

# Reiterazione e innovazione nei franchise transmediali.

## Le serie televisive del Marvel Cinematic Universe

PAOLA BREMBILLA

Università di Bologna  
p.bremilla@unibo.it

doi: <https://doi.org/10.62336/unibg.eac.32.504>

### Parole chiave

Narrazioni seriali  
Franchise  
Marvel Cinematic Universe  
Serie televisive  
Proprietà intellettuali

### Keywords

Serial narratives  
Media franchise  
Marvel Cinematic Universe  
TV series  
Intellectual properties

### Abstract

In questo articolo si prende in considerazione il caso delle serie televisive del Marvel Cinematic Universe per indagare i movimenti e le negoziazioni, nei franchise mediali, fra due concetti apparentemente opposti: reiterazione e innovazione. Nella prima parte si inquadra il fenomeno all'interno degli studi sulle narrazioni seriali, che permettono di mettere in evidenza l'intrinseca natura duale dei testi aperti, di lunga durata, che reiterano formule ricorsive ma, allo stesso tempo, propongono costanti variazioni. Nella seconda, si impiegano strumenti dei *media industry studies* e degli studi sui franchise per comprendere le dinamiche di proprietà e condivisione delle *intellectual properties* su diversi media. Costruiti questi *framework*, si analizzano le diverse fasi di produzione delle serie TV legate al Marvel Cinematic Universe: il broadcasting con il network ABC, la tv via cavo con il canale Freeform, le piattaforme di streaming con Hulu, Netflix e Disney+. Ci si sofferma quindi sulle modalità in cui le esigenze di ogni singolo canale hanno un impatto sulle narrazioni e sul loro rapporto con i testi filmici. Questo permette, infine, di valutare il ruolo della produzione televisiva all'interno del franchise transmediale.

In this article I take the case of the television series of the Marvel Cinematic Universe to investigate the movements and negotiations, in media franchises, between two seemingly opposing concepts: reiteration and innovation. First, I frame the phenomenon within the main theories on serial narratives, to highlight the inherent dual nature of open-ended, long-lasting texts that reiterate recursive formulas but, at the same time, offer constant variations. Second, I draw on tools from media industry studies and franchise studies to understand the dynamics of ownership and sharing of intellectual properties across different media. Third, I analyze the TV series related to the Marvel Cinematic Universe, focusing on the specifics of each type of television involved: broadcasting with the ABC network, cable TV with the Freeform channel, and streaming platforms with Hulu, Netflix, and Disney+. I focus on how the needs of each individual channel impact narratives and their relationship to filmic texts. This allows me, finally, to assess the role of television production within the franchise.

## 1. Introduzione

Nel 2014, Mark Harris, in un saggio pubblicato sulla rivista online *Grantland*, parla di una “*televisionification* dei blockbuster” per descrivere il fenomeno dei franchise senza fine, le cui uscite cinematografiche sono scandite da ritmi episodici propri delle serie televisive. Hollywood, quindi, che cerca di adottare le strategie di aggancio e fidelizzazione del pubblico propri dei network televisivi, con gli stessi meccanismi fatti di appiattimento delle narrazioni a formule replicabili, nella speranza che le audience continuino a desiderare sempre più dello stesso. Nel 2015, Derek Johnson riprende l’argomentazione di Harris e, in un articolo su *Flow*, ribatte che invece il franchise hollywoodiano è un esempio di equilibrio fra stasi formulaica e dinamismo iterativo. Prendendo l’esempio della svolta nella rappresentazione e inclusione delle diversità, soprattutto in termini di genere ed etnia, dei franchise di supereroi, Johnson sostiene che si tratta di

un cambiamento basato su analisi di mercato e valutazioni calcolate dei rischi, ma che dovrebbe essere riconosciuto come qualcosa di diverso da un semplice *more of the same*. Il franchising, che si sviluppa nel tempo attraverso decenni di strategie industriali, è un luogo in cui possiamo osservare i cambiamenti nelle culture, nelle logiche e nelle tradizioni aziendali (Johnson 2015).

L’analisi di Johnson scaturisce dal testo *Media Franchising* (2013), in cui sostiene che gestire le proprietà intellettuali (da qui in poi, IP) di un franchise mediale significa gestire delle molteplicità che scaturiscono non solo dalla diversificazione delle produzioni, ma anche relazioni strategiche tra gli agenti coinvolti nelle culture aziendali. Se i franchise sono meccanismi che guidano una continua elaborazione culturale e creativa da istanze diverse, la molteplicità è necessariamente definita da tensioni fra testo e contesto, da opposizioni nei vari agenti di produzione, da negoziazioni fra industria e pubblico. Per questo, essi vanno letti come universi persistenti ma in evoluzione, soggetti a continue negoziazioni di significato. Non una stasi reiterativa, quindi, ma una dialettica fra proprietà e condivisione, in cui gli agenti coinvolti negoziano costantemente la loro posizione (economica, produttiva, creativa, identitaria) all’interno sia degli apparati industriali, sia degli universi finzionali

da essi generati, risultando tanto in formule standard di sicuro successo quanto in evoluzioni e innovazioni (Cfr. Johnson 2013).

A partire da tali spunti, in questo articolo consideriamo il caso delle serie televisive dell’universo condiviso Marvel (il cosiddetto Marvel Cinematic Universe, da qui in poi MCU) per indagare i movimenti e le negoziazioni nei franchise mediali fra due concetti apparentemente opposti, quello di *reiterazione* e quello di *innovazione*. Il MCU è un oggetto di osservazione privilegiato in quanto la sua portata, che copre cinema, televisione, piattaforme, fumetti, giochi analogici e digitali ecc., è una strategia multidimensionale: a livello industriale, gli episodi del franchise contribuiscono alla visibilità culturale del brand Marvel e producono effetti sistemici per tutti i prodotti che presentano i personaggi e i loghi del marchio. A livello testuale, il MCU funziona come una versione ipertrofica del serial, in cui le IP vivono in un universo narrativo condiviso da più oggetti testuali multimediali. Inoltre, la sua estensione temporale fa sì che culture produttive e design narrativo cambino a seconda di esigenze in mutamento. Se diversi studi si sono già concentrati sulle novità, non sempre efficaci, portate dal MCU in termini di rappresentazione (McSweeney 2018, Saunders 2019, Meyer 2020, Jankowski 2022), ciò che intendiamo fare qui è spostare lo sguardo sui media e i loro linguaggi e, in particolare, sul ruolo della televisione all’interno del franchise. Riteniamo infatti che una delle complessità dell’indagine di testi molteplici, come quelli appartenenti all’universo condiviso del MCU, sia la loro estensione temporale e spaziale su media differenti, ognuno con le proprie esigenze, le proprie politiche, i propri target, i propri linguaggi. Quando questi media sono parti di una narrazione che deve risultare coesa, emergono allora delle dinamiche evolutive per la ricerca di equilibrio fra ripetizione che crea continuità e innovazione che stimola incertezza e desiderio di proseguire.

Al fine di costruire un quadro di analisi il più possibile sistemico, impieghiamo strumenti per l’analisi delle lunghe narrazioni seriali (Eco 1985; Cardini 2004; Dall’Asta 2009; Kelleter 2017), coniugandoli a *framework* relativi ai *media industry studies* (Grainge 2007; Cucco 2020), agli studi sui franchise (Johnson 2013; Jenkins 2016; Freeman 2017) e ai *television studies* (Brembilla 2018; Jenner 2018). Ci concentriamo quindi sul MCU prima come sistema commercia-

le e narrativo transmediale, poi sul suo ecosistema televisivo, con un approfondimento sul rapporto e gli scambi fra televisione, piattaforme *over-the-top* (OTT) e cinema. In conclusione, discutiamo come i meccanismi formulaici dei media coinvolti siano intrinsecamente portatori di reiterazione e innovazione.

## 2. Una questione di serialità

Le narrazioni dei franchise mediali, siano esse legate a un singolo medium o transmediali, hanno una caratteristica di base: l'organizzazione dei contenuti di tipo seriale. La serializzazione dei racconti inizia molto prima della televisione, con prodotti culturali nati da processi per la produzione veloce e in serie, a catena, per soddisfare una domanda sempre crescente – si pensi ai fumetti, ai romanzi a puntate di fine Ottocento, così come ai film seriali dei primi del Novecento. Le industrie che producono cultura di massa comprendono subito la necessità di "aggancio" dei consumatori sul lungo termine. In particolare, capiscono che la suddivisione delle produzioni

in piccoli frammenti uguali tra loro non nel contenuto, ma nel formato, [mantiene] vivi l'interesse e la curiosità per sapere cosa succederà dopo, accrescendo l'attaccamento e l'affezione alla storia, e moltiplicano in maniera esponenziale il consumo del supporto che la contiene: il giornale, il cinema, la radio, il disco, la televisione ecc. (Cardini 2004: 19).

Il paradigma seriale, in questo senso, diventa il modello produttivo per eccellenza delle industrie culturali popolari, portando allo sviluppo di tecniche di standardizzazione dei processi e dei modelli per ridurre al minimo, da una parte, la variabilità del processo produttivo e, dall'altra, il rischio di insuccesso. I format si fanno standard, ricalcando modi di produzione e di racconto di successo al fine di rendere prevedibile il comportamento del prodotto sul mercato, nonché per fornire agli autori una serie di parametri che possano guidare e facilitare il loro lavoro (Dall'Asta 2009: 37).

Dal punto di vista narrativo, questo risulta nelle caratteristiche fondamentali della serialità: ripetizione, ricorsività, reiterazione, eterni ritorni del già noto, schemi formulaici e meccanismi prevedibili racchiusi in formati standard con archi narrativi, tropi, linguag-

gi e regole ricorrenti. Per dirla come Umberto Eco:

Nella serie l'utente crede di godere della novità della storia mentre di fatto gode per il ricorrere di uno schema narrativo costante ed è soddisfatto dal ritrovare un personaggio noto, con i propri tic, le proprie frasi fatte, le proprie tecniche di soluzione dei problemi (Eco 1985, 130).

Questa breve (e non certo esaustiva) ricognizione ci aiuta a introdurre un punto cruciale della lettura critica dei testi seriali: l'idea che siano produzioni di basso valore culturale poiché standardizzate nelle pratiche industriali e nei formati, nonché perché costruite *ad hoc* per generare valore economico. Si tratta di quello che Amanda Ann Klein e R. Barton Palmer (2016) sostengono essere il problema di percezione dei testi che appaiono come multipli, visti con sospetto perché rifiutano di finire, negando il tipo di chiusura necessaria per analizzare una forma estetica stabile. Essi, al contrario, non hanno limiti definiti: le narrazioni possono essere ri-raccontate, riconfigurate e diffuse, indipendentemente dal numero di volte in cui sembrano arrivare a un finale (Ivi: 12). Tuttavia, è questa caratteristica che ci porta a riconoscere una peculiarità, una sfida, delle narrazioni seriali: dal momento che sono sempre, potenzialmente, riproducibili e "aperte", analizzarle significa lavorare su obiettivi in movimento, che non tendono né alla chiusura né alla forma definitiva. Si tratta certamente di strutture che sono progettate su formati standard, da "fabbrica". Allo stesso tempo, però, proprio data la loro natura aperta e prolungata nel tempo, sono soggette a perpetui cambiamenti. Come sostiene Frank Kelleter (2017) queste narrazioni esistono non solo come strutture programmatiche, ma anche come ambienti aperti i cui progetti continuano a cambiare in interazione con le azioni che esse stesse mettono in moto. In questo senso, l'effetto di unità strutturale non è nella loro composizione ontologica; piuttosto, esso è (ri)prodotto dalla serialità e dai suoi vari agenti di continuazione nell'atto della narrazione in evoluzione (Ivi, 100-102). Da questo punto di vista, quindi, vediamo come i testi seriali possono essere letti come testi complessi, risultato di un costante equilibrio fra ricorrenza e cambiamento, tra formulaicità e dinamismo. A questo proposito, è ancora Eco a parlare di "innovazione nel seriale" non tanto nel gioco delle previsioni sul finale di un determinato raccon-

to, ma nel godimento dell'esecuzione delle azioni per arrivare a quel finale, in una serie di strategie intese a creare un rapporto con l'utente critico che riesce a rintracciare l'innovazione anche all'interno del suo sistema di aspettative (1985: 32).

### 3. Una questione di franchising

Abbiamo definito i testi seriali come obiettivi in movimento in quanto testi multipli e aperti, soggetti al cambiamento nonostante la loro natura produttiva programmatica e standardizzata. Il nostro caso di studio si colloca in questo quadro, ma è un quadro che, a sua volta, si sovrappone ad altre questioni. Le serie televisive del MCU, infatti, si collocano nel piano produttivo di un franchise transmediale, in cui le IP di una conglomerata sono riproposte e riadattate non solo su diverse produzioni, ma anche su diversi media, ognuno con regole industriali, linguaggi, estetiche, talvolta anche pubblici specifici. Inoltre, il canale distributivo per cui queste serie sono prodotte, Disney+, è da prendere in considerazione, da una parte, in relazione al suo status di OTT che risponde a specifiche regole ed esigenze editoriali; dall'altra, in relazione al suo status proprietario, quindi i suoi rapporti di sinergia e competizione. Nella nostra analisi sistemica dobbiamo allora rendere conto di queste ulteriori complessità, per mostrare in che modo l'interazione di questi livelli concorra al design delle produzioni.

Innanzitutto, la dimensione del franchise e dell'interazione fra testi. Il franchise mediale è un modello di produzione di contenuti basato sulla condivisione in licenza di IP fra diverse compagnie che lavorano in sinergia (Cucco 2020: 35-36). Tale integrazione industriale, che può essere sia proprietaria sia di affiliazione, si riflette nelle produzioni che sono concepite non solo come singoli prodotti, ma anche come parti di narrazioni più ampie, il cui accumulo risulta nella costruzione di universi immaginari (Freeman 2017: 95). Secondo la definizione formulata da Clare Parody:

Lo storytelling di un franchise può essere definito come la creazione di narrazioni, personaggi e ambientazioni che possono essere utilizzati sia per generare sia per dare identità a grandi quantità di prodotti mediali e merchandise interconnessi, dando luogo a un'esperienza narrativa prolungata, multitestuale e multimediale (Parody 2011: 104).<sup>1</sup>

Non la sola visione, autosufficiente, di un contenuto, ma una esperienza continuativa, coesa, anche se eterogenea nelle sue forme, perché progettata sistematicamente nell'aggregazione di più testi, su più piattaforme mediali. Creazioni di questo tipo, che vanno a costituire un capitale culturale distintivo, si inseriscono nella coscienza e nello stile di vita dei consumatori, affinché questi continuino a investire tempo e denaro nel franchise. Si tratta di un ambiente commerciale esteso racchiuso in un brand multiforme, che si esplica nell'idea di una esperienza di "intrattenimento totale" (Grainge 2007: 54) caratterizzata non da singole transazioni (es. la vendita del biglietto per vedere un film al cinema), ma dalla somma delle attività correlate che vi fanno riferimento, un processo che si svolge senza sosta attraverso una miriade di punti di contatto ed entrata in un franchise (Jenkins 2006: 63-64).

Sono questi i principi che la Walt Disney Company introduce fin dagli anni Venti, quando inizia ad accumulare proprietà e a concentrare sempre più il loro controllo (Cfr. Wasko 2020). Per proprietà intendiamo qui non solo le IP, ma anche compagnie che operano in settori utili alla Disney per assumere la conformazione di conglomerata mediale intersettoriale. Dagli anni Ottanta e Novanta, la strategia di integrazione Disney si muove sul lato della distribuzione, con l'acquisizione di importanti canali su diversi media, come il network televisivo ABC. Per quanto riguarda i contenuti, dagli anni Duemila la strategia non è più solo quella di creare IP o di prenderle dal dominio pubblico (es. personaggi delle fiabe come Cenerentola, Biancaneve, ecc.), ma anche di acquisire aziende che possiedono risorse di valore. Su tutte, due compagnie che detengono il controllo di altrettanti franchise estremamente popolari: la Lucasfilm con l'universo *Star Wars* e la Marvel con i suoi supereroi dei fumetti. A questa conformazione industriale corrisponde la possibilità di creare un franchise transmediale in quanto esperienza duratura e aggregata, che può sfruttare a pieno tutte le proprietà aziendali e intellettuali Disney.

Dal punto di vista narrativo, il MCU può essere visto come un tentativo di trasferire le logiche della narrazione seriale, in questo caso stabilite nel medium dei fumetti di supereroi, al cinema e in televisione. Come i fumetti, il MCU è organizzato in sotto-serie le cui narrazioni si svolgono all'interno di una diegesi con-

divisa. Nell'universo comune, gli eventi dei testi sono in continuità, le singole opere interagiscono fra loro, personaggi e oggetti si spostano da una sotto-serie all'altra (Brinker 2021: 208). Il progetto dell'universo condiviso è strutturato in fasi, sia produttive che narrative, delimitate dall'uscita di film che seguono le vicende di singoli supereroi (Iron Man, Captain America, Thor, Black Panther, i Guardiani della Galassia, Captain Marvel, Spider Man...), poi riuniti nei crossover corali *The Avengers* (Joss Whedon 2012), *The Avengers: Age of Ultron* (Joss Whedon 2015), *The Avengers: Infinity War* (Anthony e Joe Russo 2018) e *The Avengers: Endgame* (Anthony e Joe Russo 2019). Fra le uscite dei film, le connessioni e la continuità dell'universo è mantenuta da serie TV, cortometraggi, fumetti *tie-in*. In questa architettura emerge una componente strategica di sfruttamento delle risorse (le IP Marvel) in relazione a determinate esigenze di media e mercato, che influiscono sulle modalità produttive e distributive dei prodotti. All'interno di questo macro-livello, che fornisce l'architettura portante dell'universo condiviso, troviamo i micro-livelli dei singoli testi che funzionano sia su una dimensione "chiusa", quella dei prodotti fruibili singolarmente, sia su una "aperta", in quanto matrici di possibili nuove espansioni. Lo svolgimento seriale del MCU nel mezzo cinematografico è relativamente lineare; tuttavia, l'espansione transmediale complica questa linearità introducendo ulteriori modelli di serializzazione.

#### 4. L'espansione televisiva

Il 24 settembre 2013 debutta sul network broadcast ABC la serie *Marvel's Agents of S.H.I.E.L.D.* (2013-2020) primo spin-off televisivo del MCU incentrato sull'organizzazione segreta che coordina le attività degli Avengers. La serie è prodotta da ABC Television Studios, Marvel Television e dalla Mutant Enemy Production di Joss Whedon che, insieme a Jed Whedon e Melissa Tancharoen, figura come creatore. Dal punto di vista narrativo, prende il via dalla fine del film *The Avengers*, diretto proprio da Joss Whedon, riprendendone alcuni personaggi secondari. Di base, gli episodi della serie seguono il formato del poliziesco televisivo ibridato al fantascientifico, con 22 episodi a stagione che mettono in scena, ognuno, un caso settimanale da risolvere e alcune linee narrative che perdurano invece su più stagioni. Sono queste *storylines* che,

spesso, si intrecciano con i capitoli della saga cinematografica e puntano a riempire i "buchi" fra l'uscita dei vari film. Il rapporto gerarchico fra cinema e televisione è evidente: la serie funziona come un testo a sé, che non influenza quello che succede nei film. Eppure, a ogni uscita cinematografica del MCU, essa subisce delle ripercussioni. Già a metà della prima stagione, per esempio, arriva un *crossover* con il film appena distribuito *Captain America: The Winter Soldier* (Anthony e Joe Russo 2014), le cui vicende alterano parte del MCU. Queste trovano un ideale seguito nella serie, che riprende le fila dei colpi di scena del lungometraggio per restarne inevitabilmente alterata. *Marvel's Agent of S.H.I.E.L.D.* rispecchia il formato della lunga serialità broadcast che, nel suo perdurare e nel suo processo produttivo settimanale che anticipa di poche settimane la messa in onda della puntata, è in grado di incorporare nella narrazione input esterni diversificati (Brembilla 2018: 30-40), come appunto le esigenze di coordinamento con l'universo Marvel cinematografico.

Ancora prodotta da Marvel Television e ABC Studios, la seconda espansione televisiva del MCU è *Marvel's Agent Carter* (ABC, 2015-2016), che sviluppa un altro personaggio secondario, Peggy Carter, fondatrice dello S.H.I.E.L.D. introdotta in *Captain America: the First Avenger* (Joe Johnston 2011). Il formato della serie implica un rapporto diverso con il filone di origine. Il network la presenta come una miniserie evento di otto episodi, teoricamente autoconclusiva anche se poi rinnovata per una seconda e ultima stagione di dieci episodi. Il processo produttivo della miniserie prevede che l'intera stagione sia pronta prima della messa in onda, impedendo di fatto l'interazione contingente con i film in uscita. Inoltre, narrando le vicende della giovane Peggy Carter nel 1946, la serie è un prequel degli eventi dei film e di *Agents of S.H.I.E.L.D.*, cosa che rende difficile un'interazione diretta. L'appeal, però, è qui nel racconto di un'eroina che ancora non trova spazio per un film tutto suo, ma che in televisione si allinea al target perlopiù femminile di ABC e, in generale, al filone della serialità che mette in scena donne forti, in racconti di emancipazione ed *empowerment* che si inseriscono in generi tradizionalmente "maschili" come, in questo caso, quello dell'azione e dello spionaggio. Sulla televisione broadcast, il MCU si espande quindi attraverso IP "secondarie" che, sfruttando le possibilità del medium,



sono sviluppate per creare narrazioni parallele. Da un lato, esse riempiono i periodi di attesa fra le uscite cinematografiche e, dall'altro, agganciano nuovi, potenziali, segmenti di pubblico. In questo senso, vanno citate anche serie che portano in televisione delle IP inedite: *Marvel's Cloak and Dagger* (2018-2019) è un teen drama che va in onda sul Freeform, rete via cavo di ABC focalizzata su un pubblico giovane e di famiglie; *Marvel's Runaways* (2017-2019) tiene la stessa linea su Hulu, la piattaforma di streaming prima di tre network statunitensi, ora di intera proprietà Disney.<sup>2</sup> Le due serie sono connesse sia fra di loro, sia con quelle di ABC, mentre non sono mai alterate dagli eventi cinematografici. La loro funzione non è tanto quella di intercettare un pubblico generalista, ma di allargare l'universo a bacini "di nicchia", come i pubblici dei canali via cavo specializzati e delle prime piattaforme di streaming.

### 5. La collaborazione con Netflix

Le serie appena viste sono espansioni dirette nel MCU, in grado di mantenere una coerenza e una continuità creativa con la saga cinematografica grazie al rapporto di proprietà tra la Walt Disney Company, la Marvel Television, il network ABC e la piattaforma Hulu. Visto però il potenziale finanziario del continuo sfruttamento di IP Marvel, la conglomerata non è esente da strategie di cooperazione, come nel caso di Netflix, a cui cede i diritti per la distribuzione di cinque serie prodotte da Marvel Television e ABC Studios, incentrate su altrettanti personaggi: *Daredevil* (2015-2018), *Jessica Jones* (2015-2019), *Luke Cage* (2016-2016), *Iron Fist* (2017-2018), *The Punisher* (2017-2019); i primi quattro supereroi sono infine riuniti nella miniserie crossover *The Defenders* (2017). Nonostante la connessione narrativa con il MCU non sia esplicitata nelle linee narrative, questa è palesata attraverso alcune battute dei personaggi che riconoscono di appartenere a un mondo in cui esistono gli Avengers. La differenza è che quello dei Defenders è una sorta di "sobborgo" del mondo patinato dei blockbuster, in cui le cose sono molto diverse: il crimine non viene da creature aliene, ma da malavita locale; i superpoteri non sono spettacolari, ma tormentano emozionalmente i supereroi stessi; le atmosfere non sono quelle dei rassicuranti generi per famiglie, ma dei *crime dramas* con risvolti psicologi-

ci. Le produzioni Marvel-ABC su Netflix rispondono infatti alle esigenze di distinzione della piattaforma (Brembilla 2018: pp. 82-91; Jenner 2018) presentando forme, temi e contenuti che valgono loro la certificazione TV-MA ("Contenuto per un pubblico adulto"). Anche i discorsi intorno alle serie rimarcano questa differenza, ad esempio Steven DeKnight, showrunner di *Daredevil* dichiara: "Volevamo realizzare uno show letteralmente più *dark* di quello che avremmo visto su un network televisivo"<sup>3</sup> (Britton 2015); Lauren Weeks, production designer, aggiunge: "Non sono le cose che si vedono in *Agents of S.H.I.E.L.D.*, ma quelle che si vedono [nella vita di] tutti i giorni"<sup>4</sup> (Ibidem). Per la Disney la collaborazione rappresenta dunque una nuova possibilità di sfruttare le IP, diversificare la produzione attraverso un canale distributivo che permette modalità di rappresentazione differenti e allargare così il bacino d'utenza del franchise. Il MCU è reiterato ma, allo stesso tempo, le modalità di rappresentazione, le atmosfere, anche i target cambiano, ponendosi come ulteriore versione dello stesso mondo.<sup>5</sup>

### 6. L'ecosistema Disney+

Con il lancio della piattaforma proprietaria Disney+ nel novembre 2019, la Walt Disney Company inizia l'operazione di recupero delle sue IP per farle convergere in un unico spazio di consumo. Il controllo delle *properties*, sia dal punto di vista produttivo che distributivo, è infatti centrale: il valore delle library delle piattaforme di streaming, da Netflix a Prime Video fino ai servizi dei singoli broadcaster o case di produzione, è dato infatti dalla combinazione di abbondanza e diversificazione di contenuti (l'idea che ci sia sempre qualcosa da vedere, per tutti, per mantenere l'utente all'interno dell'ecosistema della piattaforma) ma anche dalla rilevanza di determinate risorse di valore che attraggono l'utente verso una piattaforma piuttosto che la sua concorrente. Dalla sua, la Walt Disney Company ha l'abbondanza delle IP, che allo stesso tempo vantano un forte valore simbolico e culturale: quello dell'immaginario sia del suo brand tradizionale (i "classici" Disney), sia degli *assets* e dei franchise di più recente acquisizione (Pixar, Lucasfilm, Marvel, Fox). In questo paradigma, i contenuti sono "impacchettati" in un ecosistema di consumo basato su un marchio noto e la connessione narrativa

fra i testi dello stesso franchise è un valore aggiunto per mantenere l'utente all'interno della piattaforma. Tenendo presente queste considerazioni, possiamo notare come Disney+ abbia di fatto cambiato le modalità narrative transmediali del MCU attraverso le serie prodotte, questa volta, esclusivamente dai Marvel Studios.

La prima serie originale Disney+ legata al MCU è *WandaVision* (2021) che, nel formato della miniserie, si colloca dopo gli eventi di *Avengers: Endgame* e vede le vicende di due degli *Avengers* "minori", Wanda Maximoff e Vision. Il compito di *WandaVision* non è solo quello di portare avanti la storia dei due personaggi, ma anche di posizionare Disney+ nel MCU e nel mercato dell'intrattenimento, puntando su un originale che fa parlare di sé. La miniserie è una operazione narrativamente sofisticata: si parla di elaborazione del lutto attraverso nove episodi, ognuno un omaggio a un decennio (circa) di sitcom statunitensi – da *I Love Lucy* a *Bewitched*, da *The Brady Bunch* a *Malcolm in the Middle*, fino a *Modern Family*, solo per citarne alcune. Metatestualità, intertestualità, profondità psicologica, scrittura e regia raffinate, che valgono alla serie il plauso della critica e diversi premi prestigiosi, si mescolano a stilemi del franchise Marvel, portando avanti la narrazione e, allo stesso tempo, dichiarando che è iniziata una nuova fase del MCU in cui la televisione, o meglio Disney+, ha la stessa dignità del cinema. Ciò che succede in *WandaVision* ha dirette conseguenze sul film *Dr. Strange in the Multiverse of Madness* (Sam Raimi 2022), le cui vicende sono causate da quanto successo al personaggio di Wanda nella miniserie. Su Disney+, segue l'action drama *The Falcon and The Winter Soldier* (2021), in cui i due *Avengers* del titolo, così come l'intero universo narrativo, affrontano la vita senza Steve Rogers nel tentativo di trovare il nuovo Captain America. La miniserie dai toni *spy-action* riprende le atmosfere dei film di Captain America e le mescola alle regole degli episodi televisivi. Il finale non solo introduce nuove minacce per il MCU, ma anche un nuovo Captain America, protagonista del film *Captain America: New World Order* (Julius Onah 2025). La serie successiva, *Loki* (2021-), è un crime thriller fantascientifico basato sui viaggi fra mondi paralleli in cui esistono diverse versioni dello stesso personaggio. La serie apre la fase del Multiverso, in cui le stesse IP sono adattate in più versioni – un modo per generare uno sfrutta-

mento narrativo e monetario continuo a partire dalle stesse basi. Nell'agosto 2021 si passa all'animazione con *What If...?*, serie antologica in cui, in ogni episodio, una linea narrativa del MCU è immaginata in un'altra versione a partire dalla domanda "Cosa sarebbe successo se...?". Ad esempio, cosa sarebbe successo se Peggy Carter, anziché Steve Rogers, fosse diventata Captain America?. I personaggi sono raffigurati con le medesime fattezze degli attori che li hanno interpretati nel MCU, che sono anche i loro doppiatori. Nonostante dal *live-action* si passi all'animazione, anche alcuni "scenari immaginari" di *What If...?* hanno un ruolo in *Dr. Strange in the Multiverse of Madness*, in cui, ad esempio, in un universo parallelo compare proprio Peggy Carter nel ruolo di Captain America. Alla fine del 2021 arriva, puntuale come in un palinsesto televisivo, lo speciale di Natale: *Hawkeye* riprende l'omonimo personaggio e lo mostra cambiato, indebolito anche da una sordità dovuta alle vicende di *Endgame*. Hawkeye affianca e fa da mentore a una nuova entrata, Kate Bishop, con la quale deve affrontare i nemici e risolvere la situazione per tornare dalla sua famiglia in tempo per Natale. Stabiliti i principi di base con *WandaVision*, le serie del 2021 sono il motore dei cambiamenti dell'intero universo narrativo post-*Endgame*.

Dal 2022, la tendenza è quella dello sfruttamento delle IP attraverso l'introduzione di nuovi personaggi. *She-Hulk. Attorney at Law* (2022) è un legal drama che vede protagonista Jennifer Walters, appunto She-Hulk, cugina dell'*Avenger* Bruce Banner/The Hulk – il quale effettivamente compare nei primi episodi. Come da formato e genere televisivo, la protagonista, un'avvocata, affronta in ogni episodio un caso della settimana, insieme a una linea narrativa più lunga che si dipana nel corso dell'intera stagione. Anche in questo caso, la narrazione è particolarmente sofisticata nella sua metatestualità e intertestualità: la protagonista si rivolge al pubblico guardando in camera e non si esime dal fare continui commenti relativi sia al genere televisivo del legal drama, sia al mondo Marvel. Va infine citata *Ms. Marvel* (2022), sviluppata sul modello delle teen drama, ibridato anche in questo caso all'action. La protagonista è l'adolescente Khamala Khan, una accanita fan degli *Avengers* che, a sua volta, si ritrova ad avere dei superpoteri. I livelli di analisi sono molteplici: Kamala è una delle poche supereroine mainstream a essere di ori-

gine pakistana e musulmana; le sue storie affrontano temi di identità, cultura, religione, famiglia e le sfide che gli adolescenti affrontano nella società contemporanea. Lei stessa, inoltre, è una messa in scena del mondo del fandom Marvel, che a sua volta può essere considerato un agente di cambiamento quando rielabora la produzione "canonica" (cfr. Brembilla 2023). Infine, va rimarcato che la vicenda si intreccia a quella del mondo di Carol Danvers/Captain Marvel, andando così a influenzare gli sviluppi futuri dell'Avenger nel film *The Marvels* (Nia DaCosta, 2023).

## 7. Conclusioni

Le ramificazioni televisive del MCU sono la rappresentazione delle varie forme di espansione proprietaria della Walt Disney Company. Dal punto di vista industriale, sono un ulteriore sbocco per le IP Disney-Marvel; dal punto di vista narrativo, sono uno strumento per espandere l'universo condiviso. Le dinamiche di questi meccanismi rispondono alle esigenze dei media coinvolti, e in particolare degli agenti che vi operano: da ABC a Freeform, da Hulu a Netflix. In questa prima fase di espansione, il rapporto gerarchico è netto: le serie sono collocate, anche solo idealmente, all'interno del MCU, ma non ne influenzano davvero le sorti cinematografiche. Piuttosto, esse funzionano come produzioni che impiegano il brand dell'universo condiviso per rafforzare la programmazione o la library di un player. *Agents of Shield*, *Agent Carter* e le altre sono prima di tutto serie del canale che le manda in onda, ciascuna con le proprie norme di chiusura o apertura episodica, i ritmi di messa in onda o pubblicazione, le necessità dei mercati e dei target di riferimento.

Le serie Disney+ portano diverse novità rispetto alle dinamiche del MCU. In primo luogo, la gerarchia è ribaltata in favore delle serie TV come motore narrativo per i film successivi. Un meccanismo giustificato dal fatto che, effettivamente, i film Marvel sono ora raccolti nello stesso ecosistema di fruizione delle serie. Il collegamento non è più quindi necessariamente fra cinema e (poi) televisione, ma fra produzioni che, in formati diversi, sono comunque disponibili per la visione sulla stessa piattaforma. In secondo luogo, questo movimento ci porta a riflettere sulle forme specifiche di televisione e cinema. Le serie Disney+ reiterano i modelli televisivi (la sitcom, il legal dra-

ma, lo speciale di Natale, il teen drama...), così come reiterano i principi narrativi e industriali del blockbuster, in cui da una parte troviamo l'immediatezza e l'accessibilità delle storie narrate, dall'altra la costruzione di universi complessi che travalicano i confini del cinema per coinvolgere altri prodotti mediali, ogni volta cercando di fornire una versione ancora più stupefacente di quanto visto in precedenza (Cfr. Cucco 2010). In terzo luogo, proprio la combinazione fra televisione e blockbuster è ciò che spinge alla novità: i generi e i formati televisivi sono impiegati come dispositivi metatestuali e intertestuali, che stabiliscono quel "rapporto con l'utente critico" di cui parla Eco. Il blockbuster, a sua volta, diventa una formula per stupire il pubblico portando i suoi principi nelle narrazioni televisive, in linguaggi che sono sempre più liminari e coesi, come le storie che narrano. L'effetto della distribuzione ecosistemica e proprietaria di Disney+ porta quindi a rendere conto di movimenti testuali ed extratestuali reiterativi, appartenenti al regime della serialità, del franchise, del blockbuster e della tradizione di generi e formati televisivi; tuttavia, porta anche a riflettere sui movimenti innovativi nella ibridazione di questi stessi modelli, formulaici per definizione ma in evoluzione per loro stessa natura.



## Note

<sup>1</sup> Traduzione mia.

<sup>2</sup> La piattaforma Hulu debutta nel 2007 come joint venture di NBC Universal Television Group, Fox Broadcasting Company e Disney-ABC Television Group. Dal 2024, la compagnia appartiene interamente alla Walt Disney Company.

<sup>3</sup> Traduzione mia.

<sup>4</sup> Traduzione mia.

<sup>5</sup> A seguito della scadenza dei diritti di distribuzione per Netflix, nel 2022 Disney carica sulla sua piattaforma Disney+ tutte le serie dei Defenders, raccolte in una nuova collezione dal titolo *The Defenders Saga*.

## Bibliografia

- BREMBILLA P. (2018), *It's All Connected. L'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Franco Angeli, Milano.
- ID. (2023), "Le evoluzioni dei franchise mediali fra industria e pubblico. Il caso del Marvel Cinematic Universe", in CHIURATO A., BORTOLINI F. (a cura di), *Mediamorfosi. Adattamenti, trasposizioni e franchise nell'era della convergenza*, Pàtron Editore, Bologna, pp. 129 - 142.
- BRINKER F. (2021), "Transmedia Storytelling in the Marvel Cinematic Universe and the Logics of Convergence-Era Popular Seriality", in YOCKEI M. (ed.), *Make Ours Marvel. Media Convergence and a Comics Universe*, University of Texas Press, Austin (TX), pp. 207-233.
- BRITTON P. (2015), "Marvel, Wired? Daredevil and Visual Branding in the MCU", in *Antenna. Responses to Media Culture*, <https://blog.comarts.wisc.edu/2015/05/01/marvel-wired-daredevil-and-visual-branding-in-the-mcu/> (ultimo accesso 5/6/2023).
- CARDINI D. (2004), *La lunga serialità televisiva*, Carocci, Roma.
- CUCCO M. (2010), *Il film blockbuster. Storia e caratteristiche delle grandi produzioni hollywoodiane*, Carocci, Roma.
- ID. (2020), *Economia del film. Industria, politiche, mercati*, Carocci, Roma.
- DALL'ASTA M. (2009), *Trame spezzate. Archeologia del film seriale*, Le Mani, Genova.
- ECO U. (1985), "L'innovazione nel seriale", in ID., *Sugli specchi e altri saggi*, Bompiani, Milano, pp. 127-142.
- FREEMAN M. (2017), "A World of Disney: Building a Transmedia Storyworld for Mickey and His Friends", in BONI M. (a cura di), *World Building: Transmedia, Fans, Industries*, Amsterdam University Press, pp. 93-108.
- GRAINGE P. (2007), *Brand Hollywood: Selling Entertainment in the Global Age*, Routledge, New York-London.
- HARRIS M. (2014), "The Birdcage: How Hollywood's Toxic (and Worsening) Addiction to Franchises Changes Movies Forever in 2014", in *Grantland*, <https://grantland.com/features/2014-hollywood-blockbusters-franchises-box-office/> (ultimo accesso 5/6/2023).
- JANKOWSKI E. (2022), "Queerbaiting in the Marvel Cinematic Universe", in *Journal of Feminist Scholarship*, 20, DOI 10.23860/jfs.2022.20.11.
- JENKINS H. (2006), *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.
- JENNER M. (2018), *Netflix and the Re-Invention of Television*, Palgrave Macmillan, London.
- JOHNSON D. (2013), *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries*, New York University Press, New York.
- ID. (2015), "Stasis, Change and the Televisual Comic Book Franchising", in *Flow*, <https://www.flowjournal.org/2015/03/stasis-change-and-televisual-comic-book-film-franchising/> (ultimo accesso 5/6/2023).
- KELLETER F. (2017), "From Recursive Progression to Systemic Self-Observation: Elements of a Theory of Seriality", in *The Velvet Light Trap*, 79, pp. 99-105.
- KLEIN A. A., PALMER R. B. (2016), "Introduction", in EAD. (eds.), *Cycles, Sequels, Spin-Offs, Remakes, and Reboots. Multiplicity in Film and Television*, Austin, University of Texas Press, Austin, pp. 1-21.
- MEYER M. (2020), "Black Panther, Queer Erasure, and Intersectional Representation in Popular Culture", in *Review of Communication*, 20:3, pp. 236-243.
- MCSWEENEY T. (ed.) (2018), *"Avengers Assemble!": Critical Perspectives on the Marvel Cinematic Universe*, Wallflower Press, London.
- PARODY C. (2011), "Franchising/Adaptation", in *Adaptation*, 4:2, pp. 210-218.
- SOUNDERS R. A. (2019), "(Profitable) Imaginaries of Black Power: The Popular and Political Geographies of Black Panther", in *Political Geography*, 69, pp. 139-149.
- WASKO J. (2020), *Understanding Disney*, second edition, Polity Press, Cambridge.