

# 15. Storia e teoria dei media 0-Z

[giuliana.galvagno@unito.it](mailto:giuliana.galvagno@unito.it)

Henry Jenkins

*Convergence Culture.  
Where Old and New Media Collide*

# Cultura convergente, 2006

Sviluppo di una cultura diffusa ma non di massa, definita da nicchie di pubblico

Cultura di massa      vs.      Cultura popolare

# Caratteristiche dello scenario mediale contemporaneo

- Innovativo: velocità di progresso tecnico, che va accompagnato da quello culturale
- Convergente: convergenza tecnologica e cultura transmediale
- Quotidiano e multitasking
- Interattivo: possibilità di scelta e di controllo

- Partecipativo: superata la scelta binaria sì/no, si diventa prosumer
- Globale: interazione con uno scenario mai stato così ampio
- Generazionale: superare il salto generazionale educando all'uso dei media
- Ineguale: superare il digital divide:  
problemi di partecipazione  
problemi di trasparenza  
problemi di etica

# Transmedia Storytelling

Henry Jenkins (2006)

## Narrazione transmediale

Narrazione che si sviluppa su molteplici forme medialità, che contribuiscono insieme alla comprensione dell'utente dell'ambiente della narrazione

# Transmedia storytelling 101

- 1. Rappresenta un processo in cui elementi integrali alla narrazione vengono distribuiti su molteplici canali di distribuzione con lo scopo di creare un'esperienza di intrattenimento unificata e coordinata*
- 2. Riflette il consolidamento economico del sistema dei media e la loro sinergia*

*3. Le storie si basano non su singoli personaggi ma su mondi finzionali complessi che possono contenere molti personaggi con le loro storie e relazioni.*

*4. Le estensioni narrative possono avere molteplici funzioni (approfondimento, digressione, realismo)*

*5. Le pratiche di transmedia storytelling possono ampliare i punti di accesso a una storia per coinvolgere pubblici diversi*

*6. Ogni elemento dovrebbe essere accessibile autonomamente anche se rappresenta un contributo al sistema narrativo nel suo complesso.*

*7. Transmedia storytelling richiede un notevole coordinamento tra i vari settori del sistema dei media*

8. *Transmedia storytelling è l'ideale forma estetica di un'epoca di intelligenza collettiva: nuove strutture sociali che permettono la produzione e la circolazione della conoscenza in una società connessa (Pierre Levy)*

9. *I testi transmediali non diffondono soltanto le informazioni ma offrono una serie di ruoli e obiettivi che il pubblico può trasferire nella vita quotidiana, grazie allo sviluppo di dinamiche a lungo termine*

10. *Il transmedia storytelling permette di estendere l'aspetto ludico di una narrazione in entrambe le direzioni di ludus (gioco organizzato da regole) e paidia (gioco libero) (Caillois)*

- Nuova geografia della narrazione
- Spazi comuni tra autore e pubblico
- Dinamiche durature
- Esperienza omogenea e integrata

INTEGRAZIONE su due livelli  
complementari

Diffusione dei media elettronici

Efficienza economica degli  
investimenti

PRODUZIONE



Crossmedialità/Transmedialità



FRUIZIONE

# Hunger Games

Romanzo di Suzanne Collins - 2008



Film di Gary Ross - 2012

# Avvicinamento

Marzo 2011: annuncio cast su FB

Giugno 2011: contest su FB per visitare il set

Agosto 2011: Teaser trailer – lancio hashtag #visitmydistrict, profilo Twitter @CapitolPN

29 agosto 2011: lancio del sito TheCapitol.pn, creazione pagine FB dei 12 distretti di Panem

Dicembre 2011: lancio della campagna #HungerGames100 (caccia al tesoro su social network)

Gennaio 2012: lancio del Tumblr CapitolCouture.pn



**One Panem** ✓

889 Tweet



Segui

**One Panem** ✓

@TheCapitolPN

This page now belongs to the Revolution & will henceforth serve to disseminate all official announcements from those that align with the Mockingjay. [#WeArePanem](#)

📍 Panem 🔗 [Revolution.PN](#) 📅 Iscrizione a agosto 2011

207 following 169.181 follower



FAN OF THE WEEK



DISTRICT MAYORS



BETA TESTERS



TUMBLR



YOUTUBE CHANNEL



FAN MADE CONTENT



OFFICIAL & FAN MERCH



RED CARPET ON FACEBOOK

# Strategia

- I fan vengono per primi, e secondi, e terzi
- Sfrutta le piattaforme dei social network
- Crea una rete ampia
- Crea interesse
- Trasforma la pubblicità in eventi sociali
- Gioca sul lungo periodo

# Marketing tradizionale

- Budget ridotto da 100 a 45 mln di dollari
- Staff ridotto a 21 persone

Ma una buona narrazione transmediale non è solo uno strumento di marketing

# THE HUNGER GAMES

## PANEMOCTOBER.COM:

Fan ARG launches October 2011, 50,000+ players sign up, Gamemaster changes name after Lionsgate's cease & desist Letter



## THE HUNGER BUT MAINLY DEATH GAMES



## THE HUNGER GAMES RPG

May 2012 fans train then, fight in a Hunger Game as tributes

## DOWN WITH THE CAPITOL

Facebook page launches: January 2012

fan-created site



# Amplificare la narrazione

Creare nuove esperienze e nuovo interesse  
per il pubblico nello stesso mondo di  
narrazione

# Caso Skam

Skam è una serie tv norvegese che per prima ha usato i social network in modo strutturale alla narrazione per ampliarla pubblicando contenuti in tempo reale e facendo interagire i fan con i personaggi della serie

Skam

Web serie norvegese prodotta da NRK P3, scritta da Julie Andem  
4 stagioni dal 2015

[Skam Italia](#)

Web serie prodotta dal servizio streaming Timvision  
4 stagioni

Cambio di strategia per l'ultima stagione



Cattura rettangolare

Martino Rametta



Eva Brighi



Giovanni Garau



# Transmedialità

- La serie Skam (Vergogna) è un esempio di transmedia storytelling
- La narrazione viene portata avanti attraverso frammenti pubblicati sui social media che solo in un secondo momento vengono ri-assemblati all'interno di un episodio "tradizionale" alla fine di ogni settimana
- La serie non è stata pubblicizzata sui canali tradizionali lasciando che la fama arrivasse grazie al passaparola
- Le singole scene vengono pubblicate in tempo reale sul sito e sui canali social (Facebook, Instagram) della serie e il pubblico può iscriversi a un gruppo di Whatsapp per essere aggiornato sulla vicenda

- Dal suo lancio è diventata la serie televisiva più vista di sempre su un servizio streaming in Norvegia (con punte di 1,2 milioni di contatti a settimana e 1 milione di spettatori per l'episodio settimanale – in un paese di poco più di 5 milioni di abitanti)
- È già stata adattata per il mercato di Italia, Francia, Stati Uniti, Germania, Paesi bassi, Spagna e Belgio
- Già la versione originale si era diffusa tra i ragazzi in Europa che trovavano e caricavano in rete sottotitoli per gli episodi
- La serie è stata “trovata” dal suo giovane pubblico e non è arrivata a loro attraverso gli adulti. I ragazzi se ne sono impossessati e l'hanno [rielaborata](#).

- Il transmedia storytelling è usato sia per creare suspense sia come strumento per coinvolgere i fan della serie.
- I temi affrontati sono temi rilevanti ma comuni a molti *teen drama*: amore, amicizia, sessualità, bullismo, religione, qui trattati con un approccio che fa della narrazione "senza filtro" e in tempo reale sia una chiave di lettura interpretativa sia un rigoroso metodo di storytelling.
- Scardinamento dell'idea di palinsesto: la serie scorre parallela alla vita degli spettatori e si integra in esso
- Economia del dono: traduzioni in tempo reale, user generated content come la fan art rafforzano i legami sociali nel gruppo

- I media e il rapporto che i ragazzi hanno con essi è al centro di molte delle linee narrative della serie. Tanto da aver causato una sorta di “sovraccarico” anche per gli autori alla fine della terza stagione della serie originale norvegese.
- Una serie come Skam trascende il singolo medium, è dinamica e rigorosa nella sua modularità, creando una rete di relazioni che si basano su urgenza, attaccamento e attesa.

- Partecipazione
- Coinvolgimento
- Interazione
- Collaborazione