

Marvel's Spider-Man: "Ragnoverso" crossmediale

Nicolò Villani

Marvel's Spider-Man: crossmedia "Spider-Verse". *This paper analyses the videogame Marvel's Spider-Man, released by Insomniac in 2018, from a crossmedia perspective. In particular, this study will enquire into the extent to which the examined videogame is influenced by the comics imaginary and, in turn, influences it. Furthermore, the examination will explore the mutual exchanges between comics and game story elements, which are essential in Marvel's Spider-Man to contribute to the processes of world and storyline building. Finally, the analysis will reveal the function of the urban environment at the time of creating transmedia connections, which are meant to construct and preserve the counterfactual scenario developed by Sony across several media. The main research objective is to underline that the narrative universe of Marvel Comics can benefit from the creation and preservation of the crossmedia "Gameverse".*

Keywords: Spider-Man, Comics Studies, Games Studies, Media Studies, Crossmedia storytelling.

0. Introduzione

Spider-Man è uno dei personaggi centrali del vastissimo universo Marvel (Licari, Rizzo 2019) e una delle icone più importanti e riconoscibili della cultura popolare occidentale. Dalla sua apparizione sulle pagine di *Amazing Fantasy #15* datato agosto 1962, Peter Parker e il suo alter ego Tesseragratele hanno acquisito un'immediata e crescente fortuna di pubblico, tale da far presto emigrare l'immaginario del personaggio dalle pagine dei fumetti facendo nascere un frastagliato universo transmediale fatto di serie animate, prodotti *live action*, spettacoli teatrali e dischi musicali (per non parlare di tutto il merchandising a marchio Spider-Man) il tutto muovendo lungo la strada segnata dalle vicende narrate incessantemente sulle pagine degli albi della Casa delle Idee. L'enorme costellazione di prodotti e di narrazioni parallele e alternative che nel tempo hanno riletto e riscritto l'immaginario dell'Uomo Ragno¹ molto spesso ne hanno anche scosso e deviato la *continuity* sulle pagine dei fumetti, inducendo a rilanci, riscritture, *retcon* e simili nel tentativo di far andare in parallelo immaginari distanti, anche se con un centro comune.² A complicare tutto, la contesa per i diritti d'adattamento audiovisivo ha portato al proliferare di *franchise* a marchio

¹ Per farsi un'idea del solo impatto cinematografico, si rimanda alla scheda monografica dedicata a Spider-Man sul Morandini (Morandini, Morandini, Morandini 2017, pp. 1439-1440).

² E, ovviamente, per far sì che eventuali nuovi lettori portati ai fumetti dal cinema avessero accesso semplice alle vicende narrate su carta.

Spider-Man, facendo sentire la mancanza di un “connettore crossmediale” in grado di agire tanto da ponte, quanto da stimolo per far sì che ogni iniezione d’immaginario da un medium all’altro poggi su un modello di coerenza e coesione inedito e fertile.

Il passaggio dal paradigma mediale analogico, in cui fumetto e audiovisivo hanno condiviso tanto la nascita (Bertieri 1979) quanto un’evoluzione linguistica formale e sostanziale (Barbieri 1991), a quello digitale ha aperto la strada a nuovi modi d’intendere la narrazione su più media (Jenkins 2006; 2010; Pescatore 2006), tali da permettere agli stessi di entrare in relazione attraverso elementi formali inediti; basti pensare a come il fumetto arrivi a interfacciarsi col videogioco poggiando su quelle forti componenti di interattività e relazione tra “soggetto dell’esperienza” e “soggetti del mondo indiretto” che entrambi i media condividono (Eugeni 2010), portando sia a una migrazione di narrazioni dalla carta stampata allo schermo digitale, sia a una modalità di esperire l’immaginario totalizzante e nell’ordine dell’“abitativo”.

Nei prossimi paragrafi si andrà a vedere come un particolare caso di videogioco, *Marvel’s Spider-Man*, si inserisca all’interno del flusso crossmediale che circonda l’immaginario dell’Uomo Ragno e si faccia ponte per esercitare una tenuta tra prodotti e tra narrazioni, andando a incidere tanto sugli aspetti narrativi da cui attinge e che contamina, quanto sulle logiche industriali che fanno di Spider-Man una proprietà intellettuale contesa e sempre al margine tra continuità e rilancio. In questo, l’analisi della migrazione di elementi narrativi e l’osservazione delle dinamiche strategico-produttive incontreranno uno sguardo sul rinnovato interesse per il contesto urbano come veicolo efficace per un’identità transmediale forte.

Quanto qui tracciato non vuole inserirsi specificamente nel dibattito dei *Game Studies* – toccati solo di passaggio e richiamati in quei momenti dove lo specifico della teoria del videogioco aiuta a sciogliere altri nodi analitici – bensì nel panorama di studi sulle narrazioni estese e sulle possibilità permesse dalla crossmedialità in un panorama di post-convergenza ancora tutto da descrivere (Di Chio 2017).

1. Spider-Man: un'icona da trascendere

Spider-Man è un personaggio assunto a icona e apprezzato da un pubblico sconfinato, motivo per cui abbiamo avvertito da subito la responsabilità di creare un'esperienza di gioco che, oltre a non tradire le aspettative, fosse in grado di trascenderle. (AA.VV. 2018, p. 4)

Con queste parole Bryan Intihar - direttore creativo presso Insomniac - racconta il senso di fortissima *responsabilità* provato nel momento in cui ha ricevuto l'incarico di dirigere il progetto *Marvel's Spider-Man*, il videogioco per PlayStation4 pubblicato da Insomniac nel 2018 e immediatamente acclamato da critica e pubblico. Come dice chiaramente, l'intento è stato quello di *trascendere* le aspettative, che qui non sono da intendersi solo in relazione ai più appassionati conoscitori del personaggio creato da Stan Lee e Steve Ditko nel 1962 (Thomas 2014, pp. 37 sgg.), ma anche a chi ha visto in questo titolo un'occasione da non perdere per mantenere alto il nome di PlayStation in un'epoca in cui il *gaming* si sposta sempre più dalle console ai PC personalizzabili e in cui l'esperienza di gioco è maggiormente diretta verso l'online, lasciando sempre meno spazio alla dimensione di *storytelling* tipica dei videogiochi pre-network.

In questo atto di *trascendere* stanno la forza e l'efficacia di un prodotto come *Marvel's Spider-Man*, che ha saputo utilizzare il personaggio dell'Uomo Ragno non come il punto di partenza per un adattamento più o meno fedele, ma come una vera e propria icona culturale (Grillo 2020) che configura intorno a sé una costellazione di elementi cui attingere e attraverso cui ricostruire un'identità riconoscibile, seppur non necessariamente speculare, del personaggio e del suo bagaglio narrativo (Villani 2020). Si può essere tentati di interpretare questo *trascendere* nei termini usati da Eco quando riconosce nel "mito di Superman" una mitologia con tutte le caratteristiche di fluidità che questo termine comporta (Eco 1964, pp. 219-261) o si può tentare di comprenderne l'entità applicando il modello lotmaniano di Semiosfera alle narrazioni estese (Boni 2018; pp. 67-69), ma in entrambi i casi ci troveremmo ad elencare degli insiemi di somiglianze e differenze più o meno riconoscibili, più o meno interconnesse e ugualmente poco interessanti nel momento in cui si vogliono ricostruire le ragioni dell'efficacia narrativa e discorsiva che *Marvel's Spider-Man* occupa all'interno del vasto

immaginario legato al Tessiragnatele.

Trascendere un'icona come Spider-Man, nei termini in cui si pone Intihar, significa infatti saper collocare con estrema puntualità e con cosciente accuratezza l'intero progetto del videogioco all'interno del suo flusso crossmediale, trovandovi i giusti punti d'accesso attraverso cui connettere il racconto alla macro-narrazione che circonda il personaggio. Come si tenterà di tracciare nei prossimi paragrafi, questo è stato possibile grazie ad un'accurata selezione dell'immaginario cui attingere, unita alla sincronizzazione narrativa con gli eventi che vedevano l'Uomo Ragno come protagonista e alla collocazione del prodotto dentro a un progetto crossmediale più grande e sfaccettato, iniziato ormai più di vent'anni fa e perfettamente armonizzato nelle sue fasi più mature con qualsiasi contenitore multimediale in cui si trovi a operare il personaggio di Spider-Man.

1.1 (De)costruire l'immaginario

Gli autori del racconto che sottende l'esperienza di gioco di *Marvel's Spider-Man* – è giusto precisarlo ulteriormente, si tratta di un racconto originale e inedito nella sua interezza – hanno compiuto innanzitutto delle evidenti scelte di selezione all'interno del vastissimo immaginario che si è consolidato nei quasi sessant'anni di storia editoriale (e non solo) dell'Uomo Ragno; parliamo qui di scelte *coraggiose* che hanno in un certo senso fatto la fortuna di ulteriori prodotti multimediali contemporanei al videogioco. In particolare, gli autori sembrano aver voluto privilegiare una parte consistente del lavoro compiuto dallo sceneggiatore Dan Slott (Thomas 2014, p. 127) sulla testata *The Amazing Spider-Man* a partire dal numero 549 datato gennaio 2008, fino al numero 801 del giugno 2018.³ Durante i dieci anni di gestione del personaggio, Slott ha radicalmente influenzato il contesto narrativo che circonda il personaggio di Peter Parker e del suo alter-ego mascherato, inserendo personaggi, ambientazioni e situazioni che nel videogioco *Insomniac* risuonano fortemente:⁴ tra i dettagli più espliciti, troviamo il ruolo centrale del personaggio Mr. Negativo come *villain* di buona

³ In Italia pubblicati da Panini Comics rispettivamente su *Spider-Man #489* (2008) e su *Spider-Man #709* (2018).

⁴ Bryan Intihar ha dichiarato esplicitamente il suo debito al lavoro di Dan Slott in quest'intervista rilasciata per *Everyeye.it* nell'aprile 2018: <https://www.everyeye.it/articoli/intervista-spider-man-ps4-filosofia-universo-narrativo-del-nuovo-gioco-insomniac-38153.html>, consultato il 29.11.2020.

parte della *storyline* principale, ricalcando fedelmente il ruolo che questi ricopre nelle storie a fumetti dei primi anni di gestione Slott;⁵ il richiamo a questo particolare periodo narrativo di Spider-Man è ricalcato anche dall'uso dei Sinistri Sei e di Kingpin come avversari, dalla presenza di Felicia Hardy (Black Cat), di Silver Sable e di Screwball, dalla relazione interrotta tra Peter e Mary Jane, dalla costante presenza della detective Yuri Watanabe⁶ e dal particolare ruolo che ricopre il personaggio di Otto Octavius/Dottor Octopus, chiave di volta di buona parte della narrazione di Slott e perno intorno a cui ruota l'esperienza di gioco di *Marvel's Spider-Man*: nel suo ciclo di storie intitolato *Superior Spider-Man* (AA.VV. 2015, pp. 131-134),⁷ Dan Slott restituisce una nuova e ancor più ambigua immagine di Octavius e della sua relazione con l'Uomo Ragno, punto di partenza per rendere credibile il rapporto mentore-allievo che instaurano nel videogioco.⁸ A saldare ulteriormente il rapporto tra il ciclo di Dan Slott e l'immaginario con cui è costruito il mondo di *Marvel's Spider-Man* concorre un elemento di fortissimo successo in moltissimi videogiochi Marvel, presente in titoli fondamentali – come i vari *Marvel Ultimate Alliance* –, nei diversi *mobile games* e in alcuni dei principali giochi per console con protagonista l'Uomo Ragno: i diversi costumi intercambiabili che si possono sbloccare con il procedere dei livelli. Come vedremo, questo elemento non è puramente estetico, ma contribuisce a costruire alcune delle principali radici transmediali di *Marvel's Spider-Man*, sottolineandone anche una centralità paratestuale e di crocevia promozionale.

⁵ Insieme a Mr. Negativo, troviamo nel gioco in Demoni Interiori e il centro F.E.A.S.T. in cui fa volontariato zia May: questi elementi diventano snodi narrativi cruciali del *gameplay*.

⁶ Anch'essa creazione originale di Dan Slott.

⁷ Serie omonima uscita negli Stati Uniti tra il gennaio 2013 e l'agosto 2014, ristampato in edizione italiana da Panini Comics in sei volumi dal 2016.

⁸ Va sottolineato che questo stretto rapporto è mutuato anche dal film di Sam Raimi *Spider-Man 2* (*Id.*, Raimi, 2004), dove Octopus è interpretato da un eccezionale Alfred Molina.



Figura 1.0.1 Griglia con i diversi costumi sbloccabili in *Marvel's Spider-Man*.

1.2 Discorsività in costume

A causa delle caratteristiche espressive del medium fumettistico (Barbieri 2017) e del tipo di discorso che il genere supereroistico porta con sé (Eco 1964; 1976), si può tranquillamente affermare che il centro della significazione del supereroe in quanto tale è il suo costume (Semprini 2006): ovviamente, nel corso della storia editoriale di un personaggio le caratteristiche iconografiche del suo costume tendono a variare, adattandosi al gusto del tempo e cercando di mantenere una “tenuta identitaria” che permetta di riconoscerlo sempre come quel particolare personaggio, permettendone una vita crossmediale efficace (Villani 2020). La cosa più interessante di questo periodico variare delle caratteristiche del costume di un personaggio, molto spesso narrativamente orientato e giustificato, è la possibilità di consolidare negli elementi iconografici dei precisi riferimenti narrativi,⁹ tanto da richiamare momenti della storia editoriale del personaggio stesso attraverso l’utilizzo di una particolare versione del suo costume.

Ben consapevoli di questo effetto, più volte utilizzato all’interno delle storie a fumetti,¹⁰ gli sviluppatori Marvel hanno spesso inserito la possibilità di variare i

⁹ Potremmo azzardare affermando che il costume è, per il supereroe, un enunciato nel senso foucaultiano del termine, come descritto ne *L’archeologia del sapere* (Foucault 1969).

¹⁰ Per restare al caso di Spider-Man, si pensi al fortunato ciclo intitolato *Back in Black*, ideato da J. Michael Straczynski sulle pagine di *The Amazing Spider-Man* #539 fino al numero #543, a partire dall’aprile 2007, in Italia pubblicato da Panini Comics a partire da *L’Uomo Ragno* #471 dell’ottobre 2007.

costumi dei personaggi all'interno dei videogiochi, con diversi intenti: da una parte per "strizzare l'occhio" all'utenza più competente e affezionata, in grado di riconoscere versioni del personaggio meno comunemente rappresentate,¹¹ dall'altra per fare promozione incrociata di altri prodotti a marchio Marvel;¹² in *Marvel's Spider-Man* entrambi questi elementi sono esplicitamente presenti,¹³ ma, osservando attentamente il parco di costumi sbloccabili durante il gioco, questi non fanno che rimarcare il forte tributo alla "mitologia" costruita nel decennio passato da Dan Slott e dalle sue storie: degli oltre quaranta costumi sbloccabili, infatti, sette sono stati ideati per le storie di Slott, quattro sono comparsi durante la sua gestione e almeno altri due hanno raggiunto una notorietà universale tra i lettori del Tessiragnatele grazie al suo ciclo di storie *Ragnoverso*, di cui parleremo più nel dettaglio.

Il discorso portato avanti dalla scelta dei costumi da inserire nel gioco ha, inoltre, un'ulteriore e duplice conseguenza crossmediale: da un lato, come vedremo, l'aver ideato ben quattro costumi originali per il personaggio del gioco permette a questi di avere un'identità autonoma quando emigra in altri media,¹⁴ dall'altro, l'esplicita scelta di *escludere* alcuni costumi amati dal grande pubblico – in particolare il "costume nero" legato a filo doppio al personaggio Venom e a tutta la saga dei simbionti iniziata negli anni '80 – permette di accostare il gioco ad altri prodotti audiovisivi con protagonista l'Uomo Ragno, come la serie animata *Ultimate Spider-Man*,¹⁵ a riprova di come la mitologia di *Marvel's Spider-Man* sia sempre più ascrivibile a quella trascendenza che può derivare solo da attente e coerenti scelte di decostruzione e riconfigurazione del personaggio e del suo contesto.

¹¹ Si pensi al caso di *Marvel Ultimate Alliance*, specialmente al primo titolo della trilogia di giochi, che presentava versioni molto ricercate di alcuni dei personaggi giocabili.

¹² Questo è comunemente il caso dei giochi *mobile*, come *Marvel Future Fight*, la cui finalità principale è quella di promuovere i diversi prodotti dell'ecosistema mediale fumettistico e audiovisivo.

¹³ Emblematico il rilascio gratuito dei due costumi a tema *Spider-Man: Far From Home* (*Id.*, Watts, 2019) in contemporanea con l'uscita del film.

¹⁴ Come vedremo nel dettaglio, è il caso di *Ragnoverso* e della vita crossmediale del *Gameverse* Marvel in costruzione.

¹⁵ La scena visibile dopo i titoli di coda della *storyline* principale del gioco ricalca fedelmente la storia di Venom e di Harry Osbourne nella serie animata, accostandovi alcune caratteristiche del personaggio ideate da Slott nei primi tempi della sua gestione.

1.3 I confini del Ragnoverso

L'appropriazione di elementi iconografici e narrativi da parte del gioco nei confronti del fumetto, come si è visto, è stata portata avanti in modo da poter creare una narrazione autonoma, con un immaginario proprio e riconoscibile, tanto che a *Marvel's Spider-Man* è stato riconosciuto lo “status” di universo narrativo parallelo rispetto a quello posto al centro della storia editoriale Marvel;¹⁶ questo riconoscimento è avvenuto proprio sulle pagine dei fumetti, quando, durante l'evento editoriale *Spider-Geddon*,¹⁷ lo scrittore Christos Gage¹⁸ e il disegnatore Clayton Crain hanno messo in collegamento Terra-616 con l'universo narrativo in cui si sono svolti gli eventi del gioco. Questo ha portato a una vita editoriale propria di *Marvel's Spider-Man*, con due saghe fumettistiche – una che ricalca la *storyline* del gioco e una totalmente originale¹⁹ – e con apparizioni successive all'interno delle saghe marchiate come “Ragnoverso”, di cui *Spider-Geddon* era parte.

Il fenomeno “Ragnoverso”, che ha una lunga storia risalente agli anni '90, è la vera chiave di lettura per comprendere la facilità con cui un prodotto come *Marvel's Spider-Man* può efficacemente contaminarsi di più elementi plurimediali e può a sua volta penetrarne le barriere espressive attraverso una sorta di “infrastruttura contenutistica” messa in piedi da questo grande progetto con al centro l'Uomo Ragno e con, di nuovo, alle redini Dan Slott (con lo stesso Gage). Tutto ha inizio con gli ultimi due episodi della quinta stagione di *Spider-Man: the Animated Series*, datati gennaio 1998, in cui Peter si ritrova a guidare una squadra di Spider-Men di altre dimensioni per fermare un Peter-Carnage fuori controllo; nell'ideare questa micro saga animata, ha preso forma l'idea di Slott di mettere insieme gli Uomini Ragno di più dimensioni contro una minaccia comune, facendo leva sulla facilità di variazione del costume, tale da mantenerne

¹⁶ Quest'ultimo è chiamato Terra-616 e porta avanti le storie dei personaggi dal 1939 a oggi. A fianco a questo sono stati tracciati tantissimi altri universi paralleli – i più famosi sono l'Universo Ultimate (Terra-1610) e il Marvel Cinematic Universe (Terra-199999) – che compongono quello che è conosciuto come “Multiverso”. Verosimilmente, ogni versione multimediale dei personaggi Marvel fa parte di un particolare universo ed è compreso all'interno del Multiverso generale. L'universo di *Marvel's Spider-Man* è identificato come Terra-1048.

¹⁷ Iniziato su *Edge of Spider-Geddon #1* (ottobre 2018) e concluso su *Spider-Geddon #5* (dicembre 2018), pubblicato in Italia da Panini Comics su *The Amazing Spider-Man* dal numero 11 (720) dell'aprile 2019.

¹⁸ Anch'egli nel team di autori coinvolti nella scrittura del racconto che sottende l'esperienza di gioco.

¹⁹ *Marvel's Spider-Man* e *Marvel's Spider-Man: Velocity*, entrambi del 2019, pubblicati in Italia da Panini Comics su volume tra il 2019 e il 2020.

riconoscibilità e stratificazione narrativa. Lo stesso avviene diversi anni dopo col videogioco del 2010 *Spider-Man: Shattered Dimensions*, per molti versi antenato diretto del titolo *Insomniac* del 2018, anch'esso con diversi Uomini Ragno e comprendente la possibilità di sbloccare e cambiare più costumi.²⁰ Il progetto "Ragnoverso" prosegue poi attraverso una seconda versione animata²¹ e trova infine compimento totale con la saga fumettistica omonima,²² in cui Dan Slott e Christos Gage tessono tra di loro le fila della vasta tela plurimediale e plurinarrativa che ha al suo centro l'Uomo Ragno, dando il via a qualsiasi possibile commistione di "Spider-immaginario" e ponendo le basi di elasticità contenutistica che fondano quella *trascendenza* che è stata possibile in *Marvel's Spider-Man*.



Figura 1.0.2 Gli Spider-Men nella serie animata degli anni '90.

1.4 Oltre il Ragnoverso: Miles Morales

L'operazione "Ragnoverso" ha avuto un'ulteriore fortunata conseguenza: il film d'animazione *Spider-Man: Into the Spider-Verse* (*Spider-Man: un nuovo universo*, Persichetti, Ramsey e Rothman, 2018), che pone al suo centro un Uomo

²⁰ Molti di questi disponibili anche in *Marvel's Spider-Man*, a riconferma della linea genealogica tra i due titoli.

²¹ Nuovamente *Ultimate Spider-Man*, con gli episodi 9, 10, 11 e 12 della terza stagione, intitolati *The Spider-Verse*.

²² In originale *Spider-Verse*, pubblicato tra il novembre 2014 e il febbraio 2015 su *The Edge of the Spider-Verse* e su *The Amazing Spider-Man*. In Italia la saga ha trovato spazio su *The Amazing Spider-Man* #627-633 editi da Panini Comics nel 2015.

Ragno diverso da Peter Parker, cioè il giovane Miles Morales, ideato da Brian Michael Bendis e da Sara Pichelli per le pagine di *Ultimate Spider-Man*.²³ Il pluripremiato film presenta anch'esso una trama ascrivibile al Ragnoverso fumettistico²⁴ e lega il suo destino a *Marvel's Spider-Man* per due motivi, uno consequenziale all'altro.

Per prima cosa, Miles Morales è uno dei personaggi principali del videogioco, di cui il giocatore può vestire i panni, anche se per la maggior parte della *storyline* non possiede poteri ragneschi; nonostante il suo background venga qui fortemente cambiato, *Marvel's Spider-Man* sembra porsi come ponte ideale della relazione tra i personaggi di Peter e Miles, tanto da traghettare i lettori dei fumetti verso il film uscito a fine 2018; un crocevia transmediale, quindi, che completa ciò che per ragioni di continuity non è raccontabile nei fumetti.²⁵ A riprova dello stretto legame tra le pagine, il film d'animazione e il videogioco troviamo l'annuncio del secondo titolo per PlayStation, *Marvel's Spider-Man – Miles Morales*, datato novembre 2020 e totalmente incentrato sul giovane eroe. Questo è sicuramente da attribuire alla crescente centralità di Miles all'interno dell'ecosistema multimediale Marvel e alla freschezza che il personaggio può dare al marchio di *Spider-Man*, oltre che all'interesse di Sony – concessionaria dei diritti di sfruttamento dell'Uomo Ragno e del suo “intorno” – di sfruttare al massimo il potenziale della proprietà intellettuale che tiene stretta a fatica, attraverso i giochi e le uscite in sala.

2. Sony e il monopolio transmediale

L'evoluzione sistematica, repentina e sempre più interconnessa del panorama plurimediale contemporaneo ha portato – specialmente negli ultimi vent'anni – a una tendenza da parte delle *corporation* dell'*entertainment* (Hesmondhalgh 1982) a una maggior cura per quella che viene definita economia di scopo (Doyle (2002) 2008, pp. 15-16), ovvero quel tipo di strategia che prevede lo sfruttamento massimo e quanto più trasversale di ogni risorsa in possesso

²³ Per la precisione, la sua prima apparizione è su *Ultimate Fallout #4*, dell'agosto 2011, pubblicato in Italia da Panini Comics su *Ultimate Comics #11* nel marzo 2012.

²⁴ La sua trama è però più ascrivibile alla miniserie *Spider-Verse – Secret Wars*, del 2015.

²⁵ Durante il crossover *Secret Wars* del 2015, Miles diventa parte dell'universo Marvel “centrale” – Terra-616 – dopo la cancellazione dell'universo Ultimate, suo originario.

dell'azienda. Tutto ciò diventa fondamentale nel momento in cui si parla di proprietà intellettuale e, nello specifico, del diritto di poterne usufruire per realizzare prodotti da immettere nel mercato mediale (Brembilla, Mollona 2015). Spider-Man, in quanto personaggio con dei propri tratti distintivi e un proprio bagaglio narrativo consolidato e pregresso, è senza dubbio uno dei principali *selling elements* dell'editrice Marvel Comics, attualmente proprietà della Walt Disney Company, che ne detiene i diritti di sfruttamento commerciale per quanto riguarda pubblicazioni su carta (fumetti, libri, ecc.) e merchandising vario ed eventuale;²⁶ quello che però Disney non detiene totalmente è il diritto di sfruttare il personaggio nei prodotti multimediali, quali film, prodotti d'animazione e, per l'appunto, videogiochi. Questi diritti sono da tempo in mano a Sony,²⁷ azienda che ha interessi preminenti nel mercato audiovisivo e videoludico e che si è spesso trovata a combattere per mantenere la libertà di sfruttare autonomamente il personaggio di Spider-Man e il pacchetto di proprietà intellettuale ad esso collegato.²⁸ In quest'ottica vanno pensati i diversi rilanci cinematografici del *franchise* dedicato al Tesserete e la notevole proliferazione di prodotti audiovisivi a tema Uomo Ragno negli ultimi tre anni, proprio in concomitanza con la graduale importanza del personaggio all'interno dell'ecosistema narrativo interconnesso del Marvel Cinematic Universe in capo alla Disney (Brembilla 2018).

A partire da queste premesse economico-industriali, il titolo *Marvel's Spider-Man* diventa un tassello strategico per le esigenze Sony, tale da permettere alla *major* giapponese di massimizzare lo sfruttamento della *spreadability* (Jenkins 2010) intrinseca della mitologia del Tesserete e di costruire potenziali ponti crossmediali per estendere ogni singola deriva del macro-*franchise* che racchiude l'Uomo Ragno e tutto l'ecosistema mediale che lo circonda (Pescatore 2018); allo stesso tempo, *Marvel's Spider-Man* si configura

²⁶ Questo si può facilmente verificare entrando in un qualsiasi Disney Store e notando come, molto spesso, grandi porzioni dei punti vendita siano dedicate all'Uomo Ragno indipendentemente dallo spazio concesso al merchandising Marvel generale.

²⁷ Per capirsi, da molto prima che Disney acquistasse la Marvel nel 2009; il primo film di Spider-Man a marchio Sony è datato 2002.

²⁸ Nei prossimi paragrafi si farà spesso riferimento all'accesa diatriba tra Marvel Studios (Disney) e Sony Pictures Entertainment avvenuta nell'estate 2019 per la rinegoziazione dello sfruttamento dei diritti dell'Uomo Ragno nelle produzioni cinematografiche. Per tutti i dettagli e un resoconto chiaro sulla vicenda si rimanda a: <https://birdmenmagazine.com/2019/10/02/5-domande-sulla-questione-spider-man-tra-disney-e-sony/>, consultato il 29.11.2020.

come una presa di posizione monopolista da parte di Sony nei confronti del personaggio nell'ambiente videoludico su console, tanto da creare curiose conseguenze dal punto di vista narrativo e discorsivo.

2.1 *Al centro della tela*

Se già il ponte creato dall'interscambio reciproco tra fumetti e videogioco fa sì che il personaggio dell'Uomo Ragno sia in qualche modo riconducibile a un prodotto Sony in maniera diretta e narrativamente giustificata,²⁹ questo si ripete attraverso altri prodotti del panorama multimediale comprendente Spider-Man. La comparsa dei due costumi introdotti nel film *Spider-Man: Far From Home* (*Id.*, Watts, 2019), al fianco di tutti quelli presenti nei precedenti titoli MCU in cui compare l'Uomo Ragno, rendono *Marvel's Spider-Man* un ponte di promozione orientato, forte del fatto che Sony resta direttamente coinvolta nella produzione dei titoli cinematografici del Tessiragnatele.

A fronte di ciò, il caso più curioso di collante crossmediale operato dal gioco si mostra chiaramente all'interno del trailer del film *Morbius* (*Id.*, Espinosa, 2021), dove è possibile vedere un murales che rappresenta l'Uomo Ragno in una posa tratta da *Marvel's Spider-Man* e con indosso il costume reso famoso dalla trilogia di film firmata da Sam Raimi;³⁰ con questo fugace passaggio, Sony riesce a ribadire in maniera forte il suo essere l'ago della bilancia nella gestione dell'immaginario iconografico audiovisivo (e non solo) dell'Uomo Ragno: in quel fotogramma, il gioco porta con sé un *franchise* concluso, ma molto amato dai fan (quello di Raimi), all'interno di un nuovo *franchise* ancora privo del personaggio centrale³¹ e che punta a poter integrare in sé stesso quanto già operato nell'MCU.³²

²⁹ Questo ad esempio non accade con le versioni cinematografiche dei personaggi gestiti dai Marvel Studios sotto la guida di Kevin Feige e il marchio Disney: se è vero che vivono un'esistenza transmediale (ci sono diversi fumetti ambientati nell'MCU), non ne hanno ancora vissuta una crossmediale, portando le loro vicende a incrociare direttamente quelle delle controparti fumettistiche "ordinarie".

³⁰ Il costume è, difatti, disponibile all'interno del gioco; si rimanda a questo articolo divulgativo per un'analisi del trailer: <https://blog.screenweek.it/2020/02/morbius-foto-dal-set-spider-man-725894.php/>, consultato il 29.11.2020.

³¹ Si parla qui del *franchise* inaugurato con *Venom* (*Id.*, Fleischer, 2018) e che proseguirà proprio con *Morbius*.

³² Nel già citato trailer appare Michael Keaton, presumibilmente nel ruolo già rivestito in *Spider-Man: Homecoming* (*Id.*, Watts, 2017).



Figura 2.1 Fotogramma di *Morbius* in cui appare il costume della trilogia Raimi nella posa del gioco.

Lo stesso tipo di collante crossmediale inizia ad intravedersi anche con il personaggio di Miles Morales che, diventando il protagonista del secondo titolo della serie di videogiochi *Insomniac*, porterà a integrare il promettente *franchise* animato all'immaginario Sony/Spider-Man,³³ a sua volta ottimo connettore di più versioni dell'Uomo Ragno e, come si è detto, punto di arrivo del progetto "Ragnoverso".

2.2 Immaginari in esclusiva

L'attenta costruzione crossmediale di interscambio contenutistico e promozionale (Grainge, Johnson 2015), oltre ad alimentare una crescente economia di scopo, porta a Sony la possibilità di controllare e influenzare capillarmente la vita multimediale di Spider-Man, tendendo a un tentativo di monopolio dell'immaginario del personaggio. Pur restando impossibile un monopolio del ritorno economico dell'Uomo Ragno e del suo macro-*franchise*,³⁴ diventa cruciale per Sony orientarne la direzione estetica e narrativa in modo da rinforzare al massimo l'efficacia dei prodotti trans e crossmediali prodotti dalla *major* giapponese.

In quest'ottica va letto il braccio di ferro tra Sony e Disney

³³ Da notare il dettaglio del costume del Peter Parker di *Spider-Man: Into the Spider-Verse* sbloccabile durante una delle espansioni di *Marvel's Spider-Man*.

³⁴ Si ricorda ancora che il personaggio in sé – e non i suoi diritti di sfruttamento audiovisivo – resta proprietà Marvel, dunque Disney. Si rimanda alla nota 28.

sull'immaginario cinematografico del personaggio, che si è concluso nella verosimile (ma non ancora sicura) integrazione tra i più recenti prodotti Sony legati a Spider-Man (*Venom* e l'imminente *Morbius*) e il Peter Parker interpretato da Tom Holland dal 2016.³⁵ A scapito di rischiose iperboli narrative, si massimizza così la resa di quanto già prodotto, affiancando all'economia di scopo già tracciata una crescente aspirazione d'economia di scala (Brembilla, Mollona 2015, pp. 16-17). Al centro di quest'aspirazione sta l'obiettivo di accrescere il proprio *potere negoziale* (ivi, p. 17) nel momento in cui si operano scelte di presenza o meno del personaggio e di un dato immaginario all'interno di prodotti altrui, per incidere nettamente sull'estetica e sulle derive narrative di questi ultimi.

Più che nel caso cinematografico, dove Disney detiene comunque un potere negoziale tale da poter, appunto, negoziare pressoché alla pari lo sfruttamento di Spider-Man all'interno dei propri prodotti, il caso videoludico diventa esemplare: la fortuna di *Marvel's Spider-Man*, esclusiva Sony (e dunque PlayStation), ha legato il personaggio alla console giapponese tanto da renderlo il gioco test per il lancio di PlayStation 5 e da poter controllare la presenza dell'Uomo Ragno in altri giochi Marvel disponibili su più console; è il caso di *Marvel's Avengers*, titolo prodotto da Crystal Dynamics uscito nell'ottobre 2020. *Marvel's Spider-Man* faceva sperare, attraverso la presenza dell'Avengers Tower nella Manhattan del gioco, un collegamento tra l'Uomo Ragno e i Vendicatori in un qualche titolo futuro o all'interno del nascente *Gameverse* crossmediale; il rilascio di *Marvel's Avengers* ha però disilluso le speranze se non per un dettaglio: nel 2021³⁶ Spider-Man sarà disponibile come personaggio giocabile all'interno del videogioco, ma solo per piattaforme Sony.³⁷ In questo modo, Sony inaugura un'effettiva esclusività del personaggio legata al canale distributivo in cui un titolo di un'altra compagnia si trova ad essere giocato.³⁸

Da un punto di vista esclusivamente narrativo, alla luce di quanto visto nei

³⁵ Tante indiscrezioni, presto smentite da Sony, hanno fatto pensare a una compresenza di Holland, Tobey Maguire e Andrew Garfield nei panni dei loro rispettivi Tessiragnatele in un terzo capitolo della saga MCU di Spider-Man.

³⁶ Non si ha ancora una data precisa.

³⁷ Per i dettagli finora disponibili si rimanda a: <https://www.hynerd.it/avengers-spider-man-cosa-sappiamo/>, consultato il 29.11.2020.

³⁸ Resta interessante il fatto che Spider-Man compaia senza alcun problema nei videogiochi *mobile* a marchio Marvel e nel recente titolo Nintendo *Marvel Ultimate Alliance 3*, uscito nel 2019, probabilmente per accordi precedenti legati ai diversi *franchise* videoludici.

precedenti paragrafi, questa scelta spacca in due la possibilità di un *Gameverse* univoco, poiché la presenza o meno di Spider-Man nella propria esperienza di gioco del titolo Crystal Dynamics fa sì che ci si trovi di fronte a due diversi universi narrativi, con differenti ponti diegetici e crossmediali; per capirsi, gli Avengers del titolo *Marvel's Avengers* giocato su Xbox si troveranno in una linea narrativa parallela a quella degli stessi giocati su PlayStation. Se questo dettaglio può apparire un *divertissement* per semiotici, in realtà ha nette conseguenze nel momento in cui si dovesse decidere di aprire la narrazione di *Marvel's Avengers* alle pagine dei fumetti.³⁹

3. Mondi urbani e metropoli possibili

Ogni considerazione tracciata nei paragrafi precedenti si riverbera con forte coerenza plastica all'interno di quella che viene normalmente definita "mappa" del gioco, cioè nell'ambientazione in cui ci si trova ad agire virtualmente attraverso il proprio personaggio giocante (Eugeni 2010, pp. 302-305). In particolare, *Marvel's Spider-Man*, perfettamente in linea con la tradizione Marvel (Licari, Rizzo 2019, p. 64),⁴⁰ è ambientato in una dettagliata isola di Manhattan, divisa nei suoi quartieri e arredata in modo iperrealistico. Implementando uno degli aspetti più amati dei titoli videoludici con protagonista il Tessiragnatele – il volteggio tra i grattacieli della città⁴¹ – *Marvel's Spider-Man* trasforma l'ambientazione in una forma testuale fortemente significativa, in grado di incidere tanto sull'esperienza di gioco, quanto sul discorso crossmediale di cui il titolo si fa portatore; in perfetto accordo con l'identità del personaggio consolidatasi nell'immaginario comune e nella cultura popolare statunitense, Spider-Man è a tutti gli effetti un "eroe urbano" (Pagello 2010, p. 24), le cui storie si sono narrate per la maggior parte tra i grattacieli dell'isola di Manhattan. Nonostante ciò, gli ultimi anni di gestione crossmediale del personaggio (dai fumetti ai film targati MCU, passando per alcuni titoli animati e videoludici *mobile*), coerentemente con

³⁹ Cosa già accaduta con le storie *prequel* che introducono agli eventi del gioco, pubblicate in Italia da Panini Comics nel volume *Marvel's Avengers: la strada per l'A-Day* dell'agosto 2020.

⁴⁰ Si cita, su tutti, l'esempio della saga a fumetti *Marvels*, di Kurt Busiek e Alex Ross del 1994, più volte ristampata in Italia da Panini Comics.

⁴¹ Questa modalità di gioco, diventata significativa dal titolo *Spider-Man 2* del 2004, è rimasta una costante dei prodotti videoludici dedicati all'Uomo Ragno e resa sempre più importante nell'economia complessiva del *gameplay*.

l'evoluzione discorsiva *mainstream* dell'intero Universo Marvel (Licari, Rizzo 2019, pp. 150-166), hanno teso sempre più a distanziare Spider-Man dal centro urbano newyorkese, rendendo più flebile quel legame che unisce l'Uomo Ragno all'ambiente metropolitano.



Figura 3.1 L'Uomo Ragno di fronte allo *skyline* di Manhattan in una sequenza di gioco.

Marvel's Spider-Man, in questo macro-movimento crossmediale, si pone in contrasto con la tendenza, rimarcando il legame tra l'agire dell'Uomo Ragno e la dimensione urbana in cui questo stesso agire trova una sua coerenza ottimale; anche in questo, quindi, il titolo *Insomniac* si pone come ponte discorsivo tra una tendenza extra-urbana e una tradizione identitaria interna a Spider-Man e al suo mondo, arredando la città di Manhattan in modo da riverberare questa tensione e tentando di accentrare gli estremi di un immaginario che si fa *globale*.⁴²

3.1 *Arredi crossmediali*

In accordo con la ricerca etnosemiotica contemporanea (Marsciani 2007), è possibile riconoscere in uno spazio urbano configurazioni discorsive tali da poter essere descritte e lette con strumenti propri della semiotica strutturale (Accardo, Donatiello, Liborio, Palestrini 2015); in altre parole, le città producono effetti di

⁴² Il termine è preso da uno degli ultimi cicli di storie di Dan Slott, parte dell'iniziativa "All-New, All Different Marvel", datato 2015.

senso, si danno come testualità intelligibili, sono *significanti*. Nei fumetti (e nei media ad essi vicini), dove l'ambiente è sempre e comunque una ricostruzione organizzata (Barbieri 2017, pp. 78-79), questo appare ancor più evidente, dal momento in cui l'identità dei personaggi e dei luoghi in cui agiscono si riverberano vicendevolmente (Pagello 2010).

Facendo un salto di medium, passando quindi dal fumetto al videogioco e introducendo una dimensione interattiva tra il soggetto giocante e l'ambiente che lo circonda (Harrigan, Wardrip-Fruin 2004), questa tendenza alla significazione reciproca tra urbano e personaggio diventa elemento chiave per un'efficace esperienza di gioco, tale da trasformarsi in una fertile occasione per rimarcare la centralità dello *storytelling* crossmediale orientato e consapevole. In *Marvel's Spider-Man* l'isola di Manhattan non è solo supporto dell'azione, ma anche veicolo per attività secondarie⁴³ e collettore plastico dei possibili rimandi crossmediali attraverso la scelta degli edifici inseriti nella mappa: si è già detto della presenza dell'Avengers Tower, in grado di costituire le fondamenta per un *Gameverse* vero e proprio e capace di rendere Sony detentore del monopolio effettivo del personaggio in un'ottica di multiplatforma;⁴⁴ ancor più significativo dal punto di vista della costruzione plastica di un immaginario crossmediale è la presenza della Oscorp Tower, la sede della Oscorp Corporation, dove si svolge una parte importante dell'esperienza di gioco. La Oscorp Tower, però, non è solo un luogo finzionale in cui ambientare l'azione: la sua presenza nello *skyline* di Manhattan si fa esplicito ponte attraverso il gioco e due *franchise* audiovisivi legati a Spider-Man altrimenti difficilmente avvicinabili all'immaginario Sony.

Il primo di questi è *Ultimate Spider-Man*, serie animata che, come si è già detto, condivide con il gioco alcuni elementi narrativi e in cui la Oscorp Corporation (plasticamente incarnata nella sua sede, la Oscorp Tower, appunto) è una componente centrale. Il secondo è il *franchise* cinematografico targato

⁴³ Dal fotografare i monumenti al leggere i quotidiani ai bordi delle strade, sono tantissime le attività secondarie disponibili all'interno dell'esperienza di gioco, sempre più orientate a una conoscenza accurata della città.

⁴⁴ La funzione "negoziale" dell'Avengers Tower all'interno del gioco è ipotizzabile anche dal fatto che essa non ha effettivamente alcun ruolo narrativo nel *gameplay* di *Marvel's Spider-Man*. Escludendo quindi la mera funzione estetica, resta solamente il ruolo di potenziale connettore trans e crossmediale.

*Amazing Spider-Man*⁴⁵ è composto da due titoli posti a metà tra la trilogia di Raimi e la gestione MCU in co-produzione con Disney; questo *franchise*, chiuso prematuramente a causa dell'introduzione di Spider-Man nell'universo degli Avengers cinematografici, vede un ruolo preminente sia narrativo che visivo della Oscorp Tower, rendendola un elemento identitario forte, sancito dalla presenza all'interno di quel grande connettore che si dimostra *Marvel's Spider-Man*.

L'efficacia della costruzione urbana come connettore di effetti di senso crossmediali è rimarcata, oltre che dagli aspetti plastici degli elementi in essa presenti, dalla tipologia di regime d'interazione che si attiva nel momento in cui il giocatore, durante l'esperienza di gioco, si ritrova a entrarvi in contatto. Quella che, all'inizio, è una relazione di scoperta orientata (giocatore – ambientazione) e indotta dallo svolgimento del gioco stesso, diventa man mano un'interazione di crescente competenza, in cui i movimenti del giocatore avvengono attraverso un'attenta e accurata *Programmazione* (Landowski 2005): in questo regime d'interazione non v'è spazio per manovre errate e il fulcro di tutto è il mantenimento del controllo; la città, all'interno del gioco, viene man mano sempre più *abitata* dal giocatore, tanto da conferire un senso di appropriazione competente e regolare⁴⁶ di ogni suo elemento. Quest'appropriazione consolida la tenuta crossmediale veicolata dagli elementi plastici contenuti nella mappa, rendendoli ponti intertestuali solidi e significativi.

4. *Prospettive sul Ragnoverso*

Quanto descritto nei paragrafi precedenti trova crescente conferma andando ad osservare cosa si prospetta sul panorama crossmediale targato Spider-Man e che ruolo sembra avere il *franchise* videoludico a marchio Insomniac nella sua tenuta narrativa, estetica e discorsiva.

Partendo dal panorama fumettistico, il passaggio di timone da Dan Slott a Nick Spencer⁴⁷ sembra riverberare quanto detto riguardo la necessità di un ritorno all'ambientazione metropolitana, trovando storie nuovamente ambientate in una

⁴⁵ *Amazing Spider-Man* (Id., Webb, 2012); *Amazing Spider-Man 2* (*Amazing Spider-Man 2 – Il potere di Electro*, Webb, 2014).

⁴⁶ Landowski definisce tutto ciò “congiunzione”, ovvero la forma spaziale della Programmazione.

⁴⁷ Il ciclo di storie introduttivo del nuovo *showrunner* della testata ha preso il via su *The Amazing Spider-Man* (2018) #1 del luglio 2018 e vede un ritorno ad atmosfere più in linea con l'immaginario classico dell'Uomo Ragno. In Italia il ciclo è iniziato su *Amazing Spider-Man* #710 edito da Panini Comics nel novembre 2018.

New York riconoscibile e fortemente urbana, liberandosi dalle derive globali e cosmiche che l'Uomo Ragno aveva sperimentato con il ciclo precedente; a questo, va unito il crescente successo dei titoli fumettistici targati Miles Morales,⁴⁸ anch'essi riportati ad una dimensione cittadina tradizionale, andando a riverberare quanto sperimentabile nei videogiochi.

Come si è detto, il personaggio di Miles sembra diventare sempre più il perno del progetto multiversale targato Ragnoverso, come si è visto nei recenti cicli fumettistici ad esso dedicati e come sancito dal successo di *Spider-Man: Into the Spider-Verse*, il cui sequel, già annunciato, promette ulteriori incursioni di Tessiragnatele alternativi; in questo, il secondo capitolo videoludico di *Marvel's Spider-Man*, dedicato al giovane Uomo Ragno creato da Bendis, potrebbe porsi come anello di congiunzione forte quanto il primo, legando maggiormente la figura di Miles al marchio Sony e permettendone una stratificazione d'immaginario controllata e orientata.

Il tutto si trova ai margini di ciò che Sony vorrà portare avanti con Disney e il Marvel Cinematic Universe, dove la promessa di un'integrazione dei film della casa di produzione giapponese con quelli a marchio Avengers richiede un grande sforzo di omogeneità transmediale, tale da chiamare in causa ogni possibile medium di tenuta discorsiva. In questo, si è visto, *Marvel's Spider-Man* ha già iniziato a giocare un ruolo cruciale, proponendosi come terreno franco e fertile alle contaminazioni, ma ribadendo con forza l'esclusività da parte di Sony dell'immaginario di Peter Parker, tanto da creare significativi distinguo pressoché imprescindibili.

Quel che è certo è che il personaggio creato da Lee e Ditko quasi sessant'anni fa resta uno dei più prolifici esempi di potenziale narrativo della cultura popolare contemporanea e il fulcro di un materiale narrativo talmente malleabile e compatto a un tempo da potersi spendere con efficacia attraverso una rete crossmediale estesa e sfaccettata, che ha saputo fare del mondo digitale motivo di evoluzione e contaminazione continua.

⁴⁸ Scritta da Javier Garron e disegnata da Saladin Ahmed, *Miles Morales: Spider-Man* è la più recente (e fortunata) serie a fumetti dedicata al personaggio, iniziata nel febbraio 2019 e pubblicata in Italia da Panini Comics sulla testata omonima dall'agosto 2019.

Riferimenti bibliografici

- AA.VV., 2009, *Marvel Chronicle*, Panini Comics, Modena.
- AA.VV., 2015, *L'incredibile Marvel. 75 anni di meraviglie a fumetti*, catalogo della mostra organizzata da Napoli COMICON, Napoli.
- AA.VV., 2018, *Marvel's Spider-Man: the Art of the Game*, Titan Books, London.
- Accardo, L.; Donatiello, P.; Liborio, E.; Palestrini, M., 2015, *Via Mascarella. Declinazioni di uno spazio denso*, Esculapio, Bologna.
- Barbieri, D., 1991, *I linguaggi del fumetto*, Bompiani, Milano.
- Barbieri, D., 2017, *Semiotica del fumetto*, Carrocci, Roma.
- Bertieri, C., 1979, *I film di carta*, Vallecchi, Firenze.
- Boni, M., 2018, *La produzione di discorsività sociale negli ecosistemi narrativi*, in Pescatore, G. (ed.), *Ecosistemi narrativi*, Carrocci, Roma.
- Brembilla, P., 2018, *It's all connected: l'evoluzione delle serie TV statunitensi*, Franco Angeli, Milano.
- Brembilla, P.; Mollona, E., 2015, *Game of Strategy*, Giappicchielli, Torino.
- Di Chio, F. (ed.), 2017, *Media Morfosi 2*, "Link" N. 22.
- Doyle, G., 2002, *Understanding Media Economics*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi and Singapore; tr. it., 2008, *Introduzione all'economia dei media*, Hoepli, Milano.
- Eco, U., 1964, *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
- Eco, U., 1976, *Il superuomo di massa*, Bompiani, Milano.
- Eugeni, R., 2010, *Semiotica dei media*, Carrocci, Roma.
- Foucault, M., 1969, *L'archéologie du savoir*, Gallimard, Paris, tr. it., 1971, *L'archeologia del sapere*, Rizzoli, Milano.
- Grainge, P.; Johnson, C., 2015, *Promotional Screen Industries*, Routledge, New York; tr. it., 2018, *Industrie della promozione e schermi digitali*, Minimum Fax, Roma.
- Grillo, E., 2020, *Introduzione. I mille volti delle icone culturali*, in A. Bernardelli; E. Grillo (eds.), *Be Cool: come nasce un'icona culturale*, «Ocula» vol. 21 no. 22.
- Harrigan, P.; Wardrip-Fruin, N. (eds.), 2004, *First Person: New Media as Story, Performance and Game*, MIT Press, Cambridge – London.
- Hesmondhalgh, D., 1982, *The Cultural Industries*, SAGE Publications Ltd, Thousand Oaks; tr. it., 2007, *Le industrie culturali*, Egea, Milano.
- Jenkins, H., 2006, *Convergence Culture*, NYU Press, New York; tr. it., 2014, *Cultura convergente*, Magioli, Santarcangelo di Romagna.
- Jenkins, H., 2010, "La vendetta dell'unicorno origami", in *Link* n.9, Milano.
- Landowski, E., 2005, *Les interactions risquées*, Limonge, Pulim; tr. it., 2010, *Rischiare nelle interazioni*, Franco Angeli, Milano.
- Licari, F.; Rizzo, M., 2019, *Marvel 80 Amazing Years*, Panini Comics, Modena.
- Marsciani, F., 2007, *Tracciati di etnosemiotica*, Franco Angeli, Milano.
- Menduni, E., 2013, *Entertainment*, Il Mulino, Bologna.
- Morandini, L.; Morandini, L.; Morandini, M., 2017, *Il Morandini*, Zanichelli, Bologna.

Marvel's Spider-Man: "Ragnoverso" crossmediale

Pagello, F., 2010, *Grattacieli e superuomini*, Le Mani, Recco – Genova.

Pescatore, G. (ed.), 2006, *Matrix. Uno studio di caso*, Hybris, Bologna.

Pescatore, G. (ed.), 2018, *Ecosistemi narrativi*, Carrocci, Roma.

Semprini, V., 2006, *Bam! Sock! Lo scontro a fumetti*, Tuné, Latina.

Thomas, R., 2014, *75 Years of Marvel. From the Golden Age to the Silver Screen*, Taschen, Colonia.

Villani, N., 2020, *Indagine identitaria del personaggio seriale. Verso una semiotica identitaria nella serialità*, in A. Bernardelli; E. Grillo (eds.), *Be Cool: come nasce un'icona culturale*, «Ocula» vol. 21 no. 22.

