



BORIS - IL CONVEGNO

LA SITCOM, I MEDIA E LA SOCIETÀ ITALIANA

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO

27 MARZO 2024

PROGRAMMA

ORGANIZZATO DA



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI SALERNO

DiSPaC
Dipartimento di Scienze del Patrimonio Culturale

IN COLLABORAZIONE CON



CENTRO STUDI
MEDIA CULTURE
SOCIETÀ



Dipartimento di
Studi Politici e Sociali



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DELL'AQUILA



eCAMPUS
UNIVERSITÀ

CON IL PATROCINIO DI



PROCESSI E
ISTITUZIONI
CULTURALI



CONSULTA UNIVERSITARIA CINEMA

DIREZIONE SCIENTIFICA

Mario Tirino (Università degli Studi di Salerno), Marco Teti (Università degli Studi eCampus), Mirko Lino (Università degli Studi dell'Aquila)

COMITATO SCIENTIFICO-ORGANIZZATIVO

Simona Castellano (Università degli Studi di Salerno), Lorenzo Di Paola (Ghent University), Mirko Lino (Università degli Studi dell'Aquila), Massimiliano Locanto (Università degli Studi di Salerno) Marco Teti (Università degli Studi eCampus), Mario Tirino (Università degli Studi di Salerno)

SEGRETERIA ORGANIZZATIVA

Michelle Grillo (coordinamento), Luigi Somma, Sara Virnicchi, in collaborazione con associazione "Artisticamente"

PROGRAMMA

9.45 – 10.15

Saluti istituzionali

Luca Cerchiai (Direttore DISPAC)

Gino Frezza (Direttore Centro Studi
“Media Culture Società”)

Roberta Paltrinieri (Presidente PIC-AIS)

Christian Uva (Vice-presidente CUC)

10.15-12.00

Panel 1. Media e forme del racconto

Chair: Marco Teti

01. Roy Menarini (“Alma Mater Studiorum” Università degli Studi di Bologna), *Mattia Torre. Forme di autorialità mediale*

02. Mirko Lino (Università degli Studi dell’Aquila), *Boris e il cinema: analisi di una relazione ambigua*

03. Tito Vagni (Università degli Studi della Tuscia Viterbo), *Dalle opere mondo al piccolo mondo di Boris. Sul narrare contemporaneo*

04. Mario Tirino (Università degli Studi di Salerno), *Il tempo delle serie, la generazione perduta e “gli amici che ti cambiano la vita”*: Boris e Vincenzo

12.00-13.15

Panel 2. Culture digitali

Chair: Mario Tirino

05. Giorgio Busi Rizzi (Ghent University), Simona Castellano (Università degli Studi di Salerno), Lorenzo Di Paola (Ghent University), *“Dai dai dai” 2.o. Boris tra televisione e culture digitali*

06. Antonella Mascio, Ylenia Caputo (“Alma Mater Studiorum” Università degli Studi di Bologna), *Da ‘smarmella’ a ‘F4 – basito’: Boris come riferimento culturale per la Generazione Z*

07. Lorenzo Denicolai (Università degli Studi di Torino), *Guardando dentro Boris: spunti medio-archeologici della e nella televisione*

13.30-15

Pausa pranzo

15.00-16.45

Panel 3. Televisione e società italiana

Chair: Mirko Lino

08. Marco Teti (Università degli Studi eCampus), *“Se funziona per Mediaset o Rai, va benissimo per Gli occhi del cuore!”*. Boris nell’ambito della fiction seriale italiana contemporanea

09. Federico Tarquini (Università degli Studi “Niccolò Cusano”), *Il luogo di Boris. Distruzione, costruzione ed eterno ritorno di Roma nell’immaginario audiovisivo italiano*

10. Federico Meschini (Università degli Studi della Tuscia Viterbo), *“Ho cremato mio padre a Viterbo”*. Strutture drammaturgiche polivocali e caratterizzazione language-based in Boris

11. Matteo Marinello (“Alma Mater Studiorum” Università degli Studi di Bologna), *Il conforto della locura: Boris tra storia della tv e storia d’Italia*

16.45

Chiusura lavori

ABSTRACT

“Dai dai dai” 2.0. Boris tra televisione e culture digitali

Giorgio Busi Rizzi (Ghent University)

Simona Castellano (Università degli Studi di Salerno)

Lorenzo Di Paola (Ghent University)

A partire dalla popolarità raggiunta dalla serie anche negli ambienti di Rete, il nostro intervento si concentrerà su un aspetto specifico legato a *Boris*: la sua trasformazione in fenomeno virale sui social media, in particolare attraverso la creazione e la diffusione di meme.

La serie, grazie alla sua natura satirica e parodica, è infatti rapidamente diventata una fucina di meme e citazioni ironiche che hanno trovato ampio risalto in Rete e nei social media. L'intervento si propone di analizzare e comprendere quali specifici momenti della serie sono diventati salienti al punto da trasformarsi in meme, esaminandone la diffusione e la relazione con i diversi contesti socioculturali e politici, dalla prima uscita della serie fino ai giorni nostri.

Si esploreranno le modalità attraverso cui specifiche espressioni, gestualità e *catchphrase* dei personaggi sono state estrapolate dal medium e dal contesto televisivo e, attraverso differenti affordance e sfruttando diversi linguaggi e grammatiche, si adattano al contesto digitale, diventando strumenti di comunicazione e interazione tra gli utenti della Rete. Questo processo di spreadability (Jenkins, Ford, Green 2013) si inserisce nel contesto più ampio delle pratiche legate alla *remix culture* (Navas, Gallagher, burrough 2015) e alla cultura dei meme (Wiggins 2019), la prima caratterizzata dall'utilizzo di materiale preesistente per dar vita a prodotti (audiovisivi) nuovi, la seconda caratterizzata da un approccio partecipativo e collaborativo tipico degli user-generated content.

Il caso di *Boris* offre dunque l'opportunità di studiare come elementi di un prodotto mediale “tradizionale” e mainstream possano essere rielaborati e reinventati attraverso le piattaforme digitali, trasformandosi in strumenti di espressione e commento sociale. L'analisi dei meme di *Boris* permette di comprendere come questi elementi visivi e testuali abbiano interagito con l'evoluzione dei social media, adattandosi e influenzando le modalità di comunicazione online.

In particolare, verranno esplorati i seguenti aspetti:

- la natura parodistica di *Boris* come catalizzatore per la creazione di meme; l'evoluzione e la diffusione di questi meme nei vari ambienti digitali;
- l'interazione tra i meme di *Boris* e l'immaginario collettivo, soprattutto in relazione ai cambiamenti nel panorama mediale e culturale italiano;
- l'impatto di questi meme sulla percezione pubblica della serie e sulla sua eredità culturale;
- la relazione tra contenuti mainstream e contenuti grassroots.

In sintesi, questo intervento mira a esplorare l'interazione tra la cultura televisiva e quella digitale, evidenziando come una sitcom nata in un contesto televisivo tradizionale sia riuscita a conquistare un posto di rilievo nella cultura digitale e nei social media. Questa analisi contribuirà a una comprensione più profonda delle dinamiche esistenti tra media tradizionali e digitali, tra

contenuti mainstream e contenuti grassroots, tra integrazioni e conflittualità, e del ruolo dei meme come elementi culturali significativi nella società contemporanea.

Giorgio Busi Rizzi è FWO Post-doctoral Fellow presso la Ghent University, dove è anche professore a contratto dei corsi di Letteratura Inglese e Fumetti e Graphic Novel. Ha conseguito un dottorato di ricerca in Studi Letterari e Culturali con supervisione congiunta presso le Università di Bologna e Leuven. La sua tesi di dottorato, che analizza l'estetica e le pratiche nostalgiche nei graphic novel contemporanei, è in corso di pubblicazione. Il suo primo progetto di post-dottorato, finanziato da una borsa di studio BOF della Ghent University, si intitola *Experimental digital comics: forms and functions*. È stato ricercatore post-dottorato per il progetto ERC *Children in Comics*, sempre presso la Ghent University. È membro fondatore del gruppo di ricerca internazionale sul fumetto italiano "Studying'n'Investigating" Fumetti (SnIF), e di diversi gruppi di ricerca internazionali sul fumetto.

Simona Castellano è assegnista di ricerca presso l'Università di Salerno, dove è anche docente a contratto di Teorie degli Audiovisivi Digitali. Insegna Social Media e Linguaggi Digitali all'Università di Foggia. Si occupa di culture digitali, con particolare riferimento ai social media, e di mediatizzazione dello sport e celebrity sportiva. Tra le sue ultime pubblicazioni *The star and COVID-19: Serie A soccer celebrities and the self-narrative of contagion on social media* (2022, con M. Tirino e L. Bifulco), *Celebrità calcistica e media. Dalla stampa ai social* (2022, con L. Bifulco e M. Tirino). Ha curato, con M. Tirino, *L'immaginario di Stranger Things* (2023).

Lorenzo Di Paola è Post-doc Researcher presso la Ghent University e professore a contratto di Teorie e Sociologie del Fumetto dalla Stampa al Digitale presso l'Università di Salerno. Si occupa di mediologia del fumetto e della letteratura, e di sociologia delle culture digitali. Fa parte del gruppo di ricerca internazionale sul fumetto italiano "Studying 'n'Investigating Fumetti" (SnIF) ed è membro del "Centro Studi Media Culture Società" dell'Università di Salerno. È inoltre co-direttore della collana scientifica "L'Eternauta. Studi su fumetti e media", insieme a G. Frezza e M. Tirino. È autore del libro *L'inafferrabile medium. Una cartografia delle teorie del fumetto dagli anni Venti a oggi* (2019).

Guardando dentro Boris: spunti medio-archeologici della e nella televisione

Lorenzo Denicolai (Università degli Studi di Torino)

Boris, fin dalla sua prima stagione, è stata considerata – e per molti versi lo è ancora – una delle serie TV italiane di maggior successo, per la tagliente ironia della sua linea narrativa, per la quasi perfetta costruzione dell'intreccio e per la caratterizzazione dei personaggi, oltre che per la capacità di mettere a nudo, forse per la prima volta nella televisione italiana, talune dinamiche tipiche della produzione audiovisiva e del mondo dello spettacolo. Tuttavia, a differenza di *mockumentary* (come *The Office*) o di veri e propri capolavori della regia e della metatestualità (come *The Truman Show*), ciò che affiora in *Boris* è la pura italianità della vicenda, ben basata sugli stereotipi culturali e sociali che caratterizzano un certo modo di intendere l'arte, la televisione, la professione attorica e le dinamiche produttive dell'industria dell'entertainment. In questo contesto, ciò che sembra interessante è quindi anche il peso e il ruolo del meccanismo televisivo nella società italiana, come spazio di costruzione di immaginari e come motore di dinamiche di rispecchiamento e di riflessione collettiva.

Questo contributo, avviandosi dalle linee sopra tracciate, proverà tuttavia a offrire un taglio interpretativo più orientato all'archeologia dei media, decostruendo gli ingranaggi della produzione televisiva che la metatestualità narrativa mette in luce, per ricercare dei rimandi culturali e storici di esperienze di costruzione di senso basate sull'immagine e sull'esperienza generale della televisione in Italia.

Lorenzo Denicolai, PhD, è ricercatore di Cinema, Fotografia e Televisione presso l'Università di Torino, presso cui è docente di Linguaggi dell'Immagine e Teorie dei Media e di Metodologie della Comunicazione Audio-visuale. Si occupa della relazione uomo-tecnologia e dell'uso dei media audiovisivi in ambito formativo. È autore di saggi su riviste scientifiche nazionali e internazionali di settore. Ha pubblicato le monografie *Scritture mediali. Riflessioni, rappresentazioni ed esperienze mediaeducative* (con A. Parola, 2017) e *Mediantropi. Introduzione alla quotidianità dell'uomo tecnologico* (2018). Ha curato i volumi *Robotmedium: dispositivi, intelligenze, cinema* (2022) e *Racconti paralleli: la (de)legittimazione della scienza tra media, tecnologia e immaginario* (con G. Nencioni, 2024). È membro del laboratorio di simulazione del comportamento e robotica educativa "Luciano Gallino" (Università di Torino) e coreferente di un gruppo di ricerca interateneo sul ruolo dei media nella divulgazione del sapere.

Boris e il cinema: analisi di una relazione ambigua

Mirko Lino (Università degli Studi dell'Aquila)

Più volte, il discorso del cinema si intreccia negli episodi di *Boris*: ad esempio, proponendosi come un modello di riferimento, un richiamo nostalgico a un certo tipo di qualità e spessore appartenente al passato, o come cifra stilistica con cui interrompere la catena di approssimazioni che segnano la produzione della famigerata soap *Gli occhi del cuore*. La presenza del cinema nel tessuto narrativo e metatelevisivo di *Boris* traccia un ampio campo tematico in cui, tra le diverse traiettorie rilevabili, si delinea in maniera decisa un raffronto continuativo tra il sistema della produzione televisiva e quello del cinema nel panorama italiano, tra la qualità estetica e narrativa del film e la costante superficialità che caratterizza la realizzazione della soap attorno alla quale gravitano le storie e le vicende dei singoli personaggi

La relazione tra *Boris* e il cinema si articola quindi su diversi livelli: a volte diviene oggetto di un singolo episodio, allusione occasionale, modello di una ricerca formale impossibile. Che si tratti allora della semplice menzione di un regista o un attore cinematografico (es. l'improbabile telefonata di Stanis a Wim Wenders accusato di essersi comportato "all'italiana"); o dell'applicazione di un codice formale tipicamente filmico (es. il faticoso piano-sequenza interrotto a sorpresa dallo stagista Seppia entrando in campo, scatendendo così la furia del regista René Ferretti), oppure dell'adattamento del formato seriale in film, si ha l'impressione che l'ombra del cinema si allunghi sullo sviluppo narrativo della serie e dei suoi personaggi. Ed è proprio su tale relazione, ovvero l'istanza di un discorso cinematografico nella costruzione narrativa e nella dimensione produttiva di *Boris*, che questo contributo vuole focalizzarsi. Pertanto, l'analisi che propongo si articolerà in tre livelli: un livello *testuale*, in cui verrà considerata tanto la presenza nominale quanto quella partecipata di registi, attori e altre figure appartenenti all'ambiente del cinema dentro i singoli episodi della serie; un livello *formale*, in cui si darà spazio ai riferimenti e alla messa in scena di tecniche filmiche per la realizzazione della soap (il piano-sequenza sopraccitato; le discussioni sulla fotografia e la luce, ecc.); infine, l'*espansione*, ovvero la traduzione delle istanze narrative della serialità nella forma filmica, avvenuta con *Boris – il film* (2011).

Mirko Lino è Professore Associato di Cinema, fotografia e televisione presso l'Università dell'Aquila, dove insegna Storia del Cinema, Cinema e Media, e Serialità Televisiva e Media Digitali. È docente di Letteratura e Cinema presso il Centro Sperimentale di Cinematografia – Abruzzo. Ha pubblicato la monografia *L'apocalisse postmoderna tra letteratura e cinema. Catastrofi, oggetti, metropoli, corpi* (2014). Ha co-curato diversi volumi, tra cui *Imaginary Films in Literature* (2016); *Oltre l'adattamento? Narrazioni espansive: intermedialità, transmedialità, virtualità* (2021); *Lo specchio senza fine. L'autorialità fra letteratura, cinema, teatro* (2023). È membro dell'ICLA Research Committee on Literatures/Arts/Media (CLAM) e dell'Osservatorio Interuniversitario sul Cinema e sugli Audiovisivi in Abruzzo (OICA).

Il conforto della locura: Boris tra storia della Tv e storia d'Italia

Matteo Marinello (“Alma Mater Studiorum” Università degli Studi di Bologna)

«La televisione commerciale è una novità che si presenta come uno strumento di resistenza alle novità; dà veste di modernità a immagini, formule, valori rassicuranti. In fondo, permette di ritrovare ben salde le proprie radici in un mondo che cambia in fretta, senza però scegliere apertamente il tempo andato, ma al contrario scegliendo come riferimento un medium dotato di un'immagine dinamica». Così scriveva Peppino Ortoleva nel 1994 nel suo seminale libro *Il ventennio a colori*, che problematizzava storicamente l'arrivo in Italia delle televisioni a colori, commerciali e berlusconiane. Le fantasmagorie e gli immaginari delle tv private si salderanno con bisogni diffusi, dando loro forma e diventando l'orizzonte comune di un paese intero. Tale interpretazione ha trovato spazio, sebbene in forma mediata, anche in *Boris*: la «locura» del monologo scritto da Mattia Torre per Valerio Aprea non è altro che la versione comicizzata del «carnevale moderato» – o «modernismo conservatore» – tematizzato da Ortoleva, l'apparente ossimoro che lega politica, tv e pubblico-popolo italiano. L'adozione della *locura* da parte dei massimi vertici del medium, rappresentanti dall'ineffabile Dottor Cane, evidenzia poi come la serie reinterpreti pratiche industriali e narrazioni storiografiche di ancor più lunga durata. Infatti, attraverso personaggi, battute e linee narrative, *Boris* punta il riflettore sul peccato originale della tv italiana: la sua attrazione fatale con la politica. Dunque, invitandoci giocosamente a riconoscere le permanenze nel sistema televisivo, l'autoriflessività industriale della serie riguarda tanto la difficile relazione “presente” tra tv e politica in era berlusconiana, quanto il “passato” del medium e del paese che rispecchia, sempre pervasivo e incombente, con il quale si deve però talvolta scendere a patti.

Matteo Marinello è assegnista di ricerca presso il Dipartimento delle Arti dell'Università di Bologna, con un progetto sulla produzione, distribuzione e circolazione delle narrazioni populiste nella fiction televisiva italiana (responsabile: Paola Brembilla). In precedenza, ha conseguito, nello stesso dipartimento, un dottorato di ricerca con una tesi sul rapporto tra comicità e politica nella storia della televisione italiana (1969-1982). I suoi studi riguardano la storia culturale, mediale e politica dell'Italia repubblicana e degli Stati Uniti, con particolare attenzione all'intrattenimento televisivo. È autore di saggi e articoli su questi argomenti e di una monografia dal titolo *Backstage all'Italiana. Televisione, comicità e immaginario nazionale in Boris – La serie* (2022).

Da “smarmella” a “F4-basito”: Boris come riferimento culturale per la Generazione Z

Antonella Mascio (“Alma Mater Studiorum” Università degli Studi di Bologna)

Ylenia Caputo (“Alma Mater Studiorum” Università degli Studi di Bologna)

Distribuite tra il 2007 e il 2010, le prime tre stagioni della serie *Boris* hanno riscosso notevole successo, generando un universo narrativo espanso che si è via via ampliato fino ad arrivare a comprendere la realizzazione di un film nel 2011 e la produzione della quarta stagione nel 2022, undici anni dopo la messa in onda della terza. Nonostante il contesto temporale di lancio delle stagioni originarie abbia implicato il coinvolgimento delle generazioni X e Y quali target ‘naturale’ di riferimento, le caratteristiche di longevità e trasversalità della serie nello scorrere degli anni hanno indicato un interesse potenziale anche nei confronti - e da parte - delle generazioni più giovani, di quella parte dell’audience, cioè, che nel 2007 aveva una età prescolare o addirittura non era ancora nata. Come si spiega un successo prolungato così tanto nel tempo? In che modo la generazione Z apprezza *Boris*?

Per rispondere a queste domande proponiamo un’indagine investigativa, condotta mediante metodologie di ricerca qualitativa (interviste, etnografia digitale) per evidenziare:

- le modalità fruibili e di consumo della serie e le diverse forme di engagement prodotte nel pubblico (Hill, 2018);
- i significati attribuiti ai diversi elementi che compongono quella che a tutti gli effetti si configura come un esempio di ‘Complex Tv’ (Mittell, 2015);
- il funzionamento del fandom giovanile nelle tecniche di rimediazione e nei discorsi crossmediali che genera (Jenkins, 2006; Jenkins, Ford, Green, 2013).

Attraverso l’analisi, l’obiettivo è quello di delineare le dinamiche attraverso cui la Generazione Z recepisce, interpreta e si (ri)appropria dell’universo narrativo di *Boris*, contribuendo a consolidare la serie come fenomeno di culto transgenerazionale.

Antonella Mascio è Professoressa Associata in Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi presso l’Università di Bologna, Dipartimento di Scienze Politiche e Sociali. Negli ultimi anni la sua ricerca si è focalizzata sulle relazioni sociali online e sui rapporti fra internet, serie tv, celebrity e moda. Collabora con Henry Jenkins al progetto Pop Junctions (<http://henryjenkins.org/>). Fra le sue ultime pubblicazioni: *Serie di Moda* (2023), “Media Convergence, Fashion and TV Series” (in *The Routledge Companion to Fashion Studies*, 2021); “Sponsored Things: Audiences and the Commodification of the Past in Stranger Things” (in *Investigating Stranger Things Upside Down in the World of Mainstream Cult Entertainment*, 2021).

Ylenia Caputo, PhD, da settembre 2023 ricopre il ruolo di assegnista di ricerca all’interno del progetto “Cultura, Fashion, Comunicazione, Media: nuove strategie di ricerca”, parte integrante delle attività promosse dal Centro Internazionale di Ricerca “Culture, Fashion, Communication” del Dipartimento delle Arti, Università di Bologna. La sua attività è focalizzata sull’analisi del complesso rapporto che intercorre tra Media, Celebrità e Fashion, attraverso un approccio che

tiene in considerazione gli studi generazionali e intergenerazionali. Dal 2020, è Journal Manager di *Zone Moda Journal* e redattrice di *Cinergie – Il Cinema e le altre Arti*.

Mattia Torre. Forme di autorialità mediale

Roy Menarini (“Alma Mater Studiorum” Università degli studi di Bologna)

L'intervento intende isolare – nel grande flusso di *Boris* – la figura di Torre che (anche per le sfortunate vicende personali) ha assunto nel tempo un più rilevante peso autoriale rispetto agli altri ideatori. Si procederà quindi a sistematizzare gli stadi dell'autorializzazione postuma di Torre – non ultimi gli omaggi riservati in *Boris 4* – con particolare riferimento all'attività televisiva, teatrale, letteraria, che nel tempo si sono fuse in un'unica figura discorsiva in grado di costituire un punto di riferimento.

Le caratteristiche “incerte” dei suoi testi (monologhi recitati da Valerio Mastandrea, film ideati ma realizzati da altri, raccolte editoriali postume, racconti, sceneggiature e regie a più mani, un costante slittamento tra la scrittura, lo showrunning e la regia). Tanto da fare di Torre, curiosamente, non un *unicum* ma un caso in verità, e paradossalmente, in linea con la trasformazione dell'autorialità degli ultimi 20 anni.

Roy Menarini è Professore Ordinario dell'Università di Bologna, dove insegna Cinema e Industria Culturale. Ha pubblicato numerosi saggi sul cinema contemporaneo e su temi come la critica cinematografica, la cinefilia, l'immaginario hollywoodiano. Dirige alcune riviste e siti, collabora con “Film Tv” ed è consulente della Cineteca di Bologna, oltre che di altre istituzioni e associazioni.

“Ho cremato mio padre a Viterbo”. Strutture drammaturgiche polivocali e caratterizzazione language based in Boris

Federico Meschini (Università degli Studi della Tuscia)

Tra i tratti distintivi della serie televisiva *Boris* nell'ecosistema seriale italiano, e non solo, vanno considerate tutta una serie di caratteristiche classificabili all'interno di ciò che è stata definita come drammaturgia polivocale e caratterizzazione basata sul linguaggio dei personaggi. La principale teorizzazione di questa modalità narrativa è ad opera di Paul Castagno, nel suo ormai fondamentale testo *New Playwriting Strategies* del 2001. Tra gli aspetti principali di questa modalità si trova il passaggio da una dominante monologica ad una dialogica, in cui il ruolo del linguaggio diventa fondamentale, passando così da componente funzionale a strutturale. Sebbene la teorizzazione di Castagno abbia principalmente un focus teatrale, il suo ambito di applicazione si è ben presto esteso alle varie forme narrative tra cui, per ovvi motivi di prossimità, la narrazione audiovisiva e la serialità televisiva. Non a caso la seconda edizione del testo di Castagno – dal significativo sottotitolo *Language and Media in the 21st Century* – inizia citando non più drammi o autori teatrali, bensì *The Wire*. Tra gli aspetti caratterizzanti questa modalità drammaturgica la presenza di punti di vista multipli, l'inclusione di elementi postdrammatici e contraddittori, un assetto ibrido in grado di mischiare i generi e dei rapidi cambi a livello di trama e di caratterizzazione dei personaggi. Scopo di questa relazione è perciò l'applicazione di questa struttura teorica a *Boris*, tramite un'analisi condotta su base qualitativa, in grado di individuare i suddetti elementi e la loro relativa declinazione all'interno della serie.

Federico Meschini è Professore Associato all'Università degli studi della Tuscia dove insegna Informatica Umanistica, Editoria Digitale e Digital Storytelling. Ha conseguito un Dottorato di ricerca in Scienza del Libro e della Scrittura presso l'Università per Stranieri di Perugia, in cotutela con l'École Normale Supérieure di Parigi. I suoi interessi di ricerca si concentrano sui libri e le edizioni elettroniche, le biblioteche digitali e la rappresentazione della conoscenza. È stato visiting scholar alla Loyola University di Chicago e al Wittgenstein Archives dell'Università di Bergen.

Il luogo di Boris. Distruzione, costruzione ed eterno ritorno di Roma nell'Immaginario audiovisivo italiano.

Federico Tarquini (Università degli Studi "Niccolò Cusano")

La storia dell'audiovisivo, nel quadro specifico dell'industria culturale moderna, è stata segnata da una mastodontica opera di "re-territorializzazione". Prima il cinema, poi la televisione e, infine, tutti gli schermi pervasivamente diffusi nel nostro quotidiano hanno alimentato la creazione, l'assestamento e la diffusione di un territorio "altro" rispetto a quello fisico. Un territorio immateriale perfettamente e compiutamente abitato da generazioni di pubblici. Differentemente da culture più avanzate, in cui l'audiovisivo ha seguito in parallelo un generale processo di modernizzazione, l'Italia non ha saputo affrancarsi dall'ambiguo rapporto tra culture locali e fenomeni globali, rimanendo in bilico su una soglia in cui, come sostenne Alberto Abruzzese ne *L'intelligenza del mondo* (2001), «non sono praticabili storie dell'immaginario collettivo nazionale, ma lo sono invece storie nazionali dell'immaginario collettivo». Quanto osservato si è riverberato nitidamente nella maniera in cui, cinema e televisione, hanno costruito simbolicamente la figura di Roma e del romano, vere mitologie profane dell'industria culturale italiana. Figure centauriche, per metà segnate dal cliché dei peggiori caratteri locali e per metà dall'universalità del proprio patrimonio culturale. In quest'ottica, la serie televisiva *Boris* appare come un interessante metaracconto capace di alimentarsi, schernendosi, di questa specifica vicenda nazionalculturale. Obiettivo della presente proposta è analizzare il modo in cui *Boris* costruisce il proprio "luogo" attraverso una sapiente gestione dei vari livelli narrativi e simbolici di cui si alimenta, e si è alimentata, la figura di Roma nell'immaginario collettivo italiano.

Federico Tarquini è Professore Associato di Sociologia dei Processi Culturali e Comunicativi all'Università "Niccolò Cusano" di Roma. Ha conseguito il dottorato di ricerca (co-tutela) in Comunicazione e Nuove Tecnologie presso l'Università IULM di Milano, e in Sociologie presso l'Université Paris Descartes, La Sorbonne. Ha svolto attività di ricerca all'Università IULM di Milano, alla Sapienza Università di Roma, all'Institut Mines-Télécom (ParisTech) di Parigi, all'Istituto di Economia dei Media della Fondazione Rosselli e al "Centre d'études sur l'actuel et le quotidien" (Ceaq) dell'Université Paris Descartes, La Sorbonne. Tiene e ha tenuto corsi e seminari accademici all'Università "Niccolò Cusano", alla Libera Università di Bolzano, all'Università della Tuscia e all'Università IULM. È autore di libri e pubblicazioni scientifiche nel campo della mediologia e della sociologia dei processi culturali e comunicativi.

“Se funziona per Mediaset o Rai, va benissimo per Gli occhi del cuore!”. Boris nell’ambito della fiction seriale italiana contemporanea.

Marco Teti (Università degli Studi di e-Campus)

L’intervento intende prendere in esame la relazione instaurata dalle prime tre stagioni di *Boris* (Fox, 2007-2010) con il singolare, imprescindibile contesto della televisione italiana nel periodo storico che va dalla fine degli anni Novanta del Novecento al primo decennio del Duemila. In tale periodo si verificano alcuni eventi o fenomeni destinati a cambiare profondamente lo scenario televisivo nazionale in generale e la fiction di serie in particolare. *Boris* appare al contempo l’esito, l’indice (metalinguistico) e la parodia degli importanti cambiamenti avvenuti. Le prime tre stagioni di *Boris* annunciano e in una certa misura anticipano e favoriscono, innanzitutto, l’avvento della fiction di qualità imposta dalla consociata Sky Italia proprio a partire dal primo decennio del Duemila, condizionata dal modello diffuso dalla televisione americana a pagamento, in primo luogo dal canale HBO. Le prime tre stagioni di *Boris* sembrano poi, forse di conseguenza (e non del tutto consapevolmente), segnalare la grande influenza esercitata all’epoca sugli autori della fiction nazionale dalle serie tv americane, che sin dagli anni Ottanta ma soprattutto dagli anni Novanta, vengono con sempre maggiore frequenza mandate in onda dalle reti televisive italiane e forniscono un fondamentale paradigma narrativo per le produzioni realizzate da alcune intraprendenti compagnie, prima fra tutte la Taodue. Dalle prime tre stagioni di *Boris* sembra infine possibile cogliere quell’avvenimento che per primo agevola e rende evidente il significativo cambiamento in atto, vale a dire l’affermazione della cosiddetta «lunga serialità», ossia di opere seriali di lunga durata, che contano un elevato numero di episodi oppure si protraggono per parecchie stagioni. Nella seconda metà degli anni Novanta, all’ascesa della lunga serialità in Italia fornisce un contributo a dir poco determinante *Un posto al sole* che, come faranno in seguito numerose serie tv, adatta la soap anglosassone alle esigenze del panorama televisivo e socio-culturale nazionale del tempo. A nostro avviso *Boris* pone in special modo l’accento, e di fatto riflette, seppure in forma metalinguistica e adottando un registro parodico e grottesco, sulla deriva raggiunta dalla lunga serialità (sorta in alcuni casi imitando le soap americane) o, meglio, da alcune produzioni ad essa riconducibili che concretizzano il concetto di “intrattenimento nazional-popolare” applicato delle emittenti generaliste, perlopiù private.

Marco Teti è Professore Associato presso l’Università degli Studi e-Campus, dove insegna Storia della Televisione e Forme della Serialità Televisiva. Autore di varie monografie, tra cui *Racconti seriali. Storia e linguaggio della fiction televisiva di serie* (2020), *Twin Peaks. Narrazione multimediale ed esperienza di visione* (2018), *Generazione Goldrake. L’animazione giapponese e le culture giovanili degli anni Ottanta* (2011) e curatore (con S. Castellano) del volume *Squid Game. Società, cultura, rappresentazioni* (2022). Direttore (insieme a M. Tirino) della collana “Binge Watchers. Media, sociologia e storia della serialità” (Avanguardia 21). Componente del Comitato direttivo di “G|A|M|E”, unica rivista scientifica italiana dedicata ai *game studies*. Suoi saggi e articoli sono apparsi in volumi collettanei e in riviste scientifiche, tra le quali “Cinergie”, “Elephant & Castle”, “Imago” e “L’Avventura”.

Il tempo della serie, la generazione perduta e “gli amici che ti cambiano la vita”: Boris e Vincenzo.

Mario Tirino (Università degli Studi di Salerno)

La serialità televisiva si fonda su una relazione peculiare con la temporalità diegetica ed extradiegetica. Jason Mittell (2015) ha inquadrato tale relazione individuando tre forme di temporalità: il tempo della storia concerne la cornice temporale della diegesi (il modo in cui il tempo trascorre nel mondo narrativo); il tempo del discorso riguarda l'organizzazione del tempo nel racconto, fondato sull'omissione di archi temporali ritenuti irrilevanti; il tempo dello schermo, infine, rinvia alla durata temporale materialmente necessaria a seguire una storia (connessa, quindi, anche alle modalità di trasmissione e distribuzione). Tuttavia, tale analisi non contempla il valore della durata dell'engagement affettivo e cognitivo che soprattutto le serie di lunga durata instaurano con le audience e con il fandom. Il moltiplicarsi e il dilatarsi della connessione con una serie tv si articola anche i) attraverso la partecipazione a community on e offline (Jenkins 2006), esegetiche e di pratica, dentro le quali i fan si muovono in una dimensione di competizione e cooperazione (Tirino 2023), ii) attraverso la produzione e distribuzione di contenuti grassroots (Hills 2018), iii) attraverso l'estrapolazione di elementi della serie e la successiva ricontestualizzazione nella vita quotidiana (Jenkins 2009); iv) attraverso l'espansione dell'esperienza televisiva dentro ulteriori tasselli transmediali (Bertetti 2019).

Tale connessione si manifesta in differenti forme, variando in ragione delle caratteristiche culturali, di genere e generazionali dei pubblici. In questo senso, la lunga durata di *Boris* (2007-2022) assume una connotazione affettiva-emozionale particolare per i Millennials che hanno seguito l'evoluzione del mondo narrativo della serie nel corso di un quindicennio. In particolare, la figura dello stagista Alessandro (Alessandro Tiberi) diventa l'icona di una generazione afflitta dalla precarizzazione lavorativa ed esistenziale, dalla presentificazione degli orizzonti di vita e dalla disaffezione per la politica (Berger 2018). Il paper intende riflettere su come la quarta stagione di *Boris*, contrassegnata dall'alone della morte sin dalla prima puntata, funga da una sorta di conclusione dolceamar della narrazione generazionale su cui si fonda l'intera sitcom. *Boris*, infatti, può essere letta come un'ampia metafora delle forme di penalizzazione e marginalizzazione dei più giovani nella società italiana degli anni Duemila e, in questa chiave, la realizzazione del progetto di René, alla fine dell'ultima stagione, rappresenta il disperato tentativo di sottrarsi a un destino già scritto. Attraverso il metodo dell'autobiografia, l'impatto affettivo di tale narrazione sarà analizzato in funzione della forza della specularità/coincidenza tra la dimensione luttuosa dell'ultima stagione, su cui aleggia il delicato omaggio a Mattia Torre, e il lutto sperimentato dal relatore/spettatore, in relazione alla durata del coinvolgimento nel mondo di *Boris*. La relazione è dedicata a Vincenzo Del Gaudio, uno degli “amici che ti cambiano la vita”.

Mario Tirino è ricercatore presso l'Università di Salerno, dove insegna Televisione e Nuovi Media, Media Comunicazione Sport, Sociologia delle Culture Giovanili. È ideatore e direttore scientifico della International Online Conference on Television Seriality and Society (IOC-TSS, prima

edizione 2022) e del ciclo di seminari “Universi Seriali” (le prime due edizioni si sono tenute nel 2022 e 2023). È Responsabile Scientifico del Centro Studi “Media Culture Società” dell’Università di Salerno e co-direttore delle collane scientifiche “Binge Watchers. Media, sociologia e storia della serialità” (con M. Teti) e “L’Eternauta. Studi su fumetti e media” (con G. Frezza e L. Di Paola). Alle dinamiche socioculturali delle serie tv ha dedicato numerosi articoli scientifici e le curatele *I riflessi di Black Mirror* (con A. Tramontana, 2018), *Black Lodge. Fenomenologia di Twin Peaks* (con A. Fattori, 2021) e *L’immaginario di Stranger Things* (con S. Castellano, 2023).

Dalle opere mondo al piccolo mondo di Boris. Sul narrare contemporaneo.

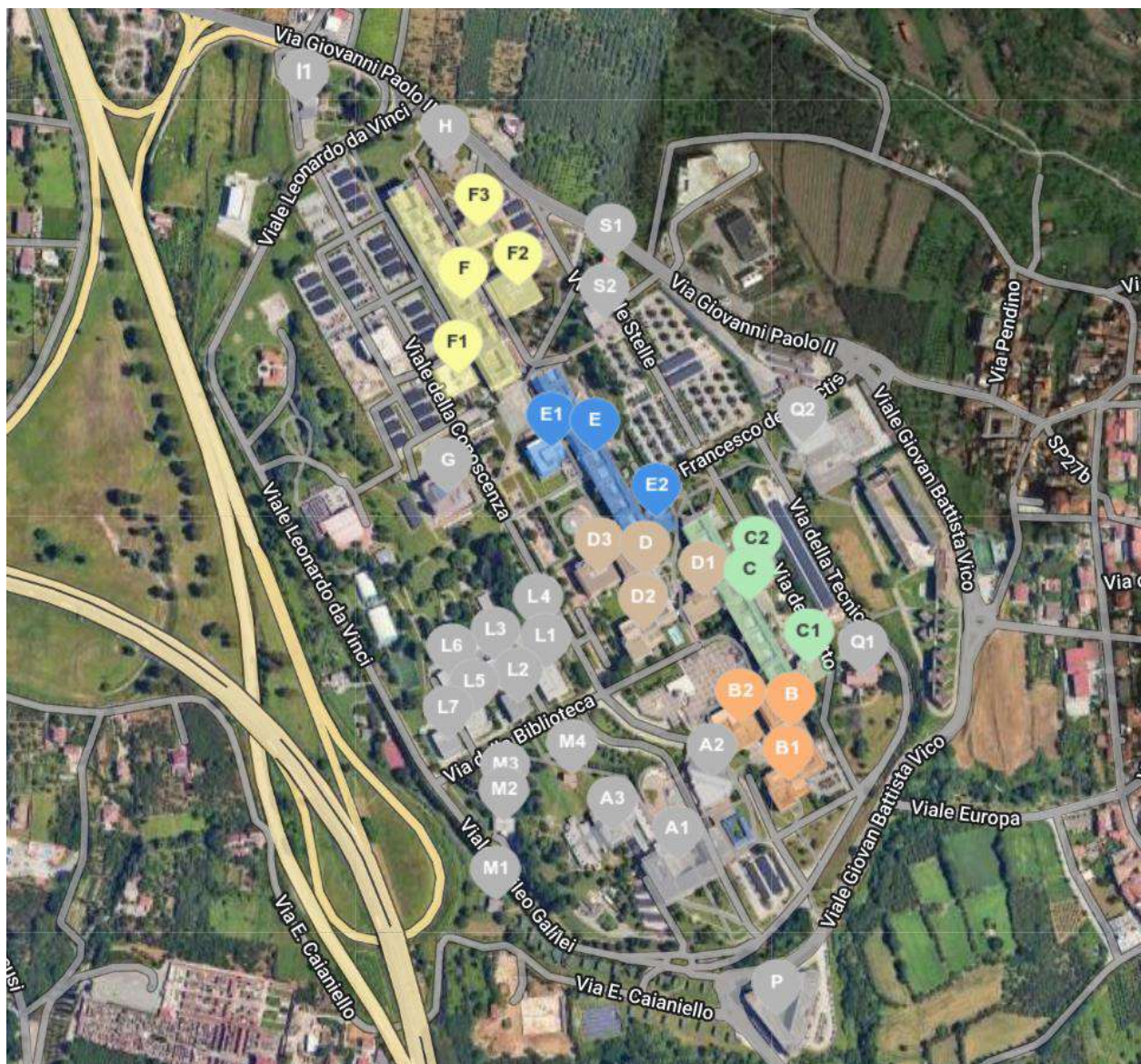
Tito Vagni (Università degli Studi della Tuscia Viterbo)

Nel 1994, Franco Moretti concepì il calco dell'*opera mondo* per classificare una cerchia ristretta di opere letterarie eccedenti le tassonomie consolidate. Testi sacri, non interpretabili né domandandosi solamente *come* né chiedendosi solo il *perché*: per comprenderli occorre far convivere l'analisi estetica e quella sociologica, perché, scrive ancora Moretti, "l'aspetto sociale della letteratura sta nella sua forma e (...) la letteratura segue i grandi mutamenti sociali". Una delle caratteristiche principali di questa epica moderna è la presenza dell'eroe, che rende il componimento performativo: il gesto eroico è al contempo un'azione e una intima elaborazione del sé: è nell'azione che il mondo dell'opera prende forma. Bracconando nella categoria pensata da Moretti ed esportandola all'ambito della serialità televisiva, l'intervento proverà ad analizzare il panorama televisivo seriale e, al suo interno, il caso specifico di *Boris*, letto come uno spettacolo, uno "spettacolo eccessivo", nel senso barthesiano del termine, quindi come una concatenazione di momenti carichi di enfasi. *Boris* deve la sua originalità a tutti gli eccessi e ai barocchismi che ne fanno uno spettacolo e non una narrazione. Uno spettacolo senza eroe e con un ridimensionamento di trama e intreccio.

Tito Vagni insegna Sociologia dei Media presso l'Università di Macerata e l'Università della Tuscia, dove svolge attività di ricerca. I suoi principali interessi di ricerca riguardano: la storia, la teoria e il linguaggio dei media; i rapporti tra immagini, estetica ed effetti sociali; le figure e i miti dell'immaginario contemporaneo. Tra le sue pubblicazioni *Abitare la TV. Teorie, immaginari, reality Show* (2017), *L'influenza digitale. Studi, teorie e ricerche* (con M. A. Polesana, 2021).

INFORMAZIONI PRATICHE

La conferenza si svolge presso la **Sala Conferenze del Dipartimento di Scienze del Patrimonio Culturale/DISPAC** dell'Università di Salerno, collocata al primo piano dell'**edificio B** al campus di Fisciano.



L'evento è organizzato nell'ambito dell'Insegnamento di Televisione e Nuovi Media (Prof. Mario Tirino), CdS in Discipline delle Arti Visive, della Musica e dello Spettacolo, Dipartimento di Scienze del Patrimonio Culturale (DISPAC), Università degli Studi di Salerno.

CONTATTI

Mario Tirino: mtirino@unisa.it

Simona Castellano: sicastellano@unisa.it

Lorenzo Di Paola: lorenzodipaola85@gmail.com

Segreteria Organizzativa: grillomichelle@hotmail.com