

Comparatismi 5 2020

ISSN 2531-7547

<http://dx.doi.org/10.14672/20201720>

## La «Event segmentation Theory» e il *transmedia storytelling*

Sara Mittiga

**Abstract** • Secondo J.M. Zacks, le narrazioni vengono comprese grazie alla capacità innata in ogni essere umano di segmentare il flusso esperienziale in eventi, una capacità che permette ai lettori di individuare le unità narrative e di segmentare la storia in base alla presenza di accadimenti salienti. Ciò accade facilmente nelle narrazioni lineari e monomediali. Nelle narrazioni transmediali le storie sono invece distribuite su più media, in grandi progetti editoriali ordinati in sistemi comunicativi complessi, per cui l'individuazione degli eventi salienti e la segmentazione risulta più complessa. Questo contributo ipotizza che la modalità di comprensione, individuazione e segmentazione degli eventi salienti nelle narrazioni transmediali sia legata alla natura gerarchica della rete di eventi, poiché nel *transmedia storytelling* l'evento non coincide con il canale su cui esso viene presentato. Nel flusso temporale in cui si dipana la storia, gli eventi possono essere identificati grazie agli stessi elementi rilevabili nella narrazione monolineare – cioè personaggi, obiettivi, azioni, tempo, spazio – ma in una struttura reticolare e gerarchizzata. Attraverso le narrazioni transmediali relative ai personaggi dell'Universo Marvel, si vedrà come il *transmedia storytelling* permetta al pubblico di riconoscere nel flusso narrativo i micro e macro-eventi solo ricostruendo congetturabilmente una plotline, un setting e un format identitario per ciascun personaggio.

**Parole chiave** • Segmentazione degli eventi; Narrazioni; Transmedia storytelling; Evento

**Abstract** • According to J.M. Zacks, narratives and the innate human ability to segment the experiential flow into events, are related. This ability allows readers to identify narrative units and to segment the story according to the presence of main events. This happens easily in linear and mono-media narratives. In transmedia narratives, stories are spread over several media, in large publishing projects ordered in complex communication systems, so the main events identification and segmentation are more complex. This paper argues that the way in which the main events are identified and segmented in transmedia narratives is related to the hierarchical nature of events network, since in *transmedia storytelling* the event is not identified with the channel on which it is proposed. Through the story temporal flow the

events can be identified by way of the same elements detectable in the monolinear narration – i.e. characters, objectives, actions, time, space – but in a reticular and hierarchical pattern. Through transmedia narratives related to the characters of the Marvel Universe, one can see how *transmedia storytelling* allows the audience to recognize the micro and macro-events in the narrative flow, by constructing a plotline, a setting and an identity format for each character.

**Keywords** • Event segmentation; Narratives; Transmedia storytelling; Event

Ledizioni 

# La «Event Segmentation Theory» e il *transmedia storytelling*

Sara Mittiga

## I. La percezione e la segmentazione degli eventi

Gli eventi costituiscono gran parte della nostra esperienza e i meccanismi percettivi che essi rappresentano nell'esperienza umana hanno effetti pervasivi sul controllo dell'azione, sull'uso del linguaggio, sulla comprensione e sul ricordo. Le rappresentazioni degli eventi sia nella percezione che nella memoria hanno una ricca struttura interna e connessioni tra loro, ed entrambe sono fortemente influenzate dalla conoscenza accumulata dalle esperienze precedenti. La percezione degli eventi e la memoria sono state identificate con specifici meccanismi computazionali e neurali, che mostrano uno sviluppo prolungato nell'infanzia e sono influenzati dall'uso del linguaggio, dalla competenza, dalla eventuale presenza di disturbi e dalle lesioni cerebrali. Gli attuali approcci teorici, sia nell'ambito delle scienze cognitive, sia nell'ambito della neuro-narratologia, si concentrano sui meccanismi con cui gli eventi sono segmentati dall'esperienza in corso, ed enfatizzano la codifica comune degli eventi per la percezione, l'azione e la memoria, nonché la natura gerarchica delle loro connessioni. L'esperienza continua è segmentata in eventi discreti, attività che implica un processo di astrazione nella percezione della realtà vissuta.

Le rappresentazioni di eventi hanno una struttura interna: un evento si svolge all'interno di una struttura spazio-temporale e comprende entità come le persone e gli oggetti e le relazioni tra di loro. La rappresentazione di un segmento strutturato dell'esperienza si chiama «evento»,<sup>1</sup> si tratta di una rappresentazione immediatamente accessibile, mentre il termine più ampio di «modello di evento» si riferisce a rappresentazioni nella memoria a lungo termine. Gli eventi sono rappresentazioni percettive, perché rappresentano l'attività in corso; i modelli di evento sono rappresentazioni presenti nella memoria di lavoro, perché mantengono le informazioni per tutta la durata di un evento. Vi è una forte evidenza che i modelli di evento sono rapidamente stabiliti durante la comprensione e sono supportati da meccanismi neurali specializzati, distinti dalle rappresentazioni delle componenti dell'evento.<sup>2</sup>

Per gli eventi che costituiscono la percezione di un'azione umana, la configurazione di un agente (chi sta compiendo l'azione), di un paziente (per chi o cosa si sta compiendo l'azione) e di un'azione (che viene eseguita) è particolarmente importante. Sembra esserci una regolarità nel corso del tempo per stabilire la configurazione di un evento, con gli

<sup>1</sup> Gabriel A. Radvansky e Jeffrey M. Zacks, *Event Cognition*, New York, Oxford UP, 2014.

<sup>2</sup> David Stawarczyk, Matthew A. Bezdek e Jeffrey M. Zacks, *Event Representations and Predictive Processing: The Role of the Midline Default Network Core*, «Topics in Cognitive Science», 1, 2019, pp. 1-23, web, ultimo accesso: 25 aprile 2020, <10.1111/tops.12450>.

agenti che di solito vengono identificati per primi.<sup>3</sup> Una caratteristica chiave degli agenti è che sono animati, e gli esseri umani sembrano avere meccanismi percettivi specializzati per identificare gli agenti animati sulla base di caratteristiche statiche e dei movimenti. Neurofisiologicamente, questi meccanismi attingono ad aree cerebrali, comprese quelle della corteccia temporale ventrale, specializzate per la rappresentazione dei tratti del viso e del corpo, ad aree della corteccia laterale-temporo-occipitale, specializzate per l'elaborazione dei movimenti, e a reti associate alla teoria della mente.<sup>4</sup> Nella comprensione visiva i fruitori osservano gli agenti più a lungo dei pazienti, e sono più disposti a fare previsioni su ciò che accadrà in seguito sulla base di immagini più e meglio di agenti piuttosto che di pazienti.<sup>5</sup> In breve, la percezione dell'evento stabilisce rapidamente la configurazione dell'agente, del paziente e dell'azione, con gli agenti che hanno il primato. Quando si comprende il processo di elaborazione delle informazioni sull'azione, queste appaiono focalizzate sull'obiettivo dell'azione piuttosto che sui dettagli della sua struttura superficiale.

La capacità di focalizzazione dell'obiettivo è evidente fin dall'infanzia; studi che utilizzano paradigmi di imitazione e assuefazione hanno dimostrato che i neonati si occupano degli obiettivi degli adulti a scapito delle specificità dei loro movimenti.<sup>6</sup> All'età di 4 anni i bambini possono riconoscere meglio le immagini relative all'obiettivo di un'azione rispetto ad altre immagini; anche gli adulti sono in grado di rilevare meglio gli elementi di cambiamento (quindi i confini degli eventi) quando le caratteristiche di tale cambiamento sono associate all'obiettivo dell'azione.<sup>7</sup> Il riconoscimento dell'obiettivo contribuisce alla capacità degli osservatori di fare previsioni sulle azioni future. Un aspetto importante degli obiettivi è che essi rappresentano una componente della struttura dell'evento a cui gli osservatori e gli attori hanno accesso in modo molto diverso: le differenze tra le informazioni disponibili per gli attori e gli osservatori possono portare a segmentare un'attività o un ricordo in modo differente da parte degli attori (chi vive un'esperienza) e chi la osserva.<sup>8</sup>

## 2. Struttura dei modelli di evento

Non solo i modelli di eventi hanno una struttura interna, ma formano anche ricche connessioni tra gli eventi stessi. La gerarchia può essere considerata sia come un aspetto della struttura interna dell'evento, sia in termini di relazioni tra gli eventi. L'organizzazione

<sup>3</sup> Andrew Webb, Alistair Knott e Michael R Macaskill, *Eye movements during transitive action observation have sequential structure*, «Acta Psychologica», 2010, vol. 133, n. 1, pp. 51-56.

<sup>4</sup> Andrea S. Heberlein, *Animacy and intention in the brain: Neuroscience of social event perception*, in *Understanding Events: From Perception to Action*, a cura di Thomas F. Shipley and Jeffrey M. Zacks, New York, Oxford UP, 2008, pp. 363-388.

<sup>5</sup> Neil Cohn, Martin Paczynski e Marta Kutas, *Not so secret agents: Event-related potentials to semantic roles in visual event comprehension*, «Brain and Cognition», n. 119 (Supplement C), 2017, pp. 1-9.

<sup>6</sup> Amanda L. Woodward, *Infants' grasp of others' intentions. Current Directions*, «Psychological Science», vol. 18, n. 1, 2009, pp. 53-57.

<sup>7</sup> Jeffs Loucks e Matthew Pechey, *Human action perception is consistent, flexible, and orientation dependent*, «Perception», vol. 45, n. 11, 2016, pp. 1222-1239.

<sup>8</sup> Lisa R. Fournier e Jonathan M. Gallimore, *What makes an event: Temporal integration of stimuli or actions?*, «Atten Percept Psychophys», vol. 75, n. 6, 2013, pp. 1293-1305.

gerarchica è onnipresente nei dati di segmentazione e descrizione degli eventi<sup>9</sup> e sembra aumentare con la familiarità con una particolare sequenza di eventi:<sup>10</sup> la percezione dell'evento è infatti fortemente influenzata dalla conoscenza. Il modo in cui un osservatore comprende un particolare evento dipende da come riesce a mettere in pratica la conoscenza sullo stimolo immediato. Una cosa che la conoscenza fa per la percezione degli eventi è consentire di prevedere come gli eventi si svolgeranno: la percezione dell'evento ha una natura predittiva. Gli spettatori e i lettori possono imparare a prevedere anche sequenze di comportamento arbitrarie, determinate in modo casuale, se viene data loro la possibilità di sperimentare un'esperienza ripetuta, che può permettere loro di individuare gli obiettivi delle azioni. Esiste una stretta relazione temporale tra previsione e segmentazione dell'evento: più l'attività diventa imprevedibile, più è probabile che gli spettatori identifichino i confini dell'evento e che le previsioni esplicite sul futuro diventino incredibilmente difficili, e il tentativo di farlo è associato a una maggiore presenza di errori di previsione.<sup>11</sup> La struttura gerarchica degli eventi fa sì che essi possano essere distinti in macro – eventi e micro – eventi: i primi sono gerarchicamente di ordine superiore ai secondi e li contengono.<sup>12</sup>

Gli sviluppi sugli studi della segmentazione degli eventi giustificano l'utilizzo del termine più ampio «cognizione degli eventi» per descriverne il nuovo stato dell'arte. Questi sviluppi empirici sono stati accompagnati da una nuova generazione di teorie, che hanno cercato di spiegare l'interazione tra percezione, comprensione narrativa, azione, memoria, segmentazione dell'attività in corso e organizzazione temporale degli eventi. Dunque, secondo la teoria della segmentazione in eventi, così come è stata elaborata principalmente da J.M. Zacks,<sup>13</sup> le narrazioni vengono comprese grazie alla capacità innata in ogni essere umano di individuare le unità narrative salienti, capacità che permette ai lettori di individuare le sequenze narrative e di frammentare la storia in base all'individuazione degli eventi salienti.

Durante la codifica di una narrazione si possono identificare cambiamenti di cause, di personaggi, di interazioni tra personaggi, di interazioni con oggetti, di obiettivi e di spazio. Questi sono gli elementi che gli spettatori di un film o i lettori di un testo probabilmente monitorano e utilizzano per identificare i confini di un evento in modo tale da rendersi conto che si sta delineando un altro evento e dunque si sta concludendo quello precedente: a questo punto il modello di evento viene aggiornato e ha luogo la comprensione della narrazione.

Tutto ciò è valido per la lettura o visione di narrazioni lineari e monomediali; ci si chiede però cosa succeda nelle narrazioni transmediali, dove le storie sono distribuite su più media, in grandi progetti editoriali ordinati in sistemi comunicativi complessi, quali siano i meccanismi di segmentazione e dunque di comprensione.

<sup>9</sup> Jeffrey M Zacks et al., *Event perception: A mind/brain perspective*, «Psychological Bulletin», vol. 133, n. 2, 2007, pp. 273-293.

<sup>10</sup> Bridgette M. Hard, Barbara Tversky B. e David S. Lang, *Making sense of abstract events: Building event schemas*, «Memory & Cognition», vol. 34, n. 6, 2006, pp. 1221-1235.

<sup>11</sup> Jeffrey M. Zacks, *Prediction error associated with the perceptual segmentation of naturalistic events*, «Journal of Cognitive Neuroscience», n. 23, 2011, pp. 4057-4266.

<sup>12</sup> Id., *The Structure and Format of Event Representations*, in Id., *Ten Lectures on the Representation of Events in Language, Perception, Memory, and Action Control*, New York, Brill, 2020, pp. 18-37.

<sup>13</sup> Zacks et al., *Event perception: A mind/brain perspective*. *Psychological Bulletin*, cit.

### 3. *Transmedia storytelling*

Nel suo libro *Convergence Culture*, Henry Jenkins definisce una storia transmediale come una storia che «si sviluppa attraverso molteplici piattaforme mediatiche, con ogni nuovo testo che dà un contributo distintivo e prezioso all'insieme».<sup>14</sup> Tuttavia, l'uso successivo del termine da parte degli studiosi di media ha trovato che Jenkins spesso contraddice la sua originaria definizione. Nel suo blog, ad esempio, lo studioso ha messo in discussione l'applicazione di David Bordwell del *transmedia storytelling* alla Bibbia, ai poemi epici omerici e alla *Bhagavad Gita*, osservando che questi esempi «sono semplicemente adattamenti di opere prodotte in un mezzo di comunicazione per la performance in un'altra piattaforma. e per molti di noi, un semplice adattamento può essere 'transmediale', ma non è 'transmedia storytelling' perché è semplicemente la ri-presentazione di una storia esistente piuttosto che l'espansione e l'annotazione del mondo funzionale».<sup>15</sup>

Allo stesso modo, Askwith e Gray hanno affermato che:

Preso da solo, il termine 'transmedia' descrive semplicemente il processo di spostamento o espansione dei contenuti da un mezzo di comunicazione all'altro [...] la narrazione transmediale è più specifica e viene usata per descrivere il processo di ulteriore sviluppo di una narrazione coerente (o di elaborazione di un universo narrativo) attraverso la distribuzione di componenti narrative correlate su più piattaforme mediatiche.<sup>16</sup>

Secondo Giovagnoli, compito del *transmedia storytelling* è infatti quello di creare universi immaginativi articolati con più *storyworld* composti da storie distribuite su più media, grazie a grandi progetti editoriali ordinati in sistemi comunicativi complessi. «Orchestra di contenuti» i cui spartiti sono suonati allo stesso tempo da opere testuali, audiovisive, videoludiche, interattive, grafiche, sonore, fisiche e digitali, fruite in mondi reali e/o virtuali, in solitaria o interoperativa.<sup>17</sup> Gli universi narrativi transmediali sono ecosistemi ricchi di storie che autori e pubblico condividono consumando forme di racconto su più piattaforme, facendole a pezzi e riutilizzandone frammenti e messaggi, in un flusso globale inesauribile; gli autori transmediali tessono le loro trame sempre insieme alle loro audience, pur in modalità molto diverse tra loro, creando 'sceneggiature invisibili' e proponendo loro diverse esperienze di consumo, sperimentando e allo stesso tempo alfabetizzando il proprio pubblico 'di progetto in progetto'.

Anche nel *transmedia storytelling*, di certo, tutto comincia con una storia, ma diversamente dalle altre forme di racconto, le storie non sono la cosa più importante. Prima ancora di concentrarsi sulle trame o di immergersi nella psicologia dei personaggi è necessario mettere a punto innanzitutto l'universo immaginativo.

È all'interno dell'universo immaginativo infatti che dovranno dipanarsi tutte le porzioni di racconto distribuite dai media coinvolti nel sistema comunicativo di un progetto;

<sup>14</sup> Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York UP, 2006, pp. 97-98.

<sup>15</sup> Id., *The aesthetics of Transmedia: In Response to David Bordwell (Part One)*, 2009, «Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins», web, ultimo accesso: 2 maggio 2020, <[http://henryjenkins.org/2009/09/the\\_aesthetics\\_of\\_transmedia\\_i.html](http://henryjenkins.org/2009/09/the_aesthetics_of_transmedia_i.html)>.

<sup>16</sup> Ivan Askwith e Jonathan Gray, *Transmedia Storytelling and Media Franchises*, in *Battleground: The Media*, a cura di Robin Andersen and Jonathan Gray, Westport CT, Greenwood, 2008, pp. 519-520.

<sup>17</sup> Max Giovagnoli, *Transmedia Storytelling*, in *La bottega delle narrazioni*, a cura di Stefano Calabrese e Giorgio Grignaffini, Roma, Carocci, 2020, pp. 149-160.

si tratta di storie capaci di includere pubblici diversi e di mimetizzarsi con il linguaggio dei diversi media in cui abitano, grappoli (*cluster*) di contenuti che si alterneranno o si sovrapporranno nel tempo. Personaggi che assumeranno sfumature differenti nel corso del racconto, e ambientazioni sempre più dense di contaminazioni a mano a mano che utenti e *communities* le sperimenteranno e condivideranno.<sup>18</sup>

Il *transmedia storytelling* può essere considerato anzitutto come il risultato della combinazione di due specifiche tendenze, apparentemente in contrasto tra loro: la tradizione e l'innovazione. La prima, che costituisce una proprietà congenitamente umana tesa alla conservazione e alla propagazione del nostro patrimonio culturale, si fonda sulla sedimentazione nel tempo e sulla progressiva espansione nello spazio simbolico dei contenuti (conoscitivi). Da questo punto di vista, la tradizione può essere interpretata come una sorta di metanarrazione in grado di offrire solide fondamenta da cui partire per creare nuovi mondi da abitare. Nel corso dell'evoluzione, anche prima dell'avvento di tecnologie comunicative avanzate, la necessità di raccontare storie (dai miti alle religioni, fino alle fiabe o ai romanzi), di condividerle e di tramandarle, ha permesso di mantenere la coesione all'interno di diverse formazioni sociali (gruppi, comunità, società, etc.). All'interno di questo inarrestabile processo di accumulazione culturale, il cui significato si sovrappone neppure troppo virtualmente con il senso stesso della tradizione, è possibile riconoscere tracce evidenti di archeologie transmediali<sup>19</sup> in testi che vanno dalla Bibbia alla *Divina Commedia*, fino a *Star Wars*,<sup>20</sup> a dimostrazione di come il *transmedia storytelling*, o almeno alcuni dei suoi elementi costitutivi, non rappresenti una moda passeggera, ma affondi le radici nel passato, evolvendosi con il mutare della società, della cultura, della tecnologia. Del resto, l'espansione testuale alla base del *transmedia storytelling* risulta già insita nell'essenza stessa della narrazione, o meglio in quella forma di *hypernarrative* intesa come relazione innata tra più testi, nelle tradizionali forme di transtestualità, trasposizione e adattamento, nella transizione del contenuto da un sistema di segni a un altro.<sup>21</sup>

#### 4. La segmentazione degli eventi nel *transmedia storytelling*

Ma allora, ci si chiede, riflettendo sulla segmentazione come elemento fondamentale nella comprensione del testo narrativo, cosa fa sì che i lettori, pur percependo una continuità narrativa, possano individuare nei diversi media e nei diversi frammenti narrativi, eventi che possano rappresentare unità fondamentali della storia?

Per rispondere a questa domanda, può essere utile fare riferimento ad alcuni dei sette principi individuati da Jenkins per descrivere la narrazione transmediale e le sue caratteristiche costitutive:

1. Spalmabilità e Penetrabilità
2. Continuità e Molteplicità

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> Carlos Scolari, Paolo Bertetti e Matthew Freeman, *Transmedia Archeology. Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*, Basingstoke, Palgrave Pivot, 2014.

<sup>20</sup> Giovanni Ciofalo, Silvia Leonzi e Derrick De Kerckhove, D., *Transmedia storytelling, ultima frontiera?*, «MEDIA DUEMILA», vol. 305, 2015, pp. 14-19.

<sup>21</sup> Charles Suhor, *Towards a semiotics-based curriculum*, «J. Curriculum Studies», vol. 16, n. 3, 1984, pp. 247-257.

3. Immersione ed Estraibilità
4. Costruzione di mondi
5. Serialità
6. Soggettività
7. Performance<sup>22</sup>

In particolare, si farà riferimento alla continuità, all'immersione e alla serialità. Come punto di partenza si potrebbe individuare l'elemento della continuità narrativa, che viene talvolta intesa come una storia che progredisce nel tempo, tipico di una struttura lineare, ma che in realtà ha un significato più complesso di questo. La continuità rappresenta l'indice di coerenza interna tra i contenuti che si rifanno a un medesimo ecosistema narrativo; più questo valore è alto e percepibile, più investire tempo ed energie nei confronti di un prodotto narrativo transmediale risulterà soddisfacente. La molteplicità, invece, è la capacità di un prodotto narrativo di produrre alternative di senso all'interno del mondo narrato, permettendo così di leggere eventi esistenti sotto una luce nuova. «Qualunque sia la struttura della propria narrazione, continuità significa che la tua storia fa una progressione logica dall'inizio alla fine».<sup>23</sup>

Sulla base di questo, si può dedurre che la struttura narrativa per essere credibile e verosimile deve essere coerente. L'elemento chiave è proprio questo: se, come detto precedentemente, la comprensione degli eventi è basata sulla capacità predittiva, in un contesto di riferimento che comprende personaggi, azioni, obiettivi, tempo e spazio, allora la coerenza ha un ruolo fondamentale nell'identificazione degli eventi. Il lettore transmediale ha la possibilità di muoversi all'interno di un grosso contenitore, che comprende un universo narrativo conosciuto, che diventa la vera linea di continuità della storia, in qualunque modalità questa sia fruita.

Se si analizza l'immersione, attraverso di essa si intende guidare lo spettatore nell'esplorazione del mondo della *fiction* all'interno dell'universo creato, predisponendo vari punti d'entrata e di uscita in una sorta di continuum narrativo. L'immersione è anche il coefficiente di 'esplorabilità' del mondo narrato da parte dello spettatore o fan, e dipende dalla disposizione dei singoli elementi all'interno di fabula e intreccio. L'estraibilità fa invece riferimento a tutti quegli elementi della narrazione che possono essere estratti dall'universo e declinati in forme, piattaforme e modalità differenti.<sup>24</sup> Anche in questo caso, gli elementi che consentono di guidare lo spettatore/fruitori fanno capo alla coerenza, che fa sì che l'immersione sia possibile (gli elementi dell'universo devono essere riconoscibili), esattamente come nell'attività di segmentazione, il modello di evento per essere riconosciuto deve essere già disponibile, come è stato visto, nelle conoscenze pregresse del lettore, che altrimenti non comprenderebbe lo svolgersi dell'intreccio.

Un altro principio utile per la questione che ci interessa è quello della serialità: la storia si riferisce alla costruzione mentale di ciò che è accaduto; ciò prende forma solo dopo aver assorbito tutti i pezzi di informazione disponibili. La trama si riferisce alla sequenza

<sup>22</sup> Henry Jenkins, *The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling*, 2009, «Confessions of an Aca-Fan: The Official Weblog of Henry Jenkins», web, ultimo accesso: 20 gennaio 2020, <[http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html)>.

<sup>23</sup> Karen Lawrence, *Compass Points - Building Your Story: A Guide to Structure and Plot*, Alresford, John Hunt Publishing, 2014.

<sup>24</sup> Romana Andò e Silvia Leonzi, *Transmedia Storytelling e Audience Engagement. Strategie narrative e pratiche partecipative nell'era digitale*, Roma, Armando editore, 2013.



attraverso la quale quei *bit* di informazione sono stati messi a nostra disposizione. Un serial, quindi, crea dei pezzi di storia significativi e avvincenti per poi distribuire l'intera storia su più puntate.<sup>25</sup>

Senza la coerenza narrativa, la serialità non sarebbe possibile, inoltre, come già visto, i lettori probabilmente identificano i confini di un evento in modo tale da rendersi conto che si sta delineando un altro evento e dunque si sta concludendo quello precedente, grazie alla loro capacità predittiva.

A questo punto è evidente: l'attività di riconoscimento degli eventi narrativi e quindi di segmentazione è fondamentale nella fruizione del *transmedia storytelling*: i lettori intuiscono la coerenza e la continuità narrativa, ma per farlo sono costretti di volta in volta ad aggiornare i loro modelli di eventi, capacità senza la quale non potrebbero affatto cogliere nessuna continuità. Se appunto, qualunque sia la struttura della propria narrazione, continuità significa che la tua storia fa una progressione logica dall'inizio alla fine,<sup>26</sup> senza l'attività di segmentazione tale struttura logica non sarebbe individuabile.

L'evento dunque nel *transmedia storytelling* può essere individuato esattamente come nella struttura narrativa lineare, pensando all'intreccio narrativo nel suo dipanarsi attraverso diversi mezzi narrativi, ricordando che la prima caratteristica di questi brandelli di storia è che ognuno ha vita propria ed è autonomo, può essere fruito in modo univoco e a prescindere dagli altri. Per questo motivo non si può affermare che ogni storia proposta attraverso i diversi media rappresenti un singolo segmento, quindi un evento, ossia un segmento dell'unità narrativa, in quanto l'intera storia deve mantenere senso e coerenza indipendentemente dai frammenti proposti attraverso i vari media, piuttosto, facendo nuovamente riferimento alla teoria della segmentazione degli eventi, e ricordando la relazione gerarchica esistente tra i segmenti, si potrebbe dire che questi frammenti narrativi possono essere tra loro in relazione non subordinata ma coordinata: si tratterebbe infatti di micro-segmenti narrativi presenti all'interno di macro-segmenti la cui coerenza è fondamentale per la tenuta dell'intera storia, all'interno dei quali però co-esistono storie (micro-eventi) tutti da scoprire e non per forza fondamentali ai fini della comprensione globale, una relazione di rete di eventi: alla luce di questa riflessione diviene fondamentale la natura gerarchica degli eventi all'interno della teoria della segmentazione. Possiamo così comprendere che l'espansione di una realtà narrativa, un micro-evento solamente citato attraverso la storia proposta su un fumetto ad esempio, può diventare il fulcro narrativo di un film, senza che si perda l'intera coerenza dell'universo narrativo (identificato, come visto in precedenza, da Giovagnoli,<sup>27</sup> come l'elemento fondante del *transmedia storytelling*, più della storia stessa).

Citando Jenkins, Elizabeth Evans osserva come le storie transmediali di successo siano costruite su un senso simultaneo di differenza e continuità.<sup>28</sup> Questa è la tensione di fondo di tutte le storie transmediali, nel senso che le unità narrative devono essere unite in modo coeso e allo stesso tempo sfruttare ogni mezzo in cui la storia viene raccontata, ma è proprio la natura gerarchica degli eventi che fa sì che ciò sia possibile: i macro eventi sono gerarchicamente sullo stesso livello e l'intera storia non perde coerenza, ma sono i micro-eventi che di volta in volta vengono sviluppati (si pensi ad esempio agli *spin-off*), o le storie di un singolo personaggio dell'intero universo narrativo.

<sup>25</sup> Jenkins, *The Revenge of the Origami Unicorn*, cit.

<sup>26</sup> Lawrence, *op. cit.*

<sup>27</sup> Giovagnoli, *op. cit.*

<sup>28</sup> Elizabeth Evans, *Transmedia Television: Audiences, New Media and Daily Life*, New York, Routledge, 2011.

## 5. Riconoscibilità cognitiva degli eventi in una narrazione monolineare rispetto a una narrazione transmediale

La narrazione monolineare e monomediale rispetto alla narrazione transmediale riesce a compensare la profondità, la durata delle relazioni tra i personaggi, l'espansione diegetica grazie all'investimento del lettore/fruitor, mentre una storia transmediale è abbastanza malleabile da potersi estendere in qualsiasi forma fornendo ai suoi fruitori più elementi e chiavi di lettura per la codifica narrativa: per comprendere quale sia la riconoscibilità narrativa degli eventi nei due diversi tipi di narrazione occorre tenere presente che il fruitore si muove all'interno di un universo immaginativo attraverso cui si dipanano le porzioni di racconto, distribuite dai media coinvolti nel sistema comunicativo del progetto narrativo. Si tratta, come già detto, di grappoli (*cluster*) di contenuti che si alterneranno o si sovrapporranno nel tempo. È proprio la struttura gerarchica degli eventi a permettere di riconoscere dei macro-eventi attraverso questi *cluster*, facilmente riconoscibili grazie anche alla conoscenza pregressa che il fruitore ha dell'universo narrativo.

Qui diviene cruciale l'elemento dell'interattività, che anche quando non è palese come con l'interazione diretta, come nel caso dei videogiochi, è comunque presente grazie alla possibilità che i fruitori hanno di costruire il loro percorso narrativo, scegliendo i contenuti e il livello di approfondimento. Allora si potrebbe dire che il singolo contenuto presente su un determinato medium costringe ad attivare un focus su un singolo evento, che non necessariamente è determinante ai fini dell'intreccio dell'intera storia. Può essere un approfondimento di un personaggio (*spin-off*), o la presentazione di eventi che hanno preceduto alcuni fatti della storia (*prequel*), o eventi successivi (*sequel*) o contemporanei (*midquel*).

Anche se i *franchise* transmediali sono caratterizzati da una distribuzione orizzontale dei contenuti, essi tendono ad affidarsi a una piattaforma di guida, che raggiungerà il pubblico più vasto e fornirà la trama principale; i testi-chiave prodotti all'interno di questa piattaforma sono denominati 'nave madre', e includono 'flow tags' che indirizzano i consumatori verso altre unità narrative. Ebbene, sono proprio questi 'flow tags' a rappresentare gli eventi. Elizabeth Evans<sup>29</sup> considera il transmediale attraverso il concetto di flusso, un insieme di diversi segmenti di contenuti, riuniti in un insieme più grande di qualsiasi segmento individuale e guidati da una struttura organizzativa sempre presente, anche se potenzialmente invisibile, basata sul tempo.

Evans identifica il contributo del flusso nell'evidenziare i confini confusi che esistono tra i diversi tipi di contenuti e il modo in cui il pubblico ha bisogno di navigare attraverso questi confini confusi. E dunque, viene naturale chiedersi come si possano riconoscere questi confini.

## 6. Gli eventi nel *transmedia storytelling*: l'Universo Marvel

Partiamo da una precisazione importante: l'evento, nel *transmedia storytelling*, non coincide con il canale su cui esso viene presentato. Possiamo ipotizzare che nel flusso temporale in cui si dipana la storia gli eventi possano essere identificati grazie agli stessi elementi rilevabili nella narrazione monolineare, ossia personaggi, obiettivi, azioni, tempo, spazio, e non importa che essi siano raccontati attraverso diversi canali, perché la presen-

<sup>29</sup> *Ibid.*

za immanente dell'intero universo fa sì che la coerenza narrativa sia salvaguardata. Si consideri l'universo Marvel; il brand Marvel porta con sé una serie di valori, derivanti dalle tematiche dei fumetti, ma soprattutto richiama alla mente una serie di personaggi, ognuno col proprio nome e le proprie caratteristiche, che sono più o meno le stesse da molti anni. Difatti una cosa molto importante nella costruzione di un prodotto transmediale è la consistenza della narrazione, che però, distribuita su più media rischia di diventare incoerente e dispersiva. Fatto sta che i marchi transmediali sono diventanti quelli dominanti, almeno nel settore dell'intrattenimento, e sicuramente quello della Marvel occupa una posizione di rilievo: il Marvel Cinematic Universe è sicuramente un esperimento di *transmedia storytelling* innovativo e di successo che come base di valori ha il motto «It's all connected»,<sup>30</sup> parlando di prodotti che vanno dai lungometraggi cinematografici fino ai *comics*, passando per la televisione e internet.

A conclusione di una *masterclass* sulla narrazione transmediale, Gomez ha descritto come il Marvel Cinematic Universe «incarni lo stato dell'arte transmediale».<sup>31</sup> Infatti, a differenza di altri, ha sviluppato storie all'interno dell'universo narrativo anche sulla base dei gusti del pubblico e su canali diversi (includendo per la prima volta le piattaforme a pagamento), introducendo ad esempio la serie *Daredevil* (2015), *Jessica Jones* (2015), *Luke Cage* (2016) e *Iron Fist* (2017), la Marvel Studios è la prima casa di produzione a realizzare pienamente il potenziale suggerito dai precedenti sforzi trans mediali.<sup>32</sup> Ha prodotto inoltre fumetti che accompagnano la maggior parte delle uscite dei film, così come videogiochi, che spesso colmano le lacune nelle narrazioni sul grande schermo nelle fiction dedicate ai singoli personaggi alcuni elementi narrativi sono ripresi nella storia collettiva che vede riuniti tutti i personaggi (*The Avengers*) ma non sono fondamentali per la comprensione dell'intero intreccio. Anzi le serie tv citate sono molto spesso nate grazie alla fama di personaggi di fantasia come Superman, Captain America prima e Spider-Man, Fantastic Four e X-Men poi, diventati, a partire dagli anni '40-'60 del secolo scorso, a tutti gli effetti protagonisti di un immaginario collettivo. Questo ha portato il linguaggio fumettistico a diventare uno fra i più importanti dei nostri tempi, spingendo le case produttrici a creare prodotti, soprattutto nell'ambito della serialità televisiva, rivolti al pubblico dei fumetti sia da un punto di vista narrativo che visivo. In questo universo narrativo la logica non è più quella della consequenzialità temporale: i personaggi si allontanano e tornano, muoiono e resuscitano. Sarebbe dunque meglio parlare di narrazioni basate sull'associazione, su un 'what if' che punta alla creazione di una situazione ideale ma incoerente con la realtà. Tutto questo non solo da un punto di vista prettamente narrativo come il caso di un personaggio che muore e risorge, ma anche da un punto di vista visuale.<sup>33</sup>

La saga degli Avengers mescola vari albi e saghe (*Il guanto dell'infinito*, *Civil War I e II*, etc.), arrivando all'originale esperimento della serie a fumetti *Ultimates* (reboot dei vari personaggi); è onnipresente nei prodotti targati Marvel il tema della *continuity* e della forte connessione fra una storia e l'altra (del resto il tema di Marvel Studios è, come visto, «It's all connected»). Anche la forte tendenza delle serie a creare una narrazione che

<sup>30</sup> Robb Brian, *A brief guide to superheroes from superman to avengers*, Plymouth, Hachette UK, 2014.

<sup>31</sup> Liam Burke, *A Bigger Universe: Marvel Studios and Transmedia Storytelling*, in *Assembling the Marvel Cinematic Universe. Essays on the social, cultural and geopolitical domains*, a cura di Julian Cahambliss, US, Mac Farland, 2018, pp. 32-51.

<sup>32</sup> *Ibid.*

<sup>33</sup> *Le nuove forme della serialità televisiva. Storia, linguaggio e temi*, a cura di Veronica Innocenti e Guglielmo Pescatore, Bologna, Archetipo Libri, pp. 63-64.

riesca a evolversi in un percorso sempre più complesso, e magari a diramarsi, è un'eredità del fumetto che di fatto limita molto se non addirittura impedisce la costruzione di episodi autoconclusivi. La disseminazione dei *points of entry*, preventivamente pianificati, all'interno delle diverse unità testuali, innesca percorsi di fruizione variabili da parte delle audience,<sup>34</sup> che possono spostarsi dalla macrostoria alle storie parallele, dalle storie periferiche fino agli stessi UGC, e così via.

Analogamente, però, la progressiva convergenza delle narrazioni consente di individuare a posteriori dei *points of exit*, che abilitano la veicolazione dei contenuti non soltanto tra le varie piattaforme, ma addirittura tra *storyworld* o *storyuniverse* differenti, delineando veri e propri *trans-discourses*,<sup>35</sup> ossia riferimenti trasversali alle diverse storie rappresentate. Un'ulteriore dimostrazione di come, in base alla logica transmediale, la narrazione non possa prescindere dalle modalità di fruizione, dal momento che la riuscita di un *transmedia world* è connessa al fatto che «audience and designers share a mental image of the 'worldness' (a number of distinguishing features of its universe)».<sup>36</sup>

I momenti di interconnettività sono evidenziati da alcune scene di film altrimenti autocontenuti. Per esempio, in *The Incredible Hulk* (2008) un siero 'super-soldato' dell'era della Seconda Guerra Mondiale è in parte responsabile di aver trasformato il cattivo Emil Blonsky in un essere abominevole; mentre i lettori dei fumetti Marvel avrebbero riconosciuto questo siero come lo stesso che ha dato a Capitan America le sue accresciute capacità, tale conoscenza non era necessaria a un pubblico non consapevole.<sup>37</sup>

Infatti, la maggior parte dei momenti di continuità nei film della Marvel sono racchiusi in *teaser* presenti a metà film (ad esempio, l'apparizione di Nick Fury in *Iron Man*), che non disturbano il *flow* del film. In questo modo gli autori hanno abbastanza autonomia da coinvolgere un pubblico di massa, pur includendo i *flow tags* che indirizzano i consumatori verso la più ampia storia transmediale. Questo attento equilibrio è fondamentale per il successo del transmediale, e qui interessa per comprendere quanto detto precedentemente: pur non essendo riconoscibile da tutti, l'evento riguardante il siero è distribuito su più canali. L'elemento discriminante è l'azione, rappresentata dall'atto di ingerire il siero, che ha conseguenze fondamentali per l'intero intreccio narrativo.

Rimanendo nell'universo Marvel, un altro esempio è rappresentato da *Iron Man 2* (2010): c'è un riferimento agli anni Sessanta in cui viene identificato il padre di Stark, Howard, come uno dei fondatori dello *S.H.I.E.L.D.*, uno sviluppo ulteriormente esplorato (e ambientato durante la Seconda Guerra Mondiale) in *Captain America, The First Avenger* e nella serie televisiva *one-shot* e successive dell'agente Carter (2013). Si tratta dunque di un mondo ricco di storia, con un passato, un presente e un futuro, elementi essenziali per il successo delle storie trans medialiali.<sup>38</sup> Anche qui l'evento relativo al ruolo del padre di Iron Man si dipana attraverso più canali, e l'elemento discriminante è il personaggio.

In alcuni casi l'evento che funge da *trait d'union* tra le varie storie e saghe può essere rappresentato dalla firma di un autore o sceneggiatore particolarmente amato dalla fan-

<sup>34</sup> Mark J.P. Wolf, *Building Imaginary Worlds: The Theory and History of Subcreation*, London, Routledge, 2013.

<sup>35</sup> Matt Hills, *Torchwood's trans-transmedia: media tie-ins and brand 'fanagement'*, «Participations», vol. 9, n. 2, 2012, pp. 409-428.

<sup>36</sup> Lisbeth Klastrup e Susana Tosca, *Transmedial Worlds – Rethinking Cyberworld Design*, in *International Conference on Cyberworlds, Tokyo 2004*, Washington, IEEE Computer Society, pp. 409-416.

<sup>37</sup> Linda Hutcheon, *Teoria degli adattamenti*, Roma, Armando, 2011, p. 179.

<sup>38</sup> Ivi, p. 50.

dom: è il caso di Joss Whedon, sceneggiatore di *The Avengers* e di *Agents of S.H.I.E.L.D.* Quest'ultima serie non ha mai potuto contare nel suo cast i grandi nomi degli *Avengers*: nessun *Iron Man* o *Captain America* avrebbero mai varcato le soglie del medium televisivo, così come gli effetti speciali dello stesso non avrebbero mai potuto eguagliare quelli cinematografici. La serie partiva oggettivamente con qualche punto di svantaggio, così, per il lancio, Marvel ha sfruttato lo status di 'esclusività' che all'epoca aveva con Joss Whedon, richiamando spesso il suo nome e cognome, inserendolo a lettere cubitali nel trailer di lancio e usandolo come front man nelle interviste che hanno preceduto la messa in onda. Quello che pare essere Whedon in questo caso è una garanzia di successo maggiore di quella che può rappresentare il marchio Marvel: il pubblico che viene assicurato non è dunque solo quello dei fans di Whedon, che in teoria possono vederlo all'opera in una nuova prova d'autore, ma anche il pubblico generalista che ha visto *The Avengers*, lo ha apprezzato e viene invogliato a seguire la serie perché sa che il regista del film fa parte del progetto televisivo. Si può addirittura dire che la presenza di un unico autore *deus ex machina* che guida l'intero universo possa servire non solo a prodotto testimoniare che siamo davanti a un prodotto transmediale dal successo indiscutibile, ma anche ad un tentativo, probabilmente riuscito, innalzare tutto l'universo cinematografico Marvel a prodotto che poggia la sua ragion d'essere su una solida base autoriale come quella di Whedon, uomo riconosciuto dalla massa come capace di creare grandi prodotti d'intrattenimento che al loro interno mantengono fortissime e attualissime tematiche (famiglia, femminismo, umanesimo).

Di estremo interesse è anche la riflessione sull'evento salvifico rappresentato nella storia di *Spider-Man*, film che esce negli USA e in buona parte del mondo il 3 maggio 2012, ben undici anni dopo la data prevista, slittata poi a causa degli attentati al World Trade Center del 2001. Non si tratta di un elemento connettore in questo caso, ma di un elemento – evento reale che viene in qualche modo reinterpretato e riproposto nel film, anche per rafforzare il ruolo salvifico del mondo dei supereroi Marvel.

Lo *Spider-Man* di Sam Raimi incassa più di \$821.000.000 in tutto il mondo; in un panorama ancora scosso dall'attentato del 2001, i supereroi Marvel stanno cercando di trovare una cura che non c'è per l'America post 9/11, ancora ferita e in cerca di spiegazioni. *Spider-Man* (come nei *superhero movies* che lo seguono) si svolge in una New York rappresentata come sito di auto-celebrazione de-storicizzato e in cui tutte le minacce sono puntualmente sventate, come a voler riscrivere la storia creando un trionfo fittizio che sostituisce una sconfitta reale. In *Spider-Man* il clima post 9/11 emerge in particolare in una scena in cui alcuni newyorkesi gettano rifiuti contro un antagonista, Green Goblin, che sta per avere la meglio su Spider-Man, intento a salvare un gruppo di bambini intrappolati. Il film sembra avere il compito di ricreare virtualmente una situazione di pericolo che poi viene risolta in modo da guarire (o almeno provarci) un trauma<sup>39</sup> che può essere fittizio (come gli incubi di sventura) o reale (come l'attacco del 9/11).<sup>40</sup> In questo caso l'evento viene riscritto e reinterpretato quasi a voler rappresentare una sorta di cura, di terapia collettiva per vincere il trauma del ricordo del terribile attentato, dunque il motto «It's all connected» in questo caso può riferirsi alla connessione con il reale che grazie alla presenza dei supereroi può addirittura essere riscritto e riscattato, seppure in maniera

<sup>39</sup> Le produzioni supereroistiche contemporanee puntano molto sul concetto di trauma, che di solito è legato alle origini del personaggio o del suo alter-ego suggerendo un'insolita connessione fra esperienza traumatica, vittimizzazione eroica grazie a dei superpoteri che rappresentano tanto una benedizione quanto un fardello.

<sup>40</sup> Frances Pheasant-Kelly, *Fantasy Film post 9/11*, New York, Palgrave Macmillan, 2013, p. 114.

virtuale. Gli spettatori nella sala cinematografica vivono un'esperienza emotivamente liberatoria, dove esorcizzano le proprie paure grazie al processo di personificazione e alla risoluzione finale della vicenda narrata, grazie a un happy ending.

## 7. Il ruolo dei fruitori nel *transmedia storytelling*

La struttura reticolare di uno *storyuniverse*, tecnologicamente determinato, grazie alla potenza della narrazione e alla volontà/capacità dei fruitori, acquisisce una dinamicità ulteriore. Una meta-dimensione al cui interno i differenti universi narrativi, prima relegati ad ambiti specifici, tendono a collidere, a sovrapporsi e a ibridarsi, per convergere in una *unitas multiplex*. Un'enciclopedia universale,<sup>41</sup> composta da un'infinità di micronarrazioni, capaci di trasmigrare da un universo all'altro: qualcosa di simile ad una sorta di *ubiquitous storytelling*.

In riferimento alla natura gerarchica degli eventi, si può notare come appunto la costruzione e la struttura reticolare del *transmedia storytelling* permetta via via a un pubblico sempre più vasto di riconoscere nel flusso narrativo i micro e i macro-eventi, sulla base delle conoscenze pregresse dei fruitori. Occorre sottolineare che non tutti i segnali vengono colti dal lettore, poiché il loro riconoscimento dipende dalla similarità che intercorre tra le enciclopedie dell'autore e del fruitore dell'opera.<sup>42</sup> Per questo motivo, si può affermare che la differenza nella riconoscibilità degli eventi nel *transmedia storytelling* è affidata, più che nella narrazione lineare, alle competenze e alla conoscenza dei fruitori rispetto all'intero universo narrativo. Questo aspetto è interessante e estremamente innovativo: rispetto alle tradizionali forme di consumo, relative ad un singolo testo, oppure ad un singolo medium, quella propriamente transmediale permette al fruitore di elaborare autonomamente le rappresentazioni disponibili, al fine di costruire, in base ad un criterio ordinatore individuale, una visione soggettiva del mondo narrativo al cui interno ha interesse a restare.<sup>43</sup>

La moltiplicazione dei meccanismi di engagement, dunque, permette al soggetto di essere tendenzialmente più consapevole, critico e competente, con la possibilità di avere accesso a universi immaginari più reali del reale, al cui interno perdersi e ritrovarsi. Come nel caso della serie tv *Stranger Things* (2016), diventata dopo i primi episodi un *instant cult*, con un vasto seguito di fan, senza necessità del tempo di latenza utile a consacrare un prodotto culturale di successo. Le ambientazioni, gli oggetti, i riferimenti a stili di vita, temi e personaggi e prodotti culturali tipici degli anni Ottanta, gli omaggi al genere fantastico, attraverso le citazioni dei film di Spielberg, dei romanzi di Stephen King o di pellicole di culto come *Stand by Me* (1986), hanno permesso di attivare una modalità transmediale sui generis, non fondata, almeno inizialmente, sulla creazione di prodotti ancillari, ma sulla ricerca di rimandi e citazioni ad altri prodotti, secondo una logica centrifuga. Una sorta di *affective transmedia*, in grado di attivare quella dimensione incentrata sugli aspetti emozionali e affettivi, che entrano in gioco nel momento in cui si instaura un patto con lo spettatore, basato sull'assunto che il suo impegno verrà ripagato nei termini di un'esperienza di fruizione appagante, completa, stimolante e allo stesso tempo confortevole.<sup>44</sup>

<sup>41</sup> Umberto Eco, *Sulla letteratura*, Milano, Bompiani, 2002.

<sup>42</sup> Id., *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*, Milano, Bompiani, 1979.

<sup>43</sup> Carlos A. Scolari, *Transmedia Storytelling: Implicit Consumer, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production*, «International Journal of Communication», n. 3, 2009, pp. 586-606.

<sup>44</sup> Nuno Bernardo, *Transmedia 2.0*, London, beActive, 2014.