisiva e poi le piattaforme digitali hanno saputo fare delle tecniche di serializzazione maturate in altri ambiti linguistici.

Come s'è visto, i modelli di replicabilità e innovazione assunti dalla serialità televisiva e post-televisiva sono conseguenza delle prece-

denti forme della narrazione seriale, dal cinema al fumetto, dalla letteratura alla radio. L'estetica iterativa delle serie televisive è parte di un generale processo di disciplinamento dei rapporti tra produzione e consumo, in cui la produzione garantisce la tenuta media del sistema mentre il consumo "preme" per orientarne le dinamiche, spingendo verso i necessari margini di innovazione presenti in ogni impresa industriale (Duffett, 2013). Se pensiamo a un meccanismo ricorrente del racconto seriale, il *what if?*, affermatosi inizialmente nel fumetto, in cui lo storytelling gioca a violare i propri statuti fondativi (esempio: cosa sarebbe accaduto se l'astronave dell'alieno Kal-El, ovvero Superman da piccolo, fosse atterrata in Unione Sovietica invece che negli Usa?), ci rendiamo conto che esso funziona nella misura in cui conferma la necessità di inserire ipotesi di racconto alternative nella catena seriale con lo scopo di rinnovarne l'appeal. Al pari di qualsiasi comparto dell'industria, anche sul versante della produzione culturale di massa vanno previsti margini di investimento sull'innovazione, laboratori in cui sperimentare variazioni sul tema che sostengano la continuità mitopoietica dell'immaginario.

Nell'orizzonte della cultura di massa, il *what if?* costituisce quindi la digressione funzionale alle regole interne di ripetizione, una violazione controllata del contratto tra i soggetti dello scambio comunicativo finalizzato al necessario slittamento del microcosmo narrativo. Del resto, la serialità rende possibile abitare l'immaginario complesso

della cultura di massa nella misura in cui si accetti che essa sia la prima cultura universale della specie poiché si adatta ai tempi accelerati della società industriale (Morin, 1962). Tenendo insieme l'eterogeneità di generi e linguaggi, la serialità ha regolato per quasi due secoli la vita culturale finché si è rimasti entro il perimetro delle comunicazioni di massa. Ma con la svolta digitale tutto cambia: per molti versi, assistiamo all'epocale *what if?* del sistema dei media.

Se dovessimo individuare la data in cui collocare l'inizio di questa nuova epoca della serialità, o della sua crisi storica, la scelta cadrebbe sull'8 aprile 1990: trasmessa in primetime dal network ABC, quel giorno andò in onda negli States la puntata d'apertura di una serie ideata da Mark Frost e David Lynch che avrebbe rivoluzionato il mondo della fiction (Manzocco, 2010; Sepinwall, 2012). Elaborata dagli sceneggiatori più anticonvenzionali della tv americana e affidata alla regia dell'autore forse più anomalo nel cinema di fine secolo, *Twin Peaks* si pone quale spartiacque tra due diverse età televisive: sebbene ancora interna alle strategie di broadcasting, in essa viene operata una radicale riformulazione dei linguaggi seriali procedendo attraverso una labirintica organizzazione del testo, tra dissoluzione di senso dei generi (già messi in crisi dall'avvento televisivo nell'economia dell'industria culturale) e riscrittura dei pattern narrativi finalizzata a spezzare la logica progressiva del racconto, rendendola circolare al punto di non contemplare lo scioglimento della trama.

La serie di Frost e Lynch ebbe un notevole impatto su critica e pubblico, evidenziando i mutamenti che investivano il sistema dei media alla fine del secolo breve. Intorno ai network tradizionali si manifestavano eventi destinati a esiti imprevisti: in primo luogo, il conflitto tra apparati produttivi cinematografici e televisivi procedeva per giravolte e accelerazioni, ridefinendo in maniera a tratti perfino nevrotica i rapporti di forza tra i due media, cosa che registrava i suoi effetti non solo sul piano economico ma anche su quello estetico; in secondo luogo, le modalità di distribuzione del prodotto audiovisivo si diramavano su uno spettro diversificato di opzioni tecnologiche: dalla tv via cavo al satellite, mutavano le condizioni originarie di modelli televisivi basati sulla tecnologia dell'emittenza e dunque sulla necessità di intercettare grandi masse di utenti per rendere conveniente l'impresa, con la conseguente messa a punto di grammatiche seriali atte a rendere il testo omogeneo al ciclo della merce e alla sua enunciazione.

Con le nuove tecnologie distributive, il pubblico tendeva invece a segmentarsi in *community* sempre più selezionate e individuabili, affrancando il linguaggio dalla necessità di essere trasversale alla moltitudine eterogenea degli spettatori. Ciò significava riconsiderare i dispositivi relazionali tra apparati e fruizione in maniera radicale, e la stessa idea di serialità andava globalmente ripensata. L'estetica delle tv-series, strutturata intorno alle interruzioni pubblicitarie, si trovava d'improvviso a poterne

fare a meno. Caso illuminante è *The Sopranos*, serie sviluppata da David Chase tra il 1999 e il 2007 per la HBO. Non dovendo rispondere agli inserzionisti pubblicitari, Chase ebbe modo di sperimentare tecniche di sceneggiatura libere dai tradizionali schemi di standardizzazione. Ne risultò una narrazione che nell'arco di 86 episodi vide una sceneggiatura funzionale non alla griglia del palinsesto, ma all'obiettivo di realizzare, episodio dopo episodio, la progressione funzionale del plot (Lusuardi, 2008; De Angelis & Garofalo, 2023). Sempre la HBO aveva avviato nel 1998 *Sex and the City*, iconica serie ideata da Darren Star e destinata a proliferare nel tempo tra sale cinematografiche e piattaforme digitali, in cui le tradizioni del linguaggio televisivo vengono smantellate dal protagonismo di quattro spregiudicate figure femminili, che esibiscono la propria sessualità senza i limiti lessicali che sarebbero stati ineludibili nel contesto generalista.

Se gli anni '90 hanno generato lo shock di una serialità che tendeva a distanziarsi dalle narrazioni della società di massa, orientandosi verso una rifunzionalizzazione digitale dei testi audiovisivi e del loro piano normativo, l'inizio del nuovo secolo registra l'avvento di una condizione post-televisiva legata alla rimediazione dei vecchi media nell'ecosistema della rete (Abruzzese, 1995). Alcuni effetti sono visibili nel processo di *piattaformizzazione* che investe i modelli di consumo, a partire dall'allargamento geopolitico di un mercato che tende a farsi planetario poiché ha definitivamente superato la dimensione naziona-

listica dei media di massa così come le tradizionali culture del racconto (Van Dijck, Poell & De Waal, 2018; Poell, Nieborg & Duffy, 2021).

Passare dal tempo collettivo dei media industriali a quello marcatamente personalizzato delle piattaforme produce la crisi definitiva delle vecchie forme seriali, espressioni di un mondo che si sposta rapidamente verso nuovi assetti della relazione costitutiva tra soggetti, media e società. Alcuni fondamenti tecnici e culturali della serialità tradizionale, è ovvio, permangono nella transizione, sebbene assai mutati dalle inedite finalità cui sono chiamati: dalle stagioni televisive composte da 24 episodi standard per aderire alla programmazione semestrale dei network, le tv-series si adeguano a "pezzature" ridotte poiché l'obiettivo non è più la collocazione temporanea in un palinsesto ma la disponibilità, per molti versi permanente, in un menù. Ne consegue che l'impatto provocato sulle forme testuali da *Twin Peaks* in avanti diviene leggibile nella produzione post-seriale, in cui la sperimentazione dei formati coincide con quella dei contenuti narrativi.

A fronte di un nuovo modello di consumo – di una ritualità non più di massa – le relazioni tra i media storici si riassettano in inedite connessioni, ad esempio riscrivendo la basica relazione tra letteratura e audiovisivo in termini nuovi, in cui il romanzo non deve più "adattarsi" alla ripartizione aristotelica del film per dipanarsi, invece, nella nuova temporalità di una serialità de-standardizzata, dunque attrezzata per accogliere in sé e restituire ai pubblici – sempre

più segmentati e competenti – le dinamiche di sviluppo di plot complessi che si diramano strategicamente non più all'interno di un solo linguaggio ma nell'interazione funzionale della transmedialità (Mittel, 2015; Bertetti, 2020; Ceccherelli & Ilardi, 2021). In questo spostamento delle prospettive e delle pratiche dell'immaginario, i tradizionali modelli seriali tramontano, sopravvivendo a volte nell'estetica della nostalgia che attrae un consumatore eclettico, portato a diramare la propria (o le proprie) identità in un reticolo mediale dove ci si orienta solo grazie a una profonda identificazione con la condizione transmediale delle catene narrative, un autentico rizoma di intrecci e figurazioni in cui il testo dismette qualsiasi ipotesi di chiusura per aprirsi su mondi inesplorati di possibilità.

Bibliografia

AA.VV. (2008). *La differenza seriale. Perché il racconto televisivo è oggi più avanti di quello cinematografico*, in "Script" n. 46/47, anno XVI, Dino Audino Editore, Roma.

Abruzzese, A. (1973). *Forme estetiche e società di massa. Arte e pubblico nell'età del capitalismo.* Venezia: Marsilio.

Abruzzese, A. (1979b). *Verso una sociologia del lavoro intellettuale.* Napoli: Liguori.

Abruzzese, A. (Ed.) (1984). *Ai confini della serialità*. Napoli: SEN.

Abruzzese, A. (1995). *Lo splendore della tv. Origini e destino del linguaggio audiovisivo*. Genova: Costa & Nolan.

Allen, R. & van der Berg, T. (Eds.). (2014). *Serialization in Popular Culture*. New York: Routledge.

Arnheim, R. (1944). The World of the Daytime Serial. In P.F., Lazarsfeld & F. Stanton(Eds). *Radio Research 1942-43*. New York: Duell, Sloane & Pearce, pp. 34-85

Arnheim, R. (1979). *Rundfunk als Hörkunst*. München: Carl Hanser Verlag; tr. it. (1987). *La radio e l'arte dell'ascolto*. Roma: Editori Riuniti.

Balló, J., & Pérez, X. (2005). *Yo ya he estado aquí: Ficciones de la repetición.* Barcelona: Editorial Anagrama; tr. it. (2007). *Io sono già stato qui. Fiction e ripetizione*. Napoli: Ipermedium.

Barbieri, D. (2016). Ripetizione rituale e sviluppo narrativo. *Between*, vol. VI, n. 11.

Benjamin, W. (1936). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*; tr. it. (1966). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica*. Torino: Einaudi.

Bertetti, P. (2020). *Che cos'è la transmedialità*. Roma: Carocci.

Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione: pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*. Milano: Franco Angeli

Bolter, J.D. & Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge, London: MIT Press; tr. it. (2002) *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini e Associati.

Brancato, S. (2010). *La forma fluida del mondo. Sociologia delle narrazioni audiovisive tra film e telefilm*. Napoli: Ipermedium.

Brancato, S. (Ed.) (2011). *Postserialità. Per una sociologia delle tv-series*. Napoli: Liguori.

Brancato, S. (2023). *Il feuilleton. Transiti dell'industria culturale dall'eroe al superuomo*. In G. Ragone & F. Tarzia (Ed.). *Storia e teoria della serialità. Vol. I – Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*. Milano: Meltemi, pp. 187-220.

Cardini, D. (2014). Il tele-cinefilo. Il nuovo spettatore della Grande Serialità televisiva. *Between*, IV (8).

Ceccherelli, A. & Ilardi, E. (2021). *Figure del controllo. Jane Austen, Sherlock Holmes e Dracula nell'immaginario transmediale del XXI secolo.* Meltemi: Milano.

De Angelis, F. & Garofalo, D. (2023). *The Sopranos*. Roma: Dino Audino.

Duffett, M. (2013). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fan Culture*. London: Bloomsbury.

Dupont, F. (1991). *Homère et Dallas. Introduction à une critique anthropologique*. Paris: Hachette; tr. it. (1993). *Omero e Dallas. Narrazione e convivialità dal canto epico alla soap-opera*. Roma: Donzelli.

Eco U. (1979). *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Milano: Bompiani.

Eco, U. (1985). *Sugli specchi e altri saggi. Il segno, la rappresentazione, l'illusione, l'immagine*. Milano: Bompiani.

Gottschall, J. (2012). *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*. Boston: Houghton Mifflin; tr. it. (2014). *L'istinto di narrare. Come le storie ci hanno resi umani*. Torino: Bollati Boringhieri.

Gray, J. & Lotz, A.D. (2012). *Television Studies*. Cambridge: Polity Press.

Havelock, E. A. (1963). *Preface to Plato.* Cambridge Massachusetts: Harvard University Press; tr. it. (1973). *Cultura orale e civiltà della scrittura. Da Omero a Platone*. Bari: Laterza.

Horkheimer, M. & Adorno, T.W. (1947). *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Amsterdam: Querido Verlag; tr. it. (1966). *Dialettica dell'Illuminismo*. Torino: Einaudi.

Lotz, A. (2007). *The television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press; tr. it. (2017). *Post Network. La rivoluzione della tv*. Roma: minimum fax.

Lusuardi, N. (2008). La differenza seriale. Quello che il cinema non sarà mai capace di raccontare. *Script*. N. 46/47, anno XVI, inverno-primavera, pp. 7-17.

Manzocco, R. (2010). *Twin Peaks. David Lynch e la filosofia*. Milano: Mimesis.

Mascio, A. (2014). La narrazione dell'attesa. Aspettative e attività delle audience nelle pause di programmazione delle serie tv. *Between*. 4(8).

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press; tr. it. (1994). *Oltre il senso del luogo. L'impatto dei media elettronici sul comportamento sociale*. Bologna: Baskerville.

Minganti, F. (1997). *Modulazioni di frequenza. L'immaginario radiofonico tra letteratura e cinema*. Pasian di Prato (UD): Campanotto Editore.

Mittel, J. (2015). *Complex Tv: The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. New York: New York University Press; tr. it. (2017). *Complex Tv. Teoria e tecnica dello storytelling delle serie tv*. Roma: minimum fax.

Morin, E. (1957). *Les stars*. Paris: Éditions du Seuil; tr. it. (1977). *I divi. Genesi, metamorfosi, crepuscolo e resurrezione delle star*. Milano: Garzanti.

Morin, E. (1962). *L'esprit du temps 1. Nevrose*. Paris: Édition Grasset &Fasquelle; tr. it. (2002). *Lo spirito del tempo*. Roma: Meltemi.

Ong, W. (1982). *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*. London and New York: Methuen; tr. it. (1986). *Oralità e scrittura. Le tecnologie della parola*. Bologna: Il Mulino.

Pescatore, G. (Ed.) (2018). *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie Tv*. Carocci, Roma.

Poell, Th., Nieborg, D.B. & Duffy B.E. (2021). *Platforms and Cultural Production*. Cambridge, London: Polity Press; tr. it. (2022). *Piattaforme digitali e produzione culturale*. Roma: minimum fax.

Ragone, G. & Tarzia, F. (Eds.) (2023). *Storia e teoria della serialità. Vol. I – Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*. Milano: Meltemi.

Ragone, G. (2023). *Serialità e media. Tracce per una teoria*. In G. Ragone & F. Tarzia (Ed.). *Storia e teoria della serialità. Vol. I – Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*. Milano: Meltemi, pp. 9-53.

Sepinwall, A. (2012). *The Revolution was Televised. The Cops, Crooks, Slingers, and Slayers Who Changed Tv Drama Forever*. New York: Gallery Books; tr. it. (2014). *Telerivoluzione. Da Twin Peaks a Breaking Bad, come le serie americane hanno cambiato per sempre la tv e le forme della narrazione*. Milano: Rizzoli.

Simmel, G. (1903). *Die Grossstädte und das Geistesleben*. Dresden: Koehler; tr. it. (1995). *Le metropoli e la vita dello spirito*. Roma: Armando.

Smolderen, Th. (2009). *Naissances de la bande dessinée. De William Hogarth à Winsor McCay*. Bruxelles: Les Impressions Nouvelles; tr. it. (2020). *Le origini del fumetto. Da William Hogarth a Winsor McCay*. Eboli (SA): Edizioni NPE.

Van Dijck, J., Poell, T. & De Waal, M., (2018). *The platform society: public values in a connective world*. New York: Oxford University Press; tr. it. (2019). *Platform society: valori pubblici e società connessa*. Milano: Guerini e Associati.

Yates, F.A. (1966). *The Art of Memory*. London: Routledge and Kegan Paul; tr. it. (1972). *L'arte della memoria*. Torino: Einaudi.

Zagarrio, V. (2004). *L'anello mancante. Storia e teoria del rapporto cinema-televisione*. Torino: Lindau.

Cinema classico e B-movie

Alfonso Amendola, Pietro Ammaturo[*]

1. *Un "B"reve sguardo d'insieme*

Il termine "B-movie" è ancora spesso usato per descrivere qualsiasi film a basso costo e allo stesso tempo come appellativo carico di connotazioni negative: a differenza delle loro controparti di serie A, il film di serie B era concepito come prodotto "usa e getta". Proprio come il lato B di un disco doveva essere ascoltato dopo le tracce principali, ma ciò non implicava che fosse di valore inferiore. Erano il fiore all'occhiello del cartellone, un riempitivo usato per arricchire un programma e creare una percezione di valore spettatoriale. Anche se non vincevano premi o il plauso della critica, la maggior parte dei film di serie B era comunque in grado di offrire soprattutto svago e divertimento. Alcuni si sono elevati al di sopra del loro status iniziale e sono diventati dei successi al botteghino

[*] Questo saggio è stato ideato ed elaborato congiuntamente dai due autori. Pietro Ammaturo si è più concentrato nella scrittura dei paragrafi 1 e 2, Alfonso Amendola nella scrittura dei paragrafi 3, 4 e 5.

o dei classici riconosciuti. Nel frattempo sono stati un importante terreno di formazione per attori, registi, scrittori e tecnici negli anni precedenti alla televisione e alle successive scuole di cinema.

La "fabbrica dei sogni" diventa, con la nascita di Hollywood e della standardizzazione dei generi, il motore della produzione seriale, che attraverso la catena di montaggio delle Major e delle Minor acquista maggiore consapevolezza dal punto di vista produttivo e soprattutto spettatoriale. Già a partire dai primi anni del '900, concentrandosi sul piano dei processi produttivi, dei risultati concreti e del consumo, il nascente "sistema" cinema lavora in senso di pre-serializzazione, ponendo poi le basi che ben presto avrebbero istituzionalizzato il "linguaggio" cinematografico vero e proprio.

Il cinema hollywoodiano, infatti, sarà lo snodo di una vera e propria rivoluzione: tutti i film che escono dai set hanno una diffusione mondiale con l'obiettivo, da parte delle case di produzione, di massimizzare il consumo dei propri prodotti attraverso una sorta di consenso di pubblico universale. Il cinema classico così si standardizza, puntando a creare film che producano enorme guadagno e plasmando dei veri e propri filoni narrativi, rappresentativi, estetici, spettatoriali. In tal senso i film seguono tutti lo stesso iter produttivo e una volta trovata una strada fertile, si realizzano opere diverse usando il richiamo di stessi set, stessi attori, stessi titoli. Questi film, realizzati con minore sforzo produttivo e definiti B-movie, nonostante abbiano già il loro percorso seminale nel periodo d'oro hollywoodiano, avranno diversi periodi di

maggiore ascesa in forte concomitanza con importanti rivoluzioni culturali, politiche, sociali.

In tal senso si deve necessariamente pensare a tutta la produzione degli anni '50 e delle piccole case di produzione (si pensi ad es. al caso della britannica Hammer) che, nella sempre più massiccia risposta alle ristrettezze imposte dal codice Hays, si ritrovano a dover fronteggiare (sia in positivo che in negativo per la sempre maggiore richiesta di prodotti in tempi brevi) la diffusione sempre più ampia dell'apparato televisivo e di una sorta di nuovo utilizzo di luoghi di visione, come i drive-in, dove i giovani cominciavano a riversarsi con la possibilità di poter vedere, a prezzi bassissimi, prodotti di diversa fattura e indirizzati verso quella tendenza definita *exploitation* (che sfugge ad una vera a propria definitiva catalogazione per via delle molteplici ramificazioni di sottogenere che ha contratto e di cui ad es. Roger Corman fu uno dei massimi rappresentanti).

Il rapporto tra cinema classico e B-movie quindi negli anni '50 e '60 entra in crisi profonda (con la nascita di riviste specializzate e del movimento denominato *New American Cinema*), portando a quello che poi tra la metà degli anni '60 e inizio anni '70 verrà denominato periodo della *New Hollywood*, caratterizzato da prodotti realizzati con mezzi limitati e con un forte legame con le diverse problematiche sociali, culturali ed economiche (la guerra in Vietnam, l'uso di droghe pesanti e leggere, la crescente consapevolezza di rottura con il "passato", la ramificata sempre maggiore diffusione della produzione porno).

Tutta questa produzione si riversa nei già citati drive in e nelle sale (più piccole ma con maggiore consapevolezza territoriale e di fruitori), dove il pubblico ormai era quasi già stanco dell'era televisiva e tendeva a cercare nuovi modi di rappresentazione della Realtà e delle narrazioni ad essa riferite. La produzione di B-movie sembra avere poi avuto una sorta di "nuova" rinascita non solo con la diversa diffusione dei supporti di riproduzione (prima le VHS, poi i DVD) e poi soprattutto di fruizione (si pensi allo streaming).

L'analisi del rapporto tra cinema classico e B-movie deve necessariamente quindi fondarsi su una precisa contestualizzazione storica, ma soprattutto concentrarsi sul contesto produttivo (in base alle importanti modifiche tecniche del mezzo in sé) e il suo impatto sul protagonista finale del film: lo spettatore.

2. *Problemi di identificazione e quadro storico*

Sottolineava Bazin, riferendosi al western (sorta di "ultra-genere" che probabilmente ha avuto il maggior numero di accavallamenti e produzioni di serie – dalla B alla Z - arrivando addirittura a trasformarsi in prodotto televisivo della più svariata natura, fino a diventare territorio prediletto pure dei videogames), che

> i film di serie B […] non cercano nessun alibi intellettuale o estetico. D'altronde forse la nozione di film di serie B è un po' discutibile, tutto

> dipende dal livello da cui si fa cominciare la lettera A. Diciamo più semplicemente che penso a delle produzioni francamente commerciali, senza dubbio più o meno onerose, ma che non cercano altrove che nella risonanza dell'interprete principale e nella solidità di una storia senza ambizioni intellettuali la loro giustificazione. […] Eppure c'è qualcosa che, se non avessimo su questi film alcun'altra indicazione di data, farebbe sì che non potremmo esitare a situarli nella produzione degli ultimi anni (Bazin, 1979: 261-271).

Quel qualcosa veniva identificato nel "sentimento, sensibilità, lirismo, sincerità e nel carattere romanzesco". Argomento spinoso quello dell'identificazione del B-movie, "territorio che costituisce uno dei grandi ventri molli della storia del cinema" (Rigoni, 1989). Incalza Tavernier quando specifica

> Raramente un termine è stato utilizzato così spesso e – oso dirlo senza temere il paradosso – così poco consapevolmente come quello di B-movie. A forza di essere proposto in tutte le salse, ciò che serviva per designare una particolarità della distribuzione americana ha finito col diventare una sorta di nozione più o meno astratta. Così, è stato possibile vedere dei film dalle sceneggiature ultraclassiche e di assoluta importanza in termini di budget e di mezzi di produzione considerati dei B-movies perché contenevano qualche scena d'azione o la storia aveva un sapore poliziesco (Tavernier, 1989).

Ma, oltre a un chiaro problema di incasellamento, il cinema di serie B intreccia, in maniera

diretta, la sua vicenda con un quadro storico-sociale ben preciso, legato in maniera strettissima a vicende economiche più che artistiche.

Quando la Grande Depressione avvolse gli Stati Uniti e gli ingressi in sala diminuirono di un terzo, molte delle circa 23 mila sale cinematografiche esistenti nel 1930, dalle case di quartiere ai "deluxers", furono costrette a chiudere i battenti (Rogers, 2017). Quelli che sopravvissero sperimentarono le proposte più disperate per attirare il pubblico, fino a includere spettacoli teatrali e numeri di vaudeville come parte dell'intrattenimento serale o le matinée gratuite per le signore. Ad avere, però, il maggiore impatto sull'industria fu il "doppio spettacolo", ovvero la proiezione di due film al prezzo di uno. Sebbene non si trattasse di una nuova strategia commerciale per gli imprenditori, essendo stata utilizzata in passato ogni volta che le entrate erano in calo, divenne una pratica quasi universale e nel 1935 l'85% delle sale cinematografiche americane programmava doppi spettacoli. Un tipico spettacolo di questo tipo durava tre ore o più e comprendeva due lungometraggi, corti animati, un cinegiornale e anteprime di nuovi film. I cinque grandi studios di Hollywood, ognuno dei quali possedeva una catena di cinema in quel periodo, trovarono particolarmente difficile soddisfare l'appetito, apparentemente insaziabile, degli spettatori per queste nuovi modelli di visione (Pitts, 1997).

La soluzione, quindi, consisteva nel fornire un film di prestigio a grande budget con un secondo film a basso costo. Il primo, etichettato

fin da subito come "A" collocato in cima al cartellone, avrebbe attirato il pubblico grazie a star importanti, sceneggiature di qualità e alti valori di produzione. Il secondo, il film "B" a basso costo, era divertente e scanzonato, di rapida realizzazione, più breve, che di solito utilizzava i set degli studios, ruotava intorno a una trama poco elaborata e rientrava in un genere identificabile produttivamente e spettatorialmente come "Western", "Comedy", "Gangster", "Horror", "Film Noir" ma anche precisi sottogeneri come "Newspaper", "Detective", "College", "Medical" o "Jungle" (Altman, 2004).

Spesso chiamati "cheapies", "quickies", "low-budget" o semplicemente "budget films", dall'inizio degli anni '30 fino a tutta la prima metà degli anni '50 questi film di serie B hanno giocato un ruolo importante a Hollywood, e circa il 75% delle pellicole realizzate solo negli anni '30 (ben oltre 4.000 film) possono rientrare in questa categoria.

I primi film di serie B sono stati prodotti sia dai principali studios hollywoodiani, alcuni dei quali hanno poi creato specifiche unità di serie B, sia da società più piccole specializzate in questo tipo di film. Si dimostrarono molto popolari e, a volte, ebbero un successo tale da essere trasformati in serie regolari: come la serie *Andy Hardy*, prodotta dalla MGM, che comprendeva 15 film dal 1937 al 1947; e la serie *Sherlock Holmes*, prodotta dalla Universal, che comprendeva 12 film dal 1941 al 1946. Mentre il film A veniva affittato alle sale per una percentuale sugli incassi, il

film B era noleggiato a una tariffa fissa che era più economica per la sala e produceva profitti più prevedibili. Negli anni '30, all'apice dell'"età dell'oro" di Hollywood (Gieri, 2009), ogni grande studio distribuiva in media un film ogni settimana dell'anno. I film a grande budget, tuttavia, erano un'eccezione, ed erano quelli di serie B a riempire i programmi di produzione e ad alimentare i motori della distribuzione e dell'esercizio, in modo che i dipendenti e le strutture degli studios potessero rimanere attivi tutto l'anno.

Sebbene il budget, la sceneggiatura, il calendario delle riprese e gli interpreti dettassero quali film sarebbero stati "B" per un grande studio, alcuni "B" si sono rivelati migliori degli "A" (Balio, 1995). Tuttavia, a prescindere dal budget modesto, i film di serie B non sono mai stati una produzione di scarso valore per gli studios più importanti. Le entrate costanti di questi prodotti facevano spesso la differenza tra profitto e perdita, soprattutto quando i film a grande budget di uno studio fallivano, e quindi i film di serie B venivano utilizzati come palestra per attori, registi, compositori e tecnici promettenti, molti dei quali sono diventati personalità e influenze importanti.

Non sorprende che questo periodo abbia visto anche l'emergere di piccoli studi indipendenti in cui i film "B" rappresentavano la quasi totalità della loro produzione. Tra i cosiddetti studi di serie B, che non disponevano di un proprio punto vendita, vi erano società come Mascot, Monogram, Grand National e Republic Pictures Corporation, il cui reparto sonoro

era così rinomato nell'industria da ricevere un premio tecnico speciale dall'Academy of Motion Picture Arts and Sciences nel 1945.

Infine, c'erano le società di produzione "Poverty Row" che riducevano al minimo le riprese in interni, affittando solo costosi spazi in studio da altre società quando necessario. Utilizzando molto materiale di repertorio che potevano ottenere per poco o nulla, spesso realizzavano film, come il sempre popolare western di serie B, in meno di una settimana con un budget inferiore a 8.000 dollari. Non era raro che questi cineasti veloci vendessero i loro film in pacchetti a piccoli esercenti indipendenti che si trovavano in zone rurali e che spesso cambiavano il cartellone due o tre volte alla settimana per attirare il pubblico. Di solito si trattava di sale che gli studios più importanti evitavano del tutto. Le compagnie di "Poverty Row" (termine che si riferiva a un'area geografica distinta di Hollywood) comprendevano anche la Lone Star Productions, nota soprattutto per aver prodotto una serie di 16 film western con John Wayne.

Ma la continua richiesta di doppi film portò tutte le major a produrre film di serie B. La maggior parte creò unità specializzate per questo compito, come quella guidata da Brian Foy (1896-1977) alla Warner Bros. negli anni '30 o l'unità Pine-Thomas alla Paramount negli anni '40. Le unità B consentivano inoltre alle major di mantenere attiva la loro forza lavoro e anche se i profitti derivanti dal noleggio dei B erano esigui, erano comunque continui e affidabili. Lo storico del cinema Brian Taves

ha sviluppato una vera e propria tassonomia, soprattutto legata ad aspetti economico-produttivi, dei film di serie B: i "programmers" delle major, i B-movie delle major, i B-movie delle compagnie minori e i quickies della Poverty Row. Data l'ampia gamma di prodotti di serie B, è impossibile caratterizzare i film di serie B senza considerare chi li produceva (Miller, 1973).

I "programmers" erano prodotti dalle major e, come indica il loro nome, potevano essere inseriti nella fascia A o B di un programma, a seconda delle esigenze del singolo cinema. Si trattava di produzioni realizzate con un modesto budget "B" che tuttavia attiravano un pubblico importante e incassi pari a quelli dei film "A": in parole povere una sorta di A minore o B maggiore. Questi film potevano essere pubblicizzati in cima o in fondo al cartellone di una sala cinematografica, ma di solito non ricevevano né una copertura importante da parte della stampa né il disprezzo della critica. Trattando spesso argomenti prestigiosi o insoliti, questi film "intermedi" venivano sovente utilizzati come vetrina per potenziali nuove star. Ad esempio, quelli realizzati dalla MGM come la serie *Hardy Family*, con Mickey Rooney o la serie *Dr. Kildare* mantenevano il brio e l'eleganza che caratterizzava il prodotto "A" della MGM (Rogers, 2017: 139-140). Negli anni '30, i budget per i programmatori dei grandi studios potevano variare da 100.000 a 500.000 dollari, in un'epoca in cui i film di serie A potevano variare da 200.000 a 1 milione di dollari, a seconda dello studio. Non era raro che

i programmers si sviluppassero a partire da film di serie A. *Tarzan l'uomo scimmia* (*Tarzan, the Ape Man*, W. S. Van Dyke, 1932) della MGM, interpretato dal nuotatore olimpico Johnny Weissmuller, presentava valori di produzione sfarzosi e fu un notevole successo per lo studio, mentre il sequel del film, *Tarzan e la compagna* (*Tarzan and His Mate*, Cedric Gibbons, 1934) era, se non altro, ancora più elaborato. Ma dopo le prime due uscite, la serie passò allo status di "programmers". Ad esempio, *Il figlio di Tarzan* (*Tarzan Finds a Son!*, Richard Thorpe, 1939) aveva una durata di novanta minuti, che gli consentiva di essere la prima o la seconda parte di un doppio spettacolo. La MGM realizzò il suo ultimo film della serie, *Tarzan a New York* (*Tarzan's New York Adventure*, Richard Thorpe, 1942), quando il produttore Sol Lesser (1890-1980) portò lo scimpanzé Cheetah e Weissmuller agli RKO Studios. Alla RKO, la serie si sviluppò come una serie B di successo. La maggior parte dei film di Tarzan alla RKO durava meno di ottanta minuti e diventava sempre più prevedibile. Dopo l'abbandono di Weissmuller nel 1948, la serie continuò a essere interpretata da Lex Barker e Gordon Scott fino al 1955, anno in cui Howard Hughes vendette lo studio alla General Tire and Rubber. Uno schema simile è riscontrabile nella storia dei film di Charlie Chan, iniziati alla Twentieth Century Fox e poi passati alla Monogram.

I programmers e i film di serie B dei grandi studi cinematografici hanno beneficiato dei vantaggi tecnici derivanti dalla produzione presso

MGM, Paramount, Warner Bros, Twentieth Century Fox e RKO (spesso indicati come i Big Five). A questi film venivano concessi tempo e cura nella produzione, con programmi di riprese lunghi fino a tre settimane e budget fino a diverse centinaia di migliaia di dollari. Inoltre, potevano avvalersi di elaborati set premontati e attori affidabili. Ad esempio, Glenda Farrell e Barton McLane sono stati per molti anni volti familiari in ruoli da caratteristi nei film della Warner. I due furono accoppiati ed elevati a ruoli principali per sette dei nove film della serie di Torchy Blane, a partire da *Smart Blonde* del 1936.

Inutile dire che le major hanno prodotto alcuni dei migliori film di serie B. Poiché la posta in gioco era minima, i produttori avevano spesso più libertà e dovevano sopportare meno controlli rispetto alle loro controparti di serie A. Nel 1942 la RKO assunse lo story editor Val Lewton (1904-1951), già collaboratore di Selznick, per produrre una serie di film horror a basso costo. Le opere che ne risultarono, piccole gemme letterate, piene di un'atmosfera di terrore, sono ampiamente considerate tra i migliori film di serie B mai realizzati come *Il bacio della pantera* (*Cat People*, 1942), *Ho camminato con uno zombie* (*I Walked with a Zombie*, 1942) e *L'uomo leopardo* (*The Leopard Man*, 1943) tutti diretti da Jacques Tourneur e con budget inferiori a 150.000 dollari. Dietro ai titoli (più o meno) allusivi, si nascondevano storie di ansia sessuale, disfunzioni familiari e paranoia urbana, ad esempio la storia di una giovane donna che teme di trasformar-

si in una bestia (soprattutto, andando contro il codice Hayes, quando è eccitata sessualmente) divenne un successo a sorpresa per la RKO.

Se la produzione di film di serie B era importante per le Big Five, era fondamentale per le piccole major, Universal e Columbia. Entrambi gli studi producevano film di serie A, ma erano i western e gli horror di serie B a costituire il loro pane quotidiano. La Universal produsse dozzine di western di serie B, e i film horror che diedero allo studio la sua identità nei primi anni '30 furono relegati negli anni '40 a budget di serie B e a star di secondo piano: *The Mad Ghoul* (1943) con George Zucco, *Son of Dracula* (1943) con Lon Chaney Jr. e *House of Horrors* (1945) con Martin Kosleck. I film di serie B costituivano quasi il 70% della produzione della Columbia alla fine degli anni '30. Come i film di serie B prodotti dagli studi Big Five, anche quelli della Universal e della Columbia erano occasionalmente in grado di superare i loro limiti.

Le società B più piccole erano dominate da tre società con una produzione significativa durante gli anni '30 e '40: Monogram, Republic e Producers Releasing Corporation (PRC).

Nel 1929 W. Ray Johnston e Trem Carr trasformarono la loro Rayart Pictures in Monogram, con uno studio di produzione e un sistema di distribuzione nazionale. Monogram sfruttò con successo la tendenza del doppio film realizzando film di serie B economici ed efficienti e, oltre ai western con Buck Jones e Ken Maynard, produsse decine di film di Charlie Chan (avendo

rilevato la serie dalla Fox). Anche film basati sui fumetti e una serie di film horror con Bela Lugosi, insieme a melodrammi (*Black Market Babies*, 1945), film ambientati nella giungla (*Call of the Jungle*, 1944) e occasionali musical.

Nonostante la sua concentrazione su film a basso budget, la Republic Pictures si distinse per i suoi valori di produzione relativamente raffinati per uno studio di serie B. Probabilmente sono stati realizzati più western di qualsiasi altra casa di produzione (con le star Gene Autry e Roy Rogers) e la Republic ne ha prodotti la maggior parte, caratterizzata da una cura estrema per la fotografia e da una trama ricca di azione. La compagnia vantava un'apprezzata unità di effetti speciali e la migliore scuderia di stuntman del settore, guidata da Yakima Canutt (1896-1986). I principali punti di differenziazione dei loro western erano solo il nome del cowboy protagonista, il fatto che cantasse o meno e il colore del suo cavallo (Lewis, 2002).

La Producers Releasing Corporation (PRC) fu fondata da un ex manager della borsa del cinema, Ben Judell, nel 1939. La prima uscita della PRC fu *Beasts of Berlin* (1939), uno dei primi film drammatici a trattare la Germania di Hitler, oltre che numerosi western, mistery, film horror e anche alcuni musical e film in costume. Sam Newfield diresse così tanti film per la PRC - più di cinquanta nel corso di sette anni - che utilizzò diversi pseudonimi oltre al proprio nome.

Infine, c'erano delle compagnie minori che esistevano ai margini dell'industria cinemato-

grafica e che producevano i quickies di Poverty Row. Se i film della Monogram e della PRC sembravano spesso scadenti, i quickies erano il cosiddetto fondo del barile. Generalmente realizzati per meno di 25.000 dollari e in meno di una settimana, i film prodotti da società come Empire, Peerless, Puritan e Victory erano mal girati e spesso rasentavano l'incoerenza.

I B-movie hanno rappresentato un terreno di formazione per molti, a dimostrazione della estrema complessità produttiva e di consumo: attori, sceneggiatori e registi talentuosi e versatili sono apparsi sia nei film di serie A che in quelli di serie B nel corso della loro carriera, fluttuando da una parte e dall'altra, mentre altri, particolarmente bravi ad adattarsi a questo mezzo restrittivo, hanno avuto carriere di grande successo lavorando esclusivamente nei film di serie B. Questi artigiani talentuosi ma non celebrati, in grado di realizzare un prodotto di qualità nonostante i vincoli imposti dal tempo e dal budget, erano molto apprezzati dagli studios che spesso li pagavano generosamente. Come sottolinea Brian Taves

> il prestigio dello studio si basava sulla qualità dei suoi B e dei suoi A, con la frequente speranza che un B potesse risultare abbastanza buono da essere pubblicato come A (Balio, 1993: 324).

Ad esempio Leigh Brackett e Carl Foreman sono stati tra gli sceneggiatori che hanno scritto per i film di formula prima di arrivare a realizza-

re le sceneggiature di *Il grande sonno* (*The Big Sleep*, Howard Hawks, 1946) o *Mezzogiorno di fuoco* (*High Noon*, Fred Zinnemann, 1952). Registi come Edward Dmytryk, Robert Wise, Anthony Mann e Fred Zinnemann si sono fatti le ossa con film di serie B prima di passare alla lista A di Hollywood. Tra i giovani interpreti che hanno affinato il loro mestiere nei film di serie B e che sono diventati grandi star ci sono Humphrey Bogart, Rita Hayworth, John Wayne, Anthony Quinn, Ava Gardner, Jane Wyman, Jack Nicholson e Susan Hayward, solo per citarne alcuni. I film di serie B sono stati anche un rifugio per gli attori che non erano più apprezzati dal pubblico. Interpreti un tempo popolari come Neil Hamilton, Clara Kimball Young, Harry Langdon, Kay Francis ed Erich von Stroheim si ritrovarono a lavorare nei film di serie B molto tempo dopo che la loro popolarità era svanita (Dyer, 1979).

Mentre la maggior parte degli operatori del settore aspirava a lavorare a film di serie A, molti si specializzarono in film di serie B. Alcuni registi, come Robert Florey, Joseph H. Lewis, Joseph Kane, Phil Karlson, Arthur Lubin, Edgar G. Ulmer e William Witney, potevano contare su un lavoro minimamente competente - e a volte straordinario - con un budget limitato. Altri, come William ("One Shot") Beaudine, Reginald Le Borg, Sam Newfield, Phil Rosen e Jean Yarbrough, erano innegabilmente prolifici ma più professionali, se non addirittura privi di ispirazione. Produttori come Sam Katzman fecero carriera nei film di serie B e numerosi divi si affermarono e

mantennero la loro fama, comprese star western come Tim McCoy, Bob Steele, Charles Starrett, Johnny Mack Brown, Allan "Rocky" Lane, Bill Elliott e Lash LaRue, per non parlare delle loro spalle come George "Gabby" Hayes, Al "Fuzzy" St. John e Smiley Burnette.

3. *Questioni di stile*

Così come i budget dei film di serie B coprivano un ampio spettro, il loro aspetto e atmosfera spaziavano dal sofisticato all'incoerente. Tecniche come l'illuminazione, la fotografia e il montaggio sono state adattate e spesso reimmaginate in modo innovativo nei film di serie B, permettendo di sviluppare uno stile unico e contribuendo alla diversità del cinema americano: molte misure di risparmio sui costi sono state impiegate nella produzione per risparmiare tempo e denaro, la maggior parte delle quali sono evidenti sullo schermo: riprese day-for-night (riprese diurne che impiegano filtri e/o sottoespongono il film per simulare la notte), un gran numero di scene di repertorio e riprese ripetute. Piuttosto che riprendere i dialoghi come una serie di complesse combinazioni di inquadratura - ripresa sulla spalla di un attore, poi sull'altra - che richiede più set-up e tempo nella sala di montaggio per assemblare il filmato, i registi dei B-movie girano le scene di dialogo inquadrando tutti gli attori uno di fronte all'altro (ma girati leggermente verso la telecamera). La conversa-

zione si svolge in un'unica ripresa estesa, eliminando efficacemente il tempo necessario per ulteriori configurazioni e il montaggio necessario per ottenere combinazioni campo e controcampo. Le riprese in movimento sono solitamente ridotte al minimo a causa della spesa e del tempo necessari per montarle. Come risultato di questi fattori, la maggior parte dei film di serie B ha una qualità relativamente statica. Staticismo che si trasferisce anche alla recitazione. A causa dei brevi programmi di riprese, le performance nei film di serie B appaiono spesso esitanti e legnose rispetto a quelle più fluide e naturalistiche dei film A. Le scene di combattimento sono mal coreografate e si impiegano riprese ingegnose e messa in scena: i film di serie B diventano estrema dimostrazione di come possa "spogliarsi" lo stile classico di Hollywood.

Ma quale è stata l'influenza di questi prodotti sul contesto collettivo? Mentre il cinema americano classico ha stabilito lo standard del settore, i film di serie B hanno svolto un ruolo fondamentale nello spingere i confini ed esplorare temi non convenzionali. Registi e scrittori che hanno iniziato la loro carriera nei film di serie B a volte hanno portato le loro idee innovative e tecniche di narrazione nel mainstream, sfidando le norme tradizionali del cinema classico. Un esempio notevole è il genere del film noir. Molti dei suoi elementi, come la cinematografia oscura e lunatica, i personaggi moralmente ambigui e le narrazioni complesse, possono essere ricondotti ai film di serie B e alla fine hanno trovato la loro strada

nel cinema classico, portando all'emergere di film iconici come *La fiamma del peccato* (*Double Indemnity*, Billy Wilder, 1944) e *Il falcone maltese* (*The Maltese Falcon*, John Huston, 1941).

4. *Dopo la B*

Ma cosa accade se un film raggiunge ulteriori declinazioni produttive? Se i B-movie diventano fondativi (e forse più) di quelli di seria A come cambiano le classificazioni (se data la situazione produttiva attuale si può ancora parlare di etichettatura)? I termini "C-movie" e "Z-movie" rappresentano progressivamente i gradi più bassi della categoria B-movie.

Nel 1980, con la crescita della televisione via cavo, il grado C è stato applicato più frequentemente ai film di genere di bassa qualità utilizzati come riempitivo per quel mercato. La "C" in questo termine svolge un doppio ruolo, riferendosi non solo alla qualità inferiore a "B", ma anche alla lettera C che si trova sul cavo televisivo. Si tratta di film girati in economia e di bassa qualità, seguendo lo stile dei prodotti di fantascienza degli anni 1950-60, evidenziandone le carenze. Ad aiutare a diffondere il concetto di C-movie è stata la serie *TV Mystery Science Theater 3000* (1988-1999), che è andata in onda sui canali via cavo nazionali (prima Comedy Central, poi SF Channel) dopo il suo primo anno (testimone di una rielaborazione interessante: tramite una raccolta fondi on line, infatti, è stata riproposta

interamente sulla piattaforma Netflix). La rapida espansione delle trasmissioni via cavo e satellitari di nicchia come Sci Fi (Sci Fi Pictures) e i canali di genere della HBO negli anni 1990 e 2000 hanno aperto un mercato moderno per i C-pictures: film di genere a basso budget che non vengono mai distribuiti nelle sale cinematografiche.

Il termine Z-movie è talvolta usato per caratterizzare film a basso budget che cadono ben al di sotto degli standard di qualità della maggior parte dei film B o C, presentando spesso contenuti violenti, cruenti o sessuali e un interesse artistico minimo. La maggior parte dei cosiddetti film Z operano ai margini dell'industria cinematografica commerciale e sono realizzati con budget molto piccoli. I film di Ed Wood come *Glenn or Glenda* (1953) e *Plan 9 from Outer Space* (1959) (quest'ultimo spesso citato come uno dei peggiori film di tutti i tempi) è l'epitome del classico Z-movie.

La crescente industria televisiva che invase le case americane dopo il secondo conflitto mondiale spostò in maniera significativa gran parte della produzione dei B-movie. Come le loro controparti radiofoniche, le giovani reti televisive si concentrarono sugli spettacoli dal vivo, mentre i telefilm potevano essere replicati numerose volte con la possibilità di mettere in scena sequenze d'azione molto più facilmente. Molti professionisti dei B-movie si spostarono al nuovo medium. Le tecniche di produzione dei film di serie B sono state il modello naturale per la produzione cinematografica televisiva. La

creazione di una divisione di produzione televisiva alla Warner Bros. "ha richiesto allo studio di resuscitare la sua tradizione di produzione di B-movie e riorganizzarsi per operare con budget appena adeguati anche su Poverty Row" (Anderson, 1994: 172). Ciò significava budget e programmi di produzione limitati, il riciclaggio di storie e sceneggiature e uso massiccio di riprese di repertorio.

Le cineteche delle compagnie di Poverty Row sono state tra le prime a comparire in televisione, consentendo alle stazioni televisive di riempire la loro giornata di programmazione: una nuova generazione è stata esposta ai piaceri semplici e all'arte occasionale dei film di serie B attraverso il mezzo video. Oggi i B-movie continuano a riempire le ore sulle reti televisive via cavo dedicate a film classici, western e mistery, così come gli scaffali dei negozi di video e DVD.

Dal punto di vista produttivo, anche il medium televisivo ha subito una sorta di mutamento da prodotti elitari a prodotti che rientrano nella grande categoria definibile come B-TV, che imposta apertamente la struttura dei programmi al fine di stabilizzare e "trattenere" la fedeltà del pubblico, trasmettendo reality show, giornalismo sensazionale, soap opera, programmi di infotainment, talk show, game show e soft porn.

> Gli spettacoli televisivi sono propaggini della pubblicità e sono fuorvianti, irrilevanti, frammentari o superficiali, falsi. Si produce un tipo di informazione che non può essere propriamente

> chiamata informazione, creando l'illusione di sapere qualcosa, ma in realtà ti impediscono di saperlo. […] la pubblicità televisiva moderna spesso sceglie di rafforzare la fedeltà al marchio piuttosto che promuovere i prodotti. Questo approccio di marketing inverso viene utilizzato dalle emittenti televisive per promuovere sé stesse. […] Tre sono i principi specifici per guadagnare e mantenere quote di mercato: catturare l'attenzione del pubblico, stabilire un coinvolgimento emotivo con il pubblico e mantenere l'interesse del pubblico. (Schumacher, Schoen & Mattson, 1999: 154-155).

L'ulteriore sviluppo di questo approccio ha portato alla produzione di reality show televisivi che creano nuove realtà intervenendo direttamente nella vita reale dei partecipanti. Una strategia per creare fedeltà del pubblico attraverso sensazioni emotive è quella di favorire

> argomenti di sesso e crimine, adottando stili di commento altamente emotivi, estetica delle clip e accompagnamento musicale preso in prestito dal genere del film poliziesco (Schumacher, Schoen & Mattson, 1999: 158).

5. *La fine e di nuovo l'inizio*

Nel 1980 il fenomeno dei B-movie cominciò a declinare. Il pubblico americano si stava abituando sempre di più a film spettacolari e grandi produzioni con effetti speciali. Tuttavia, la produzione di B-movie continuò con la distribuzione Home Video. I produttori, infatti,

vendevano i loro prodotti direttamente a catene come Blockbuster o a stazioni televisive via cavo che trasmettevano 24 ore al giorno e avevano bisogno di contenuti per riempire i palinsesti pomeridiani e notturni. Nel 1990, il costo di produzione di un film negli Stati Uniti è aumentato drammaticamente.

Il fenomeno del B-movie americano fu gradualmente sostituito da film indipendenti che preferivano uno stile più intellettuale, d'autore e meno commerciale. Un cinema indipendente spesso anche citazionista e pulp come il fenomeno di Quentin Tarantino, esploso in quegli anni con i progetti low budget *Le iene* (*Reservoir Dogs*, 1992) e *Pulp Fiction* (1994) (Jullier, 1997). Un altro fenomeno americano che riguarda i B-movie è quello delle "proiezioni di mezzanotte": film horror e veri eventi speciali dedicati ad un pubblico più giovane. Eventi che hanno portato a straordinari successi di piccoli film horror a basso costo, come *Eraserhead* (David Lynch, 1977), *Halloween-La notte delle streghe* (*Halloween*, John Carpenter, 1978) o *The Blair Witch Project* (Daniel Myrick, Eduardo Sánchez, 1999). Questi ultimi due, così come molti prodotti nati come di serie B, consentono una ulteriore riflessione: seppur realizzati a volte con estremi sforzi (auto)produttivi, materiale scadente, cast (tecnico e artistico) al lumicino, diventano, grazie alla proiezione notturna o su VHS o tramite passaparola, dei veri "casi". *The Blair Witch Project*, ad esempio, ha portato ben presto a una risemantizzazione del film, serializ-

zandosi e brandizzandosi, con i diversi sequel, prodotti con maggiori sforzi economici, che hanno ottenuto un risultato sicuramente inatteso: il primo film, chiaramente B, ha incassato più degli A, quelli realizzati con e per maggiore introito e diffusione. Un altro caso simile è riscontrabile nel recentissimo fenomeno *Paranormal Activity*, rifatto completamente, identico, con effetti computerizzati che ne hanno allontanato sicuramente il fascino orrorifico dell'originale. La capacità dei B-movie inoltre è quella di mischiare, senza nessun tipo di regola fissa, i generi. Si pensi a *The Blues Brothers* (John Landis, 1980) che si maschera da musical e che contiene una sottotrama metaforica di alto spessore, giocando e spaziando da genere a genere. Il caso del film diretto da Landis può farci riflettere, insieme al già citato *Eraserhead* e a un altro film emblematico come *Donnie Darko* (Richard Kelly, 2001), sulla capacità di alcuni film (soprattutto di serie B) di "trasformarsi" in cosiddetti "cult-movie": film che seppur nella loro gestazione produttiva e realizzativa virano verso prodotti di serie inferiore alla A, sono comunque considerati prodotti seminali (Telotte, 1991; Giori, 2001).

Con l'arrivo della tecnologia digitale e della distribuzione su internet, i film indipendenti e di genere a basso costo si sono moltiplicati: si stima che ogni anno nel mondo vengano prodotti oltre cinquemila piccoli film a basso budget. Dall'inizio degli anni 2000 il concetto di B-movie è scomparso, sostituito da quello di film indipendente, senza una chiara distinzione tra film d'autore e film

commerciali. Il regista indipendente del nuovo millennio ha infatti a disposizione tutti gli strumenti necessari per realizzare un film con pochissimi mezzi, con l'ausilio di fotocamere digitali che generano immagini di altissima qualità paragonabile alla pellicola 35 mm e software di editing che permettono un controllo totale di video e suono. Alcuni registi indipendenti scelgono la strada dei film di genere inseguendo il successo commerciale e professionale; altri sfruttano la possibilità di realizzare piccoli film a basso costo per creare vere e proprie opere d'arte, anch'esse diverse dalla precedente concezione dei film d'autore. Sono film che si liberano dalla struttura tipica del prodotto cinematografico e dalla percezione dell'intrattenimento per attraversare videoarte, riflessione filosofica e poesia. La tecnologia digitale e la distribuzione underground su internet sono oggi il terreno più fertile per creare film sperimentali, alla ricerca di nuovi linguaggi d'avanguardia.

Il rapporto tra il cinema classico americano e il B-movie è complesso e sfaccettato. Mentre il cinema classico ha stabilito gli standard del settore e ha rappresentato l'apice del cinema americano, i film di serie B hanno offerto un parco giochi creativo per la sperimentazione e l'innovazione. L'influenza tra queste due forme di cinema era reciproca, ognuna delle quali contribuiva all'evoluzione e alla diversificazione del cinema americano. In retrospettiva, diventa evidente che la coesistenza e l'interazione del cinema americano classico e dei film di serie B ha arricchito e permesso l'esplorazione di una vasta gamma di generi, tecniche di narra-

zione e stili visivi. Questa relazione simbiotica sottolinea l'importanza sia del cinema classico che dei film di serie B nel plasmare la storia del cinema americano, rendendoli componenti essenziali del più ampio arazzo cinematografico. In tal senso il prodotto cinematografico di serie B se da un lato può diventare un nuovo prodotto capace di generare profitto andando contro la sua stessa natura produttiva, dall'altro lato diventa il più adatto per il recupero dell'immaginario di cui si nutre voracemente il cinema postmoderno. In tal senso, emblematico appare il caso di Quentin Tarantino. Nel suo *C'era una volta a…Hollywood* (*Once Upon a Time in Hollywood*, 2019) ad esempio il personaggio interpretato da Leonardo Di Caprio è proprio un attore costretto a deviare la propria carriera sul cinema di seconda serie. La tematica dei B-movie, non solo americani ma anche e soprattutto italiani, per Tarantino è iconograficamente fondamentale: non si tratta solo di riuscire a incasellare quella immagine o quel nome in un determinato contesto. Non è una gara a indovinare l'ultima citazione. È invece un modo per miscelare e confondere ancora di più lo spettatore, pluristratificando l'opera filmica, rendendola talmente densa e pregna di rimandi da crearne delle visioni alternative e, perché no, inedite. Tra struttura narrativa, temporalità, logiche produttive, tematiche, dimensioni della fruizione il cinema "classico" e i "B-movie" nella serialità contemporanea si fondono assieme e possiamo leggere importanti capitoli filmici come radici-matrici di riferimento del processo seriale contemporaneo (Amendola, Barone & Troianello,

2019; Barra, 2020; Brancato, 2011; Cardini, 2004; Dusi & Griffagnini, 2020; Innocenti & Pescatore, 2008; Ragone & Tarzia, 2023).

Certo, con l'affievolirsi dell'abitudine settimanale di "andare al cinema" l'economia della produzione cinematografica passa da una priorità alla quantità e al consumo a un accento sulla qualità e sull'individuazione del prodotto. Il calo delle presenze ha eroso la fiducia nei prodotti di serie B: i film destinati semplicemente a riempire una fascia di programmazione non erano più redditizi senza la garanzia di un pubblico settimanale. Questi fattori, insieme alla diminuzione dell'applicazione del Codice di produzione, all'imposizione dei prodotti B televisivi e alla composizione sempre più giovanile del pubblico, portarono a un'esplosione di nuovi generi.

In che modo allora il B-movie può diventare stimolante strumento per scandagliare un ulteriore aspetto della società? La risposta, in parte, può essere suggerita da Roger Corman, che alla domanda "Che cos'è un B-movie?" in una intervista curata da Enrico Deaglio nel 2016 risponde:

> È un altro modo di stare nella società, ed è stato una conquista democratica. Il termine viene dagli anni '30, dal periodo della depressione. […] rimase come sinonimo di film fatto con poco, ma nello stesso tempo popolare, fresco, volgare, ma anche d'avanguardia.

Lavorare quindi attraverso un linguaggio nuovo, fresco, che incontra gli umori della società,

affamata di prodotti che seppur realizzati in gran numero e con mezzi modesti permettevano una evasione senza nessun tipo di censura, sfiorando continuamente il limite del "non detto". Una sorta di sperimentazione non solo pratica (attraverso, ad esempio, l'utilizzo di materiale preso da altri set e adattato all'occorrenza, o un sapiente uso della fantasia ma soprattutto della tecnica cinematografica), ma anche narrativa e che, tornando a Corman, ha anche un aspetto fortemente politico, legato a un certo riscatto di determinate fasce sociali, come i disoccupati, i ladri, i senzatetto, le prostitute, gli operai sottopagati.

Prodotti che indagano strati, umori e gerarchie della società, riscuotendo un favore di pubblico soprattutto per la sua forte componente sociale:

> La sua tendenziale spinta verso il successo dovrebbe portare a cogliere gli umori, gli interessi e i valori più diffusi, mentre l'effettivo conseguimento del successo da parte di alcuni film dovrebbe caratterizzarli nel ruolo di sintomi esemplari di situazioni sociali (Bettetini, 1991: 754).

Cinema che lavora non solo su un preciso riuso di un immaginario preesistente ma anche capace di delinearne di nuovi, in un continuo rincorrersi di immagini e trame che hanno creato delle vere e proprie culture sociali ex novo. Insomma, il B-movie può avere una forte funzione sperimentale grazie alla sua capacità di offrire significativi margini di sperimentazione dell'immaginario e della forma cinematografica, può rappresentare

una fonte di innovazione e creatività. Uno degli aspetti più interessanti è la sua libertà di esplorare argomenti, trame insolite, ambientazioni uniche, personaggi e tematiche che spesso vengono trascurati dai film mainstream. Infatti molti B-movie – nelle pieghe composite della sua estetica - affrontano temi sociali, politici o culturali in modo audace, sfruttando spesso l'elemento dello shock o della provocazione E tutto questo può consentire una spinta espressiva per una serie di esperimenti formali e visivi. In sintesi, nonostante la sua natura di produzione di basso costo, il B-movie ha decisamente una funzione sociale importante nel complessivo panorama cinematografico.

Ma queste sono altre (serie di) storie.

Bibliografia

Altaman, R. (2004). *Film/genere*. Milano: Vita e Pensiero.

Amendola, A., Barone, L. & Troianiello N. (2019). *Seriality Across Narrations, Languages and Mass Consumption: To Be Continued…* Newcastle: Cambridge Scholars Pubblishing.

Anderson, C. (1994). *Hollywood TV: The Studio System in the Fifties*. Austin: University of Texas Press.

Alonge, G. & Carluccio, G. (2006). *Il cinema americano classico*. Bari: Laterza.

Balio, T. (Ed.) (1995). *Grand Design. Hollywood as a Modern Business Enterprise, 1930-1939.* Berkeley: University of California Press.

Barra, L. (2020). *La sitcom. Genere, evoluzione, prospettive*. Roma: Carocci.

Bazin, A. (1961). *Qu'est-ce que le cinéma*. Paris: Ed. du Cerf; tr. it. (1979). *Che cosa è il cinema?* Milano: Garzanti.

Bordwell, D. (2019). *Reinventing Hollywood. How 1940s Filmmakers Changed Movie Storytelling*. Chicago: University of Chicago Press.
Brancato, S. (2003). *La città delle luci. Itinerari per una storia sociale del cinema*. Roma: Carocci.
Brancato, S. (2001). *Introduzione alla sociologia del cinema*. Roma: Luca Sossella Editore.
Brancato, S. (2011). *Postserialità. Per una sociologia delle tv-series. Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*. Napoli: Liguori.
Burch, N. (1991). *La lucarne de l'infini. Naissance du langage cinématographique*. Paris: Nathan Université; tr. it. (2021). *Il lucernario dell'infinito. Nascita del linguaggio cinematografico*. Imola: Cue Press.
Cardini, D. (2004). *La lunga serialità televisiva. Origini e modelli.* Roma: Carocci.
Costa, A. (2011). *Saper vedere il cinema*. Milano: Bompiani.
D'Alessandro, A. (1984). *La serialità nel cinema e nella televisione*. Roma: Lucarini.
D'Angelo, F. & Vecchi, P. (Eds.) (1989). *B-Movie. Cinema americano di serie B e dintorni*. Firenze: La casa Usher.
Dusi, N. & Grignaffini, G. (2020). *Capire le serie tv. Generi, stili, pratiche.* Roma: Carocci.
Dyer, R. (1979). *Stars*. London: BFI Publishing; tr. it. (2009). *Star*. Torino: Kaplan.
Gieri, M. (2009). *Cinema. Dalle origini allo studio system (1895-1945)*. Roma: Carocci.
Giori, M. (2001). *I cult movie*. Como: Xenia.
Gomery, D. (1986). *The Hollywood Studio System*. New York: St. Martin's Press.
Innocenti, V. & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi.* Brescia: Archetipo Libri.
Jullier, L. (1997). *L'écran postmoderne. Un cinéma de l'allusion e du feu d'artifice*. Paris: L'Harmattan; tr. it. (2006). *Il cinema postmoderno*. Torino: Kaplan.

King, G. (2002). *New Hollywood Cinema: An Introduction*. New York: Columbia University Press; tr. it. (2004). *La nuova Hollywood. Dalla rinascita degli anni Sessanta all'era del blockbuster*. Torino: Einaudi.

La Polla, F. (1978). *Il nuovo cinema americano 1967-1975*. Venezia: Marsilio.

Lewis, J.C. (2002). *White Horse, Black Hat: A Quarter Century on Hollywood's Poverty Row*. Lanham: Scarecrow Press.

McCarthy, T. (1975). *Kings of the Bs: Working within the Hollywood System*. New York: Dutton.

Miller, D. (1973). *B Movies: An Informal Survey of the American Low-Budget Film, 1933–1945*. New York: Curtis.

Moine, R. (2005). *I generi del cinema*. Torino: Lindau.

Morin, E. (1956). *Le Cinéma ou l'Homme imaginaire*. Paris: Éditions de Minuit; tr. it. (2016). *Il cinema o l'uomo immaginario*. Milano: Raffaello Cortina Editore.

Morin, E. (1957). *Les stars*. Paris: Seuil; tr. id (2021). *Le star*. Imola: Cue Press.

Pitts, M. R. (1997). *Poverty Row Studios. 1929-1940: An Illustrated History of 53 Independent Film Companies with a Filmography for Each*. Jefferson, NC: McFarland.

Pravadelli, V. (2019). *Dal classico al postmoderno al global. Teoria e analisi delle forme filmiche*. Venezia: Marsilio.

Ragone, G. (2015). Radici delle sociologie dell'immaginario. *Mediascapes journal* (4), pp. 63-75.

Ragone, G. & Tarzia, F. (2023). *Storia e teoria della serialità. Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta* (Vol. 1). Milano: Meltemi.

Rieupeyrout, J. L. (1953). *Le western ou le cinéma américain par excellence*. Paris: Ed. Du Cerf; tr. it. (1957). *Il western ovvero il cinema americano per eccellenza*. Bologna: Cappelli.

Rogers, M. (2017). Remaking the B Film in 1940s Hollywood: Producers Releasing Corporation and the Poverty Row Programmer. *Film History*, (29-2), pp. 138–164.

Schumacher, H., Schoen, K. & Mattson, M. (1999). From the True, the Good, the Beautiful to the Truly Beautiful Goods. Audience Identification Strategies on German "B-Television" Programs. *New German Critique* (78), pp.152–160.

Slide, A. (2013). *The New Historical Dictionary of the American Film Industry*, New York: Routledge.

Telotte, J. P. (1991). *The Cult Film Experience: Beyond All Reason*. Austin, TX: University of Texas Press.

Trash. La serialità dello scarto

Stefano Brilli

Friederike Kempner (1828 - 1904) è tra le poetesse di lingua tedesca più stampate e lette di sempre. Per avere un'idea del fenomeno basti pensare che, mentre le opere di Goethe in vita raggiunsero la quinta edizione, la raccolta delle poesie di Kempner arrivò all'ottava ristampa prima della sua morte (Kord, 2012). A differenza di Goethe, però, la fama di Kempner è sfortunatamente dovuta al modo in cui le sue poesie divennero oggetto del ridicolo per la società tedesca di fine '800. "L'usignolo di Slesia", "genio dell'umorismo involontario", "la peggior poetessa della Germania" sono alcuni dei poco lusinghieri appellativi con cui ella divenne nota presso quello che potremmo chiamare un "fandom ironico ante-litteram". Il caso ha una tale risonanza che persino Freud ne *Il motto di spirito* (1905 [2021]) usa una sua poesia per interrogarsi sul funzionamento dell'umorismo involontario.

Se avvenisse oggi in molti userebbero probabilmente il termine "trash" per descrivere il

"fenomeno Kempner" e la sua combinazione di degradazione, elevazione e popolarità. Mentre però l'interessamento dell'industria culturale di fine '800 per un caso del genere rappresenta un evento fuori dall'ordinario, lo stesso non si può dire attualmente per il trash. Tale categoria raffigura infatti un asse portante delle culture mediali contemporanee, e in particolar modo di quelle digitali in Italia. Il trash influenza gli stili politici (Ferraresi, 2020), le dinamiche di distinzione e appropriazione culturale dei giovani, dai creator alle industrie letterarie (Fumagalli, 2021), e il rapporto fra pubblici digitali e contenuti televisivi. Scrive la giornalista Laura Fontana in un'analisi dell'universo di pagine *Trash Italiano*:

> Più di 10 milioni per la precisione, se si sommano i follower dei primi 35 account che si trovano scrivendo "trash" nella barra di ricerca di Instagram. Certo, tra i follower alcuni saranno bot e altri saranno doppi profili, eppure siamo davanti all'ennesimo fenomeno social che sembra senza senso e invece muove montagne di reach ed engagement (rispettivamente l'oro e il petrolio dei social media), crea le agognate dinamiche, talvolta dà uno stipendio mensile a chi ha come principale qualità la passione per i reality e i programmi della De Filippi. […] Sorta di giornali di gossip online sotto anabolizzanti, nascono come account Instagram, ma poi si replicano in canali YouTube, profili su Twitter e TikTok, gruppi Facebook (Fontana, 2021).

Il trash è un processo di etichettamento vastissimo ma dai confini laschi. Nonostante la sua

crescente pervasività, nella letteratura accademica non spicca una definizione univoca del termine. In un senso molto generale esso ha a che fare con la rinegoziazione del valore di prodotti culturali che occupano il gradino più basso di una gerarchia estetica condivisa. C'è però uno scarso accordo su come avvenga questo riposizionamento, sull'esistenza o meno di caratteristiche essenziali del prodotto trash e su quali siano queste gerarchie estetiche di riferimento.

Si tratta sia di una ambiguità lessicale, in quanto l'uso del lemma si lega a genealogie e contesti differenti, ma anche di una ambiguità integrale al fenomeno stesso. Alla sua base si trovano infatti una serie di contraddizioni costitutive, soprattutto per quanto riguarda il suo rapporto con i processi di serializzazione: il trash è popolare ma anche contro-egemonico, si nutre di media creati per la massa ma sembra estinguersi laddove lo si cerca di replicare in serie, si basa su dinamiche di imitazione ma rifugge l'auto-imitazione.

Questa voce cerca quindi di affrontare tali contraddizioni analizzando i principali dibattiti che si sono interrogati o che hanno utilizzato tale etichetta, nonché il tipo di rapporto tra trash e serialità che emerge in ognuna di queste concezioni: il trash come sinonimo di bassa qualità nei media, il trash come sensibilità o categoria estetica, e il trash come genere di ricezione e produzione. Ognuno di questi nodi si rifà a diverse tradizione di studio, le quali utilizzano talvolta il termine con significati diversi, ma che

descrivono anche le varie facce del rapporto tra individui e gli "scarti" delle industrie culturali della contemporaneità.[1]

1. *Spazzatura quotidiana: il trash e la cultura popolare dei media*

Un primo gruppo di dibattiti sul trash usa il termine in relazione a quei prodotti popolari televisivi e giornalistici indicati come responsabili del deterioramento qualitativo della cultura e dei media. Qui la "spazzatura mediale" non è tanto un oggetto di scarto marginale nell'economia culturale, ma è anzi ciò che occupa lo spazio della banalità quotidiana. Questa connotazione del trash è fortemente legata al contesto anglosassone, specialmente a quello statunitense. La sua genealogia è infatti connessa alla locuzione dispregiativa "white trash" con cui già a partire dal Diciannovesimo secolo vengono appellate le classi lavoratrici dei sobborghi bianchi impoveriti (Newitz & Wray, 1998).

[1] È possibile distinguere anche un quarto gruppo di contributi che affrontano la categoria del "trash". Questo gruppo comprende però quei dibattiti che si occupano del ruolo culturale e artistico della spazzatura vera e propria. Sebbene vi siano talvolta alcune connessioni interessanti con l'uso metaforico del termine "trash", le analisi sull'uso dell'oggetto di scarto nell'arte sollevano problematiche distanti da quelle qui pertinenti. Tra i più rilevanti: *Trash, quando i rifiuti diventano arte* di Lea Vergine (1997), *Trash culture: essays in popular criticism* di David LaGuardia (2008), *Junk Art and the Politics of Trash* di Gillian Whiteley (2010), *Trash culture: Objects and obsolescence in cultural perspective* di Gillian Pye (2011),

A diffondere questo impiego del termine trash è in primo luogo la critica culturale e televisiva verso la seconda metà degli anni '80 (Keller, 1993), lanciando l'allarme sulla propagazione indiscriminata della "trash tv" e dei "trash tabloid". A questa diffusione è associata l'idea di un precipitoso calo degli standard qualitativi mediali, e in particolare di quelli giornalistici, chiamato spesso anche come il nome "tabloidization" (Gripsrud, 2000; Glynn, 2000). Alla base di questi fenomeni si troverebbe una sorta di "deviazione" del processo di popolarizzazione dei media, che anziché portare a una democratizzazione dell'accesso ha comportato un degrado estetico e morale mosso dalla ricerca del minimo comun denominatore. Tra i colpevoli citati più frequentemente troviamo i talk show televisivi diurni come il *Jerry Springer*, il wrestling professionistico, l'impero del tabloid di Rupert Murdoch e la nascente reality tv.

Rispetto a questa connotazione del trash si trovano tre principali posizioni sviluppatesi nel discorso accademico tra la fine degli anni '80 e l'inizio degli anni 2000: una posizione ha abbracciato l'etichetta "trash" per leggere il suddetto processo di degradazione, seppur riconoscendo l'eccesso di panico morale che lo riguarda; una seconda vede invece il trash come modo illegittimo di differenziare la cultura popolare dei media da quella "alta", difendendo invece il valore dei prodotti etichettati come "trash"; la terza posizione, particolarmente legata alla teoria della distinzione di Bourdieu (1979 [1983]),

è invece interessata a leggere criticamente l'uso dell'etichetta come campo di forze in cui si costruiscono significazioni classiste, razziste e sessiste, senza che ciò comporti necessariamente una rivalutazione estetica di questi prodotti.

Gli studi di Keller (1993) e Gripsrud (2000) rientrano nel primo approccio. Nei loro contributi individuano delle caratteristiche proprie del trash televisivo e giornalistico tra cui: l'estetica dello shock, il sensazionalismo, l'inosservanza dell'etica dell'informazione, l'alto contenuto di sesso e violenza.

Il secondo approccio è fortemente legato alla critica delle gerarchie culturali di stampo postmodernista e si ritrova in lavori come Classics *and Trash* di Harriet Hawkins (1990) e *Trash Culture: Popular Culture and the Great Tradition* di Richard Simon Keller (1999). Entrambi partono dalla messa in discussione del canone occidentale, sottolineando come i classici della "grande tradizione" e prodotti come magazine di gossip, sitcom televisive e narrativa di consumo, siano spesso connessi dalle stesse tensioni drammatiche. Quella che viene definita in senso denigratorio "cultura trash" dall'élite dei critici corrisponderebbe quindi al folklore della cultura mediale, ossia a quel repertorio di storie comuni capaci di connettere le variegate esperienze dell'umanità.

Il terzo approccio è localizzato maggiormente nell'alveo degli studi culturali e si è occupato di analizzare i generi del talk show e della reality tv. Qui il "trash" rappresenta un etichettamen-

to da analizzare criticamente. In quest'ottica, esso è impiegato da studiosi, critici e spettatori per posizionare il gusto delle classi lavoratrici (Grindstaff, 2002) e quello femminile (Skeggs & Wood, 2012) al fondo della gerarchia qualitativa dei media e, parallelamente, per naturalizzare il canone di "rispettabilità" proprio della classe media. Diverse ricerche si sono rivolte con questo approccio al genere per eccellenza additato come "trash", ossia il talk show, cercando di separare l'intento di de-stigmatizzare il suo pubblico dalla rivalutazione del format. Come sostiene Gamson in *Freaks Talk Back* (1998), i daytime talk show si basano su un paradosso della visibilità per cui lo spettacolo manipolativo e il dare voce alle differenze compaiono come i due lati della stessa medaglia. Essi offrono "democratization through exploitation, truths wrapped in lies, normalization through freak show" (Gamson, 1998: 19). Manga (2003) collega l'uso del trash rispetto ai talk show al carnevalesco bachtiniano. Secondo queste analisi ciò che è chiamato "trash televisivo" fornisce un'occasione di inversione simbolica (Babcock, 1978), in cui è momentaneamente possibile fruire del volgare, del sensuoso e dell'eccessivo, di un piacere, cioè, legato alla corporalità e alla sguaiatezza della risata collettiva.

In conclusione, in questa prima concezione del trash il legame con la serialità avviene nel segno della continuità "seriale" del flusso televisivo. Della metafora della spazzatura troviamo non solo l'immagine dello scarto, ma anche quella del

gesto quotidiano. Il trash è qui una sorta di "basso continuo televisivo", in cui si mescolano banalità e "sicurezza ontologica" (Silverstone, 1993).

2. *Estetica dello scarto: il trash come sensibilità*

Il secondo campo di esplorazioni affronta il trash come un particolare tipo di sguardo. Questo dibattito si è posto l'interrogativo se esista una sensibilità, o addirittura una categoria estetica, corrispondente al piacere del trash.

Si tratta di una discussione estesa ma non semplice da tracciare, poiché composta da contributi provenienti da discipline differenti (cultura popolare, storia dell'arte, cinema ed estetica) e talvolta da figure esterne ai circuiti accademici e intellettuali consolidati, analisti sui generis che hanno partecipato a sostanziare il trash come fenomeno e non solo a esplorarlo.

Un primo punto su cui convergono queste indagini è che il trash comporta un atto di valorizzazione e riposizionamento di ciò che era stato scartato come esteticamente manchevole. Il secondo punto fermo è che questo tipo di rivalutazione è inscindibile dalla produzione culturale in serie tipica della contemporaneità. Mentre esperienze contigue al trash come l'umorismo involontario, il ribaltamento ironico e l'inversione simbolica dell'impuro hanno un carattere storicamente trasversale, la sensibilità trash è coeva al rapporto tra individuo e la riproducibilità tecnica dell'esistente. È il modo,

cioè, in cui la formazione di culture e subculture del gusto (Thornton, 1996) viene a patti con i materiali di scarto e la pulsione alla copia delle industrie culturali.

I tentativi di definire l'estetica del trash sono quasi sempre legati al confronto con altre due categorie cronologicamente precedenti, figlie anch'esse della convivenza con la riproduzione in serie: il kitsch e il camp.

Il kitsch è l'esperienza della banalizzazione dell'oggetto artistico. Filosofi e critici tra i più importanti del '900 come Hermann Broch, Clement Greenberg, Gillo Dorfles e Milan Kundera si sono occupati del kitsch come problema etico oltreché estetico (Mecacci, 2014) per cercare di spiegare in cosa consiste questo "cattivo gusto di massa" e il suo rapporto con il sistema dell'arte. La banalità del kitsch non riguarda soltanto un senso di perdita dell'originale, ma deriva dal modo in cui l'acclimatazione dell'esperienza artistica per le masse mette in primo piano il sentimentalismo, l'infantilismo emotivo e la ricerca di una piacevolezza accomodante e rassicurante, mentre filtra ogni conflittualità, contraddizione e trasgressione.

A differenza del kitsch, che rappresenta tendenzialmente un giudizio negativo, il camp attua una forma di riciclaggio culturale che celebra l'artificiale, l'inautentico, l'ostentazione e l'esagerazione, elementi solitamente identificati come pilastri del cattivo gusto. In *Notes on Camp* (1966), Susan Sontag cerca di distillare tale postura definendola come una sensibilità che vede "tutto tra

virgolette", un'inversione parodica e compiaciuta del gusto che ha un significato speciale per gli iniziati che la colgono e la padroneggiano. Sontag distingue inoltre tra camp *consapevole* e camp *non intenzionale*, sostenendo come gli esempi più "puri" di camp siano spesso ingenui, il frutto, cioè di una "fallita seriosità".

Rispetto alle già sfuggenti categorie di kitsch e al camp, la definizione di trash è ancora meno stabile e oggetto di consenso tra gli studiosi. Tale elusività è dovuta alla sua comparsa più recente, ma anche al fatto che non c'è "un Greenberg" o "una Sontag" per il trash, mancano cioè figure di intellettuali pubblici celebri a livello internazionale che si sono occupati del tema.

Da una parte, il trash è quindi definito come "deliberate low camp" (Kleinans, 1994), ossia come una esaltazione intenzionale ed elaborata della trivialità. L'epitome di tale interpretazione è il cinema di John Waters, che già nella sua autobiografia *Shock Value* (1981) indicava come elemento cardine della sua estetica del trash (teorica ed empirica) la combinazione di "disgusto e intrattenimento".

Diversamente, per lo scrittore Tommaso Labranca (1996), senza dubbio il più importante teorico italiano del tema, la consapevolezza e l'auto-imitazione dissolvono il trash. Il trash dipende proprio da una divergenza tra intenzione e risultato raggiunto che Labranca formalizza in questo modo:

> INTENZIONE - RISULTATO RAGGIUNTO = TRASH. Per chi ama la precisazione ecco

> l'emulazione fallita trasformata in una formula matematica ancor più formalizzata, ma di facile applicazione: kS – R = T, dove: k = una costante intenzione, povertà di mezzi, incapacità, contaminazione, incongruità, massimalismo, ritardo ecc.) che altera lo scopo, S = scopo, cioè l'emulazione di un modello, R = risultato, ciò che si ottiene, T = trash! (Labranca, 1996: 10).

Seguendo questa definizione, il trash è legato all'individuazione di un'intenzione imitativa, che però, nella pratica, fallisce il suo scopo. Sono perciò trash i giornalisti televisivi che cercano senza successo di emulare i grandi anchorman statunitensi, Little Tony che imita in tutto e per tutto Elvis Presley, i prodotti primo prezzo che ricalcano i grandi marchi o il conduttore dello show regionale che imita il presentatore della prima serata nazionale. A differenza del kitsch e del camp, il trash vive la "spazzatura" anziché evitarla: se il kitsch punta alla depurazione di ciò che è triviale, il camp attua un distacco ironico con ciò che celebra. Labranca separa infatti l'atteggiamento del trashista (l'amante del trash) dall'intento derisorio. Il commento sardonico di personaggi trash che fa un programma come *Mai dire Tv* (1991-1993) è essenzialmente antitrashista per Labranca, mentre *Blob* (1989 - in corso), sospendendo il commento, codifica il trash e ne favorisce lo studio senza necessariamente imporre una cornice ironica.

In definitiva, ognuna delle tre categorie specifica un diverso effetto dell'imitazione nel campo

della produzione culturale: il kitsch è la copia che degrada lasciando un'estetizzazione di superficie; il camp esalta la copia per rivelare l'inautenticità dell'originale; il trash riconosce nel fallimento dell'imitazione uno scarto capace di produrre novità.

Nonostante non manchino quindi tentativi di teorizzare le diverse sensibilità estetiche di fronte allo scarto, queste continuano a sottrarsi a spiegazioni complete e finali. In parte ciò è dovuto a come i principali teorici del kitsch, del camp e del trash, siano allo stesso tempo esteti delle medesime categorie, e hanno quindi prodotto spiegazioni di un gusto collettivo che sono sempre però anche emanazioni di un gusto individuale. Come però sottolinea Fabio Cleto (2008) rispetto al camp, è controproducente cercare di riparare a questa eterogeneità; perseguire una "matematizzatione" del camp vuol dire andare contro la sua natura, la quale "agisce […] necessariamente su un terreno indefinibile e obliquo, e proprio nella eterogeneità" (Cleto, 2008: 10). Lo stesso può essere affermato riguardo al trash: fintanto che parliamo di modalità con cui si patteggia con la standardizzazione e la riproduzione in serie delle forme estetiche, l'eccentricità dello sguardo non può che essere un fattore ineliminabile.

3. *Trash-mania: industrie e fandom del deteriore*

Il terzo gruppo di esplorazioni è interessato alle dinamiche di produzione e consumo del

trash. Se nel primo tipo di dibattiti il trash è inteso come "etichetta discriminante" e nel secondo come "sensibilità", qua il trash è affrontato come "genere di ricezione e produzione".

Questa concezione del trash si è sviluppata all'interno dei *cinema* e *fan studies* a partire dalla fine degli anni '80. Il "cinema trash" è legato a una vasta costellazione di etichette usate per indicare fenomeni audiovisivi contigui, quali "badfilm" (Hunter, 2014), "sleaze" (Hawkins, 1999), "psychotronic" (Weldon, 1996), "paracinema" (Sconce, 1995), "quota quickies" (Chibnall, 2019) e "video nasties" (Egan, 2007). Tutte queste denominazioni identificano gruppi di film "cinematograficamente devianti" che hanno subito un particolare processo di recupero. Ciò che distingue tale recupero dalle normali dinamiche con cui i film vengono rivalutati alla luce delle mutate convenzioni estetiche, critiche e creative, è che la loro "devianza" non viene occultata. Il film trash, in questo senso, non è semplicemente un film di scarsa qualità, ma uno talmente scadente da sovvertire i codici filmici egemonici e, insieme, risultare divertente. Per spiegare questo concetto, Kulle (2012) distingue la "lettura trash" dalle tre classiche posizioni ricettive del modello *encoding-decoding* di Stuart Hall. La lettura egemonica vede il film straordinariamente scadente come "semplicemente brutto", la lettura oppositiva come "un buon film" e la lettura negoziata cerca di risolvere la contraddizione tra le due precedenti letture, ad esempio tramite la contestualizzazione storica ("è un film figlio del

suo tempo"); la lettura ironica del trash, invece, non elimina tale contraddizione tra scadente e piacevole: può riconoscere come la recitazione sia penosa ma anche esaltarla per come riesce a creare inconsapevolmente un'atmosfera rarefatta e surreale.

La continuità e la serialità del genere trash è quindi costituita da pratiche critiche e di consumo più che da routine produttive o da una specifica estetica. È vero che la logica "exploitation" del profitto tramite il minimo investimento è sovente alla radice di molti film trash, ma non tutti i film exploitation sono anche film trash (Barefoot, 2017).

Il culto della "badness cinematografica" (Mathijs & Sexton, 2011) prende invece forma a cavallo tra gli anni '70 e '80 negli Stati Uniti, attorno a pratiche e produzioni subculturali come la rivista *Psychotronic Video* di Michael Weldon e alle scene rock d'avanguardia dell'Ohio (Devo, Pere Ubu e The Dead Boys) e del Michigan (Destroy All Monsters), nelle quali era frequente combinare eventi musicali e performativi con proiezioni consacrate alla celebrazione di detriti audiovisivi provenienti da tutto il mondo (Sconce, 2019). All'inizio degli anni '80, l'apprezzamento per i "cattivi film" si avvicina al mainstream tramite una serie di libri, interventi critici (ad esempio l'articolo *Bad Movies* di J. Hoberman comparso su Film Comment nel 1980) e premi fittizi che iniziano ad avere una risonanza pop. Tra i più noti e influenti troviamo i *The Golden Turkey Awards*, festival itinerante che premiava

i peggiori film di tutti i tempi organizzato dai fratelli Harry e Michael Medved, diventato poi una pubblicazione con lo stesso nome (Medved & Medved 1980), e l'antologia *Incredibly Strange Films* (1986) di V. Vale e Andrea Juno. Sul finire degli anni '80 la serie Tv statunitense *Mystery Science Theater 3000* (1988 -1999) popolarizza al grande pubblico la pratica del commento ironico di fronte al B-movie, mentre nel 1994 il biopic *Ed Wood* di Tim Burton, dedicato al "miglior peggior regista di sempre", partecipa a consacrare il culto della *badness* anche per il pubblico hollywoodiano. In Italia le categorie del trash e del *badmovie* trovano uno spazio di visibilità a metà degli anni '90 nelle riviste dedicate all'home video Nocturno (1994) e Amarcord (1996) (Morreale, 2009); l'uscita dalla nicchia è però sancita dal comparsa sul mensile Ciak della rubrica *Bizzarro! Movies* del critico Marcello Garofalo e, soprattutto, dal dizionario *Stracult* (1999) di Marco Giusti, nelle cui note di copertina si legge esplicitamente:

> Tutti i capolavori trash, bis, gore, splatter, cult riuniti sotto la nuova denominazione di stracult. Un genere, anzi uno stragenere, che racchiude in un caldo abbraccio tutto il cinema del nostro Paese, un cinema da amare senza distinzione tra produzione alta e bassa, arte e spazzatura (Giusti, 1999).

Il trash cinematografico è quindi più un "protocollo di lettura" (Sconce, 1995) dei prodotti ai margini del gusto dominante, che un genere di

film. Tuttavia, questo protocollo rientra talvolta nelle produzioni stesse, materializzandosi in stilemi creativi e non solo ricettivi. Caso esemplare è quello della casa di produzione Troma Studios. A partire dalla metà degli anni '80, con film come *Toxic Avenger* (1984), *Class of Nuke'em High* (1986) e *Surf Nazis Must die* (1987), la Troma ha iniziato a produrre pellicole che distillavano ed estremizzavano consapevolmente i caratteri maggiormente apprezzati dagli esteti del trash subculturale. Questo processo di "feedback" tra ricezione e produzione sancisce secondo Sarkhosh (2017) un ingresso nella fase del *meta-trash*; film mainstream come *Grindhouse* (2007) di Robert Rodriguez e Quentin Tarantino non fanno solo riferimento ai film exploitation, ma ammiccano anche alla ricezione trash dei medesimi film. Secondo Sconce (2019), questa dinamica riflessiva, dovuta in particolare alla popolarizzazione online del meta-commento ironico, decreta una trasformazione radicale del vecchio modo di intendere la *badness*: la consapevolezza degli standard tecnici cinematografici e dei codici del trash porta alla diffusione di contenuti costruiti appositamente per stimolare nel pubblico il dubbio sull'"ingenuità" del film come strategia di coinvolgimento.

Il cinema trash ha pertanto un rapporto ambiguo con la serialità. Da una parte si tratta di una serialità incentrata sullo sguardo e sulle azioni di fan, critici e operatori culturali che connettono tra loro manifestazioni audiovisive eterogenee; ciò avviene esercitando una competenza subcul-

turale solo in parte codificabile, un "gusto del cattivo gusto" che costruisce etichette, ritualità e contro-canoni, ma sempre alla condizione che questi protocolli di lettura non diventino egemonici. Dall'altra, il divenire mainstream del gusto trash genera prodotti in serie che lo codificano effettivamente come genere, ma che, indulgendo nella consapevolezza e nell'auto-imitazione, spostano altrove la ricerca dello scarto affascinante.

Il trash, in conclusione, si colloca sempre in una circolarità tra l'oggetto e la sua osservazione: tra popolare e rivalutazione elitaria del popolare, tra ingenuità e uso consapevole dell'ingenuità, tra cattivo gusto ed esercizio accurato del disgusto, tra sensibilità sfuggente ed elaborazione teorica. Da ciò dipende la pluralità irrisolvibile di concezioni che da sempre lo riguardano. La situazione diviene ancora più complessa se si guarda agli ambiti delle culture digitali, dove gli usi del trash si connettono a una tale vastità di fenomeni, talvolta in modo anche contraddittorio, che sembra impossibile trovare una convergenza semantica del termine (Brilli, 2023). Il proliferare negli ambienti digitali di performance di gusto (Liu, 2007) e dell'estetizzazione del quotidiano (Gemini, 2009), invita potenzialmente ogni utente nella posizione interpretativa e curatoriale prima esclusiva di intellettuali come Sontag e Labranca. I tratti unificanti del fenomeno sembrano quindi retrocedere sullo sfondo in favore di connotazioni sempre più contestuali e localizzate. Ciò non significa che non si notino ricorrenze tra i diversi usi dell'etichetta "trash"

online, ma che i tratti in comune funzionano più alla maniera delle somiglianze di famiglia di Wittgenstein (1967), piuttosto che come presenza di un unico set di condizioni sufficienti e necessarie: il trash come "low camp" può unire il trasgressivo cinema di John Waters al gusto del pecoreccio televisivo celebrato da pagine come *Trash Italiano*; il trash come emulazione fallita può collegare *Trash Italiano* ai contenuti *fail* e *cringe*, ma non quest'ultimi al cinema di John Waters, il quale difficilmente può essere imputato di mancanza di autocoscienza.

Se però mettiamo momentaneamente da parte la ricerca di una unità semantica del fenomeno e ci concentriamo sul piano pragmatico di "che cosa si fa attraverso il trash", diventa forse più facile scorgere una sintesi del fenomeno: *il trash è l'apprezzamento performativo per ciò che resiste a un giudizio che, in parte, si condivide*. Ha un effetto ridicolo perché, come ci ricorda Bergson (1900), ridiamo di ciò che fallisce l'adattamento a un ambiente; l'ambiente in questo caso è quello del giudizio estetico, verso il quale si possono mostrare riserve, ma a cui si rimane più prossimi che all'oggetto trash. È però anche apprezzato perché sopravvive a tale giudizio, e mostra quella persistenza della vita contro la morte che sta alla base dei processi di sacralizzazione (Girard, 1972). L'ambiguità del trash è quella di una posizione spettatoriale adatta alla complessità della contemporaneità e alla varietà estetica e valoriale della vita online; permette di non aderire alla norma senza rinunciarvi, fa cioè in modo che si possa

eroicizzare il prodotto trash per come resiste al tribunale di cui anche noi facciamo parte. Il trash è il nome che diamo a questa posizione che cerca di rompere il binarismo fra vittima e carnefice.

Bibliografia

Babcock, B. A. (1978). *The reversible world: Symbolic inversion in art and society*. Ithaca, N.Y.: Cornell University Press.

Barefoot, G. (2017). *Trash Cinema: The Lure of the Low*. London: Columbia University Press.

Bergson, H. (1900). *Le rire. Essay sur la signification du comique*. Paris: Felix Alcan; tr. it. (1994) *Il riso: Saggio sul significato del comico*. Bari: Laterza.

Bourdieu, P. (1979). *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris: Les Éditions de Minuit; tr. it. (1983) *La distinzione: Critica sociale del gusto*. Bologna: Il Mulino.

Brilli, S. (2023). *Youtube freak show: fama e derisione alle soglie dell'influencer culture*. Milano: FrancoAngeli.

Chibnall, S. (2019). *Quota quickies: the birth of the british 'b' film*. London: British Film Institute.

Cleto, F. (2008). *Popcamp. 1*. Milano: Marcos y Marcos.

Egan, K. (2012). *Trash or treasure? : censorship and the changing meanings of the video nasties*. Manchester: Manchester University Press.

Ferraresi, G. (2020). *Mad in italy: manuale del trash italiano 1980-2020*. Milano: Il Saggiatore.

Freud, S. (2021). *Il motto di spirito e la sua relazione con l'inconscio*. Torino: Bollati Boringhieri.

Fontana, L. (2021), *L'esercito del trash*, in "Link, Idee per la televisione", disponibile in: https://www.linkideeperlatv.it/esercito-del-trash/

Fumagalli, M. (2021). *Travolti dal trash nell'immenso mare del brutto*. Milano: Cairo.

Gamson, J. (1998). *Freaks talk back: Tabloid talk shows and sexual nonconformity*. Chicago: University of Chicago Press.

Gemini, L. (2009), Stati di creatività diffusa: i social network e la deriva evolutiva della comunicazione artistica. In L. Mazzoli (Ed.) *Network Effect. Quando la rete diventa pop,* Torino: Codice, pp. 113-136.

Girard, R. (1972). *La violence et le sacré*. Paris: Grasset & Fasquelle; tr. it. (1980) *La violenza e il sacro*. Milano: Adelphi.

Giusti, M. (1999). *Dizionario dei film italiani stracult*. Milano: Sperling & Kupfer.

Glynn, K. (2000). *Tabloid culture: trash taste popular power and the transformation of american television*. Durham: Duke Univ. Press.

Grindstaff, L. (2002). *The money shot: trash class and the making on tv talk shows*. Chicago: University of Chicago Press.

Gripsrud, J. (2000). Tabloidization, popular journalism and democracy. In C. Sparks, J. Tulloch & B. Zelizer (Eds.), *Tabloid tales: Global debates over media standards*. Lanham: Rowman & Littlefield, pp. 285-300.

Hawkins, H. (1990). *Classics and trash: traditions and taboos in high literature and popular modern genres*. Toronto: University of Toronto Press.

Hawkins, J. (1999). Sleaze mania, Euro-trash, and high art: The place of European art films in American low culture. *Film Quarterly*, *53*(2), 14-29.

Hoberman, J. (1980). Bad movies. *Film Comment*, *16*(4), 7.

Hunter, I. Q. (2014) Trash horror and the cult of the bad film. In H.M. Benshoff (Ed.), *A companion to the horror film*. Chichester: John Wiley & Sons, pp. 483-500

Keller, T. (1993). Trash tv. *Journal of Popular Culture*, *26*(4), 195.

Keller Simon, R. (1999). *Trash culture: popular culture and the great tradition*. Berkeley: University of California Press.

Kleinhans, C. (1994). Taking out the trash: camp and the politics of parody. In M. Meyer (Ed.), *The politics and poetics of camp,* New York: Routledge, pp. 182-201

Kord, S. (2012). The Genius of Involuntary humour: The Kempner-effect and the rules of fiction. *Oxford German Studies*, *41*(2), 162-180.

Kulle, D. (2012). *Ed wood: trash & ironie*. Berlin: Bertz Fischer.

Labranca, T. (1996). *Andy Warhol era un coatto: Vivere e capire il trash*. Roma: Castelvecchi.

Liu, H. (2007). Social network profiles as taste performances. *Journal of computer-mediated communication*, *13*(1), 252-275.

Manga, J. (2003). *Talking trash: The cultural politics of daytime TV talk shows*. New York: NYU Press.

Mecacci, A. (2014). *Il kitsch*. Bologna: Il Mulino.

Medved, H., & Medved, M. (1980). *The golden turkey awards: Nominees and winners, the worst achievements in Hollywood history*. Houston: Perigee Books.

Morreale, E. (2009). *L'invenzione della nostalgia: il vintage nel cinema italiano e dintorni*. Roma: Donzelli Editore.

Sarkhosh, K. (2017). Trash, Boom, Bang: Ein Forschungsüberblick. In J. Nesselhauf & M. Schleich (Eds), *Banal, trivial, phänomenal. Spielarten des Trash.* Darmstadt: Büchner, pp. 11-42.

Sconce, J. (1995). 'Trashing'the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style. *Screen*, *36*(4), 371-393.

Sconce, J. (2019). The golden age of badness. *Continuum*, *33*(6), 666-676.

Silverstone, R. (1993). Television, ontological security and the transitional object. *Media, Culture & Society*, *15*(4), 573-598.

Skeggs B. & Wood H. (2012). *Reality television and class*. London: Palgrave Macmillan.

Sontag S. (1966), *Against interpretation*. New York: Macmillan; tr. it. (1967), *Contro l'interpretazione*. Milano: Mondadori.

Thornton S. (1996). *Club cultures: music media and subcultural capital*. Middletown: Wesleyan University Press.
Vale, V. & Juno, A. (1986). *Incredibly Strange Films*. San Francisco Calif: Re/Search Publications.
Waters J. (1995). *Shock value*. New York: Thunder's Mouth Press.
Weldon M. (1996). *The psychotronic video guide*. New York: St. Martin's Griffin.
Wittgenstein L. (1967). *Philosophical Remarks*. Oxford: Blackwell; tr. it. (1967). *Ricerche filosofiche*. Torino: Einaudi.
Wray M. (1998). *White trash race and class in america*. New York: Routledge.

Talento e assuefazione. Le serie-tv e la creazione del *fan*[*]

Antonio Rafele, Tito Vagni

In uno studio congiunto dei *Delitti della Rue Morgue* di Edgar Alla Poe e di alcune fondamentali serie televisive dell'ultimo ventennio, questo saggio compie un'indagine sul testo seriale e sulla sua ricezione. Dapprima, per via delle attese e delle sospensioni che contraddistinguono la narrazione, l'indagine si sofferma sui legami di reciprocità che si generano tra lo spettatore, il *fan* e lo sguardo del detective. In seguito, mettendo a fuoco le principali tecniche narrative, come anche la natura fragile e transitoria dei personaggi, l'analisi si sofferma sulle dinamiche e sui contenuti essenziali delle serie, indentificati con la ricerca di una vertiginosa immersione, con il tentativo di "toccare" e forzare i limiti nervosi dello spettatore, un *modus operandi* non distante delle ultime sperimentazioni della realtà virtuale.

[*] Discusso e concepito insieme, Tito Vagni è l'autore dei paragrafi 1 e 2, Antonio Rafele è l'autore dei paragrafi 3 e 4.

1. *Il detective seriale*

Con *I delitti della rue Morgue* (1841) di Edgar Allan Poe compare in scena la figura dell'investigatore privato (*private eye*): un uomo isolato, marginale e stravagante che, proprio in virtù della sua specifica condizione sociale, ha la possibilità di cogliere il turbamento e dedicarsi all'investigazione sino a risolvere l'enigma di fronte a cui è posto. Il detective è una figura atipica, che nasce dall'incontro tra l'io e la metropoli. Poe nell'introduzione ai *Delitti della rue Mourgue* descrive il protagonista, Monsieur C. Auguste Dupin: "quello che ho descritto era in questo singolare francese semplicemente il risultato di una intelligenza sovraeccitata, forse malata" (Poe, 1841: 13). Una intelligenza "sovraeccitata" e con tutta probabilità "malata" è la chiave d'accesso ad un ambiente privo di imperfezioni, di errori, di sprechi, in cui non è prevista noia o sbadiglio, perché il lettore è assalito dai messaggi che il protagonista gli offre sotto forma di indizi. Al pari del detective, egli è chiamato a raccogliere dati per ricomporre la struttura a mosaico in cui è presentata la vicenda (Todorov, 1988). Il detective è, quindi, una risposta all'intensificazione della vita nervosa della modernità (Simmel, 1903), muovendosi sempre su due piani, quello della narrazione e quello sociale, che appaiono come inestricabili.

Il detective è un effetto dei processi centrifughi della metropolizzazione, che spingono gli individui moderni a decisioni fulminee, che necessitano della rapida comprensione del mu-

tamento e di una immediata e circostanziata capacità di adattamento rispetto a un tempo accelerato. Dalla necessità di agire in base alla panoplia del quotidiano, dei suoi infiniti dettagli e degli infiniti accadimenti che impongono continuamente scelte inattese nasce un genere letterario basato sulla descrizione (Sciascia, 2018) e una figura dell'immaginario caratterizzata dallo sguardo focalizzato sui dettagli. Egli, come scrive Poe, non può basare il suo comportamento su un sapere acquisito, è invece costretto a ricreare le proprie tattiche, avendo cura di mettere da parte, di volta in volta, la propria memoria, per essere sempre pronto a nuove sfide:

> Aver buona memoria e procedere secondo le regole del manuale, è quanto di solito si considera bastevole a giocar bene. Ma ci sono casi che non rientrano nei limiti delle regole comuni, e allora si manifesta l'abilità dell'analista. Questi fa, in silenzio, le sue numerose osservazioni e deduzioni. Lo stesso fanno forse i suoi compagni; e la differenza nella estensione delle nozioni cosí acquisite non sta nella validità della deduzione, quanto nella qualità dell'osservazione" (Poe, 1841: 9).

Il detective smaterializza la realtà lasciando affiorare il suo carattere liquido, vale a dire la sua estrema malleabilità, che consente alle indagini di avanzare e indietreggiare nel tempo e nello spazio, come se queste due variabili fossero funzione dello sguardo. Egli è allora l'antecedente storico più potente dei media di massa – fotografia, cinema, televisione – e dei loro pubblici, perché

introduce il lettore e lo spettatore al montaggio e quindi alla creazione di una dimensione immaginaria altra rispetto a quella in situ, che su di essa però agisce come se fosse vivissima. Lo fa attraverso un avanzamento formale evidente rispetto al romanzo delle origini: "la letteratura di massa pone la trama al primo posto, gravita verso il finale, si apparenta al racconto breve (e prepara cosí la narrazione filmica)" (Moretti, 1993: 30).

L'investigazione può essere letta, allora, come allegoria della visione, cioè di un'azione che trasforma un caleidoscopio di segni della realtà sociale in una immagine più chiara, sviluppando così un sapere. Come scrive Ricardo Piglia, "il detective è colui che sa leggere ciò che è necessario interpretare, il grande lettore che decifra ciò che sfugge al controllo" (Piglia 2005: 72). Un uomo eccezionale che emerge dalle nebulose indistinguibili della folla metropolitana grazie alla sua capacità di lettura. Nel detective confluiscono entrambe le anime dei processi tipici della conoscenza moderna: l'autore e il pubblico. La loro molteplicità è custodita in una singolarità magica, che è quella di chi, attraverso la propria specifica lettura, ha la facoltà di riscrivere il mondo. Il detective, alla sua genesi, è dunque colui che ha sviluppato la più alta capacità di osservazione e, al contempo, l'abilità di mettere insieme i dettagli dell'indagine in una costellazione di sapere che conduce alla verità.

L'autoesclusione dal mondo per potersi dedicare ossessivamente alla risoluzione dell'enigma, la predilezione per il regime notturno, che consente di muoversi liberamente lungo il crinale del-

la ragione e della sensazione, la capacità di focalizzare il proprio sguardo sui dettagli, sono questi i tre elementi che, nella poetica di Poe, caratterizzano il detective, e ne fanno un archetipo. Queste condizioni sono il presupposto per un ulteriore elemento narrativo e produttivo: il detective è intrinsecamente seriale. Nel racconto di Poe emerge nitidamente l'assuefazione del detective agli enigmi: il gusto di esercitare continuamente la propria capacità analitica è il segno di quanto il detective sia alla perpetua ricerca di *choc* che rivitalizzino la sua "intelligenza malata" da una ineludibile sovraeccitazione, che sente di dover alimentare per evitare uno stato di torpore, di narcosi. Il duello vero non è, quindi, con la polizia, ma con se stesso. Kracauer parla a tal proposito di "preludi", vale a dire dei test compiuti da Dupin prima di venire a conoscenza del delitto da risolvere. Tale abitudine agli enigmi mostra come nel racconto poliziesco il delitto sia irrilevante: per tale ragione è collocato all'inizio della narrazione e non è mai esplorato nella sua complessità tragica. Il delitto è propedeutico allo spettacolo vero e proprio, costituito dalle indagini del detective, quindi dal loro procedimento. Per tale ragione i delitti si diversificano, ma il detective è sempre presente, in modo seriale: ogni nuova scrittura mette in scena una sfumatura di un modus tipologico e allo stesso tempo transeunte.

> Nelle indagini di questo genere non bisogna chiedersi tanto "che cosa sia successo", quanto invece "che cosa sia successo che non è mai

> successo prima". Insomma la facilità con la quale arriverò, o sono arrivato, a spiegare il mistero è in ragione diretta della sua insolubilità agli occhi della polizia (Poe 1841: 311).

Il detective affronta ogni delitto come se fosse il primo: è questa la caratteristica che lo distingue dalla polizia, che, rispettando la legge, si comporta in modo sempre uguale in circostanze diverse. Il detective, invece, si proietta di volta in volta sul nuovo caso da analizzare, facendo emergere da esso una procedura inedita. Egli va quindi inteso come il potenziamento di un protocollo consolidato e non il suo antagonista strutturale, che grazie alla propria predisposizione a scomparire nell'oggetto è in grado di coglierlo come *novitas*. La costruzione letteraria del detective comprende *in nuce* il dispositivo della produzione seriale, l'habitus che Poe gli cuce addosso prevede che la risoluzione di un enigma generi immediatamente lo spasmo per quello successivo, in un processo che non prevede limiti. In una cornice narrativa che mantiene riconoscibile il protagonista, i casi che di volta in volta deve risolvere lo costringono ad una dinamicità, che lo rende elettrico e seducente.

2. *Il fan e la forma psichica del detective*

Gli effetti di questo dispositivo narrativo si ripercuotono anche sul lettore, che nel poliziesco partecipa allo svelamento dell'enigma,

consumando informazioni (Abruzzese, 1979), che vengono individuate e rappresentate dal detective attraverso un montaggio di frammenti tenuti insieme dalla sua attività di tessitura e di continua evocazione dello stato dell'arte, favorito dalla presenza tattica di una spalla, a cui l'investigatore illustra ripetutamente la sua catena di deduzioni. In tal modo si riesce a coinvolgere il lettore, che segue le parole sulla pagina come il protagonista segue gli indizi dei delitti, restando però sempre un passo indietro, alla distanza che ha previsto per lui il narratore: "un garbato coinvolgimento ai momenti più emotivi dell'azione, ma una aristocratica distanza al momento della ricerca intellettuale" (Abruzzese, 1979: 64).

Ecco, allora, che il detective, oltre a svolgere un ruolo formalmente essenziale per la genesi di un nuovo genere narrativo, diviene un dispositivo dell'industria culturale che anticipa la potenza creatrice dei media visuali. Egli, infatti, disarticola tempo e spazio attraverso l'uso del flashback e realizza una rappresentazione fondata sui momenti essenziali di una vicenda, al di là del continuum spazio-temporale. Il detective transita da un momento significativo all'altro, senza tempi morti o inutili distrazioni: le scene descritte non sono mai casuali, hanno sempre un significato per sé o per il lettore. Nessuna parola è superflua o eccessiva, ogni scelta dello scrittore appare come il frutto di un calcolo precisissimo con il quale la facoltà analitica del detective, unita al suo occhio pieno di mente, sono potenziate da scelte che si incastonano l'una nell'altra.

La necessità di ripensare il *viewer* come un acuto osservatore trova riscontro anche nelle più recenti analisi sulla narrazione seriale, in particolare sulla "*complex tv*", inaugurata secondo Jason Mittel, dai cambiamenti dello storytelling della televisione avvenuti nei primi anni 2000, perché "la forma è sempre in dialogo con il contenuto, con il retaggio storico e con le modalità d'uso" (Mittel, 2017: 16). Nell'era post network si assiste ad una riconfigurazione delle audience, in base alla quale "non si può più dare per scontato che il pubblico rappresenti la società in generale: ne è soltanto un segmento o una componente" (Lotz, 2014: 82). Rivolgendosi a nicchie culturali, le produzioni televisive possono realizzare una "televisione eccezionale" (Lotz, 2014), vale a dire un formato che non preveda una modalità solamente push di distribuzione del prodotto culturale, ma che tenga in considerazione la vocazione dei pubblici e la passione per specifiche narrazioni, che potrebbero indurli a impegnarsi a fondo nella fruizione della serie, fino ad assumere il ruolo di "esploratori" (Hill, 2019). Secondo Mittel "un programma televisivo seriale crea un mondo narrativo duraturo, popolato da un gruppo coerente di personaggi che vivono una catena di eventi in un certo arco di tempo" (2017: 25); ciò porta a fenomeni di "fandom investigativo", vale a dire che i pubblici, in taluni casi, non sono semplici spettatori distratti, ma possono essere dei fan trainati da una potentissima passione, che li spinge a "penetrare" la narrazione in profondità, immergendosi nel suo

universo ed esplorandolo con dedizione e attenzione. La complessità della narrazione televisiva induce lo spettatore a un consumo culturale dalla scrupolosità inedita: la sua struttura è pensata per un pubblico che voglia sprofondare nell'opera e connettersi ad essa in modo partecipativo.

Un tipo di fruizione già individuato in uno dei primi studi italiani dedicati alla ricezione televisiva, in cui Paola Colaiacomo (1999) restituisce l'immagine di un ecosistema narrativo in cui lo spettatore fa ingresso avendo la sensazione di essere un ospite atteso. Il linguaggio televisivo, avvalendosi del coefficiente visivo e della forza mimetica della riproduzione seriale, accompagna il quotidiano di ogni spettatore fino a formare un ambiente eretto dalla stratificazione dell'immaginario e dei suoi funzionamenti tecnici nella mente dell'osservatore e al suo esterno. L'appuntamento quotidiano dato dalla serializzazione dei contatti con il pubblico, potenzia tali effetti, in special modo nelle soap opera, in cui gli attori sono messi in ombra dall'aura splendente dei personaggi e, agli occhi del pubblico, finiscono per coincidere completamente con essi. Ciò attribuisce maggiore coerenza a questo mondo, fatto di volti familiari con cui si stabilire delle relazioni parasociali (Meyrowitz, 1995), di luoghi ricorsivi e di un flusso narrativo che corre in parallelo rispetto a quello del pubblico. A questo, si aggiunge una serie di materiali, di paratesti, che, come spiega Colaiacomo, appaiono come una ragnatela in cui lo spettatore rimane intrappolato, perché moltiplicano i momenti di

contatto con il mondo televisivo, da cui sembrano giungere informazioni come se si trattasse di un luogo raggiungibile in qualsiasi momento. La frequentazione di materiali testuali e visivi inerenti all'emissione televisiva contribuisce a creare una presenza costante, un esserci che pone in una stretta prossimità i due ambienti.

Mentre nella cultura di massa il consumo culturale si inscriveva essenzialmente nello svago (Morin, 2018), nella cultura convergente gli utenti sono come messi a lavoro: "i consumatori sono stimolati a ricercare nuove informazioni e attivare connessioni tra contenuti mediatici differenti (Jenkins, 2008: XXV). Dopo oltre quarant'anni di industria culturale, quindi, si è passati dal consumo come svago a un consumo sempre più assimilabile al lavoro. Dicotomia legata a un'altra che la precede, ovvero quella tra il regime scopico dello spettatore e quello partecipativo dell'utente.

Le modalità di produzione sono in rapporto circolare con le pratiche dei pubblici connessi, per questo la serialità televisiva ha assunto una morfologia differente rispetto a quella che abbiamo conosciuto fino agli anni '90 del '900. La serialità tradizionale, fatta da una concatenazione di episodi autonomi, aveva come maggiore momento di interesse il finale, mentre nella *complex tv* lo svolgimento delle vicende appare più significativo del loro stesso esito. Lo spettatore inizia quindi ad assumere la forma di "cosa che sente" (Perniola, 1994), sia perché la sua esperienza è completamente mediata dagli schermi,

sia perché l'universo narrativo di ogni singolo prodotto culturale è come un mondo altro, che lo espone ad un climax di piacere estraneo al ritmo della sessualità naturale.

La serialità di ultima generazione sembra apparire al pubblico in tutta la sua natura enigmatica: essa pone una particolare enfasi sui singoli momenti della narrazione, imponendo al pubblico uno sguardo focalizzato, che produce continui zoom sui dettagli, lasciando affiorare un atteggiamento feticistico dei fruitori, inteso qui come la particolare modalità di vedere e di sentire di coloro che perdono di vista l'orizzonte complessivo perché attratti in maniera incondizionata solamente da un dettaglio, da una minuta porzione del tutto. Come mostrano le analisi di Sontag (1977), nel nuovo regime visuale, introdotto dai media dell'immagine, a partire dalla fotografia, il particolare si fa talmente invadente da riempire lo schermo, fino a debordare dal frame, e rompe la naturale armonia dell'immagine completa, cioè l'immagine di un ordine delle cose. Il feticismo visuale dei pubblici della *complex tv* è privato dell'ordine, vede in maniera deformata: la loro visuale è ristretta su un dettaglio, una parte con la quale si crea uno strettissimo legame. Questa modalità di vedere e di sentire, inscritta nei meccanismi di funzionamento dei media moderni, caratterizza in particolare il fan, che attraverso il proprio lavorio instancabile, prova a colmare lo iato tra sé e l'opera lavorando per un processo di avvicinamento psicologico e affettivo con l'oggetto di culto (Jenkins, 2006;

Kozintez, 2016). Il fan ha uno sguardo focalizzato sulla propria passione e, grazie alle sue azioni e all'incessante accumulo di informazioni, diviene tutt'uno con essa.

Lo sguardo che precipita su un dettaglio rispecchia l'atteggiamento del fan contemporaneo, congiungendolo alla forma archetipica del detective pensata da Poe. Egli, ossessionato dalla necessità di risolvere un enigma perturbante, lascia che il resto del mondo scompaia nei meandri della notte, per non essere distratto nella sua disperata ricerca della soluzione. L'ingegno con il quale il Dupin di Poe componeva insieme i dettagli di una vicenda, in seguito ad un'analisi minuziosa, con evidenti connotati feticistici, sono divenuti il modo corrente di fruizione della serialità contemporanea, a sua volta trasformata in una sorta di poliziesco espanso. Ciò non significa che la complex tv sia formalmente riducibile ad un unico genere narrativo, ma che essa abbia ereditato dal romanzo di investigazione la propria logica formale basata sull'intreccio complesso e la conseguente enfasi sui dettagli della narrazione, che favoriscono l'identikit di uno specifico fruitore: il detective. L'alto tasso odierno di autonomia individuale di fronte allo schermo disarticola la struttura dei pubblici – li rende, in questo modo, "asociali" – che non si "incontrano" più nella visione sincronizzata di un prodotto, non seguono più i protocolli del broadcasting, ma si trasformano in una moltitudine fatta di singolarità che condividono una passione per la visione, e vengono riarticolate

intorno ad isole di senso dal consumo televisivo. I pubblici contemporanei hanno quindi la fisionomia psichica del detective, e la serialità complessa è la materia viva che ossessiona il loro sguardo, e che, al contempo, lo desta dal torpore rendendolo attento e addestrato.

3. *Serie tv*

Seppur in apparenza riconducibili al cinema o al romanzo, le serie televisive partecipano al medesimo *training* sensoriale raggiunto nelle ultime sperimentazioni in realtà virtuale, instaurando presso lo spettatore, nella dialettica tra *choc* e *indifferenza*, una narcosi che spinge sempre più in là il muro dell'insensibilità; ugualmente, l'inaudita e contradditoria sfaccettatura di temi che le serie-tv ad ogni giro compiono, spesso in direzione confusa all'interno di una sola stagione, può essere intesa come un'indagine sui limiti nervosi dello spettatore, e dunque sui limiti della narcosi che esse stesse concorrono a creare. Che tipo di dipendenza instaurano e con quali tecniche la raggiungono? La narcosi correlata alle serie rivela un rapporto di profonda reciprocità tra testo e spettatore; essa avviene – e lo tratteremo in dettaglio nelle pagine che seguono – nei continui sconfinamenti, transiti, che si verificano tra "aperture" del testo e "allucinazioni" dello spettatore (Mittel, 2017), al punto che entrambi i piani precipitano e convergono nell'immagine di una superficie mobile.

Dove avviene e si situa il primo segno tangibile di una vera e propria dipendenza/ assuefazione? Il primo elemento è dato dalla presenza del paratesto, quel seguito di commenti e ricerche che gli spettatori compiono a bordo della visione; con ciò la ricezione non si conclude nella fruizione, ma prosegue oltre i confini del testo: ad essere determinante è il transito che si realizza tra opera e vita quotidiana, dato sia dai residui che moltiplicano le interpretazioni, sia dal fatto che la visione dilata e risucchia tempi considerevoli della vita quotidiana. Ad alimentare il paratesto concorre in modo decisivo la natura dei personaggi che, nonostante gli approfondimenti e le messe a fuoco, restano pur sempre mobili, privi di carattere, in una sorta di riflesso dei modi e dei tempi, dell'accidentalità, che contraddistingue la vita ordinaria. Al medesimo processo partecipa la forma narrativa, contraddistinta da "attese infinite", in un accumulo e oblio dei passaggi precedenti. Un fondo di incertezza che, oltre a simulare il tempo dello spettatore, obbliga ad una partecipazione attiva. E la partecipazione testimonia di un particolare atteggiamento dello spettatore: è come se il piacere stesse nel rendersi totalmente disponibili a cadere vittima delle strategie narrative messe in atto (Colaiacomo, 1999), acquisendo il ritmo frenetico della produzione.

La narrazione realizza, vista l'immensa diversificazione che in genere compie dei personaggi, un punto di vista mobile che, più che essere uno sguardo dall'alto sulla narrazione e la sua pre-

sunta linearità, pare sovrapporsi al medesimo sguardo che uno spettatore lancia sul succedersi dei propri istanti di vita. Per questo motivo si predilige il *plot*, una bozza narrativa, un procedimento, più che un prodotto finito. Ma il plot è anche l'immagine di un *flusso* che priva la narrazione del suo carattere tradizionale di *evento*, tentando al contrario di offrire una simulazione stilizzata della vita quotidiana. Perduta ogni presunta oggettività del testo, e dunque la possibilità di raggiungere una distanza rispetto ad esso (Colaiacomo, 1999), il testo sovrasta, al pari di un incantesimo, lo spettatore, imponendo il ritmo sensoriale delle attese: è come se la fruizione si iscrivesse innanzitutto dentro le leggi ferree dell'occhio e del suo sovrapporsi, "incollarsi" allo schermo. Le sorprese schivano le scene precedenti e modellano, in un susseguirsi repentino di *choc*, i nostri movimenti; così, esse "espropriano" il vissuto dello spettatore, procurando una dilatazione temporale.

Per raggiungere una simile congiunzione, portata quasi a ridosso della *pelle*, la narrazione si dispiega per cerchi concentrici, dove è possibile moltiplicare le direzioni e le sfaccettature ad un ritmo e ad una rapidità impensabili per una narrazione classica. L'effetto ricercato è quello di procurare uno *choc*, rinunciando in modo definitivo alle "chiusure". Un movimento a cui corrisponde un progressivo disordine, oblio, amnesia dei passaggi precedenti. Proprio la dialettica tra *choc e oblio* distingue le serie-tv dal cinema o dal romanzo, evocando, più che una narrazione in

senso stretto, i ritmi della vita quotidiana: rapire lo spettatore come innanzi ad uno specchio, fingendo di essere molto più che un *excursus* dalla vita quotidiana, addirittura un doppio che vi si allinea superandone i confini, le distanze, i filtri. Ma, nel disordine, nella insuperabile prossimità, il testo lascia lo spettatore solo nell'interpretazione, privandolo di qualsiasi appiglio. La serie manca di una tela ordinata, di un vero e proprio punto di vista che permette retrospettivamente una ricostruzione affidabile; qui, al contrario, nell'uso che lo spettatore compie al termine, si assiste al trionfo del frammento, un mosaico di pezzi non ricomponibili. Anche quando vi sono i finali, questi rispondono a motivi commerciali o all'esaurimento delle capacità espressive, e non si configurano mai come il culmine di un progetto verticale, piuttosto come meri eventi occasionali. La dinamica delle attese e delle sospensioni fa dunque scivolare lo spettatore nella posizione di un detective.

Nelle fasi di ricostruzione, le serie-tv recuperano, espandono e fissano le differenze che separano il video dalla fotografia. Nella fotografia – immagine che in un istante, il tempo intercorso dal clic dell'obiettivo sino alla figura raggiunta, si impone all'occhio dell'osservatore come una "presenza" fantasmatica – la linea che si frappone tra l'occhio e la superficie lucida della foto permette di guardare ad essa come a un reperto archeologico su cui "applicare i metodi della vivisezione, e scorgervi dunque le tracce di più scritture sovrapposte" (Colaiacomo 1999: 34).

Uno sguardo a distanza, per ingrandimento del dettaglio, che evoca la performance brillante del detective. La coscienza analitica del detective – sorto in coincidenza con la diffusione della fotografia nel contesto della metropoli – si innesta come strumento di sopravvivenza rispetto a un corpo dilaniato dagli stimoli. Una sorta di schizofrenia dinamica e produttiva che scinde per un istante l'analisi dalla sfera emotiva operando come su un corpo inerte. I fotogrammi seriali – e più in generale i video – mettono sotto tensione questi ultimi "agganci" oggettivi della fotografia, fondando l'interpretazione, in una convergenza tra ritmo sensoriale e ricomposizione mnemonica, sul tempo dello spettatore. Nella simulazione dei flussi, i video spezzano la pur sottile distanza che separa l'immagine dallo spettatore; ora chi guarda si sintonizza sul ritmo, e con l'ausilio del *replay* ricompone *a posteriori* le esperienze vissute. Ma è una dispersione che evoca l'immagine incostante e caotica della vita quotidiana; soltanto partendo da un'interferenza, un appunto sparso, lo spettatore può giungere ad infrangere il *continuum* collocando una scena o un dettaglio dentro il proprio itinerario. Analisi, memoria ed esperienza convergono in un punto, e si dispiegano senza veri e propri appigli che non sia in fondo la storia delle proprie personali cognizioni. Il contatto coi fenomeni si situa sull'effetto che un'immagine procura in un istante, sul modo, cioè, in cui essa giunge ad impressionare le facoltà percettive del singolo, riconfigurando i tasselli pre-esistenti.

Sul piano dei contenuti, la serie assume le forme di una ricerca sul tessuto soggiacente al desiderio, individuato nell'esperienza incomunicabile di un dolore inflitto sulla viva carne. Un dolore indicibile, un arresto dell'intelligenza, che si configura come la massima alterità del desiderio e al contempo come il fondo su cui quest'ultimo genera un doppio movimento in apparenza paradossale: una distrazione e al contempo un ricordo, una memoria del limite.

La prima scena è tratta da *Mad Men*, episodio *La ruota del destino*: "Creare un legame più profondo con le cose. La nostalgia. È delicata e in greco indica un dolore che deriva da una vecchia ferita. *Carrellata*. È uno struggimento del cuore di gran lunga più potente del ricordo. *Pause*. Questo strumento non è una navicella spaziale, è una macchina del tempo. Porta in un posto dove vogliamo tornare. Non si chiama ruota, si chiama giostra. *Silenzi*. Ci fa viaggiare nel modo in cui viaggia un bambino. Gira e rigira, e poi torna a casa". Qui, la narcosi, e con essa il desiderio e l'allucinazione che ne conseguono, si fissa come *schermo* rispetto a un dolore che supera in potenza qualsiasi rappresentazione: è uno stato emotivo infinitamente più forte di ogni espressione tangibile e, in quanto tale, perchè in apparenza non ulteriormente "scavabile", si fonda come mito. Una zona limite che può essere detta soltanto *a posteriori*, come memoria. Ma, come mito, può anche essere usato al pari di una menzogna estremamente efficace.

Più in avanti si spinge *True Detective* nella prima stagione, ribaltando in due scene, come

spesso avviene nella serie, il punto di osservazione sul medesimo problema. Scena prima, *Come carne senziente*, dialogo in macchina tra i due protagonisti: viene detto che la coscienza analitica è un difetto, un errore, a cui poter ricondurre una dicotomia fallace, un occultamento del nostro stato primario; si dovrebbe al contrario riacquistare una coscienza tattile capace – esattamente come le serie – di innervarsi sulla sfera sensoriale, come se la coscienza non fosse altro che un riflesso delle reazioni emotive. Scena seconda, il finale: qui giunge a compimento il dialogo precedente: l'oscurità è il fondo indicibile; la luce è infine la narcosi che distoglie dal dolore dilatando il tempo al pari di uno stupefacente (il riferimento è, non a caso, allo splendore dello schermo televisivo).

Breaking Bad, scena *Say my name*: nel dialogo avviene una sovrapposizione – mediante il ricorso alle funzioni del nome proprio, nome inteso che fonda ed evoca il mito del protagonista – tra scena e funzionamento complessivo della serie: partendo dal limite – la malattia e l'indicibile dolore, divenuto motivo della trasformazione di sé – la serie ha costruito una narrazione accecante che ha progressivamente messo in ombra l'origine della vicenda; così la serie appare come una dilatazione del tempo che avvolge, oscurandolo, il limite. È la riproduzione della medesima ritmica che la serialità imprime al corpo e alla mente, come nel finale di *True Detective*.

Infine, *Six Feet Under*, scena *Breathe me*: la serie tv coincide con la potenza di un evento limite

(la morte, la discontinuità) che sottrae dallo scorrere indistinto del tempo, instaurando un'assuefazione, una galleria di immagini vivide che attiva i ricordi, le passioni, le immaginazioni. È messa in scena la memoria che si sperimenta in punto di morte: immagini che affiorano e sovrastano e intensificano il tempo, portando lo spettatore, come le serie, alle massime prestazioni nervose.

L'elemento di sintesi di queste esperienze narrative è costituito dalla "tattilità": con le serie, la vista è talmente "ravvicinata" allo schermo da privilegiare le leggi del "tatto", in una compresenza simultanea di azione e reazione. A prevalere è, come nel caso della realtà virtuale, una dinamica di immersione e non una messa a distanza, che ancora la fotografia rendeva possibile. Il ritmo narrativo viene come portato a ridosso della pelle, ultima frontiera tra tecnica e corpo (Hansen, 2007): il medium imprime un variegato insieme di stimoli che soltanto *a posteriori*, e in modo frammentato, possono essere ricostruiti. L'atto di ricostruire in solitudine è il segno di uno slittamento irreversibile tra opera e vita quotidiana: non solo la serie riproduce i modi e i ritmi della vita quotidiana, ma, lasciando lo spettatore privo di agganci testuali, solo con il proprio personale ricordo, invade e delinea il tempo della fruizione imponendo una vera e propria narcosi. Appunti sparsi occupano la mente dello spettatore come enigmi da ricomporre, da risolvere. Una simile "potenza", "seduzione", è resa possibile dal fatto che nessun tema particolare è rilevante se non come stimolo da scavare ulteriormente. Il *letit-*

motiv è dato da un'incessante messa a fuoco del desiderio e della narcosi che ne consegue, in una forzatura persistente dei limiti nervosi e sensoriali dello spettatore, che appare in ultimo come l'autentico oggetto della narrazione seriale.

4. *Realtà virtuale*

Generalmente nei video in realtà virtuale la cornice è come occultata. Lo spettatore coincide con lo sguardo della camera, e i movimenti compiuti nello spazio variano all'istante i punti di osservazione. Il movimento degli organi superiori determina la nostra "presenza" nel testo facendo prevalere una *vertiginosa immersione* – ad immagine di una mollezza che contraddistingue i muscoli cervicali – di ordine senso-motoria prima che narrativa. La ricerca di un effetto epidermico appare come la natura più profonda delle immagini, quasi ad evocare le immagini del cinema delle origini. In uno sdoppiamento fantasmatico del reale, le immagini si configurano come l'immediato presente dello spettatore, e modificano i modi con cui ci si riappropria, per improvvise e subitanee riconduzioni, di un'esperienza estetica priva di cornici. "Sogni ad occhi aperti": i fotogrammi che si susseguono rallentano o dilatano il tempo nella messa in scena di una frattura, un'interruzione del *continuum*; essi sono *in abstracto* la proiezione materiale di un sogno vissuto dallo spettatore, che viene così a trovarsi al centro della scena.

Alien: Covenant In Utero (2017), della durata di due minuti circa, quasi interamente scandito dal rumore del battito cardiaco, ricostruisce l'esperienza della nascita di un deforme, e si compone di due parti distinte: una visione compiuta dall'interno del corpo, che sospinge per qualche frazione di secondo ad una sovrapposizione tra scena e spettatore (a questo paiono alludere le pieghe e i gemiti delle membrane), a cui succede un'improvvisa, subitanea, scomparsa dell'immedesimazione. Così, lo spettatore si colloca all'esterno della scena, e l'illusione appena vissuta conferma per contrasto una linea di demarcazione nettissima tra l'immagine e lo spettatore.

In Utero partecipa ad una medesima e ossessiva ricerca delle origini, l'esperienza indicibile del dolore, compiuta mediante il ricorso alla tecnica dello *choc*. La repentina oscillazione tra vita e morte – che è l'oggetto della scena ma anche il riflesso delle reazioni emotive dello spettatore (l'immagine travolge lo spettatore, sospingendolo in uno stato pre-coscienziale, attimo a cui succede la sensazione desolata della fine) – rivela uno stato di transitorietà accelerata. Come in *Carne y Arena* di Iñarritu, *choc* e tattilità delle immagini paiono congiuntamente delineare uno stato di sospensione delle funzioni mnemoniche, della loro necessità, approssimando lo spettatore all'immagine del deserto o della polvere, che è l'ovvio rovescio dialettico dello spettacolo e dei congiunti effetti speciali. Si potrebbe piuttosto parlare di "ripetizione", compiuta dentro o fuori dal testo come memoria vivente dello spettatore,

ma presupponendo che una simile funzione è in primissima istanza esterna alla macchina narrativa, e dunque abbandonata al caso.

In Utero può essere anche inteso come un tentativo di raffigurare le esperienze limite, le zone senzienti ma non comunicabili; stati che si impongono come duri e resistenti alle incessanti incursioni del linguaggio. L'esito appare come duplice e ambivalente; se da un lato, la rappresentazione delle origini "scopre" una sorta di grado zero, oltre il quale la narrazione si arresta, dall'altro, fissa questo stesso punto come origine di un incessante affiorare delle immagini che allontanano o distraggono dalla vista delle esperienze originarie. Nel mentre arresta la ricerca del desiderio, questa ricerca ne giustifica dunque la ritmica infinita.

La prevalenza indiscussa degli effetti speciali restituisce infine un'immagine dell'interiorità – in una coincidenza tra reazioni epidermiche dello spettatore e raffigurazioni narrative degli "interni", della pelle – come riflesso tattile, meccanico. La vertiginosa immersione della Realtà Virtuale porta alla luce la natura più intima o *primordiale* del rapporto con la tecnica:

> In this way, Davies' work concretely embodies the capacity of technics to facilitate an experience of the "indivision" of the flesh that Merleau–Ponty discovers at the heartof Being and that our previous discussion has now associated with the "originary" technicity (the écart) of primordial tactility (Hansen 2007: 112).

> What makes these two works singular in the present context is the way that they support the opening of virtual reality not as a technical apparatus enabling some prescripted play, but rather as a technically triggered experience of the organism's power of imaging, an experience of imaging as an inherently technical, originary element of the organism's being (Hansen 2007: 19).

L'incontro avviene in uno *choc*, e dunque in un istante. La tecnica è già in sè un effetto; essa si insinua e sovrasta l'individuo in un *training* sensoriale da cui non è dato sottrarsi; soltanto in seguito, in un lavorio del pensiero e della memoria, gli individui raggiungono una ricomposizione narrativa, il cui esito è la conquista di un particolare modo di parare e gestire gli *choc*:

> Such a break (at least on Deleuze's reading) grants cinema the capacity to present the world from a nonhuman perspective and thus opens a properly autonomous machinism; by contrast, the functional homology linking virtual reality technologies with natural perception supports a prosthetics that functions to expand the scope of natural perception, to tap the technics at its core. In its fantasy form, though certainly not in reality, virtual reality works—or rather would work—like an externalization of neuroscientist Antonio Damasio's analogy for consciousness: if consciousness can be likened to a "movie-in-the-brain" with no external spectator, then virtual reality would comprise something like a movieoutside-the-brain, again, importantly, with no external spectator (Hansen 2007: 5).

La realtà virtuale fa derivare la coscienza da un preliminare *training* sensoriale; soltanto in un secondo momento, quando le cose sono divenute momenti di un pensiero speculativo, essa appare come un film o un montaggio in cui le esperienze pregresse hanno raggiunto lo statuto di immagini.

Bibliografia

Abruzzese, A. (1979). *La grande scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti*. Roma: Luca Sossella Editore (2008).

Abruzzese, A. (1995). *Lo splendore della TV. Origini e destino del linguaggio audiovisivo*. Genova: Costa&Nolan.

Abruzzese, A. (1996). *Analfabeti di tutto il mondo uniamoci*. Genova: Costa&Nolan.

Acquarelli, L. (2015). *Au prisme du figural: le sens des images entre forme et force*. Rennes: Presses universitaires de Rennes.

Baudrillard, J. (1979). *Lo scambio simbolico e la morte*. Milano: Feltrinelli (2001).

Belting, H. (2001). *Bild-Anthropologie. Entwürfe für eine Bildwissenschaft*. München: Fink.

Borges, J. L (1985). Le roman policier. In Id., *Conférences*. Paris: Gallimard.

Brancato, S. (2003). *La città delle luci. Itinerari per una storia sociale del cinema*. Roma: Carocci.

Byung-chul, H. (2013). *Digitale Rationalität und das Ende des kommunikativen Handelns*. Berlin: Matthes & Seitz.

Byung-chul, H. (2016). *Die Austreibung des Anderen: Gesellschaft, Wahrnehmung und Kommunikation heute*. Frankfurt: Fischer.

Calleja, G. (2011). *In-Game. From Immersion to Incorporation*. Cambridge: MIT Press.

Colaiacomo, P. (1999). *Tutto questo è beautiful. Forme narrative della fine del millennio*. Roma: Luca Sossella.
Crary, J. (2000). *Suspensions of Perception: Attention, Spectacle and Modern Culture*. Cambridge: MIT Press.
Cristante, S. (2004). *Potere e comunicazione: Sociologie dell'opinione pubblica*. Napoli: Liguori.
Damasio, A. (1999). *The Feeling of What Happens: Body and Emotion in the Making of Consciousness*. San Diego (CA): Harcourt.
Damasio, A. (2021). *Feeling and Knowing: Making Minds Conscious*. New York: Pantheon.
De Certeau, M. (1980). *L'invezione del quotidiano*. Roma: Edizioni Lavoro (2009).
De Man, P. (1979). *Allegories of Reading: Figural Language in Rousseau, Nietzsche, Rilke, and Proust*. New Haven: Yale University Press.
Fiorentino, G. (2007). *L'Ottocento fatto immagine*. Palermo: Sellerio.
Hansen, M. B. N. (2007). *Bodies in Code: Interfaces with Digital Media*. New York: Routledge.
Kracauer, S. (1971). *Il romanzo poliziesco*. Milano: SE (2011).
Ilardi, E. (2005). *Il senso della posizione. Romanzo, media e metropoli da Balzac a Ballard*. Roma: Meltemi.
Lotz, A. (2014). *Post-network era*. Roma: Minimum Fax (2017).
McLuhan, M. (1964). *Understanding media*. New York: McGraw Hill; tr. it. (2002). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Net.
Mittel, J. (2015). *The Poetics of Contemporary Television Storytelling*. NY: New York University Press.
Morton, T. (2013). *Hyperobjects: Philosophy and Ecology after the End of the World*. Minnesota: University of Minnesota Press.
Peters, J. D. (1999). *Speaking Into the Air: A History of the Idea of Communication*. Chicago: University of Chicago Press.

Poe, E. A. (1841). *Tutti i racconti del mistero, dell'incubo e del terrore*. Roma: Newton (2019).
Rafele, A. (2023). *Qui è il mio spazio. Media e Romanticismo*. Roma: Luca Sossella.
Ragone, G. (2000). *Introduzione alla sociologia della letteratura. La tradizione, i testi, le nuove teorie*. Napoli: Liguori.
Ragone, G. (2019). *Per la mediologia della letteratura*. Torino: Aracne.
Simmel, G. (1903). *Le metropoli e la vita dello spirito*. Roma: Armando (2005).
Sontag, S. (1977). *Sulla fotografia*. Torino: Einaudi (2004).
Todorov, T. (1970). *La letteratura fantastica*. Milano: Garzanti (1988).
Tarquini, F. & Vagni T. (2019). Dello sguardo attento e addestrato. Gli sconfinamenti del detective nell'era post network. *Sociologia*, n. 3.
Vagni, T. (2017). *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality show*. Milano: Franco Angeli.

Gli albori della serialità videoludica

Alessio Ceccherelli, Andrea Piano[*]

1. *In principio fu Spacewar!*

Il 22 maggio 1972, al ristorante *Tavern on the Green* di New York City, l'azienda di televisori Magnavox presenta alla stampa Odissey (Smith, 2019). Ideata da Ralph Baer, ingegnere tanto geniale quanto sfortunato dal punto di vista commerciale, Odissey è nei fatti la prima console videoludica della storia, uscita sul mercato statunitense nel settembre dello stesso anno. Era in grado di far muovere solo tre luci, ma grazie ad alcuni *overlay* da attaccare fisicamente sullo schermo della tv offriva al pubblico un totale di 28 giochi diversi (Accordi Rickards, 2020: 25). È il meccanismo seriale di base: pochi schemi, ripetuti con varianti, per dare l'illusione della diversità.

Il videogioco nasce in stretta relazione con la serialità. Fin dalle sue prime espressioni speri-

[*] Questo saggio è stato ideato ed elaborato congiuntamente dai due autori. Alessio Ceccherelli si è più concentrato nella scrittura dei paragrafi 1 e 4, Andrea Piano nella scrittura dei paragrafi 2 e 3.

mentali, poggia saldamente su forme di reiterazione strutturali preesistenti. Con il passare del tempo queste strutture si sono evolute e hanno generato schemi semiotici specifici, adattati alle necessità mediali e in certi aspetti differenti dalla serialità dei media lineari. Come sempre accade per le innovazioni tecnologiche che alterano la sfera mediale, insomma, anche intorno al videogioco si sono costruiti e ri-costruiti format, generi, immaginari.

La nascita del videogioco è complessa da individuare storicamente. Le prime sperimentazioni avvengono tra gli anni '50 e '60 del '900, quando i ricercatori di diverse università statunitensi iniziano a esplorare le tante potenzialità dei calcolatori elettronici (Kent, 2001). Una tecnologia creata con altri scopi, adattata a un nuovo contesto, ma che non offre una data precisa da cui partire per ricostruire il percorso evolutivo. Per convenzione, si prende spesso come punto di riferimento la realizzazione di *Spacewar!*, ad opera principalmente dell'allora venticinquenne Steve Russell. Nato come progetto di ricerca nei laboratori del Massachusetts Institute of Technology (MIT), è il primo vero gioco interattivo per computer della storia. Da allora il medium si è evoluto enormemente, fino a imporsi come uno dei più diffusi e influenti mezzi di comunicazione dei giorni nostri.

Spacewar! racchiude in sé importanti dimensioni mediali del videogioco rimaste immutate nel tempo: concepito in ambito accademico, ha aperto la strada a un'industria del consumo di

massa fortemente condizionata da logiche capitalistiche. Tutt'oggi il medium vive al centro di questa dicotomia, con lo spazio di ricerca da un lato e il posizionamento culturale collettivo dall'altro. L'ibridazione tra le due parti è mutevole, circostanziale, ma esiste ancora una netta distinzione che influenza fortemente la costruzione dei significati intorno alle opere, ai processi culturali e agli immaginari di riferimento.

Alla base della fama di questo gioco c'è anche la condivisione che ne venne fatta negli ambienti universitari americani lungo gli anni '60. Il codice sorgente di Russell passa infatti di mano in mano, clonato e adattato ai *mainframe* disponibili nelle diverse università; ma è solo nel 1967, quando la maggior parte dei computer è dotata di schermo, che il gioco diventa estremamente popolare tra gli studenti (Mosna, 2018: 22). Replicare e distribuire è un binomio vincente sin dall'inizio. La logica seriale della clonazione del codice sorgente viene poi di fatto "solo" implementata dalla logica imprenditoriale del profitto economico, in quanto perfettamente confacente.

La prima avventura commerciale di Nolan Bushnell, uno dei padri fondatori dell'industria videoludica con Atari, riguarda proprio la commercializzazione di un gioco fortemente ispirato al modello *Spacewar!*. Si tratta di *Computer Space*, del 1971. La Nutting Associates, azienda specializzata nell'intrattenimento da sala giochi, finanzia l'idea di Bushnell producendo millecinquecento macchine da gioco. Il prodotto non vende come sperato, ma possiede già le caratteri-

stiche dei cabinati che invaderanno le sale giochi negli anni '70 e '80, soppiantando gradualmente i flipper e venendo poi resi obsoleti dalle console portatili e casalinghe. La storia di *Computer Space* dice già quanto la produzione in serie sia alla base del grande successo commerciale dei videogiochi, e della loro crescente presenza nel nostro immaginario (Accordi Rickards, 2020: 27-28).

Imparando dagli errori commessi la prima volta, Bushnell ci riprova infatti con *Pong*, nel 1972. Anche in questo caso, l'ispirazione risale all'archeologia videoludica, ovvero a *Tennis for Two*, l'esperimento che il fisico William Higinbotham fece nel 1958 per motivare i visitatori del Brookhaven National Laboratory di Upton. *Pong* ha un clamoroso successo, venendo clonato e variato in decine di modi diversi negli anni a venire, fino a diventare una delle tante icone che negli anni hanno rappresentato metonimicamente i videogiochi.

Lo studio dei prodotti più diffusi o più noti è un punto di incontro fondamentale per comprendere al meglio gli aspetti che caratterizzano il medium nel suo rapporto con la società in cui esso si inserisce. In questo senso, un'altra caratteristica evidente di *Spacewar!* ci riporta alla serialità: come si evince dal titolo, il gioco attinge da schemi semiotici narrativi di genere fantascientifico. Riprende, cioè, strutture simboliche e figurative specifiche dell'immaginario di media preesistenti; ripete e ricostruisce elementi familiari che ne facilitano la comprensione (indispensabile, per un nuovo medium) e la stabiliz-

zazione all'interno dell'immaginario collettivo. Il contenuto di un medium è sempre un altro medium, per dirla alla McLuhan (1964).

Spacewar! reitera l'archetipo della corsa allo spazio, già presente nella sfera mediale di quell'epoca storica, incastrandosi in un percorso di serializzazione del genere in ambito transmediale, lo stesso processo in cui si annoverano i vari *Star Trek* (1966), *2001: Odissea nello spazio* (1968), *Il pianeta delle scimmie* (1968), e tanti altri, fino a ritornare al videogioco con *Space Invaders* (1978). Pur con la grande astrazione semiotica dovuta ai limiti tecnologici del periodo, attingere a generi narrativi e costrutti di media preesistenti ha permesso a *Spacewar!* di essere un prodotto più comprensibile, ma al tempo stesso interessante perché fautore di una variazione significativa (Capaldi, Ragone, 2016), quantomeno nei metodi di fruizione.

Una cosa simile è avvenuta con uno dei termini/concetti tipici degli anni '70, quello di *dungeon* (letteralmente sotterraneo, segreta). Esso è alla base di giochi di ruolo e avventure (prima testuali e poi grafiche) che prevedono l'esplorazione di uno spazio labirintico, ostile, popolato da mostri e creature fantasy, e che quasi da subito si pongono anche come giochi multiplayer (i cosiddetti MUD, Multi User Dungeons). Il nome rimanda ovviamente anche a un altro fenomeno di massa di quegli anni, il gioco da tavolo *Dungeons & Dragons* (1974). Il riferimento diretto è la cosmologia creata circa trent'anni prima da Tolkien con *Il Signore degli Anelli*, di cui vengono riprese tipo-

logie di razze, spazi, ambientazione medievaleggiante, movimenti narrativi principali (manipolo di eroi, trame multiple parallele, *quest*).

Già alle origini di alcuni generi storici del videogioco (*arcade*, *adventure*, *role play game*) c'è dunque lo sfruttamento seriale di immaginari e meccanismi narrativi efficaci in altri media, si tratti del cinema di fantascienza o della sempre più sterminata letteratura fantasy (più precisamente *high fantasy* o *epic fantasy*) che proprio in quel periodo si amplia esponenzialmente.

2. *Serializzazione procedurale*

La serializzazione di schemi è necessaria a facilitare la comprensione mediale. Ogni nuovo medium assorbe e ricostruisce forme, valori, figure, campi semantici e il videogioco non si differenzia in questo da forme di innovazione tecnologica o mediale precedenti. Come accaduto in passato, però, offre anche un contributo nuovo, genera aspetti propri con cui ripropone e rimodula in sé interi processi.

Quando si parla di serialità, nel caso del videogioco, l'analisi non può limitarsi esclusivamente alla sfera narratologica: il medium frammenta sì narrazioni o, come nel caso di *Spacewar!*, reitera archetipi figurativi, ma serializza soprattutto schemi comportamentali e cognitivi. Questa caratteristica è riassunta da Ian Bogost come *proceduralità* (2008; 2010): l'attivazione da parte del videogioco di un processo cognitivo in

cui avviene un costante scambio di significati tra utente e macchina (Genovesi, 2020).

L'atto stesso di videogiocare impone l'interiorizzazione di schemi e linguaggi che trascendono spesso autorialità, hardware e software. Si pensi banalmente alle convenzioni ormai assodate nella composizione delle periferiche di input: il posizionamento stesso dei pulsanti e delle leve si è certamente affinato con anni di studi e ricerca (anima universitaria), ma deve gran parte della sua composizione attuale all'immaginario del joypad costituito dal Nintendo Entertainment System (1983-1995) in poi.

Questa forma di serialità meccanica o *ergodica* (Aarseth, 1997) può essere definita come *serializzazione procedurale*: un insieme di regole codificate che riguardano una semiotica interattiva, specifica del videogioco. La costruzione dell'esperienza videoludica passa necessariamente dalla comprensione e dall'interiorizzazione di questi sistemi di regole e dalla loro interazione reciproca. Costituisce inoltre una forma di immaginario ben preciso, la cui conoscenza condivisa spesso trascende culture, linguaggi e pratiche.

La serializzazione procedurale ha inizio già nella prima epoca d'oro del videogioco, con l'esplosione commerciale di Atari nella metà degli anni '70 (Dillon, 2011): il successo quasi inaspettato di quello che allora era un nuovo medium impone la costruzione di schemi riconoscibili e ripetibili di interazione uomo-macchina, prima ancora che narrativi. Le periferiche di controllo (joystick, paddle, trackball, gamepad, ecc.)

si sono evolute di pari passo con le interfacce (Kent, 2021) favorendo la proliferazione di dispositivi o giochi in qualche modo simili tra loro fino ai giorni nostri. *Super Mario Bros.* (1985) ha definito il genere *platform* anche grazie alla configurazione dei comandi di input. *Doom* (1993) ha attinto agli schemi di interazione di mouse e tastiera, già consolidati nell'uso dei personal computer, variandone la natura al punto che tutt'oggi rappresenta lo standard di sviluppo di qualsiasi *First Person Shooter* (sparatutto in prima persona).

La questione dei generi narratologici e ludici è stata ampiamente dibattuta negli anni (Aarseth, 2004; Ceccherelli, 2007; Papale, 2013) e non è scopo di questa analisi entrare nel merito della questione. È tuttavia rilevante notare che la serializzazione nel videogioco avviene anche su un livello interattivo, oltre che figurativo o narrativo. Il medium videoludico incentiva la ripetizione di azioni, talvolta in sequenze precise, che costituiscono parte del suo processo di fidelizzazione e della sua identità (Herz, 1997).

Come per i generi narrativi, anche quelli procedurali sono tendenzialmente instabili e prestano il fianco a continue mutazioni: la variazione sistematica causa sorpresa e straniamento, ma contribuisce alla costruzione di nuovi generi. La serie *Dark Souls* (2011-2016) è un esempio di come la variazione (e ibridazione) dei generi del gioco di ruolo e dell'avventura in terza persona possa, attraverso l'implementazione di schemi interattivi identitari, dare vita a un nuovo genere

(Toniolo, 2015). Il *soulslike* è una standardizzazione che può combinarsi con generi narratologici differenti, dall'epopea cavalleresca (*Dark Souls*, *Dark Souls II* e *Dark Souls III*) all'horror lovecraftiano (*Bloodborne*, 2015), passando per la fantascienza (*The Surge*, 2017), fino al fantasy postapocalittico (*Elden Ring*, 2022).

Alle origini di un genere c'è sempre il successo di un gioco specifico. Agli inizi dell'industria videoludica, se un gioco aveva successo era clonato più e più volte, con variazioni più o meno evidenti. Il meccanismo della ripetizione variata è alla base anche di giochi apparentemente diversi. La meccanica ludica di *Pong* (colpire un pallina con una barra verticale laterale e mandarla nell'altra metà campo) si trasforma gradualmente in *Breakout*, sviluppato nel 1976 da due giovanissimi Steve Jobs e Stephen Wozniak (colpire una pallina con una barra orizzontale in basso per rompere un muro di mattoni in alto), che a sua volta viene ripresa e variata da Tomohiro Nishikado per ideare nel 1978 *Space Invaders* (la barra e la pallina si fondono in un piccolo cannone in basso e i mattoni diventano alieni che scendono minacciosamente).

È proprio questo processo seriale di ripetizione e variazione che consente dunque a un gioco specifico di diventare genere, e al genere di consolidarsi e diversificarsi nel corso degli anni. Anche nel videogioco, come negli altri media, il genere serve ad alimentare nel fruitore il senso di aspettativa e di prevedibilità tipico della serialità; la progressiva ibridazione tra i generi sembra, invece,

rispondere piuttosto alle esigenze della variazione e della novità, "con lo scopo di diversificare il gameplay per renderlo meno monotono" (Papale, 2013: 35). A differenza dei primi anni della sua storia, oggi è difficile se non impossibile parlare di generi videoludici. Più che di categorie ben definite, è forse preferibile parlare di "convenzioni ormai generalmente riconosciute, accolte dagli addetti ai lavori e soprattutto condivise da questi con il proprio pubblico che, oltre a riconoscere immediatamente "a che tipo di gioco si sta per giocare", sarà in grado […] di comprendere subito se si tratta di un prodotto da fruire "in solitaria" o in gruppo, quale tensione e quale concentrazione gli richiederà, ecc." (Genovesi, 2006: 43). In questo senso va letto, anche, il rapporto tra la serialità a bassa intensità del genere e quella ad alta intensità del ciclo, rappresentata dalle tante saghe vincenti dagli anni '80 a oggi.

È stato osservato (Capaldi, Ragone, 2016; Ragone, Tarzia, 2023) come esistano diverse forme di serializzazione, organizzata in sistemi semiotici (format) che operano su vari livelli. Esiste un livello intratestuale in cui la reiterazione di schemi si verifica all'interno della stessa opera, un livello intertestuale che costituisce la ripetizione di schemi su testi e opere diverse, e un livello intermediale che trascende le specificità di un medium, agendo su più linguaggi (Bittanti, 2005; 2008; Grigoletto, 2006).

Nel caso del videogioco è particolarmente interessante analizzare le prime due modalità, che mostrano elementi in comune con la seria-

lità degli altri media, ma prestano il fianco ad analisi ulteriori e specifiche. Mettendo da parte la dimensione intermediale, intrecciata inevitabilmente con una questione più propriamente transmediale che vede il videogioco come parte dell'attuale industria culturale, la suddivisione diventa una dicotomia che – riprendendo la classica distinzione in uso per descrivere la produzione seriale televisiva (Buonanno, 2002) – potremmo distinguere come *serialità verticale* (basata sull'intratestualità) e *serialità orizzontale* (basata sull'interstualità).

3. *Serialità verticale*

Il consumo di massa condiziona alcune strutture della serialità oppure contribuisce talvolta a rafforzarne altre. Se, come vedremo, gli schemi interattivi orizzontali sono più sensibili a questi cambiamenti, le formule reiterate di serialità verticale continuano a essere presenti in forme più o meno immutate nel tempo, pur se spesso mascherate.

L'esempio della saga di *Super Mario* è ancora una volta fondamentale: si pensi alla progressione del celebre gioco Nintendo. Per raggiungere il castello in cui è stata rinchiusa la principessa Peach, l'idraulico italiano deve superare un gran numero di ostacoli suddivisi in ambienti ben precisi dal tema variabile. Qualche volta si troverà a correre e saltare sui tubi in una località soleggiata e diurna, altre volte dovrà avanzare nel sottosuolo, nuotare o persino galleggiare tra le nuvole.

Questa suddivisione schematica in livelli è parte integrante della natura dei videogiochi, anche dei più recenti. Si tratta di una forma di serializzazione intratestuale o, come detto, verticale, in cui costrutti figurativi di significato ricorrono con più o meno frequenza all'interno della stessa opera. Quasi ogni videogioco è implicitamente o esplicitamente diviso in aree dal ruolo e dalle connotazioni specifiche (e le variazioni sono comunque parte, come visto, del processo di serializzazione). I livelli si ripetono più o meno uguali, con diversificazioni sempre maggiori ma mai perdendo di vista l'impianto ludico di base, sia nei videogiochi più semplici degli inizi che in quelli complessi, narrativi, di anni più recenti: "lo svolgersi degli eventi all'interno di un singolo livello (o mappa, o campagna, o missione che dir si voglia) tende a essere schematizzato e a ripetersi di volta in volta in maniera sempre uguale" (Papale, 2013: 144). Anche in un titolo come *The Last of Us* (2013), noto per la sua profondità narrativa, ci si ritrova a ripetere decine di volte le stesse lotte con infetti, banditi, milizie varie, ambientate in scenari differenti ma tutto sommato simili.

I livelli nascono dalla necessità ludica di proporre una sfida sempre adeguata all'attraversamento dell'opera da parte del giocatore, ma concorrono alla formulazione di immaginari di genere, di format e di *franchise*. Una frammentazione episodica indispensabile, che al tempo stesso attinge da patrimoni cognitivi del passato per costruire esperienze comprensibili, familiari e avvincenti.

Nel videogioco si esplicitano infatti alcune delle funzioni simboliche che i luoghi da sempre hanno nelle narrazioni mediali (Tarzia, 2009). Si pensi ai luoghi di sosta: se in un universo narrativo letterario come quello costruito ne *Il Signore degli Anelli* si trovano Gran Burrone e la Contea, nel videogioco abbiamo i *checkpoint* e le stanze di salvataggio, che possono essere i falò di *Dark Souls*, le macchine da scrivere di *Resident Evil* (1996-2022), i terminali di comunicazione di *Dead Space* (2008-2013).

La simbologia dell'immaginario collettivo è transmediale e il videogioco ne conferma l'importanza. Negli spazi tridimensionali delle opere più moderne, i livelli propriamente intesi sono sostituiti da ambienti circoscritti e tematici. Le città, i luoghi di passaggio e di scambio, ritornano ciclicamente con la medesima funzione simbolica in videogiochi che non hanno punti in comune né da prospettive narratologiche, né ludiche.

4. *Serialità orizzontale*

Si è detto che il videogioco basa gran parte del suo processo di fidelizzazione sulla riproposizione di schemi di interazione riconoscibili. Il potenziale serializzante di queste attività costituisce una specificità del medium, osservabile in diversi contesti, a partire da quello legato alle logiche di business. Le varie aziende, grandi e piccole, hanno sin dalle origini privilegiato la formula sicura al rischio d'impresa, anche in

virtù di una complessificazione che ha investito l'industria nel corso degli anni, passata da una produzione affidata a singoli sviluppatori a opere frutto di decine e decine di professionisti coinvolti (Genovesi, 2006; Accordi Rickards, Vannucchi, 2013) e con un investimento economico molto ingente (lo sviluppo di *Grand Theft Auto V*, uscito nel 2013, ha richiesto più di 250 milioni di dollari).

La sovrabbondanza di cloni di *Pong* è un esempio inaugurale di questa tendenza; ma nel 1976, la Fairchild Semiconductor fa uscire Channel F, segnalata, nella storia dei videogiochi, come la prima console a far uso di cartucce programmabili (Mosna, 2018: 32). L'elemento software (il gioco nella cartuccia) si svincola così da quello hardware (la console), fino ad allora uniti in un unico prodotto. Di lì a breve anche le altre case produttrici mettono in pratica questa soluzione, enormemente più vantaggiosa per i produttori ma anche per i consumatori, che finalmente possono ritardare nel tempo l'acquisto di una nuova console per poter invece acquistare più giochi diversi. L'impianto seriale, insomma, si sposta del tutto sul lato software, ovvero sul gioco in sé, perdendo gradualmente l'influenza che l'hardware ha avuto nella capacità inventiva dei *game designer*, costretti a inventarsi soluzioni originali per contravvenire ai limiti imposti dalla macchina. L'ondata di retromania (Reynolds, 2011) che si riscontra oggi anche nel mondo videoludico è forse in parte dovuto all'attuale disponibilità di macchine con grandi prestazioni,

che ha liberato gli sviluppatori dai vincoli tecnologici diminuendone però l'originalità: "i game designer possono fare praticamente tutto quel che gli pare con l'hardware e i supporti di cui dispongono" (Kimmich, 2008: 16), portando "a un appiattimento di massa, a un'omologazione che tende a favorire lo sperimentato rispetto allo sperimentale" (Papale, 2013: 124).

La formula "poco rischio – massimo profitto" risulta, insomma, rischiosa essa stessa, in quanto alla base di un efficace meccanismo seriale c'è la capacità di bilanciare il noto, l'atteso, con l'elemento di novità e di sorpresa. La prima crisi dell'industria del videogioco, nel 1977, si deve proprio a un eccessivo sfruttamento del meccanismo della clonazione, utilizzato anche all'interno della stessa software house (Mosna, 2018: 31). Uno scenario simile si ripresenta nel secondo grande collasso dell'industria, quello del 1983, in seguito al clamoroso flop del gioco tratto dal film *E.T.* di Steven Spielberg. Il mercato di quel periodo è saturo di console (se ne contano quindici) che propongono più o meno gli stessi giochi, o giochi molto simili: il grande successo del 1980, *Pac-Man*, viene convertito su ogni console e computer allora disponibili, ed è all'origine di ben 9 sequel solo tra il 1981 e il 1984. Ad aggravare il tutto c'è anche una confusa situazione rispetto ai diritti d'autore e alle licenze d'uso e di distribuzione. Emblematico, in questo senso, quello che accade tra il 1986 e il 1989 con la distribuzione internazionale di *Tetris*, al centro di un pasticcio – anche politico

– di accordi e licenze multiple (Ichbiah, 1997; Kent, 2001: 479).

In entrambi i casi, a salvare l'industria videoludica è stato il Giappone, prima col successo strepitoso di *Space Invaders*, e poi dimostrando di avere una maggiore consapevolezza del medium, gettando "le basi di una tassonomia del videogioco, in cui i video game iniziano a differenziarsi per genere e in cui si assiste alla nascita di un linguaggio. Un paradigma diametralmente opposto alla filosofia americana, che puntava a reiterare la formula per anni" (Mosna, 2018: 44). Grazie alla produzione nipponica, l'impianto seriale si sposta gradualmente dalle meccaniche di gioco (ripetizione continua di gesti e azioni) alla creazione di storie, generi, personaggi e universi narrativi che hanno avuto la forza di durare nel tempo. Si dà così il via all'espansione via via sempre più transmediale di saghe di successo, spostando la serialità dalla logica del genere a quella del ciclo, e che prosegue fino a oggi (se negli anni '80 abbiamo soprattutto *Super Mario* e *Zelda*, a partire dagli anni '90 si possono elencare, tra le tante, *Sonic*, *Tomb Raider*, *Pokémon*, *Halo*, *Assassin's Creed*, *Fallout*, *Metal Gear Solid*, *Call of Duty*, *Grand Theft Auto*).

Attraverso la stabilizzazione, i generi ludici contribuiscono alla produzione e ricostruzione di immaginari, anch'essi legati indissolubilmente a schemi comportamentali (ma non solo). *Platform*, *roguelike*, *survival horror*, *JRPG*, *RTS*, *FPS*, sono solo alcuni dei termini e degli acronimi che descrivono le esperienze ludiche e che si ibrida-

no spesso con schemi narrativi già legati ad altri media, come il giallo, il thriller, il fantascientifico, il fantasy, l'horror. La riformulazione di archetipi e valori si adatta costantemente alle necessità o alle paure della società in cui si inserisce, anche nel caso del videogioco, rendendo però ben riconoscibili opere appartenenti allo stesso filone.

Il caso di *The Legend of Zelda* è forse il più pertinente in questo senso. La popolare serie di videogiochi giapponese è composta da oltre venti opere, uscite tra il 1986 e il 2023, apparentemente non unite tra loro da consequenzialità narrative esplicite, salvo rare eccezioni. La serializzazione avviene da una combinazione di elementi narratologici (personaggi, nomi, luoghi, ecc.) con strutture e meccanismi videoludici (raccolta di oggetti, taglio dell'erba, distruzione di anfore, ecc.), da altre zone dell'immaginario e da elementi para testuali (Smith, 2015). Questa mitopoiesi del videogioco (Cirilla, Rone, 2021; Piano, Ilardi, Ceccherelli, 2021) si riflette conseguentemente sulla capacità di interpretare e riconoscere il format anche a distanza di anni, o nella sua riproposizione all'interno di dispositivi tecnologicamente più o meno avanzati.

Nell'ambito del *game design* ci si riferisce a questa pratica anche con il termine di *worldbuilding* (Sierra, 2020), ovvero la costruzione di mondi virtuali credibili, coerenti e che rispettino canoni di reiterazione riconoscibili. L'enfasi posta su questo aspetto del videogioco è sempre più rilevante nel settore (Howard, 2012), inevitabilmente connessa alla spazialità che caratterizza

il medium e si modella costantemente sulle tecnologie a disposizione. Il primo *Assassin's Creed* (2007) e il più recente *Assassin's Creed: Valhalla* (2020) coesistono nella stessa serie (anche dal punto di vista narrativo), pur con ibridazioni e ricostruzioni di genere ludico, e tuttavia propongono mondi virtuali di scale ben differenti tra loro.

L'innovazione tecnologica è profondamente interconnessa con lo sviluppo e la riformulazione dei generi, e rappresenta di per sé una forma di serialità intertestuale o orizzontale. I dispositivi e le console su cui poggiano i testi videoludici si evolvono di pari passo col progresso tecnico, creando codici di significato propri. La PlayStation ha connotazioni precise che la differenziano, per hardware, software e immaginari, dalle varie console Nintendo. Ciò crea un processo di fidelizzazione che talvolta sfocia in proiezioni identitarie non dissimili da quelle che si verificano nelle manifestazioni sportive a rappresentanza territoriale.

Nel processo di crescita tecnologica, però, si osserva un altro importante aspetto della serializzazione videoludica: l'affiliazione di opere a precisi dispositivi. *Super Mario Bros. 3* (1988) è un testo indissolubilmente legato al NES nell'immaginario collettivo, nonostante le sue molte reiterazioni e riproposizioni moderne ad opera di emulatori o servizi di *retrogaming*. La serie di *Halo* contribuisce invece a scandire la serialità delle console Microsoft: *Halo: Combat Evolved* (2001) con la prima Xbox, *Halo 3* (2007) con la

Xbox360, *Halo 5: Guardians* (2015) con la Xbox One e *Halo Infinite* (2021) associato a Xbox Series X/S.

Gli immaginari di riferimento del videogioco si mantengono dunque nel tempo, ma mutano nei loro aspetti seriali ludici quanto narrativi, adattandosi alle periferiche di input, alla potenza di calcolo, alla diffusione di una console. Le logiche di consumo globale contribuiscono a plasmare questi schemi, di pari passo con i processi di produzione e le nuove sfide della comunità globale (Abraham, 2022; Chang, 2019).

Con la progressiva diffusione di internet e la penetrazione del web come spazio di connessione, ad esempio, non cambiano soltanto le modalità di gioco (con la crescita dei titoli multiplayer). Xbox Live, il servizio online lanciato da Microsoft nel 2002 per la sua console, si fa ricordare nel mondo dell'intrattenimento ludico anche per aver introdotto un nuovo modello di distribuzione, quello del *digital delivery*, che consente di scaricare giochi (o parti di esso) direttamente sulla console, senza bisogno di un supporto fisico (cartuccia o dvd). Si tratta di un modello che riprende in parte il cosiddetto *shareware*, tramite cui i giocatori potevano scaricare gratuitamente la prima parte o la demo del gioco e poi acquistare i livelli o capitoli o episodi successivi. *Wolfenstein 3D* (1992), il primo *First Person Shooter* con grafica tridimensionale, e il successivo *Doom*, vengono distribuiti in questo modo. Il *digital delivery* va però oltre, finendo con l'influire sul processo produttivo e sull'esperienza di gioco: "La possibilità

di scaricare contenuti […] altera il modo in cui gli sviluppatori progettano e distribuiscono i loro giochi. La copia fisica di un titolo diventa in questo modo soltanto la base di partenza di un'esperienza che si arricchisce e si modifica nel tempo, grazie ai cosiddetti DLC (*downloadable contents*, contenuti scaricabili)" (Accordi Rickards, 2020: 142). Il meccanismo seriale influisce anche sulla ideazione e sullo sviluppo del prodotto, sia dal punto di vista tecnico che narrativo.

Il crescente successo delle piattaforma di distribuzione (oltre a Xbox Live poi diventata Xbox Network, si pensi a PlayStation Network, a Nintendo Network, a Steam) induce a un'ulteriore riflessione: da un lato, le piattaforme consentono nuove forme di serialità, anche con rilasci graduali di episodi, come per *Life Is Strange* (grande successo del 2015) o per i titoli di Telltale Games (da ricordare almeno le cinque stagioni di *The Walking Dead*, i cui episodi sono stati pubblicati a distanza periodica tra il 2012 e il 2019); dall'altro, esse limitano la ripetitività dei cloni e dei sequel poco innovativi o poco rischiosi (Mosna, 2018: 102). In entrambi i casi, ad essere rafforzata è la definizione del videogioco come medium strutturalmente e intimamente seriale, e di quanto anche nel suo caso il dispositivo della serialità impatti "sull'insieme dei processi distributivi e di consumo che definiscono il rapporto del sistema dei media con gli ambiti dell'immaginario, dei regimi scopici, dell'esperienza e della cultura, nonché con gli altri sistemi della società-mondo" (Boccia Artieri, Gemini, 2016: 4).

Bibliografia

Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimora: JHU Press.

Aarseth, E. J. (2004). *Genre Trouble: Narrativism and the Art of Simulation, First person: new media as story, performance, and game*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 45-55.

Abraham, B. J. (2022). *Digital Games After Climate Change*. New York: Springer International Publishing.

Accordi Rickards M. &, Vannucchi, F. (2013). *Il videogioco. Mercato, giochi e giocatori*. Milano: Mondadori.

Accordi Rickards, M. (2020). *Storia del videogioco. Dagli anni Cinquanta a oggi (Nuova edizione)*. Roma: Carocci.

Bittanti, M. (Ed.) (2005). *Gli strumenti del videogiocare. Logiche, estetiche e (v)ideologie*. Milano: Costa & Nolan Editori.

Bittanti, M. (Ed.) (2008). *Intermedialità. Videogiochi, cinema, televisione, fumetti*. Milano: Unicopli.

Boccia Artieri, G. & Gemini, L. (2016). La serialità come dispositivo mediologico. *Mediascapes Journal*, 6.

Bogost, I. (2008). The Rhetoric of Video Games. In K. Salen (Ed.), *The Ecology of Games: Connecting Youth, Games, and Learning*. Cambridge, MA: MIT Press, pp. 117-140.

Bogost, I. (2010). *Persuasive Games: The Expressive Power of Videogames*. Cambridge, MA: MIT Press.

Buonanno, M. (2002). *Le formule del racconto televisivo. La sovversione del tempo nelle narrative seriali*. Firenze: Sansoni.

Capaldi, D. & Ragone, G. (2016). Archetipi della serialità nella letteratura. *Mediascapes Journal*, 7.

Ceccherelli, A. (2007). *Oltre la morte. Per una mediologia del videogioco*. Napoli: Liguori.

Chang, A. Y. (2019). *Playing Nature: Ecology in Video Games*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Cirilla, A. & Rone, V. (2021). *Mythopoeic Narrative in The Legend of Zelda*. London: Routledge.

Dillon, R. (2011). *The Golden Age of Video Games. The Birth of a Multibillion Dollar Industry*. Boca Raton, FL: CRC Press.

Genovesi, R. (2006). *L'ABC dei videogiochi. Come sono fatti e come si fanno i videogame*. Roma: Dino Audino.

Genovesi, M. (2020). *Serial Games: Serialità e scelte morali nella narrazione interattiva*. Roma: Idra Editing.

Grigoletto, F. (2006). *Videogiochi e cinema. Interattività, temporalità, tecniche narrative e modalità di fruizione*. Bologna: CLUEB.

Herz, J. C. (1997). *Joystick Nation: How Videogames Ate Our Quarters, Won Our Hearts, and Rewired Our Minds. Boston*, MA: Little, Brown; tr. it. (1998). *Il popolo del joystick. Come i videogiochi hanno mangiato le nostre vite*. Milano: Feltrinelli.

Howard, T. (2012). DICE 2012 Keynote. https://www.youtube.com/watch?v=7awkYKbKHik/ [ultimo accesso il 29.08.2023].

Ichbiah, D. (1997). *La Saga des Jeux Vidéo*. Houdan: Pix'N Love Editions.

Kent, S. L. (2001). *The Ultimate History of Video Games, Volume 1: From Pong to Pokemon and Beyond. The Story Behind the Craze That Touched Our Lives and Changed the World*. Roseville, CA: Prima Publishing.

Kent, S. L. (2021). *The Ultimate History of Video Games, Volume 2: Nintendo, Sony, Microsoft, and the Billion-Dollar Battle to Shape Modern Gaming*. New York: Crown.

Kimmich, M. (2008). Ma è arte? I videogiochi sono inferiori al cinema come forma di espressione artistica?. In M. Bittanti (Ed.), *Intermedialità. Videogiochi, cinema, televisione, fumetti*. Milano: Unicopli.

McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. The extensions of Man*. New York: McGraw-Hill Education; tr. it. (1967). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Il Saggiatore.

Mosna, L. (2018). *Il videogioco. Storia, forme, linguaggi, generi*. Roma: Dino Audino.

Papale, L. (2013). *Estetica dei videogiochi. Percorsi, evoluzioni, ibridazioni*. Roma: UniversItalia.

Piano, A., Ilardi, E. & Ceccherelli, A. (2021). *Mythopoiesis and Collective Imagination in Videogames*. In *Proceedings of the ARQUEOLÓGICA 2.0 - 9th International Congress & 3rd GEORES*, Valencia (Spain), 26-28 April 2021.

Reynolds, S. (2011). *Retromania: Pop Culture's Addiction to Its Own Past*. London: Faber & Faber; tr. it. (2017). *Retromania. Musica, cultura pop e la nostra ossessione per il passato*. Roma: Minimum Fax.

Sierra, W. (2020). *Todd Howard: Worldbuilding in Tamriel and Beyond*. New York: Bloomsbury Publishing US.

Smith, A. N. (2015). Super Mario Seriality: Nintendo's Narratives and Audience Targeting within the Video Game Console Industry. In R. Pearson, A. N. Smith (Eds.). *Storytelling in the Media Convergence Age*. London: Palgrave Macmillan, pp. 21-39.

Smith, A. (2019). *They Create Worlds: The Story of the People and Companies That Shaped the Video Game Industry. Vol. 1: 1971–1982*. Boca Raton: CRC Press.

Tarzia, F. (2009). *Mondi minacciati. La letteratura contro gli altri media*. Napoli: Liguori.

Toniolo, F. (2015). *Queste oscure anime. Da Demon's Souls a Bloodborne. Incursioni, escursioni, suggestioni*. Varese: TraRari TIPI.

Il gioco della serialità: riflessioni sulla narrativa episodica nei videogame

Emiliano Chirchiano

1. *Introduzione*

Nel corso degli ultimi decenni, quelli che hanno segnato il passaggio d'epoca dal vecchio al nuovo secolo, il panorama del medium videoludico ha registrato numerosi quanto radicali cambiamenti. Tra le molteplici innovazioni introdotte, il fenomeno della serialità videoludica si è affermato come una delle tendenze più interessanti ma, allo stesso tempo, uno dei campi meno esplorati nel quadro degli studi sui media digitali. Malgrado la crescente importanza e influenza di questa particolare forma di narrazione ludica, la letteratura accademica sull'argomento sembra non aver ancora affrontato in modo approfondito l'ampiezza e le implicazioni di queste forme episodiche, sia dal punto di vista del *game design* che, in senso più ampio, degli studi mediali.

È utile iniziare questa disamina con un'analisi concisa del concetto di serialità, che affonda le sue radici nelle tradizioni letterarie e drammaturgiche, per poi diffondersi nel corso del XX

secolo nel sistema dei media audiovisivi (Allen, 1985). Secondo Daniela Cardini (2016), la serialità ha origine dal processo di ottimizzazione del modello di produzione-consumo, correlato all'idea benjaminiana della riproducibilità tecnica (1936). La serialità si sviluppa attraverso standardizzazioni progressive e la produzione di segmenti ottimizzati nello spazio e nel tempo, creando una base di ripetitività su cui l'innovazione può esercitare il proprio potere trasgressivo. In altre parole, la serialità si configura come una modalità per produrre contenuti in modo efficiente e iterativo, consentendo al contempo l'innovazione e la sperimentazione all'interno di un formato predefinito.

Anche Sergio Brancato (2007) sottolinea come la serialità narrativa abbia assunto un ruolo di crescente importanza nell'era moderna, proponendo un equilibrio ottimale tra risorse produttive e consumo. Il suo impatto, tuttavia, oltrepassa il mero aspetto economico, in quanto rivelatore di una sorprendente affinità con le antiche forme comunitarie di esperienza e narrazione del quotidiano. Contrariamente alle critiche che potrebbero associare la serialità narrativa a una riduzione della creatività individuale, la produzione seriale dei testi narrativi funge da veicolo per la riappropriazione di elementi simbolici, spesso esclusi dal discorso moderno, che risultano essenziali per una connessione significativa con l'idea collettiva di realtà. La serialità, in questo modo, favorisce un senso di appartenenza e un'identità condivisa.

Nel contesto videoludico, la serialità rappresenta una sfida e un'opportunità per i progettisti di giochi, poiché permette di combinare le potenzialità della narrazione episodica con le peculiarità dell'interazione ludica. Nel suo saggio *Hamlet on the Holodeck* (2017), Janet Murray analizza il potenziale narratologico delle emergenti tecnologie mediatiche digitali e riconosce nei videogiochi una prospettiva rivoluzionaria nel modellare e generare formati di narrazione innovativi. Per la studiosa americana, i media digitali interattivi, come i videogiochi e gli ambienti di realtà virtuale, conferiscono un potere unico all'utente, il giocatore, facilitando un coinvolgimento narrativo "attivo" che va oltre le possibilità offerte dai media narrativi convenzionali. Queste tecnologie sono in grado di generare esperienze immersive particolarmente cariche di portato emozionale.

Nell'ambito delle teorie dei media, il concetto di "convergenza" di Henry Jenkins (2006) rappresenta un elemento fondamentale. Secondo Jenkins, la convergenza non è solo un fenomeno tecnologico, ma un processo culturale che comporta un radicale cambiamento nell'interazione tra consumatori e media. Si tratta di un'interazione tra tecnologie, contenuti mediatici e pubblico che dà luogo a un ambiente mediatico multidirezionale e multipiattaforma. La convergenza implica il passaggio da media singoli, separati e unidirezionali a un ecosistema di media interconnessi. Ciò implica anche la convergenza di testi, pubblici e industrie dei media, trasformando l'utente/consumatore in produttore, coinvol-

to attivamente nella produzione, distribuzione e interpretazione dei contenuti. Questa sostanziale trasformazione nell'ambito dei media sottolinea una transizione dall'era della "distribuzione" a quella della "partecipazione", rivoluzionando la tradizionale dinamica tra produttori e consumatori di contenuti mediatici.

Con l'avvento del digitale e la diffusione del modello di distribuzione online, il videogioco seriale ha trovato un terreno fertile per la sua crescita, grazie alla convergenza dei media digitali che ha aperto nuove possibilità per la narrazione seriale. Il videogioco si è rivelato un medium particolarmente adatto a questo tipo di storie, permettendo ai giocatori di immergersi in mondi narrativi complessi e di partecipare attivamente allo sviluppo della trama. L'interazione ludica offre un coinvolgimento emotivo e una libertà di esplorazione che amplificano l'esperienza narrativa, consentendo al giocatore di influenzare l'evoluzione degli eventi.

La convergenza dei media digitali ha trasformato il panorama della narrazione seriale anche nel contesto videoludico. I videogiochi offrono esperienze sempre più immersive ed emozionanti, permettendo al giocatore di diventare parte integrante della trama e di influenzarne l'evoluzione. La combinazione delle potenzialità narrative della serialità con le peculiarità dell'interazione ludica apre nuove strade all'innovazione nel campo della narrazione digitale. L'era della partecipazione ha portato a una fruttuosa interazione tra produttori e consumatori, trasformando i giocatori in co-creatori delle storie videoludiche.

2. *Serializzazione, Coinvolgimento e Fidelizzazione*

Per quanto concerne i *game studies*, la distinzione tra ludologia e narratologia costituisce un argomento fondamentale che influenza la nostra concezione e analisi dei videogiochi. In termini essenziali, la ludologia, come sostenuto da Espen Aarseth nel suo seminale *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature* (1997), pone l'accento sulla dimensione ludica del videogioco, considerandolo un sistema regolamentato di obiettivi, sfide e interazioni, piuttosto che un racconto interattivo. Pertanto, i giochi sono valutati principalmente in base al loro "gameplay", alle meccaniche di gioco, piuttosto che alle loro trame o storie. D'altra parte, la narratologia, adoperata da teorici quali Janet Murray (1997), si concentra sulla struttura narrativa dei videogiochi, considerandoli mezzi per raccontare storie attraverso meccanismi di interattività. In questa prospettiva, i videogiochi sono considerati nuove forme di narrazione che si sviluppano in modo interattivo e spesso non lineare.

Nonostante possano sembrare approcci tra loro contrastanti, è importante notare che molti studi recenti suggeriscono una visione più integrata e olistica, in grado di comprendere sia gli aspetti ludici che narrativi dei videogiochi. Come dimostrato da Frasca (2003) e successivamente da Jenkins (2004), l'aspetto narrativo e quello ludico dei videogiochi non sono necessariamente in conflitto, ma possono coesistere

e interagire in modi complessi quanto significativi. Un aspetto fondamentale che emerge da questa prospettiva integrata è la creazione di ambienti immersivi che consentano ai giocatori di esplorare e interagire con il mondo di gioco in modo profondo, andando oltre l'aspetto lineare, prettamente narrativo. Questo approccio all'esperienza videoludica apre nuove possibilità creative, richiedendo una progettazione attenta che valorizzi sia gli elementi ludici, il gioco nelle sue meccaniche, che quelli narrativi, al fine di offrire un'esperienza coinvolgente e appagante per il giocatore. Questo approccio "integrato" nei game studies permette di comprendere l'esperienza videoludica nel modo più completo. Superando la dicotomia tra ludico e narrativo, si apre la strada a una visione che valorizza le potenzialità creative dei videogiochi come mezzi per la narrazione interattiva. L'obiettivo principale diviene quindi la creazione di esperienze immersive e coinvolgenti, in cui gli elementi ludici e narrativi si fondono armoniosamente, offrendo ai giocatori la possibilità di esplorare mondi virtuali ricchi di significato e interagire con essi. Tale approccio rappresenta una significativa innovazione nell'ambito della progettazione videoludica e apre nuove prospettive per l'evoluzione del medium.

Serie di videogiochi quali *Assassin's Creed* e *The Witcher* sono esempi lampanti di come la narrativa possa essere al centro dell'esperienza videoludica. In *Assassin's Creed*, ad esempio, l'universo narrativo si sviluppa attraverso un

complesso intricato di storie che coinvolgono, nello scontro tra templari e assassini, una trama di sfondo che si estende dalla preistoria all'età contemporanea. Allo stesso modo, *The Witcher*, basato sulla serie di romanzi di Andrzej Sapkowski, esplora la vita dello "strigo", il cacciatore di mostri Geralt di Rivia, all'interno di un mondo fantasy ricco e dettagliato, caratterizzato da una complessa trama interattiva. Questi titoli enfatizzano la narrazione, fornendo ai giocatori un contesto significativo (nel primo caso con la difficoltà aggiunta di mantenere anche un certo livello di coerenza storica) e una trama avvincente che guidano e danno un senso alle azioni nel gioco. Ciò si allinea con la prospettiva narratologica nei game studies vista in precedenza. Tuttavia, questi giochi integrano anche forti elementi ludici - sfide, obiettivi, interazioni - che vanno ben oltre la semplice fruizione passiva. Le scelte del giocatore, i combattimenti, l'esplorazione e la risoluzione di enigmi rappresentano tutti aspetti cruciali dell'esperienza di gioco. Nei videogiochi, osservati da questa angolatura, convive una doppia natura: quella di narrazioni complesse e di sistemi di gioco coinvolgenti, mettendo in risalto la necessità di un approccio olistico ai game studies.

La serializzazione nei videogiochi può assumere molteplici forme, comprese serie di giochi con la stessa trama o ambientazione, come nel caso di *Assassin's Creed*, in cui ogni titolo estende la narrazione principale, introducendo nuovi personaggi e scenari, mantenendo al contempo un filo narrativo comune. Allo stesso modo, *The*

Witcher presenta una trama continua attraverso diversi giochi, ampliando l'universo del gioco e la storia dei personaggi, in modo analogo a quanto avviene nel panorama letterario.

Questa pratica può includere anche spin-off, prequel, sequel e giochi correlati che esplorano ulteriori aspetti dell'universo di gioco, spaziando dai giochi di ruolo di grandi dimensioni a quelli per dispositivi mobili. Tale approccio offre agli sviluppatori l'opportunità di estendere l'esperienza di gioco, fornendo ai giocatori nuove prospettive e stimolanti esperienze.

Secondo la teoria degli Usi e Gratificazioni (Katz et al., 1974), i giocatori sono spinti a cercare i videogiochi per vari motivi, tra cui l'evasione, l'interazione sociale, la competizione e l'immersione narrativa. In questo contesto, la serializzazione narrativa può giocare un ruolo fondamentale nell'aumentare il senso di immersione narrativa, incentivando un maggiore coinvolgimento da parte dei giocatori. Un approfondimento della relazione tra l'interesse verso l'uso dei videogame e il benessere ottenuto dai videogiocatori è stato effettuato da Ryan et al. (2006) nello studio *The Motivational Pull of Video Games: A Self-Determination Theory Approach*. Gli autori esaminano quattro diversi ambienti di gioco e le loro associazioni con la soddisfazione dei bisogni. Utilizzando una scala denominata "Player Experience of Need Satisfaction", sviluppata per valutare il grado di presenza, autonomia e competenza dei giocatori nei videogiochi, il loro studio identifica tre dimensioni: presenza fisica, presenza emotiva

e presenza narrativa. I risultati indicano che i giocatori che sperimentano alti livelli di autonomia e competenza durante la sessione di gioco sono più propensi a riportare livelli elevati di divertimento e benessere. La serializzazione, inoltre, promuove la fidelizzazione dei giocatori attraverso la creazione di aspettative e l'instaurazione di abitudini. Il format seriale, con la sua natura episodica, crea un senso di anticipazione (Bordwell, 1985) che può portare i giocatori a desiderare maggiormente di ritornare a giocare per vivere le successive esperienze di gioco. Inoltre, la costante evoluzione delle trame e dei personaggi all'interno di un universo seriale può promuovere un senso di appartenenza e identificazione che, a sua volta, contribuisce alla fidelizzazione dei giocatori (Lewis, Pea & Rosen, 2010).

In termini di engagement emotivo, la serializzazione può amplificare la risposta del giocatore a causa della maggiore connessione con il personaggio o la storia. Diversi studi hanno mostrato come l'interconnessione con personaggi e trame può aumentare la fidelizzazione dei giocatori (Isbister, 2016; Vorderer et al., 2004). Inoltre, la serializzazione può fornire loro un senso di progressione e successo personale, identificato come un potente mezzo di coinvolgimento e fidelizzazione (Przybylski et al., 2010). È importante sottolineare, tuttavia, che la serializzazione non è esente da sfide e non rappresenta una formula magica per garantire engagement. In particolare, la qualità della trama e la coerenza della narrazione possono avere un impatto significativo

sulla percezione dei giocatori e sulla loro volontà di continuare a giocare (Kühn et al. 2019). Inoltre, è fondamentale che ogni nuova iterazione di una serie di videogiochi offra qualcosa di unico per mantenere l'interesse evitando la saturazione (Juul, 2010).

Allo stesso modo, mentre la serializzazione può promuovere la fidelizzazione dei giocatori, ciò può anche implicare un impegno maggiore e potenzialmente proibitivo per quelli nuovi. Questa "barriera di ingresso" può rappresentare una sfida per gli sviluppatori di videogiochi che desiderano attrarre un pubblico più ampio senza alienare la base di giocatori esistenti.

3. *Intrecciando trame: la connessione narrativa nei giochi seriali*

La serializzazione rappresenta una sfida sulla strutturazione narrativa dei videogiochi, richiedendo un maggiore focus sulla costruzione del mondo, lo sviluppo dei personaggi e la gestione del ritmo narrativo. Questo fenomeno è emerso come un importante approccio nello sviluppo dei giochi, e l'industria videoludica ha abbracciato questa metodologia per creare esperienze di gioco più complesse e coinvolgenti.

Un elemento fondamentale della serializzazione è il rafforzato accento sulla costruzione del mondo, conosciuto come *world-building*. Questo processo implica la meticolosa creazione di un universo coerente, ricco di dettagli intricati

e curati nei minimi particolari, all'interno del quale si possono dispiegare storie avvincenti. Ad esempio, serie di videogiochi come *The Elder Scrolls* di Bethesda e *Mass Effect* di Bioware si distinguono per i loro universi affascinanti, densi di dettagli e per le trame elaborate e sofisticate, che si dispiegano attraverso numerosi titoli e contenuti aggiuntivi, che spesso trascendono il medium videoludico in direzioni transmediali. In secondo luogo, la serializzazione richiede una raffinata gestione temporale. Il tempo in una serie serializzata non è un mero decorso lineare, bensì una dimensione flessibile, un caleidoscopio di momenti che possono essere esplorati, rivisitati, incrociati e sovrapposti. Serie come *Assassin's Creed* di Ubisoft hanno utilizzato creativamente il tempo come elemento di gioco, offrendo ai giocatori la possibilità di esplorare diverse epoche storiche in un unico arco narrativo.

Inoltre, la serializzazione implica una connessione narrativa tra le diverse parti della serie. Non si tratta solo di dividere una storia più lunga in parti più piccole, ma di creare un legame tematico, narrativo o concettuale tra le varie parti. Questa coesione tra le parti permette al giocatore di costruire un'esperienza di gioco più completa e soddisfacente. Ad esempio, la serie *Dark Souls* di FromSoftware è nota per la sua trama criptica e frammentata, dove ogni gioco aggiunge pezzi al puzzle complessivo.

L'implementazione efficace della serializzazione richiede anche una cura ed attenzione particolare nei confronti dell'interfaccia utente e del

design dell'esperienza di gioco che deve essere intuitiva e coinvolgente, pur mantenendo la consistenza attraverso le diverse fasi della serie. Il design del gioco deve essere strutturato in modo tale da guidare il giocatore attraverso l'evoluzione della trama e dei personaggi, e allo stesso tempo deve consentire una sufficiente libertà di esplorazione. Ad esempio, la serie *Grand Theft Auto* di Rockstar Games è famosa per la sua mappa "open world" e la varietà di missioni, pur mantenendo una trama coerente che si svolge attraverso diversi episodi. La serializzazione presuppone un approccio più evoluto nello sviluppo dei personaggi. Personaggi ricorrenti, come l'iconico Mario della Nintendo o Geralt di Rivia nella serie *The Witcher*, devono manifestare un grado di flessibilità tale da poter sostenere storie multiple e, al contempo, sufficientemente sviluppati da mantenere costante l'interesse dei giocatori nel corso del tempo. Questo implica uno sviluppo del personaggio che sia non solo progressivo e coerente, ma che, al tempo stesso, riservi ampio spazio per la crescita, l'adattamento e l'evoluzione.

Infine, la serializzazione implica una gestione attenta del ritmo narrativo. Ogni episodio o stagione deve fornire un arco narrativo appagante, pur mantenendo le trame aperte per futuri sviluppi. Questo equilibrio può essere difficile da raggiungere, poiché gli sviluppatori devono assicurare che i giocatori si sentano soddisfatti da ogni episodio, pur creando l'anticipazione per il prossimo.

Nonostante questi vantaggi, la serializzazione presenta questioni complesse sul piano narrativo.

Ad esempio, la coerenza della trama può diventare problematica in una serie di lunga durata, con la necessità di mantenere le storie coerenti attraverso molteplici giochi e *add-on*. Inoltre, la necessità di conservare l'interesse dei giocatori nel tempo può mettere pressione sugli sviluppatori per creare trame sempre più spettacolari, potenzialmente a scapito della plausibilità narrativa.

4. *Strategie commerciali nella serialità videoludica*

La serializzazione nei videogiochi ha aperto nuove opportunità per lo sviluppo di modelli commerciali orientati alla massimizzazione del ritorno sugli investimenti, attraverso l'incremento dell'engagement dei giocatori e la costruzione di una fedele base di utenti. Questi modelli includono strategie tipiche come l'accesso episodico, ma anche le microtransazioni e i servizi in abbonamento.

Il tradizionale modello episodico prevede la suddivisione del contenuto di un videogioco in episodi o stagioni, ciascuno acquistabile separatamente. Questo approccio, adottato in titoli come *Life is Strange* di Dontnod Entertainment o *The Walking Dead* di Telltale Games, permette ai giocatori di acquistare solo i contenuti di loro interesse. Allo stesso tempo, la struttura episodica crea un senso di attesa e incentiva i giocatori a ritornare per nuovi contenuti, aumentando il coinvolgimento e la fedeltà degli utenti (Juul, 2010). Un valido esempio è rappresentato dal-

la saga di *Uncharted*, sviluppata da Naughty Dog: una serie d'azione-avventura che accosta sparatorie, esplorazione e risoluzione di enigmi, nota per la sua trama avvincente, i personaggi memorabili, la grafica d'impatto e le meccaniche di gioco coinvolgenti. Ogni gioco della serie offre un'esperienza narrativa unica, mantenendo al contempo continuità nella trama e nei personaggi. Le missioni di *Uncharted* sono spesso paragonate a sequenze d'azione di film action ad alto budget, grazie alla loro realizzazione tecnica e direzione artistica.

Le microtransazioni rappresentano un altro modello commerciale comune nei videogiochi serializzati. In questo caso, i giocatori possono acquistare beni virtuali, come oggetti cosmetici o potenziamenti del gameplay, all'interno del gioco. Questo modello è particolarmente diffuso nei giochi free-to-play, come *Fortnite* di Epic Games, in cui il gioco base è fornito gratuitamente, ma i giocatori possono personalizzare l'esperienza di gioco con acquisti stagionali (Hamari & Keronen, 2017). Anche uno dei simulatori sportivi più popolari, FIFA, dal 2024 EA FC, di Electronic Arts, presenta una modalità seriale basata su microtransazioni chiamata *FIFA Ultimate Team*, in cui i players costruiscono la propria squadra di calcio ideale acquistando pacchetti di carte contenenti giocatori, allenatori e oggetti. Questi pacchetti possono essere ottenuti sia con la valuta del gioco guadagnata durante le partite, sia con denaro reale tramite microtransazioni. Durante la stagione vengono aggiunte nuove versioni di carte

che alimentano il desiderio di rimanere impegnati nel gioco al di là delle semplici dinamiche della simulazione sportiva.

Un terzo modello commerciale tangente alla serialità, soprattutto in ambito audiovisivo, riguarda i servizi erogati mediante piattaforme in abbonamento, come *Xbox Game Pass* di Microsoft o *PlayStation Now* di Sony, che offrono ai giocatori l'accesso a una vasta libreria di titoli a fronte di una tariffa mensile. Questo modello è simile a quelli utilizzati da servizi di streaming celebri come *Netflix* o *Spotify*. I giochi serializzati possono trarre vantaggio da questa modalità, poiché l'accesso a una vasta selezione di titoli può incentivare i giocatori a impegnarsi in più episodi o stagioni di un gioco (Srnicek, 2017).

Tuttavia, come in ogni modello commerciale, ci sono ostacoli da superare. Ad esempio, l'accesso episodico potrebbe essere percepito come frammentario, e i giocatori potrebbero esitare a pagare per contenuti aggiuntivi se la qualità del gioco base non è adeguata (Sicart, 2011). Le microtransazioni, d'altra parte, possono sollevare preoccupazioni riguardo l'equilibrio del gioco e generare critiche in merito al cosiddetto fenomeno del "pay-to-win", ovvero la percezione che i giocatori in grado di investire più denaro possano usufruire di un vantaggio percepito come ingiusto (King & Delfabbro, 2018). Infine, i servizi di abbonamento richiedono un impegno finanziario continuo che potrebbe non essere attraente per tutti i giocatori (Srnicek, 2017).

Nonostante queste sfide, la serializzazione nei videogiochi offre nuove opportunità per questo

comparto dell'industria culturale. Tale modello commerciale può generare un flusso di entrate sostenibile e prevedibile, a condizione che la qualità dei contenuti sia mantenuta e che vengano considerate attentamente le esigenze e i desideri dei giocatori. Per garantire il successo a lungo termine, gli sviluppatori devono continuare a esplorare e innovare nuovi modelli commerciali che massimizzino sia il valore per il giocatore che il ritorno sugli investimenti.

5. *Conclusioni e prospettive*

Come quest'analisi necessariamente sintetica rivela, la serialità nei videogiochi è un fenomeno dall'impatto significativo nell'intero panorama crossmediale, aprendo nuove prospettive per l'esperienza ludica. L'avanzamento delle tecnologie, come la realtà virtuale, l'intelligenza artificiale e il fotorealismo grafico, ha reso possibile la creazione di mondi virtuali sempre più immersivi e coinvolgenti. Ciò sta dando luogo a esperienze interattive in cui i giocatori sono coinvolti in forme di narratività evolute e dinamiche di gioco innovative, superando le convenzionali dicotomie tra narratologia e ludologia. Nei videogiochi, la serialità è un catalizzatore di esperienze personalizzate e adattive. Non essendo limitata a una sequenza di eventi predefiniti, si evolve dinamicamente in base alle scelte e alle azioni dei giocatori. Questa interattività crea un legame profondo tra il giocatore e il gioco, con un

intenso coinvolgimento emotivo e cognitivo. La narrativa emergente, in cui i giocatori diventano co-autori della trama, sfida il concetto stesso di "fine" nei giochi, introducendo una struttura narrativa aperta oltre il tradizionale "scioglimento della trama".

Anche l'impatto delle cosiddette tecnologie di intelligenza artificiale (AI) sulla serialità nei videogiochi può rivelarsi profondo e trasformativo. L'AI sta già rivoluzionando il modo in cui le storie vengono create, sviluppate e adattate individualmente ai giocatori, conquistando nuovi spazi personali all'interno dell'esperienza ludica.

Grazie alla possibilità di generazione semi-automatica di contenuti, gli sviluppatori possono creare nuove trame, all'interno dei mondi virtuali pre-esistenti, in modo più efficiente e rapido. Ambienti di gioco casuali e imprevedibili che forniscono ai giocatori esperienze mai uguali a sé stesse, come nel caso di *No Man's Sky*, il videogioco di esplorazione spaziale e sopravvivenza, sviluppato da Hello Games, la cui peculiarità risiede nell'applicazione di algoritmi sofisticati, che generano un universo virtuale interamente procedurale e infinito. Questo approccio dinamico alla creazione di contenuti aiuta a mantenere l'interesse del giocatore nel lungo periodo e prolunga la vita utile dei giochi, rinforzando così la serialità e l'ecosistema dei videogiochi. Inoltre, l'AI può essere utilizzata per migliorare l'intelligenza dei personaggi non giocanti (NPC) e degli avversari controllati dal computer, rendendoli più reattivi e adattabili alle azioni dei

giocatori. Questo si traduce in un'esperienza di gioco coinvolgente e sfidante, poiché i giocatori si trovano ad affrontare avversari con comportamenti e strategie sempre più realistici.

In conclusione, i confini tra le singole iterazioni di una serie sembrano tendere a sfumare sino a scomparire. Le consuete distinzioni tra singoli titoli e capitoli si fanno meno nette, dando vita a mondi virtuali persistenti e in costante mutamento. Gli sviluppatori possono fornire costantemente nuovi contenuti, eventi e missioni, mantenendo l'attenzione dei giocatori a lungo termine, apportando un impatto sia sull'esperienza di gioco che sulla distribuzione commerciale, in quanto i giochi non sono più visti come prodotti isolati, ma come parte di un ecosistema interconnesso in cui i players possono immergersi in una vasta gamma di esperienze interattive. La convergenza tra tecnologie avanzate e un nuovo approccio alla narrativa ludica sta ridefinendo l'esperienza di gioco, aprendo nuove prospettive per l'interattività, la co-creazione e l'immersione.

Questa evoluzione sfida le tradizionali concezioni di gioco e narrativa, spingendo l'industria dei videogiochi a esplorare orizzonti innovativi per offrire esperienze coinvolgenti e significative a una base di giocatori sempre più vasta e diversificata. Le serie diventano ecosistemi, vibranti di possibilità, in cui l'esperienza videoludica si perpetua oltre i confini del singolo titolo o del singolo episodio. Il giocatore si immerge in un continuum di avventure che, pur nella loro diversità, convergono in un'unica trama. Nell'era

della serialità dilatata, i videogiochi si evolvono in una sinfonia "senza fine" (Brancato 2007), dove il ritmo incalzante delle tecnologie e la polifonia delle storie si uniscono per comporre una meta-opera digitale, autentico zeitgeist del nostro sistema culturale.

Bibliografia

Aarseth, E. J. (1997). *Cybertext: Perspectives on ergodic literature*. Baltimora: JHU Press.

Adams, E. & Rollings, A. (2007). *Game design and development: Fundamentals of game design*. New Jersey: Pearse Prentice Hall.

Allen, R. C. (1985). *Speaking of soap operas*. Chapel Hill: UNC Press Books.

Benjamin, W. (1935). *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica, Milano: Einaudi (2013).*

Bordwell, D. (1985). *Narration in the Fiction Film*. Madison: University of Wisconsin Press.

Brancato, S. (2007). *Senza fine. Immaginario e scrittura della fiction seriale in Italia. Napoli: Liguori.*

Cardini, D. (2016). Le serie tv sono la nuova soap opera? Luci e ombre della Grande Serialità televisiva. Between, *6*(11).

Frasca, G. (2003, November). Ludologists love stories, too: notes from a debate that never took place. In *DiGRA conference proceedings (Vol. 8).*

Hamari, J., & Keronen, L. (2017*).* Why do people buy virtual goods? Attitude towards virtual good purchases versus game enjoyment. *International Journal of Information Management*, 37(3), 299–308.

Isbister, K. (2016). *How Games Move Us: Emotion by Design*. Boston: MIT Press.

Jenkins, H. (2004). Game Design as Narrative Architecture. In N. Wardrip-Fruin & P. Harrigan (Eds.), *First Person: New Media as Story, Performance, and Game*. Boston: MIT Press.

Juul, J. (2010). *A Casual Revolution: Reinventing Video Games and Their Players*. Boston: MIT Press.

Juul, J. (2013). *The Art of Failure: An Essay on the Pain of Playing Video Games*. Boston: MIT Press.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of Mass Communication by the Individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Thousand Oaks: Sage.

King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). Predatory monetization schemes in video games (e.g. 'loot boxes') and internet gaming disorder. *Addiction*, 113(11), 1967–1969.

Koster, R. (2013). *Theory of Fun for Game Design*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Kühn, S., Kugler, D., Schmalen, K., Weichen berger, M., Wittchen, H. U., & Gallinat, J. (2019). Does playing violent video games cause aggression? A longitudinal intervention study. *Molecular Psychiatry*, 24(8), 1220–1234.

Lewis, M. L., Pea, R., & Rosen, J. (2010). Beyond Participation to Co-Creation of Meaning: Mobile Social Media in Generative Learning Communities. *Social Science Information*, 49(3), 351–369.

Murray, J. H. (2017). *Hamlet on the Holodeck, updated edition: The Future of Narrative in Cyberspace*. Boston: MIT Press.

Przybylski, A. K., Rigby, C. S., & Ryan, R. M. (2010). A motivational model of video game engagement. *Review of General Psychology*, 14(2), 154–166.

Ryan, R. M., Rigby, C. S., & Przybylski, A. (2006). The motivational pull of video games: A self-determination

theory approach. *Motivation and Emotion*, 30(4), 344–360.
Schreier, J. (2017). *Blood, Sweat, and Pixels: The Triumphant, Turbulent Stories Behind How Video Games Are Made*. New York City: Harper Paperbacks.
Sicart, M. (2011). Against procedurality. *Game Studies*, 11(3).
Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Cambridge: Polity Press.
Vorderer, P., Klimmt, C., & Ritterfeld, U. (2004). Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment. *Communication Theory*, 14(4), 388–408.

Nuove forme di serializzazione emotiva: i meme

Chiara Moroni

1. *Natura e definizione digitale dei meme*

L'origine biologica del neologismo "meme" è da attribuirsi a Richard Dawkins che nel 1976 in *Il gene egoista* sposta l'attenzione dell'evoluzione darwiniana dalla specie al gene. Dawkins sostiene che i geni sono replicatori il cui scopo non è altro che replicare, appunto, se stessi e per farlo, nel corso delle ere, hanno costruito veicoli sempre più sofisticati: virus, piante, animali ed infine uomini. Tutte queste specie di esseri-strumenti non sono altro che "macchine di sopravvivenza" per i geni. L'idea che l'unità di senso minima è quella di un'entità la cui caratteristica principale sia replicarsi, sempre uguale ma in complessi sempre più sofisticati, evolvendosi appunto, è sembrata all'autore stesso tanto efficacie da poter essere applicata anche alla biologia della cultura. È quindi lo stesso Dawkins ad introdurre l'equivalente culturale del gene: il meme. La dizione è ispirata al termine greco *mimeme*, imitazione, che viene ridotto a meme per produrre una as-

sonanza fonetica con il gene. Il meme non ha nulla di materiale in comune con il gene, esso è un'analogia relativa alla caratteristica costituente del gene: il meme è tutto ciò che nella cultura si replica. "Esempi di meme sono melodie, idee, frasi, mode, modi di modellare vasi o costruire archi" (Dawkins, 1976: 206). Proprio come il gene è considerato la pietra fondativa della biologia, così secondo Dawkins il meme lo è della cultura, divenendo potenzialmente una cornice interpretativa per qualsiasi espressione, prodotto ed esperienza culturale dell'uomo: sarebbe il modo in cui la cultura si dà e si riproduce.

La proposta biologica di Dawkins costituisce il testo di divulgazione scientifica più letto e discusso del '900. La sua analogia culturologica, al contrario, non si è mai affermata come tanto credibile da essere sviluppata. Al di là di alcuni indubbi difetti strutturali[1], il limite più grande della teoria memetica è quello di limitarsi, in definitiva, a sostituire con il termine meme, il concetto di imitazione: mode, usi, costumi, eredità culturali, esempi intergenerazionali.

Se la teoria scientifica memetica ha avuto scarsa fortuna, destino diverso ha subito il neologismo "meme" che già dal 1998 è entrato nell'Oxford English Dictionary. Al momento in cui si scrive la ricerca Google del termine produce circa tre miliardi e quattrocento sessantamila

[1] Si veda a questo proposito l'intervento di Steven Pinker durante una lezione ad Harward, 2009 riportata su on-memetics.blogspot.it/2011/08/tim-tyler-why-is-there-no-science-of.Html

risultati. Questo successo non dipende dall'affermarsi della teoria di Dawkins, ma dal fatto che il meme è passato dall'essere un vago modello interpretativo della cultura a qualcosa di concreto, fruito e reiterato nel mondo digitale: i meme di Internet.

I meme sono una pratica, uno strumento di comunicazione, un linguaggio visuale e testuale, che hanno assunto forme varie, genericamente costituiti di immagini, accompagnate da didascalie quasi sempre ironiche. Da questo deriva la definizione fornita dall'Oxford English Dictionary

> Un'immagine, un video, un testo ecc., tipicamente di natura umoristica, che viene copiato diffuso rapidamente dagli utenti internet, spesso con alcune varianti[2],

mentre è Patrick Davison (2009: 122) a darne una prima definizione accademica

> An Internet meme is a piece of culture, typically a joke, which gains influence through online trasmission.

È però grazie alla spiegazione di Shifman secondo cui i meme sono

> Elementi della cultura popolare che vengono diffusi, imitati e trasformati dagli utenti della rete, che creano un'esperienza culturale condivisa (2013: 367)

[2] OED https://www.oed.com

che il meme viene interpretato come uno strumento sociale che facilita la circolazione delle idee e delle emozioni.

L'origine e l'evoluzione dei meme di Internet viene definita da Linda K. Börzsei (2013) secondo almeno tre momenti topici che ne hanno segnato la storia. La prima forma embrionale di meme viene individuata nella comparsa degli *Smiley*[3].

Il secondo momento genetico è individuato da Börzsei tra la fine degli anni '90 e l'inizio dei 2000 e si riferisce al tentativo condotto dal designer Dino Ignacio nel 1997 con il suo progetto *Bert is Evil*[4]. Tale esperienza – umorismo virtuale esteticamente assimilabile ai moderni meme – si concretizza però ancora in una forma ibrida tesa

[3] Gli Smiley sono composti di sola punteggiatura e sono stati creati nel 1982 da Scott E. Fahlman nel tentativo di sopperire ai limiti espressivi e semantici delle nuove forme di comunicazione prodotte da Internet. Le *emoticon* sono rappresentazioni grafiche di espressioni facciali che hanno ormai trovato un impiego costante e diffuso sia nella messaggistica istantanea, sia nei social network.

[4] Volendo Ignacio rappresentare la malvagità del personaggio Bert dei Muppets, fotomontò la sua immagine in diversi contesti semantici riconosciuti nell'immaginario collettivo come "cattivi": ritratto accanto a Hitler o Bin Laden, inserito nella locandina del film *L'avvocato del diavolo* al posto di Al Pacino (Börzsei, 2013) Quello innestato da Ignacio è un tipo di umorismo che oggi riconosceremmo come memetico sia nella forma – la ripetizione di un "segno" in contesti differenti – sia per l'intenzione surreale che ne è alla base. Ben presto, il designer filippino ricevette dai suoi fan una serie di creazioni coerenti con il messaggio originale, tra le quali ne scelse alcune da riproporre sul proprio sito: si era così innestato un vero e proprio "processo memetico" che si realizza quando altri autori riprendono un certo tema, lo lavorano e lo inseriscono in un sistema aperto di condivisione.

tra il controllo dell'autore originale del progetto e la creatività anonima e incontrollabile della collettività digitale.

È però nel terzo caso descritto che Börzsei (2013) riconosce la prima esperienza memetica vera e propria, generata e gestita dalla mente collettiva. Nel 1989, la conversione per i mercati casalinghi occidentali del videogioco arcade giapponese Zero Wing (ゼロウィング, Zero Wingu) ha reso celebre la frase "All your base are belong to us", pronunciata dal capo della banda di pirati spaziali "CATS". Questa espressione è diventata un esempio emblematico di *Engrish*, termine che indica una traduzione sgrammaticata da una lingua asiatica. Circa dieci anni dopo iniziarono a diffondersi sui forum dei *gamer* screenshot di questa frase grammaticalmente sbagliata fotomontata nei contesti più disparati. Questo meme è per lo più verbale, quindi in questo senso genericamente più lontano dalla forma attuale che centralizza l'immagine, ma esso contiene un aspetto fondamentale del processo memetico: la scomparsa o l'irrilevanza dell'autore originale. Il meme, infatti, non si identifica con la sua prima formulazione, bensì con il volume complessivo delle sue versioni e – ancora più importante – con la sua potenzialità riproduttiva, cioè il meccanismo umoristico che racchiude. Il racconto di un meme[5] non inizia con il nome del primo utente che lo ha postato: l'aspetto più rilevante è

[5] Si veda la piattaforma https://knowyourmeme.com

la community intesa come primo "luogo" entro il quale ha iniziato la sua circolazione[6].

A fronte di questi primi esempi incompleti di azione memetica, è solo nel 2006 che la produzione prende coscienza di sé, per così dire, e si definisce con le caratteristiche a noi oggi note, cristallizzandosi in una forma immediatamente riconoscibile e fruibile. Due sono le serie che Börzsei (2013) individua come quelle che hanno influenzato la natura di tutta la produzione successiva: gli *Advice Animals*[7] e i *Lolcats*[8]. I primi sono costituiti da foto di animali su sfondo colorato a raggiera e offrono un consiglio testuale spezzato in una frase superiore e una inferiore (*Top Text* e *Bottom Text*). L'immagine dell'animale, la sua espressione, la sua postura, anticipano il significato del consiglio fornito con il testo[9]. In tal senso le foto degli animali sono formalizzate e costituiscono un archetipo: hanno nomi e funzioni che ne prescrivono l'uso.

[6] Nella storia dei meme si è affermata una vera e propria presa di posizione ideologica contro l'individualismo d'autore e i personalismi, in favore di un processo collettivo senza nome.

[7] https://knowyourmeme.com/memes/advice-animals

[8] https://knowyourmeme.com/memes/lolcats

[9] Tra i significati di immagini e testo si possono rintracciare i generici *Advice Dog*, ottimistici; gli *Angry Wolf* che mostrano una reazione violenta ed eccessiva rispetto alla situazione descritta dal testo; il *Socially Awkward Penguin* che raccontano situazioni imbarazzanti nel quotidiano.





I *Lolcats* sfruttano, invece, immagini di gatti buffi utilizzate per raccontare in modo ironico le situazioni più diverse integrate allo stilema della scritta doppia (*Top-Bottom*). Con la pratica memetica dei "gattini buffi" si è andata definendo la macronatura dei meme e la ripetizione di due versioni fondamentali: la distribuzione della didascalia nello spazio del meme e l'immagine iconica che si replica sempre uguale e diventa quindi segno, una rappresentazione semantica che anticipa e completa la didascalia.





Tale modello si è evoluto, cambiano il font e la disposizione della didascalia, alcune delle serie visive sono state abbandonate, altre rivitalizzate con nuove ricontestualizzazioni semantiche. Anche i contenuti seriali dei meme – che approfon-

diremo più avanti – come quelli di altre forme di serialità comunicativa, subiscono variazione e rimodellamenti sulla base dell'evoluzione del gusto e delle percezioni, oltre che sui diversi tipi di fruizione e sulle aspettative semantiche sui contenuti e sui significati.

La natura dei meme potrebbe far pensare ad una possibile loro infinita produzione, ma in realtà la rete stessa esercita una funzione di *gatekeeping* formale perché come spiegano Mazzoleni e Bracciale

> Indicare un percorso comune per la produzione di meme produce un senso di comunità all'interno di un mondo estremamente frammentato. Si tratta del riconoscimento in quei meme che si cristallizzano negli usi collettivi che segnano l'appartenenza a una comunità di utenti in grado di interpretare e interagire con quegli specifici tipi di contenuti (2019, p. 78).

I meme sono riconducibili a vere e proprie famiglie semantiche che possiedono proprie regole editoriali, caratteristiche stilistiche, temi e pubblici particolari. Seguendo la distinzione di genere operata da Miltner (2018) e ripresa da Mazzoleni, Bracciale (2019) tra i più diffusi troviamo il genere *flash mobs* cioè eventi coordinati che vengono ripresi e postati *online*; i *recut trailers* che estrapolano parti di film e li rielaborano; i *rage comics*, utilizzati per esprimere la frustrazione della vita quotidiana; i *lip dubs* in cui le persone mimano canzoni famose per ottenere un effetto comico; gli *exploitables*, modelli di

immagine che si declinano in molti sottogeneri ed hanno la caratteristica di essere facilmente modificabili; ed infine i *macro* che sono foto con testo sovrapposto normalmente in font *impact*.

2. *La pratica dei meme: emozione, semplificazione, condivisione*

Le emozioni costituiscono la matrice e al tempo stesso la linfa delle relazioni sociali. Esse rappresentano quindi un elemento necessario, ma al tempo stesso un potenziale pericolo per la tenuta dei legami sociali.

Nella vita sociale si alternano due dimensioni: la *società*, nei suoi aspetti più razionali e istituzionali e la *socialità* nella connotazione emozionale che le è propria. L'emozione naturale e vitale per il singolo come per le comunità, possono però accentuarsi tanto da prevalere costantemente sulla dimensione razionale, alterando percezioni e azioni nel contesto individuale e collettivo. Comprendere e governare le espressioni dell'emotività è stata quindi priorità di ogni comunità nella storia dell'uomo: regole religiose, norme sociali e politiche, narrazioni normative ed esemplari hanno definito, governato, limitato e a volte vietato l'espressione individuale e pubblica delle emozioni.

Nelle società contemporanee, per effetto di una serie di fattori complessi (Moroni, 2020), non solo l'emozione è uno degli strumenti utilitaristici ed evolutivi a nostra disposizione per comprendere e agire socialmente, ma sempre

più spesso e in modo sempre più pervasivo è la chiave di lettura, il *fil rouge* dell'interpretazione del mondo, la scorciatoia cognitiva che definisce l'agire, privato e pubblico, individuale e sociale.

Il contesto emotivo tende a definire modelli di comportamento privati e pubblici, nuove forme di partecipazione e occupazione degli spazi – fisici e virtuali – un nuovo sentire comunitario, spesso esperiti attraverso forme condivise di narrazioni e nuove modalità di rappresentazione del senso comune e dell'immaginario collettivo.

Siamo oggi circondati da una moltitudine di frammenti fatti di immagini, suoni, parole che si muovono veloci, speso in superficie e l'ambiente digitale, nel quale si fa esperienza del tutto, affascina perché offre il piacere di perdersi nello scorrere: si tratta di una "esperienza di flusso" (Bolter, 2019; tr. it. 2020 p. 180) che poggia sul principio di riattivazione costante dell'attenzione e concede la percezione di un'estendibilità illimitata. Si costruisce la propria identità sottoforma di brand digitale, ci si rappresenta come una buona "merce" da acquistare con un like (cfr Codeluppi, 2015), i social media sono lo spazio in cui ci si sottopone ad una esposizione controllata, almeno in parte, e al tempo stesso si consumano contenuti prodotti da altri: identità altre, intrattenimento, informazione. I social sono l'ambiente ideale per quella che Manovich (2010, p. 191) chiama la "cultura del remix": sono cioè l'ambiente ideale per realizzare operazioni collaborative e creative di appropriazione e ricollocazione di quanto è già stato prodotto.

Attingendo all'archivio online di immagini, suoni e parole è possibile effettuare una "scrittura estesa" (Montani, 2020, p.7). Afferma a questo proposito Massimiliano Covello

> Questa forma di scrittura è capace di intercettare i frammenti che attraversano il flusso della Rete, per rielaborarli attraverso forme brevi ma non per questo povere dal punto di vista espressivo e semantico (2022, p. 10).

La rielaborazione di unità minime di cultura popolare è un'azione dal basso che gli utenti di Internet utilizzano per condividere, dialogando, emozioni e interpretazioni della realtà che li circonda. Il taglio umoristico ne aiuta la penetrazione e la diffusione, fornendo informazioni attraverso il veicolo dell'intrattenimento. L'estrema versatilità dei contenuti, sottoposti ad un vero e proprio *bricolage* semantico, garantisce la libertà assoluta nell'uso e nella ricontestualizzazione. Nel tempo sono stati creati dei veri e propri archivi online di immagini e portali liberamente accessibili per ideare e produrre meme, che ne hanno accelerato la diffusione, trasformando la pratica isolata in una condivisione seriale pluri-autoriale.

Il successo e la popolarità di un meme dipendono da una serie complessa di interrelazioni tra diversi elementi che lo caratterizzano: il livello dell'humor, l'interazione tra elemento testuale e immagini, la cultura popolare che si intreccia con le pratiche e gli artefatti della vita quotidiana, così come l'accostamento inusuale di elementi

simbolici che creano un corto circuito comunicativo che al tempo stesso attira l'attenzione ed è immediatamente identificabile.

La forza di propagazione e la diffusione dei meme sono legate alla loro polisemia, l'interpretazione di questo particolare costrutto di senso non può essere univoca perché ogni meme porta con sé molti significati che interagiscono tra loro e con chi guarda: nel diffondersi, nel venire riproposti, commentati e ricontestualizzati prevarrà un'interpretazione sulle altre possibili, decretandone la relativa funzione. Più i meme si svilupperanno

> Entro un campo semantico generalista, più utenti riusciranno a comprenderli; più saranno ancorati a *breaking news* e *issue* tematizzate nell'agenda pubblica, più saranno riconoscibili da un pubblico più ampio perché saranno noti i fatti a cui si riferiscono" (Mazzoleni, Bracciale, 2019, p. 65).

Alcuni meme subiscono un processo di "normificazione"[10] che costituisce una progressiva sovrapposizione di cornici *memetiche* a causa della quale l'origine dell'immagine utilizzata non solo si perde ma lo stesso contesto semantico originario della componente di cultura popolare da cui è tratta, assume secondaria importanza. Una volta che il meme originario entra nel circu-

[10] Il termine *normificazione* deriva dal processo di trasformazione semantica per cui il *meme* diventa comprensibile anche ai *normie* che nel linguaggio di internet sono le persone comuni in contrapposizione ai *geek* che sono gli utenti esperti in nuove tecnologie e competenti della cultura di internet.

ito dell'uso collettivo assumendo un significato condiviso e comprensibile a tutti gli utenti, le variazioni tematiche e di contesto che è possibile applicare sono numerose.

L'ecosistema ibrido di quella che Schäfer definisce *digital public sphere* (2016) – nella quale si intersecano flussi continui di informazione, intrattenimento, propaganda, protesta, disaffezione politica e partecipazione – costituisce una fonte costante di produzione di nuovi elementi dell'immaginario che affiancano, sostituiscono e si sovrappongono ai prodotti della cultura popolare, alle immagini del quotidiano e al senso comune che definiscono e arricchiscono le percezioni individuali e sociali.

In particolare, i meme costituiscono una costruzione elaborata dal basso di chiavi di lettura – per lo più umoristiche e ridicolizzanti – di ciò che la società produce in termini di messaggi, e azioni, politiche e non, che offrono scorciatoie cognitive sia rispetto alla semplificazione della forma del messaggio, sia per l'uso strumentale delle emozioni. Come è stato detto è proprio questa funzione di semplificazione cognitiva attraverso l'emotività che fa dell'uso di alcuni codici espressivi uno strumento di descrizione della realtà molto efficace. Il legame tra condivisione emotiva e immaginario collettivo è un legame che pone il *senso comune*[11] al centro delle strategie di elaborazione del significato a disposizione

[11] Sul "senso comune" tra gli altri cfr Santambrogio, 2006; Piccari, 2011.

dell'uomo contemporaneo, oggi reiterato e rinegoziato anche attraverso la serialità memetica.

3. *Cornici seriali di senso comune*

Le narrazioni – elemento naturale della mente umana, strumento di intellegibilità del mondo e modalità normativa delle pratiche collettive – costituiscono uno strumento più immediato, comprensibile e ricorsivo di formalizzazione emotiva e di fruizione sostitutiva dell'emotività. Le pratiche narrative, lungi dall'essere esclusivamente un modello e uno strumento di intrattenimento, mostrano funzioni individuali e sociali fondamentali in termini di trasmissione della tradizione, del sapere, delle norme e di definizione e rafforzamento identitario. L'importanza del ruolo sociale delle narrazioni si mostra anche attraverso la costante ricerca, ideale e pratica, di nuovi strumenti e nuove forme dell'arte del racconto, in continuità con il passato, ma anche innovative, come lo svilupparsi di sempre nuovi modelli di fruizione e scambio da parte del pubblico e il definirsi, infine, di nuove azioni in equilibrio tra la fruizione e la produzione degli utenti.

Tra tutti questi elementi che definiscono natura, ruolo, potenzialità e funzione della narrazione, la serialità – con le sue particolarità storiche e culturali, con le sue ricorrenze stilistiche e iconiche – rappresenta una pratica antica quanto sempre efficacie. Come è noto la serialità possiede delle caratteristiche intrinseche che permet-

tono, come scrive Giovanni Ragone (2023), di organizzare la percezione e l'esperienza di zone specifiche dell'immaginario in un sistema stabile e coerente. A prescindere da quale sia il format e il modello di serialità applicato, la narrazione in serie crea un ambiente immateriale che garantisce sui contenuti espliciti, ma anche su quelli simbolici e semantici, "ricordo, familiarità, piacere della variazione sul già noto, facilità di ripresa della fruizione, agevole riproducibilità e fidelizzazione" (Ragone, 2023, p. 12).

Omar Calabrese definendo "l'estetica della serialità" (1984) afferma che essa è innanzitutto un modello di standardizzazione nei processi produttivi che prevedono la diffusione di repliche a partire da un prototipo e che si pongono un obiettivo di ottimizzazione economica. La standardizzazione è quindi una caratteristica della produzione culturale che definisce archetipi standard la cui reiterazione produce affezione e piacere negli utenti.

Nel contesto digitale le tecnologie e i contenuti non solo sono coinvolti in un processo di convergenza verso le piattaforme interconnesse (Jenkins, 2006) che a loro volta stimolano partecipazione e interattività nei fruitori, ma trovano nella serialità la forma più efficace della propria rimediazione (Bolter, Grusin, 1999; tr. it. 2002). Nel digitale, che costituisce un universo eterogeneo e mutevole, tra la molteplicità delle piattaforme e delle pratiche di accesso ai contenuti, le logiche seriali sono alla base della costruzione di "ecosistemi narrativi" (De Pascalis, Pescatore,

2008). Questi sono fondati, infatti, su strategie di continuità e ripetizione, dilatazione e apertura, dinamicità e modulabilità. A partire da una matrice tematica, gli ecosistemi narrativi possono stratificarsi ed evolversi, non sempre in forme predeterminate, anche grazie alle pratiche di riappropriazione e riuso compiute dagli spettatori

> La produzione seriale è caratterizzata da una replicabilità costante, da una struttura aperta, da una immediata remixabilità e da una estendibilità permanente, che permettono al fruitore di avere un ruolo attivo nel processo di costruzione e sviluppo dell'universo narrativo (Bisoni, Innocenti, Pescatore, 2013, p. 14)

Il digitale, quindi, offre nuova natura alla serialità e possibilità specifiche di sviluppo integrando la convergenza mediale con la serializzazione dei contenuti. Questo connubio articola in modi nuovi le opportunità di fidelizzazione del pubblico attraverso la condivisione di nuovi universi narrativi e, al tempo stesso, permette di sperimentare la trasformazione delle nuove tecnologie in forme mediatiche popolari.

I caratteri ricorrenti nella natura come nella fruizione della serialità sono perfettamente coerenti con la pratica e la reiterazione di contenuti propria dei meme. Essi sono una possibile declinazione di questo modello di produzione: nascono con l'obiettivo di diffondersi e fondano le loro aspettative di popolarità sulla riconoscibilità e sulla riproduzione del consumo.

La serialità dei meme non ha l'obiettivo di legare il fruitore ad uno sviluppo narrativo successivo, dispiegando una trama temporalmente codificata; il meme ripropone in modo standardizzato immagini familiari – tratte da un immaginario socialmente condiviso – per la diffusione di messaggi sempre nuovi e attinenti anche a contesti culturali, tematici e sociali differenti. La diffusione del meme si fonda sulla socializzazione digitale di un oggetto che sollecita un sentimento di familiarità e riconoscibilità e quindi di fiducia nel contenuto e nel suo portato umoristico, ma anche nel suo potere di centrare un tema o un significato in modo immediato, ipercomunicativo e semplificato.

È possibile organizzare il tema dei meme secondo due macro contesti: esso può avere diverse origini e può sfruttare la serialità in modi diversi. L'occorrenza che sollecita la creatività dei memers può originare sia da un fatto di cronaca da cui si estrapola un'immagine significativa e la si serializza modificandone messaggio e contesto; sia da un tema di discussione riproposto sulla base di un'immagine iconica, un personaggio noto o fotogrammi di film e serie tv, reinterpretati secondo uno specifico verbale che richiama il frame di discussione.

Un esempio della costruzione memetica seriale da un fatto di cronaca è la partecipazione di Chiara Ferragni al Festival di Sanremo 2023, e in particolare il fotogramma che mostra l'influencer nell'atto di esibire il suo abito come

strumento per veicolare un messaggio dedicato alle donne: "pensati libera"[12].



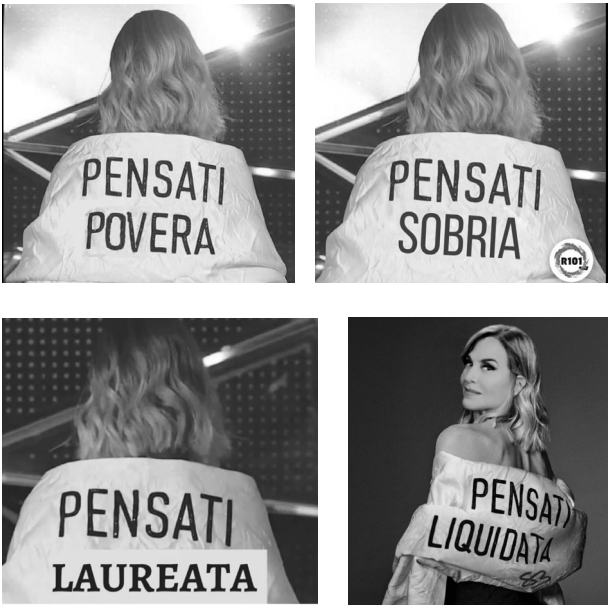
La serie memetica è stata costruita sia riproponendo la medesima immagine, ma cambiando il messaggio come nel caso dei meme con i messaggi sovrapposti alla stola di Chiara Ferragni, che sostituiscono il messaggio originale, "pensati povera", "pensati sobria"[13] e "pensati laureata"[14]; sia sfruttando l'immagine di altri personaggi fo-

[12] L'immagine di Chiara Ferragni a cui si fa riferimento è visibile all'indirizzo https://blog.libero.it/wp/corrieredellospettacolo/2023/02/09/chiara-ferragni-pensati-libera-scoppiare-caso-plagio-davvero-quella-frase-cosa-significa/

[13] Questi due meme sono visibili all'indirizzo https://www.balarm.it/news/da-pensati-sobria-ai-cugini-di-campagna-i-meme-piu-divertenti-di-sanremo-2023-134610

[14] Questo meme è visibile all'indirizzo https://www.corrieredellosport.it/foto/attualit/spettacolo/sanremo/2023/02/07-103291674/sanremo_2023_i_social_si_scatenano_sull_abito_di_chiara_ferragni_meme_e_ironie?fotonews=1

tomontati nell'atto di mostrare l'abito-messaggio come spunto per ironizzare su altre situazioni di cronaca note, come nel caso di Barbara D'Urso esclusa dai palinsesti Mediaset[15].



I meme seriali più conosciuti sono certamente quelli legati all'immaginario cinematografico come alle serie tv, ne sono esempi universali le serie ispirata al film *Toy Story 2*[16] e a *Matrix*.

[15] Il meme con Barbara D'Urso è visibile all'indirizzo https://www.facciabuco.com/post/2120304a83/pensati-liquidata-muore-berlusconi-e-mediaset-silura-barbara-d-urso-coincidenze.html

[16] I meme della serie "idiots" sono tratti dal sito https://imgflip.com/memegenerator/13026863/TOYSTORY-EVERYWHERE, piattaforma per creare meme.



Lo schema del meme ispirato al film *Toy Story 2* è "X. X, Everywhere" Si usa con l'intento di far notare in modo ironico che un luogo o un contesto sono ricchi di qualcosa o qualcuno con caratteristiche specifiche. Il testo più usato è "Idiots, idiots everywhere", ma anche "Selfies! Selfies everywhere!"[17].





[17] Il meme Toy Story "selfie" è tratto dal sito http://www.quickmeme.com/memes/Toy-Story/page/3

Lo schema del meme tratto dal film Matrix è riferito ad un momento saliente del film e il testo ripropone la frase pronunciata dall'attore: "What if I told you" che è la costante semantica del meme seguita, nel testo in basso, da una frase piuttosto scontata, giocando sullo scarto tra un annuncio decisivo e la banalità effettiva dello stesso. Due esempi sono i meme con i seguenti testi "What if I told you…The side with the USB symbol will always be the top side" e "What if I told you…hashtags on facebook do nothing?"[18].







[18] I due meme citati sono visibili all'indirizzo https://knowyourmeme.com/memes/matrix-morpheus , piattaforma per creare meme.

I meme sono format di senso che ridefiniscono il necessario connubio tra semplificazione, presa di posizione ed emotività collettiva. L'uso e la condivisione delle pratiche di memetizzazione si diffondono sia per il successo del tratto umoristico e a volte ferocemente ironico del contenuto che suscita un'emozione positiva legata al divertimento, sia per il piacere della familiarità e della reiterazione di immagini iconiche che esse sollecitano nel momento in cui vengono riconosciute e decodificate secondo un consolidato senso comune. Come ricorda Casetti (1984) la ripetizione e la serialità sono due importanti linee di tendenza, tra loro interrelate, nel processo evolutivo di cinema e televisione e, aggiungeremmo oggi, di tutte le nuove forme ibride di linguaggio digitale con un proprio potere conversazionale.

Il senso comune trova nei meme una cornice umoristica ed emotiva – oltre che cognitiva – che fa della serialità, sviluppata e reiterata, la chiave di lettura di temi complessi e questioni anche distanti dal proprio quotidiano. Queste caratteristiche di senso hanno reso il meme strumento rilevante nel dibattito politico, forma per narrazioni e contronarrazioni della sfera politica e strumenti accessibili di semplificazione.

4. *Le serie dei meme politici*

I *meme* grazie alla loro funzionalità, riproducibilità e ricorrenza selettiva hanno in parte *memetizzato* la sfera pubblica: essi hanno una

diffusione online originaria, ma la loro portata di significati e di condivisone di immaginario si sviluppa anche offline, andando a costituire la nuova forma di humor sociale nella sfera pubblica ibrida. Per alcuni i meme rappresentano uno strumento essenziale per quella che Mazzoleni definisce *enlarged digital polity* (Mazzoleni, 2015) alimentando uno spazio di discussione liminale che coinvolge molti cittadini in una partecipazione meno intensa e impegnata, ma che riguarda temi complessi altrimenti ignorati.

Il politico, oggetto umano composito ed eterogeneo che ha richiesto secoli di elaborazione intellettuale, costruzione di paradigmi e modelli prescrittivi e descrittivi, è oggi diventato esso stesso oggetto e fonte di prodotti della cultura popolare con il suo ricco panorama di storie, personaggi e contrasti. La lettura pop della dimensione politica è divenuta, nell'era digitale della produzione dal basso, paritaria e diffusa, forse quella più condivisa perché, affiancando ad essa elementi semplificati e popolari, la rende intellegibile a tutti. Certamente l'estremizzazione di questa pratica comunicativo-culturale che applica schemi mentali ed emozionali della vita normale agli eventi politici, rischia di sottrarre il politico alla ricchezza cognitiva ed argomentativa delle categorie proprie della scienza politica, consegnandoli alla semplificazione estrema del messaggio populista. D'altra parte, però essi rappresentano uno strumento efficace di quel passaggio che si è realizzato dall' "azione collettiva" all'"azione connettiva" basata sulla condivisione individuale di contenuti. L'azione connettiva

poggia, infatti, sulle pratiche di scambi semantici, interpretativi e pro-attivi dei "*personal action frames*" condivisi nelle reti dei social media (Bennet, Segerberg, 2013).

La comunicazione politica utilizza i meme soprattutto come espressione dal basso di una contronarrazione che mette in discussione, ridicolizzandola, la narrazione dominante, che riguardi un partito o un leader politico. Alcuni casi di meme prodotti e messi in circolazione dai leader stessi memetizzando il messaggio all'interno di un contenuto popolare e di intrattenimento, hanno avuto uno scarso successo se non come spunto per ulteriore materiale di satira politica[19].

Secondo una classificazione operata prima da Bennett e Segerberg (2013) e poi da Shifman (2014) la circolazione dei meme politici può essere distinta secondo due usi principali: un uso personale e un uso connettivo. Scrivono Mazzoleni, Bracciale

> Nella prima categoria rientrano i meme come forma di *partecipazione leggera*, economica e divertente, per esprimere le proprie opinioni politiche e contribuire alla discussione pubblica" (2019, p. 96).

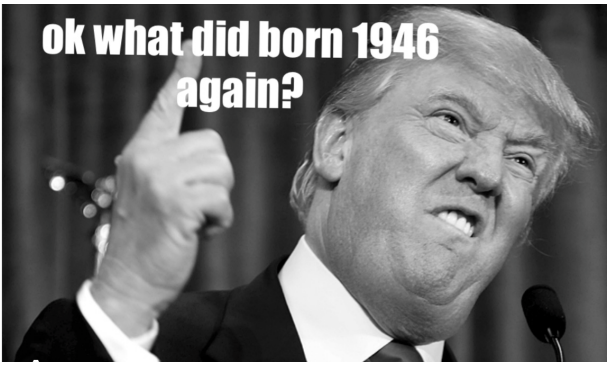
Nella seconda rientrano sia i meme come azione dal basso attraverso una costruzione collettiva di senso, sia i meme di propaganda politica immessi nel contesto pubblico da parte di politici, partiti e attivisti.

[19] Cfr. Moroni, 2020, *op. cit.*

I meme politici possono sfruttare immagini tratte dall'immaginario condiviso e dalla produzione culturale popolare ricontestualizzate attraverso il supporto di un testo politico, di una dichiarazione di un *leader*, di una vicenda di cronaca politica[20].



[20] Un esempio possono essere i numerosi meme con protagonista l'ex Presidente degli Stati Uniti Donald Trump, si veda https://www.pinatafarm.com/memegenerator/9fa7be7c-8675-4753-b21e-7a803342b040 , piattaforma per realizzare meme.



In alcuni casi la possibilità tecnica di modificare le immagini permette di inserire l'immagine di personaggi politici in un contesto che per il resto è estraneo alla politica. Spesso l'obiettivo di una serie di meme politici è quello di criticare, ridicolizzandola, un'azione pubblica messa in atto da un leader che ha suscitato una consistente reazione nell'opinione pubblica e attraverso i social e i meme ha anche sollecitato l'emozione collettiva.

Non di rado il meme originale si sviluppa in una serie successiva di variazioni sul tema: stessa immagine ricodificata con testi nuovi che attingono ad altro immaginario collettivo, ma anche stessa situazione con protagonisti e riferimenti a contesti semantici completamente diversi. A dare movimento e sequenzialità ai meme possono essere tanto i testi su immagini statiche e ripetitive, quanto la situazione surreale riproposta in ambiti nuovi. Un caso esemplare è quello legato al leader del-

la Lega, Matteo Salvini, e ad una sua azione propagandistica[21].

Dal fotogramma tratto dal video originale del fatto, utilizzato da tutte le testate giornalistiche di televisione e carta stampata, si è sviluppato un percorso di elaborazione di senso particolarmente articolato che ha messo in campo diversi generi di meme e alcune ricontesualizzazioni tematiche che si distanziano dall'evento originale.



Fig. 1. Salvini al citofono – Bologna - 21 gennaio 2020. Fonte: https://www.liberatv.ch/news/cronaca/1415202/salvini-show-a-bologna-citofona-e-chiede-a-un-tunisino-se-spaccia

[21] Questa serie di meme è già stata analizzata dall'autrice in un altro suo scritto (cfr. Moroni, 2020). Il 21 gennaio 2020 Matteo Salvini è a Bologna, su indicazione di una sua elettrice, Annarita Biagini, diventando autore di un'azione provocatoria e poi molto criticata. La signora indica al Leader della Lega un'abitazione e relativo citofono nel quartiere popolare del Pilastro a Bologna, di un presunto spacciatore. Salvini, a favore di telecamere e macchine fotografiche, suona il citofono: "Buonasera, è vero che lei spaccia?". Fonte: https://www.ilmessaggero.it/politica/salvini_ultime_notizie_news_citofono_bologna_tunisino_oggi-4998517.html

I meme che sono stati sviluppati da questo evento hanno diversa natura: alcuni sfruttano l'immagine e la frase pronunciata da Salvini per ridicolizzare l'azione stessa, il suo protagonista e il relativo messaggio politico, come nel caso del meme "Scusi lei spaccia? Certo ma sono in smart working…le spedisco a casa la solita roba onorevole?"[22].



Fig. 2. Fonte: facciobuco.com

Altri hanno sfruttato l'immagine di Salvini al citofono per costruire un humor dissacrante utilizzando il claim di una notissima pubblicità degli anni '90 tanto riconoscibile perché entrata nel senso comune e utilizzata in molti altri contesti umoristici[23].

[22] Questo meme è reperibile all'indirizzo www.facciabuco.it

[23] Il prodotto in questione è il gelato industriale Motta La Cremeria oggetto di una pubblicità molto nota andata in onda per la prima volta nel 1992. "C'è Gigi?" – "No!" "e la cremeria?" Questa frase è entrata nel senso comune colonizzando l'immaginario pubblicitario per molto tempo. Il



Fig. 3. Fonte: https://www.mondoudinese.it/rubriche-editoriali-2/per-chi-suona-il-campanello/

La rielaborazione grafica può diventare il segno distintivo di un intento narrativo più ampio, che mette in campo immagini note tratte dalla cultura popolare condivisa. In questo caso Salvini si sostituisce a Fantozzi in uno dei notissimi episodi delle sue vicende tragicomiche. Il Salvini-Fantozzi assume su di sé tutta la portata tanto comica quanto ridicola nella sua drammaticità dell'amatissimo personaggio ideato da Paolo Villaggio[24].

meme è visibile all'indirizzo https://www.mondoudinese.it/rubriche-editoriali-2/per-chi-suona-il-campanello/

[24] Nella scena del film Fantozzi, impossibilitato a seguire una partita di calcio per le qualificazioni della coppa del mondo tra Italia e Inghilterra, partita in concomitanza con il cineforum aziendale, nel tragitto in macchina, ascoltando la radiocronaca sente che è stato preso un palo nel tentativo di fare goal: frena bruscamente la macchina, scende velocemente dal veicolo tra lo stupore di moglie e figlia, arriva sul marciapiede e si arrampica in maniera goffa per raggiungere la prima finestra disponibile rompe il vetro della finestra si affaccia e chiede "Scusi, che ha preso il palo?". La scena si chiude con



Fig. 4. Fonte: Pagina umoristica Facebook "il Socio Aci"

Questo meme oltre a ricontestualizzare la vicenda politica in una dinamica molto nota e molto amata dal pubblico italiano, identificando le caratteristiche umane mediocri di Fantozzi con quello del leader politico, lascia aperta, suggerendola, un'ulteriore strada semantica che è quella propria della sequenza successiva del film e della fine violenta e ingloriosa che fa il protagonista.

Ad un certo punto del processo di memezzazione dell'evento originale, l'immagine stessa di-

Fantozzi che caracolla a terra sotto il pugno sferzatogli dal proprietario della casa. Il meme è tratto dalla Pagina umoristica Facebook "il Socio Aci".

venta oggetto dell'immaginario condiviso proprio per la frequenza della sua riproduzione e condivisione. È in questo momento che quell'immagine viene utilizzata per raccontare altre storie, altri protagonisti e ironizzare su altri contesti.

È il caso del meme che utilizza l'idea della richiesta compiuta al citofono da Salvini per mettere in scena un'altra improbabile richiesta utilizzando una storia in quel momento molto seguita e molto memetizzata come quella del principe Herry d'Inghilterra e del suo desiderio di abbandonare la vita e gli impegni di corte per condurre un'esistenza "normale" lontano dalla Regina Elisabetta, sua nonna, e dalla corte londinese. Il meme viene realizzato fotomontando il volto di Herry vicino al citofono "di Salivi" e il testo riporta "Nonna apri! Ci ho ripensato!!"[25].



Fig. 5. Fonte: https://nonelaradio.it/citofonaresalvini-i-meme-piu-divertenti-di-salvini-al-citofono/

[25] Il meme in questione è rintracciabile all'indirizzo https://nonelaradio.it/citofonaresalvini-i-meme-piu-divertenti-di-salvini-al-citofono/

La vicenda di Salvini al citofono ha subito poi un'ulteriore reinterpretazione memetica che utilizza un altro grande classico dell'immaginario proprio della cultura pop cinematografica che è quello della saga de *Il signore degli anelli.* La locandina del film diventa oggetto di una modifica grafica e il titolo viene reinterpretato perché richiami il "legame" divenuto ormai un classico dell'humor politico tra Salvini e il citofono. Sull'immagine, ormai iconica, della locandina della versione italiana de "Il Signore degli anelli" viene fotomontato il volto di Salvini al centro e il titolo del film diventa "Il signore dei campanelli"[26]



[26] Questo meme è stato pubblicato da Hari Seldon ed è visibile all'indirizzo https://www.facciabuco.com/post/1044212q1z/satira-post-by-hariseldon.html



Fig. 6. meme pubblicato da Hari Seldon https://www.facciabuco.com/post/1044212q1z/satira-post-by-hariseldon.html

I meme politici hanno una enorme capacità di raccontare una versione diversa, reinterpretata e dissacrante del sistema abitato dai leader politici e dai relativi sostenitori. La narrazione che di questo sistema viene quotidianamente operata dai media classici, televisione e giornali, e dai social media è una narrazione sempre più spesso per immagini. Il potere narrativo ed emozionale delle immagini si amplifica attraverso la destrutturazione tanto del contesto quanto del significato operata attraverso la produzione di meme a partire da quelle immagini. L'utilizzo di fotografie e frame della vita politica reale per costruire meme permette la riconduzione di quell'universo di senso che è il politico alla dimensione prossima del quotidiano attraverso la sovrapposizione di modi dire, pratiche e contesti quotidiani.

I meme politici, rendendo accessibili informazioni, svolgono una funzione sociale che per alcuni rappresenta un'opportunità democratica: aiuta le persone a sentirsi più integrate nella

società nel loro ruolo di cittadini perché come afferma Dahlgren

> Facilita l'accesso alle comunità simboliche, un mondo che è al di là del proprio spazio vitale. Ciò può essere visto come un preludio all'impegno civico, […] una sorta di cittadinanza culturale" (2009, p. 41).

Le serie memetiche legate alla politica seguono una logica comunicativa in cui si incontrano contemporaneamente elementi della cultura digitale con quelli della cultura politica. Tale pratica è fondata su tre assunti: i) economia dell'attenzione, ii) logica sociale della partecipazione e iii) logica culturale ed estetica (Shifman, 2014). L'economia dell'attenzione si riferisce alla capacità selettiva dell'attenzione degli individui sviluppata sulla base di una valutazione dei benefici che per far fronte al sovraccarico informativo a cui sono sottoposti. I meme costituiscono uno strumento per attirare l'attenzione prima emotiva, poi cognitiva su alcune questioni. La logica sociale della partecipazione mette in evidenza la contraddizione a cui gli individui sono oggi costretti nella costruzione da un lato di identità individuali, dall'altro nel bisogno di esprimere la propria natura di animali sociali. Infine, la logica culturale ed estetica è legata alle caratteristiche proprie della cultura pop per le quali le modalità classiche di produzione culturale si ibridano con le nuove disponibilità tecniche accessibili a tutti.

In definitiva, in politica come in qualsiasi altro ambito di significati collettivi e condivisi, i meme costituiscono un nuovo linguaggio di senso entro il quale il legame sincretico tra immagine e testo, tra immaginario collettivo e senso comune trova nella serialità ricchezza espressiva e funzionale. I meme garantiscono, come ogni altro prodotto culturale seriale, l'attivazione di memoria e ricordo attraverso la familiarità di immagini e significati, sollecitano il piacere della variazione sul già noto e la percezione di comprendere temi complessi perché scomposti in unità di senso facilmente fruibili. Nel contesto si una società emotiva (Moroni, 2020) la serialità memetica definisce nuove forme di partecipazione, nuovi punti di vista, una voce dissonante e umoristica sempre più radicata nello spazio pubblico – virtuale e fisico.

Bibliografia

Abruzzese, A. (1979). *La grande scimmia. Mostri vampiri automi mutanti. L'immaginario collettivo dalla letteratura al cinema all'informazione.* Roma: Napoleone.

Abruzzese, A. (1984). *Ai confini della serialità.* Napoli: Società editrice napoletana.

Bennet, W. L. & Segerberg A. (2013). *The Logic of Connective Action. Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*. New York: Cambridge University Press.

Bisoni, C., Innocenti, V. & Pescatore, G. (2013). Il concetto di ecosistema e i media studios: un'introduzione. In Id., *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporanee. Spazi, modelli, usi sociali*. Modena: Mucchi.

Bisoni, C. & Innocenti, V. (2013). *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporanee. Spazi, modelli, usi sociali*. Modena: Mucchi.

Boccia Artieri, G. & Gemini, L. (Eds.) (2016). Serialization Landscapes, *Mediascapes Journal*, 6.

Boccia Artieri, G. & Gemini, L (Eds.), (2016). Serialization Landscapes II. Tra letteratura, teatro e web, *Mediascapes Journal*, 7.

Bolter, J. D. (2019). *The Digital Plenitude. The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media*; tr. it. (2020) *Plenitudine digitale. Il declino delle culture di élite e l'ascesa dei media digitali*. Milano: Minimum Fax.

Bolter, J. & Grusin, R. (1999) *Remediation. Understanding New Media*; tr. it. (2002) *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerrini e Associati.

Börzsei, L. K. (2020) Make a Meme Instead - A concise History of Internet Memes. In A. Lolli (Ed.), *La guerra dei meme. Fenomenologia di uno scherzo infinito*, Firenze: Effequ Sas (edizione digitale).

Calabrese, O. (1984) I replicanti. In F. Casetti (Ed.), *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*. Venezia: Marsilio.

Capaldi, D. & Ragone, G. (2020). Mediologia e serialità (nella letteratura e oltre). In A. Giannitrapani, & G. Marrone (Eds.), *Forme della serialità. Oggi e ieri*. Palermo: ed. Museo Pasqualino.

Casetti, F. (Ed.) (1984). *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*. Venezia: Marsilio.

Cecchi, D. & Dalla Torre, P. & Finocchi, R. (2021). *Tempi seriali. L'audiovisivo tra estetica, semiotica e teoria del cinema*. Roma: Castelvecchi.

Codeluppi, V. (2007). *La vetrinizzazione sociale. Il processo di spettacolarizzazione degli individui e della società*. Torino: Bollati Boringhieri.

Codeluppi, V. (2015). *Mi metto in vetrina. Selfie, Facebook, Apple, Hello Kitti, Renzi e altre "vetrinizzazioni"*. Milano-Udine: Mimesis Edizioni.

Coviello, M. (2022). *Comunità seriali. Mondi narrati ed esperienze mediali nelle serie televisive*. Milano: Meltemi.

Dahlgren, P. (2009). *Media and political Engagement: Citizen, Communication, and Democracy.* Cambridge: Cambridge University Press.

Mendiberg, M. (2009). *The Social Media Reader.* New York: New York University Press.

De Pascalis, I. & Pescatore, G. (2018). Dalle narrazioni estese agli ecosistemi narrativi. In G., Pescatore (Ed.), *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*. Roma: Carocci Editore.

Eco U. (1984). Tipologia della ripetizione. In F. Casetti (Ed.), *L'immagine al plurale. Serialità e ripetizione nel cinema e nella televisione*. Venezia, Marsilio.

Giannitrapani, A. & Marrone, G. (2020) (Eds.). *Forme della serialità. Oggi e ieri*. Palermo: ed. Museo Pasqualino.

Goleman, D. (2011). *Intelligenza emotive.* Milano: Rizzoli.

Guariento, T. (2023). *Miti, meme, iperstizioni*. Lecce: Krill Books.

Gunthert, A. (2016). *L'immagine Condivisa. La fotografia digitale.* Roma: Contrasto.

Jenkins, H. (2006). *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*. New York: New York University Press.

Jenkins, H. (2007). *Cultura Convergente*, Milano: Apogeo.

Innocenti, V. & Pescatore, G. (2008). *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggi e temi*. Bologna: ArchetipoLibri.

Manovich, L. (2001). *Software Takes Command*; tr. it. (2010). *Software Culture*. Milano: Olivares.

Mazzoleni, G. & Bracciale, R. (2015). *La politica pop online. I meme e le nuove sfide della comunicazione politica*, Bologna: il Mulino.

Montani, P. (2020). *Le emozioni dell'intelligenza. Un percorso nel sensorio digitale*, Milano: Meltemi.
Moroni, C. (2020). *La comunicazione nella società emotiva*. Viterbo: Sette Città.
Oatley, K. (2015). *Breve storia delle emozioni*. Bologna: il Mulino.
Pescatore, G. (Ed.) (2018). *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*. Roma: Carocci Editore.
Piccari, P. (2011). *Conoscenza ordinaria e senso comune.* Milano: Franco Angeli.
Ragone, G. (2023). Serialità e media. Tracce per una teoria. In G. Ragone & F. Tarzia (Eds.), *Storia e teoria della serialità.* Volume I. *Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta.* Milano: Meltemi.
Santambrogio, A. (2006). *Il senso comune. Appartenenze e rappresentazioni sociali*, Roma-Bari: Laterza.
Schäfer, M.S. (2016). Digital Public Spher. In G. Mazzoleni (Ed.), *The International Encyclopedia of Political Communication*, Malden: Blackwell.
Shifman, L. (2014). The Cultural Logic of Photo-based Meme Genres. Journal of Visual Culture, 13, n. 3, pp. 340-358.
Susca V. & De Kerckhove, D. (2008). *Transpolitica. Nuovi rapporti di potere e di sapere,* Milano: Apogeo.
Williams, R. (1974). *Tv, tecnologia e forma culturale.* Bari: De Donato.
Van Dijck, J., Poell, T. & De Wall, M. (2019). *Platform society. Valori pubblici e società connessa*. Milano: Guerini e Associati.

Forme seriali del digitale: auto-serializzazione e micro-serializzazione

Giovanni Boccia Artieri

1. *La cultura narrativa seriale assorbita nelle piattaforme online*

Quando studiamo le serie e i serial moderni (da metà '800 a oggi), dobbiamo riconoscere l'esistenza di una cultura narrativa altamente specifica, che si intreccia con la logica della riproduzione industriale e con le possibilità tecnologiche dei mezzi di comunicazione di massa (Abruzzese, 1984; Brancato, 2011; Boccia Artieri & Gemini, 2016; Ragone, 2023). In tal senso e in prospettiva mediologica, la serialità rappresenta un'occasione di osservazione dei processi di mediatizzazione e un caso specifico di mediatizzazione del tempo libero sul piano delle trasformazioni della narrativa popolare. Seguire la ri-generazione dei prodotti seriali (characters e format) laddove vengono reimmaginati in contesti cross-mediali, plurimediali, transmediali, così come internazionali, multinazionali, transnazionali o transculturali, significa osservare al contempo le forme di rappresentazione della

mediatizzazione della società così come la trasformazione dei frame che orientano i meccanismi di riflessività, i ritmi temporali della società, le spazialità della fruizione e le occasioni comunicative e relazionali.

Allo stesso modo possiamo pensare il web come il luogo in cui le possibilità tecnologiche aperte dal digitale e le dinamiche di riproduzione delle nuove realtà industriali rappresentate dalle piattaforme online, generano il contesto per una cultura narrativa specifica in cui le tracce di serialità assumono nuovi contorni, agendo sul piano spazio-temporale, sulle forme della comunicazione, sulle dinamiche riflessive e sugli immaginari sociali.

D'altra parte, se consideriamo la serialità come una "logica" astratta o una "forza" fondamentale della cultura, possiamo pensare a come i pubblici abbiano imparato ad abitare le serie televisive, i fumetti e altre forme seriali, così come un'estetica e una cultura della serialità, in una tensione costante tra ideologie proposte dalle "merci" seriali (Horkheimer & Adorno, 1947) e forme di appropriazione, resistenza e partecipazione (Jenkins *et al.*, 2006). Questa consuetudine li ha familiarizzati con determinati meccanismi e frame che il dispositivo seriale incorpora, come una particolare forma di accoppiamento tra ridondanza e varietà capace di generare una tensione fra la novità e ciò che è familiare, il riconoscimento contemporaneo di differenze e ripetizioni (Boccia Artieri, 2023). Possiamo quindi immaginare gli stessi pubblici abitare quegli spa-

zi online di ridondanza e varietà che sono i social media, riversando la lezione estetica (ideologica e partecipativa) della serialità nelle vite connesse. La serialità come "logica" astratta agisce su due livelli che possiamo osservare[1] come: a) "*as* seriality", cioè come se fosse seriale, quando l'immaginario seriale è utilizzato (sia dagli utenti sia da chi fa ricerca) in modo metaforico o come rimando di senso, ad esempio quando osserviamo i post che si susseguono in un profilo Instagram come parte di una stessa sequenza che evolve, come parte di una stessa narrazione; b) "*is* seriality", cioè come serialità vera e propria, quando i contenuti che osserviamo rispecchiano le caratteristiche formali e strutturali della serialità, ad esempio il rilascio di un post come appuntamento temporale, una chiara volontà di ricondurre il contenuto ad una specifica serie, come quando un utente di Instagram crea un account in cui rilasciare foto settimanali in ascensore.

D'altra parte, dobbiamo considerare come la digitalizzazione abbia cambiato la nostra cultura della serialità, da una parte stimolando la produzione seriale e la relativa riflessione al riguardo e, dall'altra, incidendo sulle costituzioni funzionali delle forme seriali e le nostre idee su di esse (Turner, 2014). Esiste quindi una interazione

[1] Qui pare utile parafrasare il pensiero di Schechner (2002) sul concetto di performance e che distingue tra *as* performance e *is* performance, per indicare, da una parte, come ogni attività possa essere letta come performativa e, dall'altra, come esista una natura specifica di ciò che possiamo definire come performance.

reciproca fra digitalizzazione e serialità che qui osserveremo dal punto di vista più interno della cultura digitale ma che, necessariamente, ricomprende quelle trasformazioni che la forma seriale assume nella società del digitale.

In tal senso, esplorare la relazione tra serialità e digitale richiede, innanzitutto, di ricostruire lo sfondo in cui la narrazione seriale può impattare come logica e come frame con quelli del digitale – e viceversa –, per poi occuparci di come le qualità formali della serialità siano riprodotte *nel* e *attraverso il* digitale, infine concentrarsi sulle due principali forme che la logica seriale assume online e che sono quella dell'auto-serializzazione e della micro-serializzazione.

2. *Affordance, contenuto-frammento, riflessività connessa*

Innanzitutto, possiamo osservare la serialità nella mediamorfosi legata al digitale e ai social media seguendo le complesse interazioni reciproche su tre livelli che aiutano a delineare l'evoluzione della serialità narrativa online e che, come sottolinea Ragone (2023), sono: a) la dimensione della tecnologia della comunicazione, che comprende sia la dimensione materiale dei media sia le tecniche di produzione dei contenuti mediali; b) i processi di rimediazione e ibridazione che si sviluppano sia sul piano orizzontale sia su quello diacronico; c) le metafore collettive che si attivano alimentando la produzione di

simbolico sia in modo inconscio sia attraverso processi riflessivi.

Sul primo versante troviamo il potere modellizzante delle *affordance*, cioè l'insieme delle proprietà che ha una tecnologia mediale, e che indica un utilizzo, che influenza specifiche pratiche suggerendo specifici usi (pensiamo ad esempio alla funzione "Storie" di Instagram). Da questo punto di vista le piattaforme online costituiscono un particolare ambiente in cui i contenuti serializzati (anche sotto forma di "*as* seriality") sono funzionali a forme di espressione del sé (Boccia Artieri, 2021) che le *affordance* modellano come possibilità relazionali, come esemplifica il valore sociale che finisce per assumere l'uso di uno strumento come quello dello sharing (condivisione), della friendship o del following. Si tratta di contenuti serializzati per essere condivisi con altri utenti parte della propria rete di connessioni e che possono andare, con il sistema di condivisione, oltre la propria rete sociale, contribuendo ad espanderla. Inoltre, le *affordance* delle piattaforme online agevolano pratiche di appropriazione e remix pubblico di contenuti seriali, oltre che di ricerca e consumo degli stessi contenuti all'interno delle reti sociali connesse degli utenti. E questo al fine di raccogliere, catalogare ed utilizzare in forma iper-targettizzata i comportamenti degli utenti stessi, le loro preferenze, le loro reactions e i loro gusti. Se da un lato esiste quindi una forma di empowerment degli utenti, dall'altra dobbiamo considerare che gli utenti delle piattaforme online vengono spinti verso specifici contenuti e

venduti agli inserzionisti pubblicitari, finendo per diventare essi stessi un prodotto dell'algoritmo che governa la struttura più intima di ogni piattaforma (van Dijck, Poell & De Waal, 2018).

Per quanto riguarda il secondo livello, relativo ai processi di rimediazione e ibridazione, sappiamo che i media digitali e le piattaforme online consentono sul piano tecnico di importare, tradurre, manipolare e condividere immagini, video, audio e testi da altri media, ma che, sul piano culturale, hanno promosso una molteplicità di pratiche che includono la creazione, il remix, la condivisione e la critica. La narrazione seriale può quindi costituire un frame guida per queste culture mediali ed essere spalmata nella molteplicità di forme che il digitale ho proposto (dai siti, ai blog, alle piattaforme, ecc.). È la logica del contenuto-frammento (post, immagine, video, audio, ecc.) che attiva nell'utente un'esperienza di fruizione di flusso (Bolter, 2019). Se da una parte il digitale è un ambiente di partecipazione agli ecosistemi narrativi e di loro espansione (Bisoni, Innocenti & Pescatore, 2013) sotto forma di attività di remix, recap, fanfiction, ecc. di narrative seriali estratte dal sistema dei media, dall'altra la continua fruizione di flusso dei contenuti si accoppia strutturalmente alla logica culturale della serialità, finendo per dare vita ad un'esperienza diacronica e connessa di quei frammenti di cui facciamo esperienza sui nostri schermi, sperimentandone sul piano degli immaginari la capacità di variazione e ripetizione – da questo punto di vista il meme online è certamente l'oggetto digitale seriale più

esemplificativo sul piano culturale (cfr. il saggio di Chiara Moroni in questo volume).

Un terzo livello riguarda, infine, gli immaginari collettivi e la specifica forma di riflessività che la narrativa seriale online esprime. Si tratta qui, cioè, di tenere conto di quelle forme sociali emergenti nell'esperienza relativa ai contenuti e alle relazioni che attraverso di essi costruiamo online, che danno vita a forme di appartenenza "consistenti". Non quindi una pura adesione attorno a simboli condivisi o a narrazioni in cui riconoscersi "singolarmente"; non si tratta cioè di una semplice identificazione in qualche cosa ma, piuttosto, di uno strutturarsi di interazioni cariche di reciprocità e che richiedono una stretta relazione fra forma strutturale del legame sociale (re-ligo) e riferimento simbolico (refero) e in cui si sviluppano forme riflessive relative allo stato di connessione e alle forme di intersoggettività che da questo emergono. In pratica, nella produzione, distribuzione e consumo di narrative seriali online assistiamo al passaggio da una "individualizzazione riflessiva" (Beck, Giddens & Lash, 1994) alla sperimentazione di una "riflessività connessa" di tipo interattivo che porta a ripensare sé stessi nelle dinamiche di relazione con gli altri e con il mondo. L'esperienza individuale della fruizione di flusso del contenuto-frammento trova senso nella connessione sociale, in una comunicazione che è alla ricerca di un riflesso in quella della relazione con gli altri (reazioni, commenti, condivisioni). Le possibilità aperte dallo stato di connessione online generano quindi forme di partecipazione a una cultura me-

diatizzata che dà luogo a un'opportunità doppiamente riflessiva: una riflessività *nella* connessione (osservando come gli altri ci osservano attraverso i contenuti prodotti online: like commenti, condivisioni, ecc.) e una riflessività *sulla* connessione (relativa al senso delle relazioni prodotte nei diversi spazi, attraverso i diversi contenuti, ecc.). Si tratta di nuovi modi di articolare l'elaborazione del senso in un ambiente cui la narrazione serializzata per contenuti-frammento, nell'ambito di un'esperienza di flusso, crea un ambiente con specifiche disposizioni della mente-corpo adatto a focalizzarci su metafore collettive.

3. *La forma seriale contemporanea: una struttura disordinata e dispersa*

Ricostruito il quadro d'insieme in cui la narrazione seriale può impattare come logica e come frame con quelli del digitale, si tratta ora di indagare le caratteristiche strutturali della serialità che troviamo nella produzione, distribuzione e consumo digitale.

Possiamo per prima cosa osservare che nella serialità la dimensione della produzione e quella della ricezione non si svolgono secondo una successione cronologica ma risentono di una sovrapposizione temporale tra pubblicazione e consumo che si ripete in cicli di feedback. Questa modalità di interazione reciproca per la quale esce una nuova puntata che viene guardata, commentata, appropriata e rielaborata in attesa

della successiva apre ad uno spazio che consente dinamiche di coinvolgimento del pubblico nella progressione della narrazione – la pratica di rilascio e consumo in modalità potenziale di *binge watching* di un'intera stagione sposta questo spazio semplicemente più avanti, verso la prossima stagione o in modo interstiziale per i pubblici meno puntuali o meno avvezzi a questa pratica.

Le serie stimolano quindi un consumo produttivo, il coinvolgimento del pubblico, dalla dimensione inferenziale sulla narrazione (ad esempio come proseguirà) che trova spazio su blog, forum, ecc. alla vera e propria produzione online di narrazioni a supporto della serialità (come, ad esempio, insegnano le pratiche di fan art o di immagini-video di recap) alla espansione narrativa (come, ad esempio, insegnano le pratiche di fan fiction e fan film). Allo stesso tempo la produzione seriale si può modificare adattandosi ai cambiamenti del suo ambiente culturale, assorbendo i feedback rilasciati dal pubblico in pubblico negli ambienti digitali. Un esempio seminale è rappresentato dall'attività dei fan di *Twin Peaks* che hanno utilizzato una internet pre social-media e blog nei primi anni '90 per espandere le risorse a loro disposizione al fine di decifrare il mistero di "Chi ha ucciso Laura Palmer" (Jenkins, 2006). Attraverso una lista di discussione alternativa su Usenet, alt.tv.twin-peaks[2] i fan si confron-

[2] I messaggi del newsgroup alt.tv.twin-peaks che sono stati prodotti durante la messa in onda della serie sono oggi leggibili grazie ad un sito-archvio, https://alttvtwinpeaks.com/, che raggruppa i contenuti per episodio.

tavano durante le pause dello show, come avviene ad esempio su Twitter ora noto come X, e lungo la settimana. Che gli showrunner avessero avuto l'opportunità di leggere questi contenuti, in particolare Mark Frost, è verificato mentre non pare certo questo abbia influito sull'andamento della serie. Oggi molte produzioni impiegano specialisti per mappare le preferenze del pubblico, le risposte creative agli show in modo da poter decidere se e come interagire sia sul piano comunicativo che attraverso modifiche degli script della serie.

Questa doppia sensibilità è oggi incarnata nel formato seriale assunto dal flusso di contenuti-frammento nei social media: da una parte, i contenuti che gli utenti producono risentono del lavoro produttivo dei propri pubblici, cioè di chi fruisce delle narrazioni sotto forma di post su Instagram, video su YouTube, ecc. e che reagisce con like, commenti, condivisioni; dall'altra, osservando le reazioni dei propri pubblici, aggiustano la narrazione in modo da mantenere i consensi in termini di like e stimolare le forme di engagement.

Una seconda osservazione che occorre fare è che quando pensiamo alla "logica" seriale dobbiamo tenere contemporaneamente conto a) di come la segmentazione narrativa della serialità sia rimediata da altri linguaggi e che b) ci sono dinamiche produttive seriali, e quindi pratiche e routine produttive, da cui non possiamo prescindere. In questo senso ci troviamo di fronte alla necessità di considerare in che modo la produzione di specifici contenuti online risenta o meno della volontà di una produzione che

ricomprenda gli elementi strutturali della serialità, quali l'appuntamento (ad esempio una foto ogni giorno allo specchio da pubblicare su Instagram), l'appartenenza a una serie (come un post che si autodefinisce come appartenenza attraverso un #hashtag), l'utilizzo del rapporto tra ridondanza e varietà, quindi di somiglianza e diversità innovativa (come ad esempio nel caso del meme). E allo stesso tempo ci troviamo di fronte a una narrazione cumulativa che trova coerenza all'interno della narrazione stessa, sottolineando il carattere ricorsivo della progressione seriale, cioè ad un continuo adattamento delle possibilità narrative a quelle già presenti. Da questo punto, la serialità contemporanea – quindi la "logica" che può essere assorbita nel digitale – agisce sulla narrazione sia in senso transmediale e rimediando linguaggi da diversi media, sia operandone una diffusione attraverso le forme della variazione, pensiamo alle forme di ri-nararzioni, di *reboot* o *retcon* spesso operate, anche come strategia di differenziazione nella competitività del mercato. In tal senso la serialità viene vissuta sempre meno – sia sul lato produttivo sia di consumo – come qualcosa di predeterminato e sempre più come una struttura disordinata che richiede un'organizzazione narrativa in itinere, che è pronta ad attendersi sempre più varietà che porta le linee di ridondanza a diffondersi in direzioni molteplici. I contenuti-frammento del digitale possono quindi essere prodotti, consumati, vissuti e immaginati come elementi di costruzione narrativa dell'identità o espressivi che

si allineano alla forma di ridondanza e varietà seriale; che possono essere tali anche nella dispersione tra piattaforme diverse che usano linguaggi diversi, nel loro rigenerarsi e differenziarsi (penso ad esempio all'apertura di molteplici profili Instagram da parte di adolescenti). In definitiva, oggi il consumatore di serialità tende a vivere un contesto di tendenza all'infinito della produzione seriale – tra susseguirsi di stagioni per anni, varianti possibili e riprese; come sostiene Abruzzese, la sua è "una necessità non solo di dipendenza, ma paradossalmente anche di indipendenza: il consumo di serie ininterrotto, senza più sosta, inclina verso una sottrazione radicale dal tempo sociale" (Borrelli, 2020: 200).

A partire dalla consapevolezza acquisita attraverso questa indagine relativa al piano strutturale della serialità nel digitale possiamo ora affrontare come la logica seriale si traduca nel digitale nelle specifiche forme della micro-serializzazione e dell'auto-serializzazione

4. *Micro-serializzazione*

Per micro-serializzazione possiamo intendere l'azione di iper-frammentazione di testi mediali seriali che assumono in particolare la forma di frammenti visuali online, secondo una logica più aderente alla serialità di tipo "*in* seriality". Nei termini delle culture digitali possiamo intendere queste microserializzazioni come l'insieme di pratiche che dà vita, ad esempio, a un ampio set

di artefatti digitali che racchiudono il genere più allargato di image macro, così come, in modo specifico, elementi quali GIF animate e memi.

Il proliferare online di micro-serializzazioni ancorate alla dimensione seriale (in particolare, ma non solo, quella audio-visiva) è parte di un mutamento culturale e tecnologico che assume i tratti di una cultura partecipativa (Jenkins, 2006) in cui i pubblici dei prodotti mediali diventano anche produttori di contenuti e vivono le condizioni di visibilità del loro essere pubblici nell'ambiente connesso del digitale e dei siti di social media. Parlare di "pubblici connessi" (Kazys, 2008; Boyd, 2010; Boccia Artieri, 2012) significa fare riferimento ad un'evoluzione delle audience attive e alle loro capacità interpretative ed affettive (Papacharissi, 2014) dei testi mediali per osservare come tale attività si sia contestualizzata in un ambiente ricco di piattaforme e strumenti *user-friendly* che consentono non solo l'appropriazione degli oggetti mediali ma anche una produzione di artefatti digitali e la loro distribuzione e circolazione secondo una logica del "farsi media", caratterizzata dall'appropriazione dei mezzi mediali, dei linguaggi e delle grammatiche del fare media (Boccia Artieri, 2009). Siamo così di fronte ad una produzione creativa vernacolare (Burgess, 2006) che innesta le pratiche della cultura popolare di stampo orale, propria della circolazione dei racconti, e le pratiche di ritaglio e archiviazione per l'album dei ricordi all'interno delle logiche mediali delle culture digitali. Si tratta di pratiche creative che "emergono da un

contesto sociale e da convenzioni comunicative altamente particolari e non elitarie" (Ivi: 205) che impattano con le forme di alfabetizzazione dei linguaggi digitali e hanno forti relazioni con forme di auto ed etero rappresentazione di vissuti individuali e collettivi. Se pensiamo ai contenuti-frammento online relativi alla serialità televisiva – ad esempio memi, GIF, recap images, ecc. (Boccia Artieri, 2018) –, possiamo osservare come si caratterizzino per la loro capacità di lavorare su una relazione tra ripetizione e variazione, in grado di garantire adattamenti a contesti culturali e relazionali differenti, E allo stesso tempo di andare oltre la specifica dimensione di "frammento" (meme, GIF, recap images) per diventare parte di un ecosistema narrativo (Pescatore, 2018) più complesso in cui forme diverse si intrecciano e rimandano le une alle altre.

5. *Auto-serializzazione*

Per auto-serializzazione online possiamo, invece, intendere l'insieme di pratiche attraverso le quali la forma della narrazione seriale viene applicata al racconto di sé e del quotidiano che ci circonda, gestendo una performatività nella produzione di contenuti per le piattaforme che si muove attraverso un gioco di ridondanza e varietà, cioè di ripetizione e innovazione e che può assumere la forma di generi codificati come il selfie, le stories, ecc. Si tratta di forme narrative che si producono all'incrocio fra le *affordance* rese disponibili dai

dispositivi mediali (come l'introduzione delle fotocamere frontali sugli smartphone, la possibilità di creare contenuti temporanei su Instagram o la possibilità di utilizzare filtri su TikTok, ecc.) e la consapevolezza di appartenenza ad un genere proprio, che si diffondono nella rete sociale di un individuo su piattaforme di condivisione quali Facebook, YouTube, TikTok o Instagram e che orientano le aspettative dei pubblici.

Le forme di auto-serializzazione sono una narrazione di sé per frammenti rilasciati temporalmente e uniti dalla consapevolezza di essere parte di un unico racconto episodico che si susseguе per essere consumato dagli utenti quando il contenuto viene rilasciato, in analogia con la forma della narrazione seriale. Possiamo utilizzare tale concetto in modo più largamente seriale, quando pensiamo, ad esempio, alla successione diacronica di post su un profilo Instagram come il susseguirsi di una narrazione che costruisce uno specifico racconto di sé fatto di momenti intimi e pubblici oppure possiamo riferirci a un insieme di contenuti organizzati da un singolo utente attraverso pratiche che richiamano una modalità più strettamente seriale, come ad esempio quelli della produzione di contenuti su YouTube o TikTok che reiterano in modo ritualistico la messa in scena, che pianificano il rilascio di contenuti comunicandoli con una calendarizzazione, l'uso di specifici format e categorie, l'uso di trailer per annunciare nuovi episodio-contenuto, ecc.

Possiamo quindi intendere l'auto-serializzazione come:

1. un sottoprodotto dell'agency: il risultato cioè di un processo riflessivo di auto-rappresentazione/disvelamento di sé ai fini della condivisione online – prima di tutto con la propria rete sociale di amici, follower, ecc.;

2. un genere mediale: ad esempio l'uso dell'hashtag specifico #selfie, o di questa definizione anche quando si posta un'immagine non autoprodotta, indica la volontà di riferirsi a un genere autonomo, che è stato prodotto attraverso pratiche culturali online;

3. un significante culturale: il contenuto di auto-serializzazione svolge una funzione sociale nelle comunità in cui circola, e crea relazioni specifiche quando circola al di fuori di tali comunità.

In tal senso la forma dell'auto-serializzazione ha a che fare sia con forme sincroniche sia diacroniche della narrazione, così come con forme che riguardano il singolo individuo o le narrazioni connesse.

Se prendiamo come esempio YouTube, la ricerca ci mostra come la forma della serialità possa assumere sfumature diverse (Brilli, 2016), a partire dal fatto che riguardi la gestione della propria rappresentazione da parte di uno YouTuber che produce contenuti su se stesso sotto forma di una serie (auto-serializzazione), ad esempio attraverso il rilascio diacronico di video che raccontano momenti della propria vita o che costituiscono un format specifico come nel caso di book trailer, ASMR, makeup e skincare, ecc.; oppure quando gli utenti della piattaforma reiterano l'immagine di uno YouTuber in con-

divisioni, remix, imitazioni, reupload, selezioni (etero-serializzazione); infine quando la serialità coinvolge comunità estese su YouTube attorno alla produzione di contenuti che partecipano ad un unico sistema narrativo interconnesso e serializzato come nel caso di challenge o iniziative che fanno convergere video attorno a una stessa tensione narrativa (ad esempio video contro il bullismo) oppure quando riguarda la messa in relazione di contenuti che hanno già una forma seriale, come quando vicende interne a YouTube o personalità della piattaforma vengono ri-serializzati raccontate "nell'ottica di stagioni ed episodi, di miti fondanti e scontri epici, di fazioni e alleanze, di personaggi ricorrenti e sotto-trame". (Ivi: 160). Allo stesso modo, gli *screnshot studies*, hanno evidenziato come la narrazione del sé digitale che avviene per frammenti appare assumere una forma serializzata (Zurovac, 2016). Qui la "serializzazione è osservabile nell'attribuzione del senso legato al frammento digitale che scaturisce […] tra la differenza e la ripetizione dei contenuti" (Ivi: 175), in una sorta quindi di messa in ordine che scaturisce dalla capacità di collocare la novità (il singolo frammento-*screenshot*) all'interno di una sequenza di ripetizioni (tipologia dello *screenshot*,sua appartenenza a un genere, ecc. operata a livello collettivo) che funziona da cornice discorsiva.

L'auto-serializzazione rappresenta, in definitiva, un campo di indagine estremamente profondo per indagare le relazioni formali e culturali più ampie fra logica seriale e logica digitale.

Bibliografia

Abruzzese, A. (1984). *Ai confini della serialità*. Napoli: Società editrice napoletana.

Beck U., Giddens A. & Lash S. (1994). *Reflexive Modernization*. Cambridge: Polity Press; tr. it. (1999). *Modernizzazione riflessiva*. Trieste: Asterios.

Bisoni C., Innocenti V. & Pescatore G. (2013). *Il concetto di ecosistema e i media studies: un'introduzione*, in C. Bisoni & V. Innocenti. (Eds.), *Media Mutations. Gli ecosistemi narrativi nello scenario mediale contemporaneo. Spazi, modelli, usi sociali*. Modena: Mucchi Editore, pp. 11-26.

Boccia Artieri, G. (2012). *Stati di connessione. Pubblici, cittadini e consumatori nella (social) network society*. Milano: FrancoAngeli.

Boccia Artieri, G. (2018). *Memes of Thrones. Memi internet, image macro, GIF. Frammenti spreadable di serialità televisiva*. In: F. Cleto & F. Pasquali (Eds.). *Tempo di serie. La temporalità nella narrazione seriale*. Milnao: Unicopli, pp. 99-116.

Boccia Artieri, G. (2023), Tutto ha una fine? Diabolik & Eva Kant: la serialità a fumetti tra ridondanza e varietà, *Mediascapes Journal* (21), pp. 12-31.

Boccia Artieri, G. & Gemini, L. (2016). La serialità come dispositivo mediologico, *Mediascapes Journal* (6), pp. 3-7.

Bolter, J. D. (2019). *The Digital Plenitude. The Decline of Elite Culture and the Rise of New Media*; tr. it. (2020). *Plenitudine digitale. Il declino delle culture di élite e l'ascesa dei media digitali*. Milano: Minimum Fax.

Borrelli, D. (2020). Intervista ad Alberto Abruzzese. *Sociologia Italiana*, (*15*), pp. 181-204.

Boyd, D. (2010). *Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics, and implications*. In Z. Papacharissi (Ed.). *A networked self: Identity, community and*

culture on social network sites. New York: Routledge, pp. 39–58.

Brancato, S. (2011) (Ed.). *Post-serialità. Per una sociologia delle tv-series. Dinamiche di trasformazione della fiction televisiva*. Napoli: Liguori.

Brilli, S. (2016). Dal collasso dei contesti alle Trash Star: la serializzazione nella costruzione degli idoli ridicoli di YouTube Italia. *Mediascapes Journal* (7), pp. 153–165.

Burgess, J. (2006). Hearing Ordinary Voices: Cultural Studies, Vernacular Creativity and Digital Storytelling. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, *20(2)*, pp. 201-214.

Horkheimer, M. & Adorno, T.W. (1947). *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente*. Amsterdam: Querido Verlag; tr. it. (1966). *Dialettica dell'illuminismo*, Torino: Einaudi.

Jenkins, H. (2006). *Fan, Bloggers and Gamers. Exploring the Partecipatory Culture*. New York: New York University Press; tr. it. (2008). *Fan, blogger e videogamers. L'emergere delle culture partecipative nell'era digitale*. Milano: FrancoAngeli.

Jenkins H., Clinton, K., Purushotma, R., Robinson, A.J. & Weigel, M. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, [online] disponibile in: https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262513623_Confronting_the_Challenges.pdf; tr. it. (2010). *Culture partecipative e competenze digitali. Media education per il XXI secolo*. Milano: Guerini e Associati.

Kazys V. (Ed.) (2008), *Networked Publics*- Boston: MIT Press.

Papacharissi, Z. (2014). *Affective Publics: Sentiment, Technology and Politics*. Oxford: Oxford University Press.

Pescatore, G. (Ed.). (2018). *Ecosistemi narrativi. Dal fumetto alle serie tv*. Roma: Carocci Editore.

Ragone, G. (2023). *Serialità e media. Tracce per una teoria*. In: G. Ragone & Tarzia, F. (Eds.). *Storia e teoria della serialità. Volume I. Dal canto omerico al cinema degli anni Trenta*. Milano: Meltemi, pp. 9-53.

Schechner R. (2002). *Performance Studies: An Introduction*. London-New York: Routledge; tr. it. (2018). *Introduzione ai performace studies*. Imola: Cue Press.

Turner, M. (2014). *The Unruliness of Serials in the Nineteenth Century (and the Digital Age)*. In R. Allen, & T. van den Berg (Eds.), *Serialization in Popular Culture*. New York: Routledge, pp. 11–32.

van Dijck, J., Poell, T. & De Waal, M.C. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. New York: Oxford University Press; tr. it. (2019). *Platform society. Valori pubblici e società connessa*. Milano: Guerini.

Zurovac, E. (2016). Teen Screenshot: forme serializzate della narrazione identitaria. *Mediascapes Journal*, (7), pp. 166–177.

Autori

Alfonso Amendola
È professore di Sociologia dei processi culturali all'Università di Salerno dove è Delegato del Rettore alla "Radio d'Ateneo" e dirige il laboratorio di progettazione culturale "Open Class". Il suo percorso si muove nell'ambito della mediologia lungo un crinale tra innovazione digitale, consumi di massa e culture d'avanguardia (temi su cui ha pubblicato numerosi libri, monografie e saggi scientifici). Accanto all'attività universitaria è consulente e cultural manager di numerosi festival ed eventi culturali, collabora con il quotidiano "Il Mattino" e con la Rai.

Pietro Ammaturo
È critico cinematografico (scrive su "Drammaturgia" e "Cinefilia ritrovata"), è docente presso l'Università della Basilicata per il laboratorio di Cinematografia e critica cinematografica, cultore della materia in Analisi del testo filmico e Sociologia dei processi culturali presso

l'Università di Salerno. Ha pubblicato in volumi collettanei occupandosi di cinema italiano degli anni Trenta e Quaranta, del rapporto tra media audiovisivi e rappresentazione socio-storica, analisi del film e cinema digitale.

Giovanni Boccia Artieri

È professore ordinario di Sociologia della comunicazione e dei media digitali all'Università di Urbino Carlo Bo dove è Direttore del Dipartimento di Scienze della Comunicazione Studi Umanistici e Internazionali. È Coordinatore del Dottorato in Studi Umanistici e dirige il Centro LaRiCA (Laboratorio di Ricerca sulla Comunicazione Avanzata). Si occupa di processi di mediatizzazione, con un focus sulla digitalizzazione e le culture partecipative civiche e politiche. Tra le pubblicazioni recenti *Le teorie delle comunicazioni di massa e la sfida digitale* (con S. Bentivegna, 2019); *Voci della democrazia. Il futuro del dibattito pubblico* (con S. Bentivegna, 2021); *Comunicare. Persone, relazioni, media* (con F. Colombo e G. Gili, 2022).

Sergio Brancato

È professore ordinario di Sociologia dei processi culturali e della comunicazione all'Università di Napoli "Federico II". Le sue ricerche indagano i nessi tra società, media e immaginario. Con l'ideazione del Convegno Internazionale "Videoculture" (1988-1990) è stato tra i primi sociologi italiani a studiare la svolta digitale. È autore di molti saggi e monografie, tra cui: *Socio-*

logia del cinema (2001); *Post-serialità* (2011); *Il mondo dei media* (con E. Chirchiano e F. Fichera, 2018); *L'avventura umana nella comunicazione* (con S. Cristante, 2022).

Stefano Brilli

È ricercatore presso il Dipartimento di Scienze della Comunicazione, Scienze Umanistiche e Studi Internazionali (DISCUI) dell'Università di Urbino Carlo Bo, dove lavora a progetti di ricerca sulle culture digitali e sul pubblico delle arti performative. I suoi interessi di ricerca sono incentrati su irriverenza e celebrità nella cultura digitale, sui pubblici dello spettacolo dal vivo e sulla sociologia delle arti. Ha di recente pubblicato *YouTube Freak Show. Fama e derisione alle soglie dell'influencer culture* (2023).

Alessio Ceccherelli

È ricercatore di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università di Roma Tor Vergata. Il suo campo di ricerca riguarda la mediologia, la sociologia dell'immaginario e il rapporto tra media ed educazione. Fra i suoi lavori più recenti: *Figure del controllo. Jane Austen, Sherlock Holmes e Dracula nell'immaginario transmediale del XXI secolo* (con E. Ilardi, 2021).

Emiliano Chirchiano

È Ph.D. in Scienze Sociali e Statistiche. Attualmente ricopre il ruolo di docente presso l'Università degli Studi di Napoli 'Federico II', e in precedenza ha insegnato presso l'Accademia di

Belle Arti di Napoli. È un autore prolifico di articoli accademici pubblicati su importanti riviste nazionali e internazionali. I suoi studi si focalizzano sull'interazione tra società e media, concentrandosi in particolare sul connubio tra tecnologie di rete, media audiovisivi e videogiochi.

Stefano Cristante

È professore ordinario presso l'Università del Salento, dove insegna Sociologia della comunicazione e Sociologia della scrittura giornalistica e della comunicazione online presso i corsi di laurea triennali e magistrali di Scienze della Comunicazione. I suoi interessi di ricerca sono focalizzati sulla comunicazione politica (public opinion studies) e sulla sociologia della cultura e dell'arte. Ha fondato e dirige la rivista internazionale H-ermes, Journal of Communication. Tra le sue ultime monografie: *Storia sociale della comunicazione* (2020) e L'avventura umana nella comunicazione (con S. Brancato, 2022).

Emiliano Ilardi

Insegna Media Studies e Digital Storytelling e Sociologia della Comunicazione e dell'Immaginario presso l'Università di Cagliari dove è anche Coordinatore del Corso di Laurea in Innovazione Sociale e Comunicazione. Svolge da anni attività di ricerca nei campi della Sociologia dell'Immaginario (soprattutto letterario, audiovisivo e musicale), della Sociologia Urbana, della Comunicazione e Valorizzazione dei Beni Culturali. Tra le sue più recenti pubblicazioni in vo-

lume: *Figure del controllo. Jane Austen, Sherlock Holmes e Dracula nell'immaginario transmediale del XXI secolo* (con A. Ceccherelli, 2021); *Giovani e immaginari. Rappresentazioni e pratiche* (con V. Cuzzocrea e A. Lovari, 2022).

Emiliano Laurenzi

Sociologo della letteratura con una tesi su Marshall McLuhan, è dottore di ricerca in Sociologia della comunicazione e scienze dello spettacolo con una dissertazione sul consumo mediale. Ex professore a contratto, autore di articoli, conferenziere e scrittore, da anni studia la relazione fra i sistemi dell'immaginario religioso islamico e le forme del consumo globale. Autore di due libri sull'Arabia Saudita - *Islamismo capitalista* (2020) e *Figli del loro tempo* (2023) – studia le rappresentazioni mediatiche dell'Islam e le forme di conflitto identitario contemporanee

Chiara Moroni

È professore aggregato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi, insegna Pubblicità e comunicazione d'impresa e Social Journalism e Digital Media Management presso l'Università della Tuscia di Viterbo. I suoi interessi di studio sono incentrati sulla comunicazione politica e istituzionale, linguaggi, immagini e narrazioni, con una attenzione specifica ai media digitali. Tre le sue ultime monografie *Le storie della politica. Perché lo Storytelling politico può funzionare* (2017); *La comunicazione politica nella società emotiva* (2020).

Andrea Piano

È dottorando di ricerca presso l'Università di Roma "la Sapienza" con un progetto dal titolo "Rimediazione e rifunzionalizzazione degli spazi naturali nel videogioco: prospettive, pattern e impatto sulla società". Collabora con il gruppo di interesse speciale sul clima promosso da IGDA (International Game Developer Association) nell'ambito di un progetto di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità nell'industria del videogioco. Oltre all'attività di ricerca, fornisce consulenze come game designer e si occupa di favorire lo sviluppo di una rete locale tra i professionisti del settore in Sardegna.

Antonio Rafele

È professore associato di Sociologia dei processi culturali e comunicativi presso l'Università di Roma "la Sapienza". Ha scritto sulla metropoli moderna, sulle immagini mediali, sull'immaginario tra Otto e Novecento. Tra le sue ultime pubblicazioni: *Qui è il mio spazio. Media e Romanticismo* (2023).

Tito Vagni

Insegna presso l'Università della Tuscia. I suoi principali interessi di ricerca riguardano la storia, la teoria e il linguaggio dei media; i rapporti tra immagini, estetica ed effetti sociali; le figure e i miti dell'immaginario contemporaneo. Ha pubblicato numerosi saggi e articoli apparsi su riviste scientifiche italiane e internazionali. Tra le sue pubblicazioni: *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality Show* (2017); *L'influenza digitale. Studi, teorie e ricerche* (2021).

Nautilus

1 Alberto Abruzzese, *L'intelligenza del mondo*
2 Harold A. Innis, *Impero e comunicazioni*
3 Stefano Balassone, *Come cavarsela in TV*
4 Massimo Canevacci, *Antropologia della comunicazione visuale*
5 Francesco D'Amato (a cura di), *Sound Tracks*
6 Gabriella Ambrosio, *Siamo quel che diciamo*
7 Franco Speroni, *La rovina in scena*
8 Nicholas Mirzoeff, *Introduzione alla cultura visuale*
9 Elisabeth Noelle-Neumann, *La spirale del silenzio*
10 Edgar Morin, *Lo spirito del tempo*
11 Federico Boni, *Il corpo mediale del leader*
12 Franciscu Sedda, *Tradurre la tradizione*
13 James Lull, *In famiglia, davanti alla Tv*
14 Alberto Abruzzese, *Lessico della comunicazione*
15 Gian Piero Jacobelli, *Scomunicare*
16 Giovanni Fiorentino, *Il valore del silenzio*
17 Giuseppe Ardrizzo (a cura di), *L'esilio del tempo*
18 Stefano Cristante (a cura di), *L'onda anonima*
19 Giovanni Boccia Artieri, *I media-mondo*
20 Stefano Balassone, *Piaceri e poteri della Tv*
21 Fabrizio Denunzio, *Fuori campo*
22 Emiliano Ilardi, *Il senso della posizione*
23 Gabriele Frasca, *La lettera che muore*
24 Andrea Miconi, *Una scienza normale*
25 Valeria Giordano, *La metropoli e oltre*
26 Angelo Semeraro, *Omero a Baghdad*
27 Gabriella Ambrosio (a cura), *Le nuove terre della pubblicità*
28 John Durham Peters, *Parlare al vento*

Nuova serie

1 Antonio Tursi, *Immagini del conflitto. Corpi e spazi tra fantascienza e politica*
2 Donatella Capaldi, *Il museo elettronico. Un seminario con Marshall McLuhan*

3 Emiliano Ilardi, Annamaria Loche, Martina Marras (a cura di), *Utopie mascherate. Da Rousseau a* Hunger Games
4 Massimo Di Felice, *La cittadinanza digitale. La crisi dell'idea occidentale di democrazia e la partecipazione nelle reti digitali*
5 Robert Musil, *L'Europa smarrita. Tre saggi sull'illusorietà della razza e della nazione*, testo originale a fronte
6 Giovanni Fiorentino, *Il sogno dell'immagine. Per un'archeologia dello sguardo. Benjamin, Rauschenberg e Instagram*
7 Elisabetta Gola, Patrizia Mottola, *Public Speaking. Il ritorno della comunicazione vocale nell'era della comunicazione digitale*
8 Mario Garzia, *Back to the 80s. L'immaginario degli anni Ottanta nell'era digitale*
9 Giovanni Boccia Artieri, Manolo Farci (a cura di), *Shockdown. Media, cultura, comunicazione e ricerca nella pandemia*
10 Andrea Volterrani, *Comunicare per prevenire. Culture resilienti nella* deep mediatization
11 Alessio Ceccherelli, Emiliano Ilardi, *Figure del controllo. Jane Austen, Sherlock Holmes e Dracula nell'immaginario transmediale del XXI secolo*
12 Roberta Cocco, Francesca Ervas, *Idòla sermonis. Il potere cognitivo degli stereotipi sociali nel linguaggio implicito*
13 Gian Piero Jacobelli, *Nel segno della freccia. San Sebastiano, una inesauribile "forma nel tempo"*
14 Donatella Capaldi, Elisabetta Gola (a cura di), *Nuovi spazi della poesia. Mediamorfosi, reti, apprendimento*
15 Michel Serres, *La comunicazione. Hermes I*

Finito di stampare
nel mese di xxx 2023
da Digital Team – Fano (Pu)