

Webseries, Original Series e Digital Series: le forme delle narrazioni seriali nel web

Mirko Lino

I racconti sono la base di tutte le culture umane, i mezzi principali attraverso i quali costruiamo, condividiamo e strutturiamo il senso della nostra esperienza comune.

Henry Jenkins, *Cultura convergente* (2007: 111)

Una premessa formale: il racconto seriale e transmediale

L'origine moderna della narrazione seriale viene fatta risalire alla prima metà dell'Ottocento con i romanzi a puntate di Charles Dickens; romanzi come *Oliver Twist*, *Nicholas Nickleby*, *Barnaby Rudge* la cui cadenza (principalmente mensile) suscitava nel lettore l'attesa della nuova puntata, e portava l'autore a scrivere finali intriganti, ricchi di suspense, spesso alla luce degli orizzonti di attesa del pubblico, sfruttando così la possibilità del formato editoriale della rivista di accorciare la distanza tra testo, contenuto e lettore. Nella serialità dei contenuti dello scrittore inglese era quindi leggibile il legame tra la strutturazione della forma narrativa e il processo industriale della serializzazione, ovvero tra l'aumento della diffusione di formati editoriali disponibili e i modelli narrativi che si andavano delineando. La serializzazione, del resto, è anche la forma di un certo tipo di produzione industriale leggibile, ad esempio, nell'industria

hollywoodiana soprattutto degli anni '80: nei *sequel* "serializzati" di film commerciali (es. *Rocky I, II, III*, ecc; *Back to the Future I, II, III*, ecc) che rinsaldavano il nesso tra produzione di contenuti e modello produttivo capitalista (Canova, 2000).

Oggi la serialità narrativa, grazie ai grandi broadcaster (Hbo, Fox, Amc), guarda sempre meno alla standardizzazione e omologazione della produzione capitalistica per rivolgersi maggiormente alla sperimentazione di forme della frammentazione e della sospensione, formulando originali soluzioni tra la linearità di una forma complessivamente seriale e pertanto lineare (la stagione composta da una serie ordinata di episodi) e la non linearità narrativa all'interno del singolo episodio, come avviene, ad esempio, negli episodi di *Lost* e *The Leftovers*. Se da un lato questi espedienti formali indicano come la non linearità stia diventando una forma culturale sempre più presente, al tempo stesso fanno sì che il pubblico sia stimolato maggiormente a ottenere il senso complessivo delle storie, ricostruendo una forma lineare che appare infranta. Inoltre, la serialità televisiva produce nuove mitologie - es. Don Draper, Walter White, la famiglia Soprano, i Lannister, ecc. - e traccia interessanti convergenze di codice tra letteratura, *comic novel*, videogame e cinema, non attraverso forme e processi di adattamento tra codici semiotici differenti, quanto grazie a un'attenta progettazione di storytelling che sfondano i limiti di un'unica medialità per espandersi trasversalmente su più spazi mediali. Si tratta, dunque, di quella forma narrativa che Jenkins ha chiamato *transmedialità*: una *expanded fiction* attorno alla quale prende forma un universo narrativo articolato e stratificato che conduce lo spettatore-utente di media a muoversi attraverso formati mediali differenti per accedere in diversi punti della storia, raccogliere informazioni, frammenti di significato da condividere in Rete con altri utenti-appassionati all'interno di spazi di discussione che spesso nascono in maniera spontanea (blog, forum, gruppi nei social, *virtual community*, ecc). Come ricorda Jenkins, analizzando il fenomeno transmediale *The Matrix*: «stiamo piuttosto assistendo all'emergere di nuove strutture narrative, che si complicano ampliando la gamma di

possibilità del racconto anziché tracciare un percorso lineare con un inizio, un centro e una fine» (Jenkins, 2007:111). La transmedialità rappresenta dunque una logica dominante nella costruzione delle storie nella contemporaneità: un modo di organizzare le forme e la circolazione del sapere che non può fare a meno della cosiddetta “diffondibilità” (*spreadability*) per la circolazione dei contenuti tra i media (Jenkins, Ford, Green, 2013), tracciando dinamiche e logiche che mettono insieme tra l’altro una dimensione commerciale, *mainstream* e aziendale con una dimensione spontanea, *grassroot*, “dal basso”, come quella del *fandom*. Basti pensare, ad esempio, al progetto editoriale di *Assassin’s Creed*, il famoso videogioco, tra i più venduti al mondo, definito dagli stessi ideatori e produttori della Ubisoft come *videogame series*. Il videogame in questione, al momento composto da nove uscite, costruisce un universo finzionale diramato con le dovute varianti su diverse console di gioco al fine di immergere il giocatore in un sistema-mondo virtuale dominato da trame complottistiche che corrono lungo diversi fasi della storia (dalle crociate all’epoca vittoriana). Accanto alla serializzazione si aggiungono le “espansioni” mediali come quelle create dai fan e altre “istituzionali”, tra cui vale la pena segnalare i romanzi di Oliver Bowden che accompagnando ogni uscita di un nuovo *game*, e ampliano la narrazione attraverso una fitta rete di *prequel*, *sequel* e *spin-off*, con il fine di arricchire il senso della diegesi di riferimento. Su questa linea transmediale ritroviamo anche una delle serie Tv di maggior successo degli ultimi anni: *The Walking Dead*, vero e proprio caso paradigmatico per comprendere la logica transmediale sottesa ai nuovi modi di progettare le storie e produrre immaginari, nello specifico apocalittici (Frezza, 2015). *The Walking Dead* costruisce un intero sistema mondo afflitto da un’infinita apocalisse zombie rappresentata su più medialità convergenti (Tirino, 2015a; Tirino, 2015b). Come è noto, la serie Tv è tratta dal *comic novel* di Robert Kirkman, e attorno a questo passaggio di codice ha visto la costruzione di diversi livelli narrativi serializzati secondo le differenti tipologie di forme mediali coinvolte: i quattro romanzi *spin-off* di Kirkman e Bonansinga sulla storia del personaggio del Governatore; le tre

webserie “companion” firmate da Greg Nicotero che “accompagnano” e allargano l’universo zombesco di riferimento mostrando le vicende di altri personaggi pur mantenendo labili punti di contatto con la *storyline* della serie tv; lo *spin-off Fear The Walking Dead*, prodotta sempre dalla Amc, che sposta la vicenda dalla east alla west coast mostrando l’origine dell’epidemia zombie a Los Angeles; l’avvincente *appgame series* della TellTale Game suddivisa in tre stagioni e che tra le diverse cose mostra il personaggio di Glenn prima della sua comparsa nella serie Tv; infine, in pieno ambito webnativo, come non considerare i *tutorial*, anch’essi serializzati, fatti dagli utenti, per spiegare alla *community* di fan come giocare all’appgame di cui sopra. Lo storytelling transmediale allora si candida a divenire la logica al centro dell’organizzazione narrativa contemporanea; ripropone, in altre parole, quella che Aarseth (1997) aveva definito *ergodic literature*, ovvero una forma narrativa complessa e pluriaticolata in cui il lettore può muoversi e selezionare gli elementi della fiction disseminati in una rete di testi (Aarseth si riferisce ai cybertesti, ma possiamo estendere questa alla convergenza narrativa di diverse tipologie testuali), al fine di ricostruire uno o più percorsi di senso¹.

La serialità nel web

All’interno del panorama della serializzazione e dell’espansione transmediale dello storytelling emerge diffusamente il formato della webserie: un modello di fiction webnativa che coniuga le istanze formali della serialità televisiva con le caratteristiche comunicative, linguistiche, ma anche gli usi e i modi della fruizione (*time and space shifting*), tipici della Rete. Quindi, seppur ricalcando alcuni modelli formali della serie televisiva, come la scansione ad episodi e la

¹ Per descrivere il contesto mediale che avvolge l’utente, Aarseth utilizza il termine “intrigo”: un plot in cui l’utente è inconsapevolmente o meno al centro di un’espansione testuale dai risultati poco prevedibili.

riproposizione di generi canonici del cinema e della Tv, la webserie articola un linguaggio autonomo rispetto a quello delle medialità tradizionali, plasmato geneticamente sulle caratteristiche comunicative e anche simboliche della Rete, ad esempio, inserendo in chiave narrativa i concetti stessi della cultura convergente: innovazione-sperimentazione, interattività, partecipazione; giungendo anche a delineare nuovi modelli per il mercato del web (Arcagni, Lino, Mandalà, 2013) e nuove logiche per la rappresentazione degli immaginari contemporanei.

Dal punto di vista linguistico-formale la webserie produce interessanti configurazioni tra medium, contenuto e *audience*, fornendo diverse possibilità formali allo storytelling: da quello lineare tradizionale, a quelli più sperimentali e innovativi come nel caso dell'*interactive storytelling*, ovvero storie che veicolano contenuti interattivi, di cui si è occupato recentemente Giulio Lughì (2015), che rendono le testualità audiovisive manipolabili, modificabili e remixabili², e del *crowdstorytelling*, ovvero narrazioni partecipate costruite sulle micronarrazioni raccolte attraverso le piattaforme social della Rete e altri luoghi di aggregazione tra l'online e l'offline³. Ma alla stessa maniera la webserie, come dimostra il progetto editoriale di *The Walking Dead*, è un formato utilizzabile nell'economia narrativa di un vasto progetto transmediale e pertanto utilizzata per le sue specifiche

² Nello specifico Lughì suddivide l'*interactive storytelling* in quattro tipologie rintracciabili in quattro fasi evolutive del racconto mediale: computazionale; partecipativo; transmediale; urbano (Lughì, 2015: 169). Nell'ambito dell'interattività, vale la pena citare: Jans F. Jensen, *Interactivity. Tracking a New Concept in Media and Communication Studies* (1998); Koenitz, Ferri, Haakr, et al. (eds), *Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice* (2015).

³ Questo termine ancora non è stato oggetto di uno sviluppo teorico-concettuale sistematico, ma è ben rintracciabile empiricamente in alcune forme che mixano narrazione per lo più afferente all'immaginario cyberpunk con le forme del *gaming* contemporaneo e pervasivo, come gli Alternate Reality Game (A.R.G.). Per un approfondimento si vedano Jenkins (2007), Giovagnoli (2009), soprattutto McGonigal (2011), Rose (2013), Arcagni (2016).

tecniche e formali: brevità della durata, interattività, partecipazione e viralità. Essendo una fiction articolata sulle piattaforme del web, il testo webseriale è qualcosa di “aperto”, su cui discutere (i commenti, i like, ecc), e da far “circolare” (la cosiddetta “viralità” attraverso il sistema dello *sharing* sui social). È un testo che nella prospettiva barthesiana appare scrivibile e non solo leggibile dal lettore sotto diverse modalità dirette o indirette, e che sembra aver assorbito la lezione dell’ipertesto (Landow, 1998) sull’organizzazione delle unità narrative e del sapere in chiave non lineare e antigerarchico. Allora, per contestualizzare meglio l’emergere della webserie nello scenario mediale attuale, vale la pena ricordare quanto affermava lucidamente alla fine del secolo scorso lo scrittore di fantascienza Douglas Adams (1999): «during this century we have for the first time been dominated by non-interactive forms of entertainment: cinema, radio, recorded music and television». In altre parole, siamo davanti a un ritorno epocale di forme interattive che chiama in causa la centralità di uno spettatore sempre più utente attivo e partecipativo verso i contenuti mediali.

Il web e i suoi canali social permettono di installare diverse affascinanti continuità tra i regimi del reale e del finzionale. Come ricorda Rose (2013), ciò è accaduto, ad esempio, con la comparsa su Twitter dei profili creati dai fan di alcuni personaggi della famosa serie Tv *Mad Men*, lasciando così emergere in modo spontaneo e senza controllo il desiderio degli spettatori di appropriarsi dei mondi finzionali in cui scelgono consapevolmente di immergersi - «cosa succede quando i telespettatori cominciano ad appropriarsi di pezzi di trama e a raccontarli a modo loro?» (Rose 2013: 64). L’antropologo dei media s’interroga dunque sulla ricezione delle storie nel momento in cui si è passati da un modello mediale monodirezionale a uno bidirezionale, dalla passività spettatoriale all’interattività del “partecipante”: tutti sintomi che i paradigmi delle medialità precedenti sono entrati in una crisi che si è risolta in prima istanza nella *remediation* (Bolter, Grusin, 1999) ovvero l’archiviazione dei contenuti televisivi e cinematografici su Internet, e successivamente

nell'ibridazione delle relative istanze linguistiche, aprendo alla stagione della softwarizzazione culturale: «oggi il software gioca un ruolo centrale nel plasmare sia gli elementi materiali sia molte delle strutture immateriali che insieme costituiscono la "cultura"» (Manovich, 2011: 25).

Pertanto, all'interno di questa ridefinizione dei processi della produzione di oggetti mediali, la webserie si presenta come un formato polimorfico e polifunzionale che permette di riflettere sulle dinamiche della produzione culturale ai tempi della convergenza (Jenkins, 2007) o all'interno di quella che Eugeni ha definito "condizione postmediale" (2015).

In questo contesto, la webserie copre una vasta offerta di forme narrative e formati tecnologico-mediali; implica nuove relazioni attraverso i media, e stimola la produzione di modelli narrativi adeguati a queste condizioni. In generale, è il formato di una fiction seriale, o un documentario composto da più puntate (webdoc seriale); può proporre contenuti interattivi e stimolare la partecipazione di più utenti; viene usata per fini comunicativi istituzionali, commerciali, ad esempio, assolvendo funzioni *branded oriented*, e al contempo fa riferimento a una creatività e una produzione culturale *grassroot* e quindi "da basso" in cui rientrano i prodotti scritti e girati da utenti sempre più padroni dei mezzi tecnologici di rappresentazione (dalle videocamere semiprofessionali allo smartphone) che producono i propri contenuti (*user generated content*) e spesso, come nel caso del *fandom*⁴, riscrivono le mitologie "pop" già consolidate nell'immaginario. In questo assetto multilineare di forme e pratiche, un ruolo di prim'ordine è svolto dalle tecnologie e dagli sviluppi delle

⁴ A tal proposito si veda il caso di *Vittima degli Eventi*, il *fanmovie* ispirato a Dylan Dog (storico fumetto della Bonelli Editore) scritto da due giovani autori di webserie (Luca Vecchi dei *The Pills* e Claudio Di Biagio, autore di *Freaks!* che ha visto la partecipazione dei fan dell'eroe dei fumetti attraverso due campagne di *crowdfunding*. Per approfondimenti, si veda: M. Lino (ed) *Vittima degli Eventi: analisi di un fenomeno crossmediale*, «EmergingSeries Journal», 1, 2015.

dinamiche comunicative della Rete, soprattutto piattaforme e social network.

In questo saggio, dopo un'analisi delle caratteristiche formali delle webserie in una rapida prospettiva storica, si proveranno a tracciare le nuove forme della webserialità in relazione allo sviluppo comunicativo dei social network e tecnologico di *wearable media* come i visori per la Realtà Virtuale (Oculus, Morpheus, Gear VR) al fine di tracciare delle possibili direttive per comprendere l'orizzonte prossimo dello storytelling digitale che passa per il web. Pertanto, verrà proposta una sostituzione terminologica-concettuale, ovvero l'adozione del termine *digital series* al posto di quello ormai tradizionale di webserie, o di *original series* recentemente suggerito da osservatori e giornalisti del settore. Infatti, dopo una prima fase di sviluppo che appariva contrassegnata dalla presa in prestito di modelli riconducibili alla televisione e al cinema per una loro riformulazione "dal basso", dando vita a una particolare relazione di antagonismo ed emulazione, e dove, bisogna aggiungere, tv e cinema hanno funzionato come un primo alfabeto per la comprensione del nuovo formato web, oggi la webserie sta mostrando la capacità di ibridare i luoghi dell'intrattenimento rendendo la differenza tra serie offline e online sempre più sfumata, come si evince nei casi dei grandi *player* come Amazon e Netflix (entità ibride a metà tra un *broadcaster* e piattaforme web), e diventa una delle modalità con cui sperimentare i linguaggi e le forme narrative legate ai media immersivi di ultimissima generazione. Quindi, in questo saggio non ci si occuperà principalmente di quelle webserie che lavorano sull'aggiornamento delle modalità tradizionali riscontrabili nel sistema dei generi televisivi e cinematografici, quanto di quelle narrazioni digitali sperimentali che attraverso il formato della webserie ricalibrano i modi di raccontare e di fruire le storie, lasciando intravedere le esperienze contemporanee del narrare.

Origini e sviluppi della webserie

Che l'intrattenimento, la comunicazione e le storie passino attraverso i canali del web è ormai un dato di fatto: video virali online, il fenomeno degli *youtuber* e del *gameplaying*, talk show che vanno in onda sui canali di YouTube, *webmovie* autoprodotti, campagne pubblicitarie virali, *tutorial*, ecc. Quello contemporaneo è un intrattenimento sempre più attento a trovare possibili punti d'incontro tra modelli tradizionali e quegli elementi difficilmente traducibili nel sistema mediale del passato. Tra i modelli difficilmente traducibili troviamo i contenuti interattivi e partecipativi che vedono il coinvolgimento media-attivo del pubblico nei confronti del testo e del contenuto della storia. Ed è proprio a partire da questa dialettica di adesione e differenziazione tra media tradizionali e nuovi che si può cominciare a tracciare una fenomenologia della webserie intesa come linguaggio e piattaforma per scambi simbolici all'interno di una produzione culturale convergente e postmediale, evitando, quindi, di ridurre il fenomeno mediale a una semplice traduzione di forme tradizionali nei territori dei video online.

Il formato webseriale, così come lo conosciamo, infatti, nasce assumendo sin da subito una posizione obliqua rispetto alla fiction televisiva (sia che s'intenda la serie Tv o il *serial*) e al testo filmico, ritagliando per sé uno spazio mediale e attivando procedimenti produttivi-distributivi alternativi. Tuttavia, in virtù della dialettica della sovrapposizione e differenziazione tra spazi mediali vecchi e nuovi, quello della webserie diviene anche uno spazio ambiguo in cui si vengono a giustapporre le istanze della realtà con quelle della finzione narrativa. La prima webserie del web 2.0 è *LonelyGirl15* (2006) (Rose, 2013: 158), serie nata come conseguenza dello sciopero del sindacato degli autori e sceneggiatori del cinema e della tv (Writers Guild of America), che trovarono nel web il luogo per fare un altro tipo di fiction. *LonelyGirl15* si presentava come il videodiario (*vlog*) settimanale su YouTube dell'adolescente Bree, girato con la webcam del proprio computer. Una volta scoperto che dietro la webcam del

computer della cameretta di Bree c'era invece il lavoro di una piccola troupe professionale e che la stessa ragazza era un'attrice professionista, il pubblico, consapevole dell'inganno tesogli, ha continuato a "dialogare" con il personaggio, accettando così di negoziare i confini tra la finzione e la costruzione di una realtà. *LonelyGirl15* nella semplicità giocosa del suo inganno ha avuto il merito di portare all'attenzione le potenzialità del mezzo YouTube (di cui il motto non a caso era "Broadcast Yourself") e ha illustrato un modo efficace per emozionare lo spettatore, ovvero chiamando in causa le sue capacità cognitive di distinguere il vero dal falso o, forse anche più rilevante, la sua capacità di fondere reale e finzione in una costruzione intrigante e verosimigliante, usando proprio gli strumenti comunicativi del web (es. i commenti sotto i video di YouTube e degli altri social). Tuttavia, questi elementi sono ben rintracciabili già in quei primissimi tentativi del secolo scorso di creare fiction a partire da un computer e una connessione alla Rete. Ci si riferisce alle prime sperimentazioni di narrazioni digitali caratterizzate da testualità dinamiche, aperte, (ri)scrivibili, oltre che leggibili, e multimediali, in cui è possibile intravedere le caratteristiche formali e linguistiche delle odierne *digital series* (obiettivo del prossimo paragrafo)

Alla fine degli anni Ottanta l'azienda americana di telecomunicazioni Aol aveva creato un servizio di contenuti e giochi disponibili per gli abbonati online che usavano i computer della Commodore e della Apple. All'interno di questo pacchetto c'era *Quantum Link Serial* (1988-89): un romanzo suddiviso in capitoli progettato da Tracey Reed che prevedeva il contributo degli abbonati alla strutturazione della storia attraverso un sistema di chat room e messaggi di testo per mettere insieme la storia. Lo stesso principio partecipativo e sinergico si ritrovava in *The Spot* (1995-97): progetto narrativo multimediale creato da Scott Zakarin, ispirato esplicitamente al serial Tv per adolescenti *Melrose Place*, sia per l'età dei personaggi sia per la location (un condominio abitato da adolescenti, "the Spot", appunto, entro il quale si svolgevano la maggior parte delle vicende). Sul sito era possibile accedere a dei materiali multimediali, come i diari

dei personaggi (gli *spotter*), alcuni filmati video, foto, immagini, disegni, al fine di contribuire in maniera più profonda alla strutturazione dei contenuti stessi della fiction.

Nei primi tentativi di webserialità sviluppati nell'arco di trent'anni è interessante notare come la forma diario abbia svolto la funzione di produrre effetti "realistici"⁵ basati sull'intimità e consolidati dall'inquadratura fissa della webcam tipica dell'"estetica" degli *youtuber*, dunque, come formula garante di un coinvolgimento voyeuristico degli utenti per ridurre notevolmente la distanza con i soggetti dall'altra parte del monitor. Si nota, soprattutto con *The Spot*, considerata da alcuni studiosi il punto di partenza per un'analisi empirica della webserie (Bressa, 2015) l'indubbia discendenza formale e contenutistica dalla fiction tradizionale (es. *Melrose Place*) e al tempo stesso l'espansione dei limiti tradizionali dei formati televisivi verso un reticolo ibridante fatto di testi diversi, interattività, partecipazione e istanze immersive-emozionali. Accanto a questa spinta innovativa, tesa a sondare gli incroci tra narrazione tradizionale e forme del linguaggio webnativo, la webserie ha visto il florido sviluppo di una cultura *grassroot*, orientata verso la filosofia del *DIY*; in altre parole, è diventata il formato simbolico della "visibilità", dell'occasione per videomaker, aspiranti artisti, attori, autori e registi, di rendere visibili le proprie competenze nel creare e girare fiction seriali. La webserie pertanto diventa immaginabile alla stregua di una vetrina che da un lato vede la presenza di coloro che perseguono un tipo di creatività antagonista nei confronti dei modelli e dei contenuti televisivi, e dall'altra parte vede costituirsi un mercato di giovani autori che ripropongono i *topoi* dei

⁵ Forse si potrebbe azzardare una corrispondenza storico-formale tra la nascita del romanzo nel '700 attraverso una forma epistolare tesa ad emulare la realtà esistenziale e quotidiana dei personaggi, e la nascita della webserie attraverso la realtà dei diari di personaggi di finzione (Bree di *LonelyGirl15*, gli *spotter* del progetto di Zakarin).

vecchi media in chiave webnativa, venendo anche reclutati nei palinsesti della tv⁶ o lanciati come nuovo fenomeno al cinema⁷.

Sta di fatto che in entrambi i lati della vetrina viene garantito al videomaker il privilegio di essere al centro di un processo creativo, produttivo e distributivo alternativo e tematicamente più libero rispetto a quello del cinema e della tv. Per il potenziale espressivo libero e non vincolato al *politically correct*, la webserie assume anche un ruolo strumentalmente politico che veicola i contenuti afferenti a culture alternative e mondi culturali poco noti se non attraverso uno stantio sistema di stereotipi *mainstream*. Si può allora alludere a una certa natura “queer”⁸ della webserie, sia per la presenza di tematiche LGBTQI a cui corrispondono autorappresentazioni delle varie comunità non eteronormative (es. *G&T*, *LSB*, *The Three Bites*, *Capitol Hill*, *Prison Dancers*, ecc) laddove il cinema e la tv insistono nella produzione di stereotipi sociali e sessuali, sia per la logica produttiva-distributiva orizzontale, alternativa a quella verticale del *mainstream*.

La webserie, dunque, presenta una grande varietà di possibilità tematiche, formali e linguistiche: può essere di fiction, di non fiction, lineare o non lineare, riproporre i generi tradizionali della tv e del cinema riaggiornandoli e attualizzandoli, creare interessanti mix e *pastiche*, come nel caso delle *dramadies* (es. *Michaëlle en Sacramento*) e delle *zombodies* (es. *Zomblogalypse* e *Skyapocalypse*) dei “crossover” (*Bamf*

⁶ Si pensi agli esempi americani di *Childrens Hospital*, *Broad City*; mentre in Italia si pensi agli esempi di *The Pills* (approdati recentemente alla tv con un loro programma e anche al cinema), *Gli abiti del male* e *Freaks!*.

⁷ Annoveriamo i film con la presenza di famosi *youtuber*, autori di video online e *gameplayer*, come *Fuga di cervelli* (2013) di Paolo Ruffini, *Italiano medio* (2015) di Maccio Capatonda, *Game Therapy* (2015) di Ryan Travis, *Sempre meglio che lavorare* (2016) dei The Pills.

⁸ Si veda, M. Lino e G. Mandalà, *Le webserie e il queer*, in *Catalogo Sicilia Queer '14* (2014)

Girl Club), e delle attualizzazioni letterarie⁹ (es. *The Lizzie Bennet Diaries*). E a proposito dei generi webseriali, Arcagni, riferendosi al contesto italiano, osserva:

le webserie hanno re-immesso con forza nel sistema mediale italiano i generi: una dimensione narrativa che l'Italia ha spesso abbracciato, e con ottimi risultati (si pensi agli spaghetti-western, all'horror di Bava e Argento ecc.). Estromessi, poi, quasi completamente dal cinema e da una televisione orientata sempre più verso la commedia e il giallo, i generi più dinamici e sperimentali come l'horror, il thriller, l'apocalittico e la fantascienza, ritornano ora nelle produzioni indipendenti (e spesso ultraindipendenti) del web come una risorsa importante, non solo per attrarre il pubblico, ma anche come modalità narrativa in grado di proporre diverse letture e riflessioni. (Arcagni, 2013)

Come indicato precedentemente, è soprattutto la dimensione interattiva a definire una solida caratteristica del linguaggio webseriale nei confronti dei modelli massmediali, e a condurre anche verso l'intensificazione di livelli metatestuali, autoreferenziali e la sperimentazione di strutture formali complesse. Uno degli esempi migliori lo troviamo in Italia¹⁰ con *Lost in Google* (2009) dei The Jackal. La serie si costruisce attorno a un'interattività conversazionale, ovvero in cui l'utente può inserire dei propri contenuti all'interno di un sistema bidirezionale (secondo la quadripartizione delle forme

⁹ Sul sistema dei generi webseriali, si veda: M. Lino, *La fiction delle webserie. Un percorso tra i generi*, in S. Arcagni (ed), *Inside Webseries*, «EmergingSeries Journal», 2, 2015.

¹⁰ Non a caso tra i paesi europei che assieme a Spagna e Francia producono il maggior numero di webserie.

d'interattività di Jensen¹¹), e nello specifico grazie al sistema social dei commenti online (figura 1); inoltre, la serie dimostra come sia possibile fare fiction a partire dai luoghi immateriali della Rete, esaltandone una rappresentazione simbolicamente spazializzata (Google come un'asettica sala d'attesa, Wikipedia come una biblioteca, i meme come entità ontologiche che invadono il reale). *Lost in Google* prende a modello formati ibridi come il webmovie americano *Ichannel* (2008) dove era possibile partecipare alla sceneggiatura attraverso i commenti e i post sulle pagine social di YouTube e Facebook, e diviene il caso paradigmatico dell'intraducibilità del linguaggio e della forma webseriale negli spazi mediali della Tv: la sua struttura formale retta sulla configurazione interattiva tra utente, contenuto e medium fa sì che questa serie non possa essere fruita al di fuori del web, ma richiede l'utilizzo di spazi specifici della Rete, e in cui, inoltre, non si può non parlare della Rete. L'interattività traccia uno specifico percorso del formato webseriale che si allontana dall'originale ripresa di mitologie filmiche e seriali già viste per provare piuttosto a creare un vero e proprio linguaggio e modo comunicativo che trasformi la fruizione dell'utente in contenuto stesso per la serie. Una dimensione, questa, che vede la sfera della comunicazione *corporate*, o *branded oriented*, sperimentare forme di coinvolgimento nei confronti dell'utente attraverso un'interattività consultativa (l'utente si muove tra diverse opzioni di scelta, secondo la classificazione di Jensen). Non è un caso che lo stesso YouTube da piattaforma per la fruizione si sia trasformato in produttrice di webserie lanciando *The Meeting* (2012): una serie che, aiutata da un linguaggio ironico e autoreferenziale, ha lo scopo di informare le aziende sui vantaggi nell'usare YouTube per la promozione di prodotti e servizi. L'utente assiste alle riunioni di uno bizzarro comparto media di un'azienda, e alla fine di ogni episodio

¹¹ Jensen (1998) suddivide l'interattività in quattro tipologie: trasmissiva, conversazionale, consultativa, registrativa; una classificazione utile per orientarsi tra le possibili configurazioni che utente, storytelling e medium possono assumere nella creazione di contenuti interattivi.

seleziona quella che secondo lui è la migliore strategia promozionale da adottare, infine, a seconda della scelta, riceverà informazioni dettagliate sull'efficacia della strategia selezionata attraverso grafici e tabelle. È interessante notare come nel mondo *corporate* l'interattività venga usata in chiave consultativa e con una buona dose di autoreferenzialità (YouTube che parla alle aziende di YouTube!). Un altro esempio efficace che mostra come il linguaggio interattivo diventi un contenuto autorappresentativo fondante di un'identità di brand, è *Storytelling 2.0* (2014), la webserie "reality" di Rapt Media, un'agenzia che produce software per video pubblicitari interattivi, e che permette all'utente di "abitare" la storia. In *Storytelling 2.0* si possono selezionare i diversi membri dell'agenzia e ascoltare le loro opinioni sullo storytelling digitale e la narrazione interattiva; in altre parole l'utente interagisce con i membri di Rapt Media attraverso la stessa tecnologia interattiva che la compagnia produce. Questi esempi interattivi indicano come il linguaggio webseriale abbia superato la fase in cui l'innovazione era data esclusivamente dall'appropriazione dal basso da parte degli utenti-produttori (*prosumer*) di storie, figure, generi e forme già consolidati nell'immaginario televisivo, cinematografico e più in generale "pop", lasciando vedere piuttosto come negli ultimissimi anni ci si riferisca alla serialità nel web come a un'officina per elaborare aspetti linguistici sperimentali rivolti all'abbattimento delle distinzioni tra media, tali, in certi casi, da mettere in crisi gli stessi concetti portanti dell'oggetto in analisi in questo saggio, ovvero, la dimensione online e la formula seriale della webserie.

Dalle webseries alle digital series

Oggi le webserie stanno vivendo una fase successiva, in cui, da una parte i racconti tendono a sfumare la differenza tra Tv e web, e dall'altra si assiste ai tentativi di ricercare un linguaggio che esprima le possibilità e le potenzialità narrative dei mezzi tecnologici che caratterizzano l'attuale *infosfera*, termine con cui viene identificata la

società in cui ci troviamo: «ibrida caratterizzata da media digitali che hanno alle loro fondamenta l'interattività e producono informazioni che circolano su diversi *device*. Un panorama dell'informazione e della comunicazione difficilmente riconducibile al modello dei media precedenti» (Arcagni, 2016: 7).

Ora, in un contesto in cui la produzione culturale vede nella Rete un rilevante punto di convergenza, forse, continuare a utilizzare il prefisso "web" davanti a termini come serie, movie, fiction, doc, ecc... appare superfluo. In effetti, i prodotti originali dei grandi *player* della Rete (Netflix, Amazon, Hulu, Yahoo!Screen) indicano nuove traiettorie tra web e produzione televisiva: ad esempio, la strategia di un *broadcaster* di successo come Hbo di mandare su Facebook le puntate delle serie *Tv Brinks* e *The Ballers* rientra proprio in questa nuova mappa della circolazione delle narrazioni audiovisive in cui i contenuti si trovano ad attraversare con continuità spazi mediali vecchi e nuovi. Dall'altra parte, la strategia di *player* online come Netflix e Amazon di mettere online tutti gli episodi di un'intera stagione di prodotti di qualità come *House of Cards*, *Jessica Jones*, *Transparent*, mette in crisi la fruizione seriale tradizionale favorendo fenomeni fruitivi come il *binge watching*. Il fatto che queste serie nate sul web successivamente circolino in televisione (es. *House of Cards*, prodotta da Netflix, in Italia è trasmessa dal canale della payTv Sky Atlantic) rende il termine webserie "provvisorio". Come hanno notato diversi osservatori¹² dell'*entertainment*, data la saturazione dell'offerta di contenuti webseriali amatoriali e la qualità superiore delle produzioni di Netflix, Amazon e gli altri, si potrebbe cominciare a usare il termine *original series*, sia facendo riferimento a contenuti originali di qualità prodotti

¹² Si vedano gli articoli di Todd Bieber, *Lets Kill the Webseries* (2015): <http://filmmakermagazine.com/92540-lets-kill-the-web-series/#.VsyZ1PnhDIU>; Julie Keck, *Is the Term Webseries Dead?* (2015): <http://www.videoedge.net/news/production/term-web-series-dead/360359>; James Rawson, *The Webseries Are Dying – And Netflix and Amazon Prime Are Responsible* (2014): <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2014/sep/12/the-web-series-is-dying-and-netflix-and-amazon-prime-are-responsible>

dalle medesime piattaforme per la distribuzione, sia perché queste serie abbattano la distinzione tra web e Tv. Pertanto il termine webserie, prima utile a distinguere una serie webnativa da una televisiva, ora perde la sua specificazione concettuale.

Il consolidamento del modello “Netflix” per l’offerta delle narrazioni seriali e la saturazione dell’offerta semi-amatoriale che all’inizio ha dato vita al fenomeno webserie in chiave *grassroot* e poi *mainstream*, sono stati letti dagli autori di serie per il web come sintomi di una crisi del formato e del suo comparto creativo. In Italia, ad esempio, la prefigurazione di questa crisi, di questa fase di passaggio da un modello leggibile ancora in relazione ai vecchi media a uno magmatico e in continua evoluzione formale, ha rinnovato una tendenza metatestuale ravvisabile in contenuti e i titoli come *Webseries Are Dead* (2015), in cui al grido “YouTube è morto, le webserie sono morte” viene fornito un ritratto amaro delle aspettative riposte nel fare webserie in un *entertainment* che non è mai diventato “sistema” e che si è anche arenato in meccanismi individualisti a discapito di quelli comunitari e spontanei con cui era stata letta la nascita del fenomeno mediale; o di *Klondike* (2015) che paragona le promesse del successo raggiungibile grazie al lavoro creativo sul web a una “caccia all’oro” dalle scarsissime ricompense.

Non si tratta di una crisi strutturale del formato webseriale (anzi, la diagnosi della crisi formale condotta attraverso webserie autoreferenziali e metatestuali dimostra una certa maturità del formato e delle sue storie), quanto di una successiva fase di sviluppo tesa ad arricchire le proprie possibilità linguistiche uniformandosi alla comunicazione tipica dei social network e delle più recenti e futuristiche tecnologie mediali. Dunque, non una crisi profonda quanto una fase di passaggio: dalle fiction seriali del web 2.0 ai primissimi tentativi di fiction seriale con i mezzi del web 3.0.

Si sta assistendo alla formazione di una serialità web solidamente distante dai modelli seriali televisivi, e sempre più attenta a concentrare elementi narrativi tipici della comunicazione via social network. Ad esempio, *L'altra* (2010) di Riccardo Milanesi, riprendendo

quanto era avvenuto spontaneamente con *LonelyGirl15* su YouTube e riprendendo l'interattività e la struttura testuale aperta di *The Spot*, ha gettato le basi di un modo di raccontare "aperto" agli interventi degli utenti seguendo i mezzi comunicativi di Facebook, ovvero i post sulla bacheca di Martina Dego, una studentessa rimasta bloccata nella biblioteca del liceo durante le vacanze di Natale e che comunicava con il mondo esterno attraverso il proprio profilo Facebook. Ogni episodio della *Facebook series* era costituito da brevi messaggi video di Martina fatti per aggiornare i *follower* che sulla bacheca avevano cominciato a scriverle consigli su come provare a uscire dalla scuola, mettersi in contatto con i genitori, chiamare la polizia, ecc. Questo esempio dimostra come il racconto seriale in Rete sta prendendo sempre più la forma della comunicazione via social network: si assiste alla diffusione di *Facebook series* come *L'altra*, appunto; di *Vine series* come *NSFW*, *Quelli che il duemila*, *The Breather*, serie da poter vedere anche in modalità "loop" rendendo il video non dissimile da una gif animata; o di *Instagram series* come *Senior Lovin'*, *Retail*, *Uno di troppo*. In tutti i casi si tratta di micronarrazioni e testualità video brevissime (sei secondi nei casi di Vine e Instagram) leggibili come elementi di una nuova alfabetizzazione alla narrazione mediale.

Tuttavia, questi brevi esempi dimostrano come il termine *original series*, usato per i prodotti di Netflix e Amazon, non riesca a cogliere un aspetto fondamentale: l'impatto comunicativo dei social network e delle tecnologie sull'impianto narrativo. Lo scenario attuale comincia a essere popolato da nuove tipologie di narrazione seriale, sempre più attente non all'originalità dei contenuti, ma all'intraducibilità della serialità del web su altri spazi mediali. Si delinea all'orizzonte una narratività sostenuta da un linguaggio capace di assorbire le caratteristiche comunicative e simboliche della Rete e delle tecnologie digitali, storie raccontate attraverso l'uso di media digitali e che pertanto, in qualche maniera, narrativizzano il digitale stesso. Per descrivere questa tendenza linguistica e formale, propongo di utilizzare il termine *digital series*, in cui rientrano quelle forme appena descritte: *Facebook-Vine-Instagram series*. Non è un caso allora che

Riccardo Milanese con *Canto di Natale* (2015) ritorni a Dickens, ovvero alle origini del racconto seriale, riattualizzando il suo famoso *A Christmas Carol* nel formato di una *smart series*: una storia suddivisa in tre micro episodi che si svolge interamente su uno smartphone mantenendone anche la modalità di visione “verticale”. La storia è semplice e fedele all’originale: il protagonista, Edo (scr00g3) Sarti, riceve i messaggi dei tre fantasmi dickensiani sulle chat di Facebook e Whatsapp (figura 2) che gli faranno vedere il Natale sotto un altro aspetto. Altrettanto immersiva è la serie *Burkland* (2015), una storia horror che riprende il modello *mockumentary* di *The Blair Witch Project* (1999), con la particolarità, però, di essere stata girata in gran parte dagli stessi attori con un iPhone 6, ed essere progettata per essere vista proprio su uno smartphone. In questa maniera, gli utenti hanno la sensazione di avere in mano il cellulare ritrovato di una coppia scomparsa, in cui sono conservati degli inquietanti video sull’arrivo di una catastrofe apocalittica. Inoltre, il mix audio utilizza la sintesi binaurale: una tecnica che consente di spazializzare il suono offrendo una migliore esperienza sensoriale usando le cuffie o gli auricolari.

Non sono solo i *mobile device*¹³ e i social network a delineare nuove esperienze formali della serialità sul web, ma anche i *wearable device* come i visori per la Realtà Virtuale che trovano sul web un importante snodo convergente. *The Bomb* (2015), scritta da Paolo Bernardelli e sviluppata dall’agenzia di *advertising* Brandon Box, è il primo tentativo di creare una narrazione seriale attraverso l’uso della tecnologia Oculus con lo scopo di immergere l’utente in mondi virtuali in 3D a 360° (figura 3). *The Bomb*, di cui al momento è stato lanciato il *pilot*, è l’affascinante tentativo di creare una prima alfabetizzazione di prodotti seriali da fruire e “vivere” in Realtà Virtuale, una riflessione sui modi

¹³ È interessante notare come *Burkland* e *Canto di Natale* riprendano il formato dei *mobisodes*: ministorie, prodotte dalle compagnie telefoniche, da fruire esclusivamente sul cellulare. Uno degli esempi più famosi di *mobisodes* è stato *Missing Pieces* (2007-08): una serie “companion” della famosa serie Tv *Lost*, che aveva lo scopo di riempire alcuni passaggi mancanti (*missin pieces*, appunto) nella diegesi principale.

di organizzare uno storytelling a partire da quello che si può “girare” con il nuovo *device*. I visori Oculus hanno trovato una loro primissima applicazione nel mondo degli videogame, soprattutto nei cosiddetti “sparatutto”, e nella pornografia¹⁴, incentivando l’uso della soggettiva per vivere esperienze il più possibile immersive e plurisensoriali, ampliando il catalogo di quelle che Jullier (2006) in ambito postmoderno ha definito *immagini-sensazione*. Il passo dal “wow effect” della simulazione a 360° iperrealistica allo sviluppo di un linguaggio narrativo specifico è breve. Come afferma lucidamente Bernardelli in un’intervista su «EmergingSeries»:

Le potenzialità al momento sono tante, ma ancora sono tutte da sondare, anche perché siamo agli albori di questo nuovo mezzo. Posso rendere meglio l’idea con alcune comparazioni con il cinema delle origini: ad esempio, i fratelli Lumière all’inizio giravano il paesaggio urbano per far vedere che quello che mostravano non era una fotografia ma erano immagini in movimento. Il cinema all’inizio veniva considerato una sorta di teatro filmato, poi ha sviluppato i suoi codici tipici: il primo piano, il movimento della macchina da presa e il montaggio...Ecco anche noi al momento non sappiamo qual è il linguaggio specifico di questo *device* e la ricerca che vogliamo fare, per cui ci stiamo impegnando, è proprio la ricerca di questo linguaggio specifico¹⁵.

Il riferimento storico al cinema delle origini (quello delle “attrazioni”, per l’appunto) lascia intravedere una serie di affascinanti ricorsi storici, e sembra portare a compimento il sogno dello spettatore di “entrare” dentro le storie attraverso delle proiezioni digitali del sé (*avatar*). In conclusione, oltre ad abbattere i confini tra medialità

¹⁴ Per un approfondimento sulle relazioni tra tecnologie *wearable* e pornografia, si veda: M. Lino, *Porno nel virtuale. Wearable Media & Immersive Porn* (2015): <http://www.-doppiozero.com/materiali/commenti/porno-nel-virtuale>

¹⁵<http://www.emergingseries.net/index.php/articoli/item/558-the-bomb-la-webserie-immersiva-da-vivere-nella-realta-virtuale-intervista-a-guido-geminiani-e-paolo-bernardelli.html>

differenti, i passaggi tra reale e virtuale, tra spazio fisico e spazio non fisico, cominciano a essere fluidi, sempre più naturalizzati, andando così a definire nuove complesse relazioni tra corpi e macchine, e di cui la narrazione serializzata si propone di essere uno dei primi laboratori privilegiati per l'osservazione e uno dei possibili schemi interpretativi.

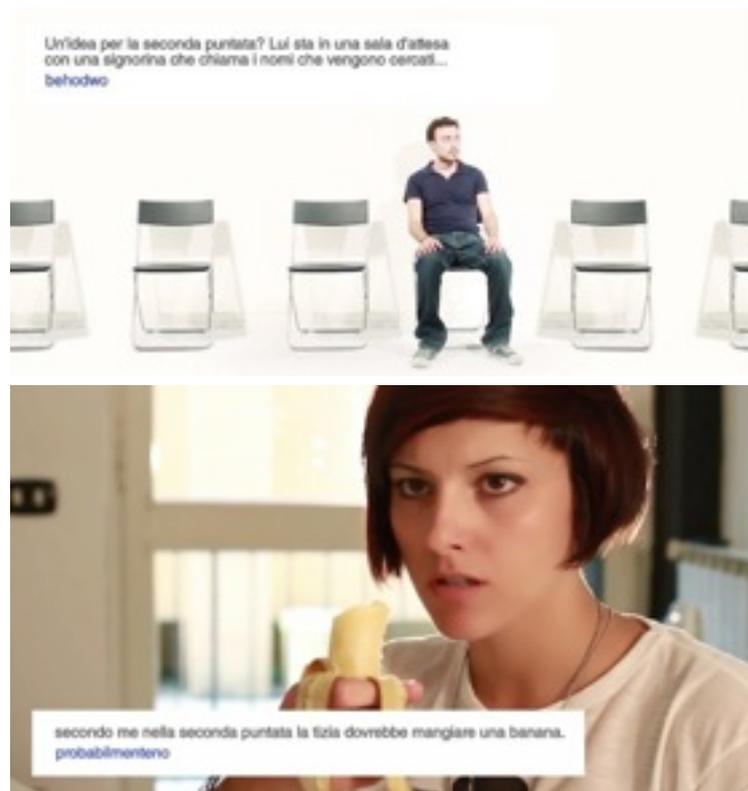


Figura 1: *Lost in Google*



Figura 2: *Canto di Natale*



Figura 3: *The Bomb*

Bibliografia

- Aarseth, Espen J., *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, John Hopkins University Press, Baltimore, 1997.
- Arcagni, Simone (ed), *I media digitali e l'interazione uomo-macchina*, Aracne, Roma, 2015a.
- Arcagni, Simone (ed), *Inside Webseries*, «EmergingSeries Journal», 2, 2015b.
- Arcagni, Simone, *Visioni digitali. Video, web e nuove tecnologie*, Einaudi Torino, 2016.
- Bolter, David J., Grusin, Richard, *Remediation. Understanding New Media*, MIT Press, Cambridge, 1999; tr. it. *Remediation. Competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*, Guerini e Associati, Milano, 2002.
- Bressa, Chiara, *Fare webserie. La nuova frontiera del filmare in modo indipendente: teoria e prassi*, Dino Audino, Roma, 2015.
- Canova, Gianni, *L'alieno e il pipistrello. La crisi della forma nel cinema contemporaneo*, Bompiani, Milano, 2000.
- Cleto, Fabio, Pasquali, Francesca, (eds) *Tempo di serie. La temporalità nella narrazione seriale*, Unicopli, Milano [in corso di pubblicazione]
- Eugeni, Ruggero, *La condizione postmediale. Media, linguaggi, narrazioni*, La Scuola, Brescia, 2015.
- Frezza, Gino (ed), *Endoapocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il postumano*, Areablu, Salerno, 2015.
- Giovagnoli, Max, *Crossmedia. Le nuove narrazioni*, Apogeo, Milano, 2009.
- Giovagnoli Max, *Transmedia. Storytelling e comunicazione*, Apogeo, Milano, 2013.
- Jenkins, Henry, *Convergence Culture. When Old and New Media Collide*, New York University Press, New York, 2006; tr. it. *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007.
- Jenkins, Henry, Ford, Sam, Green, Joshua, *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*, New York University Press, New York, 2013; tr. it. *Spreadable Media. I media tra condivisione, circolazione, partecipazione*, Apogeo, Milano, 2013.

- Jensen, Jens, *Interactivity. Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*, Nordicom Review, n.1, 1998.
- Jullier, Laurent, *L'écran post-moderne: Un cinéma de l'allusion et du feu d'artifice*, L'Harmattan, Paris, 1997; tr. it. *Il cinema postmoderno*, Kaplan, Torino, 2006.
- Koenitz, Hartmut, Ferri, Gabriele, Haahr, Mads, et al (eds), *Interactive Digital Narrative: History, Theory and Practice*, Routledge, London-New York, 2015.
- Landow, George, *Hypertext: The Convergence of Contemporary Critical Theory and Technology*, John Hopkins University Press, Baltimore, 1992; tr. it. *L'ipertesto: tecnologie digitali e critica letteraria*, Mondadori, Milano, 1998.
- Laurel, Brenda, *Computer as Theatre*, Addison-Wesley Professional, Boston, 2013, 2° edizione.
- Lino, Mirko (ed), *Vittima degli Eventi: analisi di un fenomeno crossmediale*, «EmergingSeries Journal», 1, 2015a.
- Lino, Mirko, *La fiction della webserie. Un percorso tra i generi*, in Arcagni Simone (ed), *Inside Webseries*, «EmergingSeries Journal», 2, 2015b
- Lino, Mirko, Mandalà, Giusy, *Le webserie e il queer*, in Catalogo Sicilia Queer '14, Palermo, 2014.
- Lino, Mirko, Mandalà, Giusy, *Le webserie interattive: intrattenimento, sperimentazione e immersività*, in Arcagni Simone (ed), *I media digitali e l'interazione uomo-macchina*, Aracne, Roma, 2015.
- Lughi, Giulio, *Interactive Storytelling*, in Arcagni Simone (ed), *I media digitali e l'interazione uomo-macchina*, Aracne, Roma, 2015.
- Manovich, Lev, *Software Takes Command*, Bloomsbury Academic, London, 2008; tr. it. *Software Culture*, Olivares, Milano, 2010.
- Martin, Sara (ed), *La costruzione dell'immaginario seriale contemporaneo. Eterotopie, personaggi, mondi*, Mimesis, Milano-Udine, 2014.
- McGonigal, Jane, *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, Barnes & Noble, New York, 2011.

- Mittel, Jason, *A Cultural Approach to Television Genre Theory*, in R. C. Allen, A. Hill (eds) *Television Studies Reader*, Routledge, New York-London, 2004.
- Montani, Pietro, *Tecnologie della sensibilità. Estetica e immaginazione interattiva*, Raffaello Cortina, Milano, 2014.
- Pizzo, Antonio, *Neodrammatico digitale. Scena multimediale e racconto interattivo*, Accademia University Press, Torino, 2013.
- Rose, Frank, *The Art of Immersion. How the Digital Generation Is Reading Hollywood, Madison Avenue, And the Way We Tell Stories*, Norton & Company, New York, 2010; tr. it. *Immersi nelle storie. Il mestiere di raccontare nell'era di internet*, Codice, Torino, 2013.
- Tirino, Mario, *L'Ur-script. The Walking Dead dal fumetto alla serie tv*, in Frezza Gino (ed) *Endoapocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il postumano*, Areablu, Salerno, 2015a.
- Tirino, Mario, *La carne, la carta, gli schermi, The Walking Dead e i media*, in Frezza Gino (ed) *Endoapocalisse. The Walking Dead, l'immaginario digitale, il postumano*, Areablu, Salerno, 2015b.

Sitografia

- Adam, Douglas, *How to Stop Worrying and Learn to Love the Internet*, 1999: <http://www.douglasadams.com/dna/19990901-00-a.html>
- Arcagni, Simone., *The Scape: nel mondo delle web series*, «Technonews», 2013:<http://www.technonews.it/2013/06/17/the-scape-nel-mondo-delle-web-series/>
- Arcagni, Simone, Lino, Mirko, Mandalà, Giusy, *Web serie: mercato e Rete*, in «Technonews», 2013a: <http://www.technonews.it/2013/10/21/speciale-web-series-mercato-e-Rete/>
- Arcagni, Simone, Lino, Mirko, Mandalà, Giusy, *I nuovi mercati della Rete*, in «Technonews», 2013b: <http://www.technonews.it/2013/10/28/nuovi-mercati-della-Rete/>
- Bieber, Todd, *Lets Kill the Webseries*, 2015: <http://filmmakermagazine.com/92540-lets-kill-the-web-series/#.VsyZ1PnhDIU>
- Keck, Julie, *Is the Term Webseries Dead?*, 2015: <http://www.videoedge.net/news/production/term-web-series-dead/360359>
- Lino, Mirko, *Porno nel virtuale. Wearable Media & Immersive Porn*, 2015a: <http://www.doppiozero.com/materiali/commenti/porno-nel-virtuale>
- Lino, Mirko, *The Bomb. La webserie immersive da vivere nella Realtà Virtuale. Intervista a Guido Geminiani e Paolo Bernardelli*, 2015b: <http://www.emergingseries.net/index.php/articoli/item/558-the-bomb-la-webserie-immersiva-da-vivere-nella-realta-virtuale-intervista-a-guido-geminiani-e-paolo-bernardelli.html>
- Rawson, James, *The Webseries Are Dying – And Netflix and Amazon Prime Are Responsible* (2014): <http://www.theguardian.com/tv-and-radio/tvandradioblog/2014/sep/12/the-web-series-is-dying-and-netflix-and-amazon-prime-are-responsible>

L'autore

Docente a contratto di Storia del Cinema e Critica Letteraria (Università dell'Aquila); cultore della materia Cinema e Media (Università di Palermo). Ha pubblicato la monografia *L'apocalisse postmoderna tra letteratura e cinema. Catastrofi, oggetti, metropoli, corpi* (Le Lettere, Firenze, 2014); ha curato (con Stefano Ercolino, Massimo Fusillo, Luca Zenobi) il volume, *Imaginary Films in Literature* (Brill-Rodopi, Amsterdam, 2016). Collabora con riviste di cinema, letteratura, web; con festival di cinema e webfest. È caporedattore della rivista sul digital storytelling «EmergingSeries Journal».

L'articolo

Data invio: 31/01/2016

Data accettazione: 15/04/2016

Data pubblicazione: 31/05/2016

Come citare questo articolo

Lino, Mirko, "Webseries, Original Series e Digital Series: le forme delle narrazioni seriali nel web", *Forme, strategie e mutazioni del racconto seriale*, Eds. A. Bernardelli – E. Federici – G. Rossini, *Between*, VI.11 (2016), <http://www.betweenjournal.it>