

Mondi narrativi e serialità televisiva

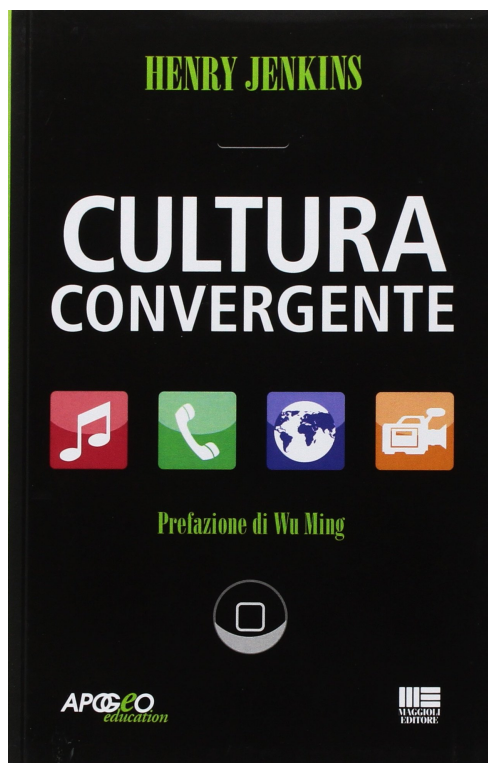
Gianluigi Rossini

Lezione 8 – A.A. 2023-24





Convergenza, transmedialità, transmedia storytelling





Convergenza



Cos'è la convergenza?

- Definizione più generale: **il processo di avvicinamento e interazione di cose che prima erano separate.**
- Una definizione famosa (H. Jenkins, *Cultura Convergente*, 2007):
«il flusso dei contenuti su più piattaforme, la cooperazione tra più settori dell'industria dei media e il migrare del pubblico alla ricerca continua di nuove esperienze di intrattenimento [...]». In questo preciso momento, la cultura convergente viene definita dall'alto, da decisioni prese nelle sale riunioni delle corporation, e dal basso nelle camerette degli adolescenti»



Un insieme di fenomeni

Come processo culturale, la convergenza comprende molti fenomeni, di diversa natura, che si sono intensificati alla fine del '900. Si può parlare, almeno, di:

- **Convergenza tecnologica.**
- **Convergenza industriale.**
- **Convergenza sociale/culturale.**

Convergenza tecnologica /1

- Grazie alla digitalizzazione:
 - i contenuti fluiscono liberamente tra media e piattaforme.
 - *device* in grado di svolgere compiti che prima erano gestiti da media diversi

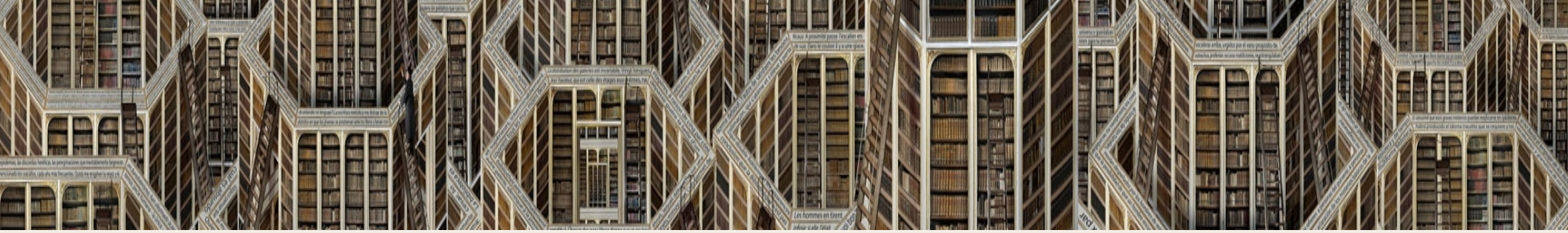




Convergenza tecnologica /2

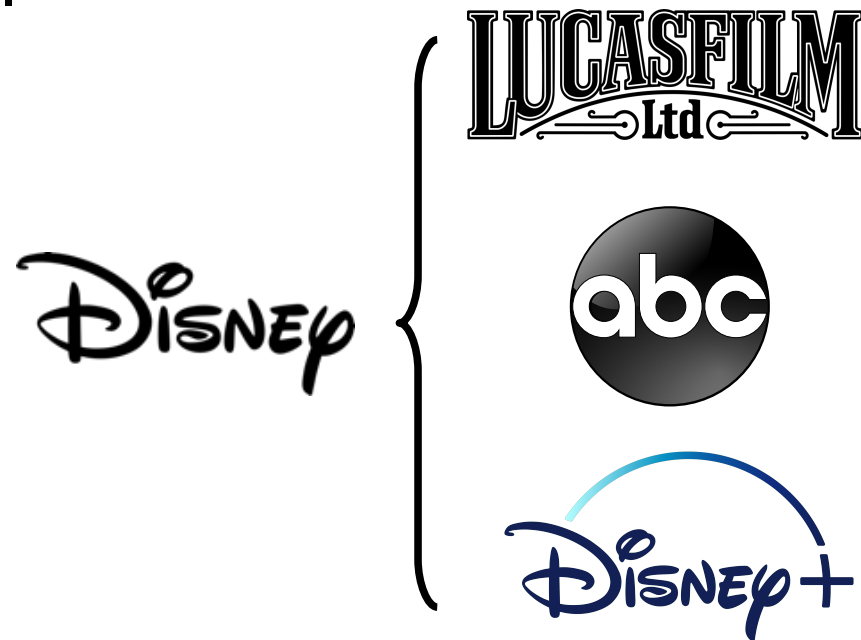
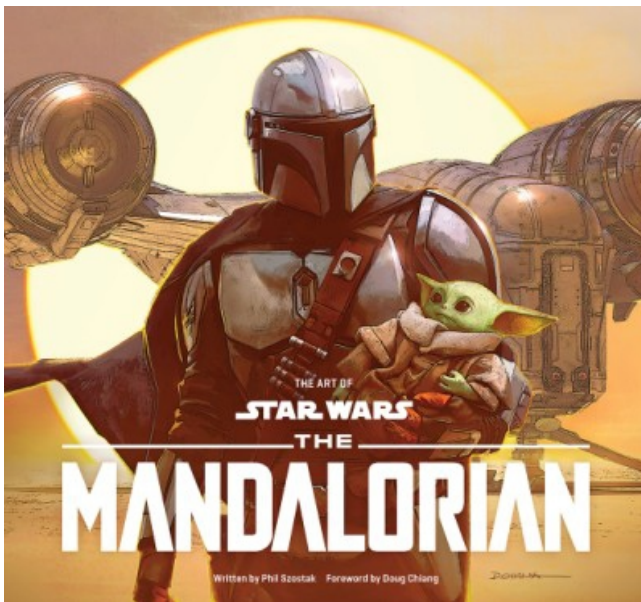
- Alcuni media si fondono tra loro, ma ne nascono di nuovi che soddisfano nuove esigenze.
- La convergenza produce in realtà una moltiplicazione dei *device*.





Convergenza industriale

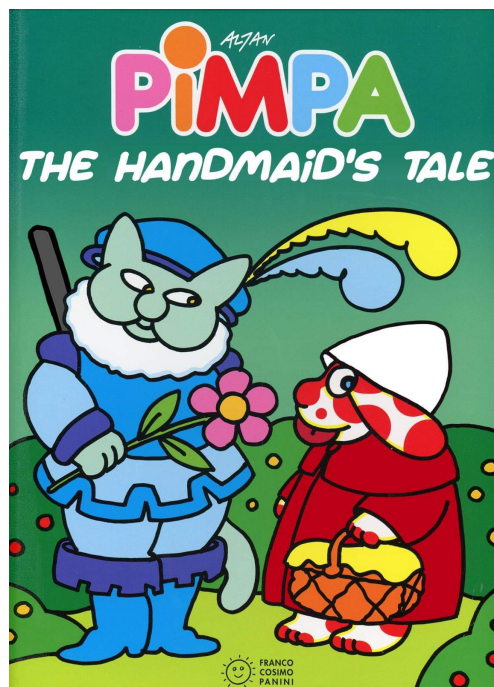
- Integrazione orizzontale dell'industria dell'intrattenimento (conglomerazione di cinema, tv, web, carta stampata in un'unica grande impresa).





Convergenza sociale / culturale

- Avviene nella testa dei consumatori, e genera una cultura partecipativa (fandom, fanfiction, creatività diffusa, meme).



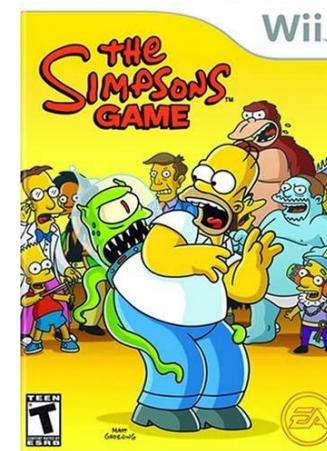
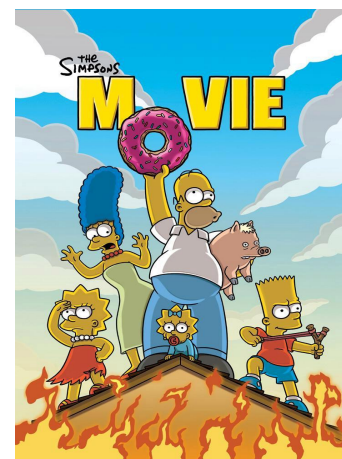
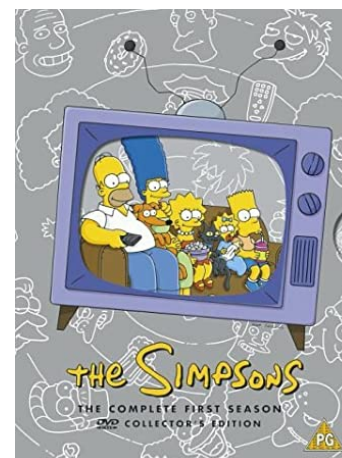


Transmedialità



Transmedialità

- La **pratica transmediale** è «quella pratica creativa che implica l'utilizzo di media distinti e diversi ambienti di espressione per veicolare un dato contenuto» (E. Negri).
- Transmedia è «**un aggettivo in cerca di un sostantivo da modificare**» (H. Jenkins): parliamo quindi di **televisione transmediale** e non di transmedialità della televisione.





Televisione transmediale

Possiamo individuare almeno tre dimensioni della TV transmediale:

- Transmedia **storytelling**: il racconto si dipana su più media.
- Transmedia **distribution**: il testo viene distribuito su diversi media.
- Transmedia **engagement**: i fan vengono coinvolti e chiamati ad agire tramite diversi media.

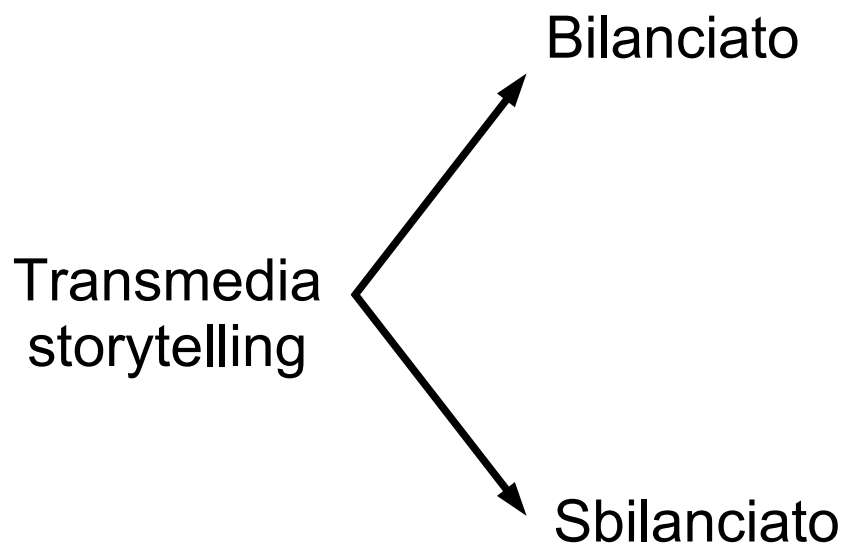


Transmedia storytelling

- «Un processo in cui elementi essenziali di un racconto vengono dispersi sistematicamente tra più canali di trasmissione, allo scopo di creare un'esperienza di intrattenimento unificata e coordinata. Idealmente, ogni medium apporta un contributo unico allo sviluppo della storia». (H. Jenkins)
- Esempio: la franchise di *Matrix*.
- Tuttavia, non ci sono molti esempi di transmedia storytelling che rispettano davvero questa definizione.



Transmedia storytelling (Mittell)





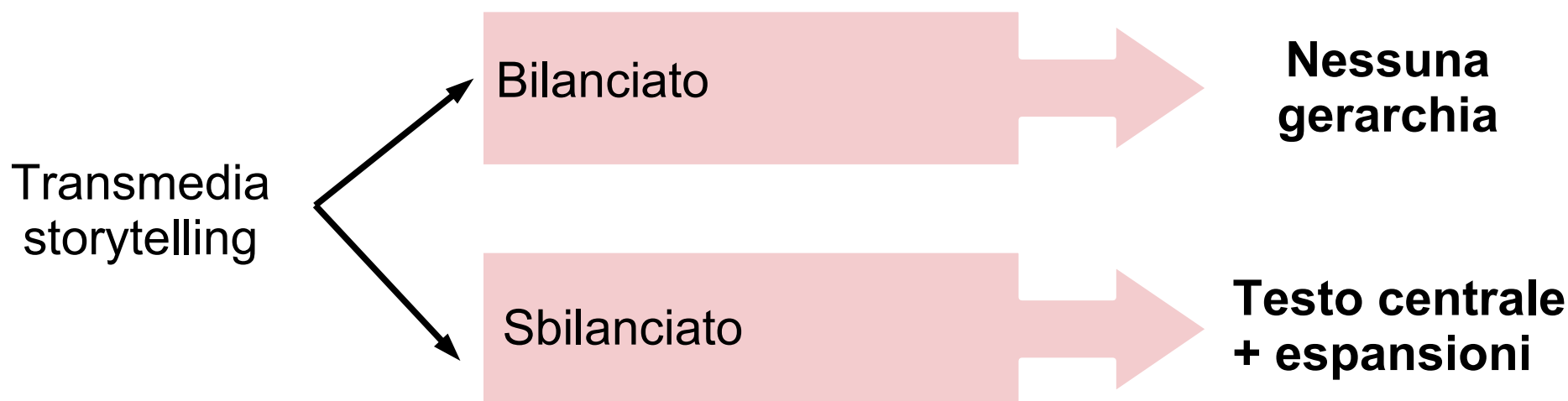
Transmedia storytelling (Mittell)



«I vincoli dell'industria e le norme del consumo televisivo richiedono che le estensioni transmediali di un franchise seriale premiano coloro che li consumano, senza penalizzare quelli che non lo fanno» (Mittell, p. 495)



Transmedia storytelling (Mittell)



Due modelli di transmedialità

What is: le estensioni narrative svelano (o promettono) informazioni aggiuntive.

What if: le estensioni narrative esplorano dimensioni parallele, conservando stile e tono



Fandom investigativo e paratesti



Paratesto

- Concetto coniato dal teorico della letteratura Gérard Genette (in *Soglie. I dintorni del testo*, 1987)
- Il **paratesto** è un insieme di testi, di varia natura, connessi al testo principale (libro, film, serie tv, videogame, etc.), che lo introducono, lo accompagnano, ne permettono la comprensione. Es:
 - Libri: copertine, indici, bandelle, quarta di copertina...
 - Serie tv: sigle, trailer, *previously*, contenuti speciali DVD...
- In senso lato, anche interviste, recensioni, tutto ciò che contribuisce a creare un ulteriore strato di senso intorno al testo principale.



Serie TV e paratesti

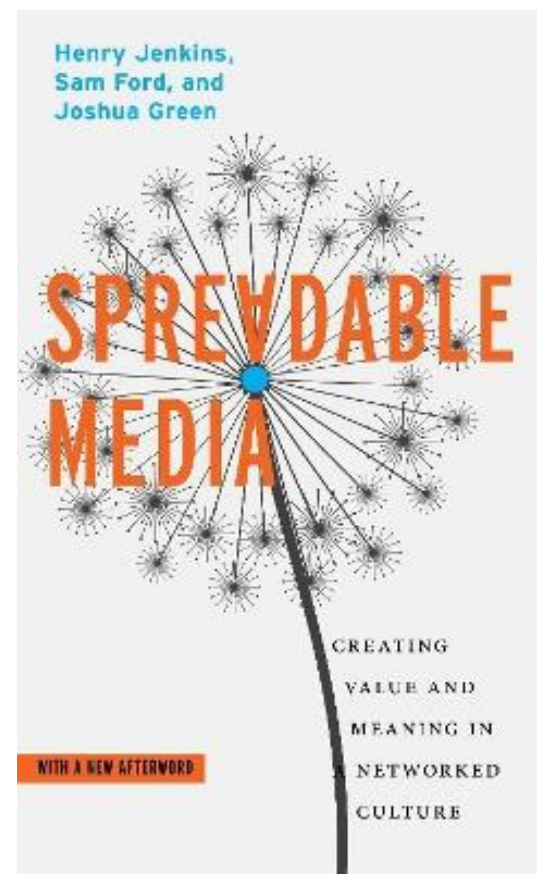
Per le serie TV distinguiamo tra tre tipi di paratesti:

- Paratesti **narrativi**: espandono l'universo diegetico (sono le estensioni transmediali tipiche del transmedia storytelling).
- Paratesti «che servono a **publicizzare**, promuovere, presentare e discutere un testo»: locandine, trailer, social media, etc.
- Paratesti **orientativi**: tempo (cronologie, calendarizzazioni, etc.); cosa (riepiloghi, analisi, riassunti); personaggi (guide, analisi); mappe (rappresentazioni dello spazio). Tutti questi paratesti possono anche **espandere** il mondo narrativo.



Spalmabilità e penetrabilità

- **Spalmabilità (spreadability):** «la possibilità – tecnica e culturale – che i pubblici diffondano un contenuto per i loro propri scopi, a volte con il permesso dei detentori della proprietà intellettuale, a volte contro il loro volere» (Jenkins)
- **Penetrabilità (drillability):** «le serie TV complesse invogliano i fan a penetrare la superficie per comprendere la complessità del plot e dello storytelling [...] li spingono prima a immergersi nel loro mondo narrativo, e poi a scavare a fondo per scoprire di più». (Mittell, p. 471)





Il fandom investigativo

- **Una nuova modalità di coinvolgimento**, tipica della serialità complessa: «queste serie trasformano molti spettatori in narratologi dilettanti, impegnati a prendere nota delle norme e delle loro infrazioni, a individuare i piani temporali e a scovare le incoerenze tra gli episodi e persino tra le diverse serie».
- La collaborazione nella creazione dei paratesti orientativi è una delle attività tipicamente intraprese dal fandom investigativo.
- Non è un fenomeno del tutto nuovo, ma il web e i social network ne hanno enormemente aumentato le dimensioni e la portata.