

LUDOVICA SORECA

Alma Mater Studiorum - Università di Bologna

Nuove prospettive della creatività: la *community* fra transmedialità e transindividualità

1. Premessa

Questo contributo si propone di analizzare il concetto mobile e plurale di identità delle cosiddette *community*, chiamando in causa il rapporto tra i media e le culture di internet nonché le pratiche creative attraverso cui gli utenti si relazionano allo spazio digitale. Affronteremo in particolare due questioni: la prima riguarda il posizionamento dei media nel *framework* della convergenza culturale (Jenkins, 2007), la cui relazione con i pubblici diventa fondamentale nel processo di ricostruzione dei significati.

La seconda argomentazione intende sostenere una riflessione sull'identità degli utenti inseriti in una *community*, attraverso una rilettura del pensiero di G. Simondon, facendo riferimento all'analisi epistemologica che ha per oggetto la nozione di *transindividuale*, al fine di allargare la prospettiva mediale in cui l'argomento si colloca

La disamina degli effetti relazionali dei nuovi media esaminerà come questi contribuiscano a definire un'identità collettiva mutata rispetto ai paradigmi pre-digitali, considerando sia i processi collettivi di significazione che costruiscono nuove soggettività

nell'ambiente digitale, sia l'apertura del concetto di transindividuale alla teoria transmediale.

2. Transmedialità: i caratteri di una proprietà convergente

Nell'era della cultura partecipativa basata su una interazione dei pubblici connessi (Varnelis, 2008) sempre più rilevante, gli utenti sono intesi co-creatori di contenuti mediali. I fattori tecnologici, industriali, economici, sociali, istituzionali che hanno contribuito a questo cambiamento di paradigma fanno capo al disfacimento della corrispondenza biunivoca tra infrastruttura materiale e forme di espressione dovuto agli effetti prodotti dal processo di digitalizzazione dei media e dalla cosiddetta mediatizzazione della vita quotidiana (Couldry, Hepp, 2016).

A questa riconfigurazione dei rapporti tra media e spettatorialità si può far risalire il dibattito sul concetto di transmedialità nell'orizzonte della *convergenza culturale*.

Con questa espressione bisogna intendere quel cambiamento socioculturale e technoindustriale in cui la circolazione fluida di contenuti si genera dal mutuo rapporto tra la *community* e i dispositivi mediali coinvolti nel processo di interscambio: «il flusso dei contenuti su più piattaforme, la cooperazione tra più settori dell'industria dei media e il migrare del pubblico alla ricerca continua di nuove esperienze di intrattenimento» (Jenkins, 2007, p. XXV).

Le pratiche creative che ne derivano permetterebbero il passaggio ad una logica operativa della cultura che si fonda sulla relazione tra i media e gli utenti, i quali, stimolati a ricercare nuove informazioni, innescano connessioni tra contenuti mediatici differenti.

Dalla parola "*Hello*" sullo schermo del Macintosh 128K¹, è intuibile il concetto di relazione che sta alla base del medium inteso nella sua duplice accezione trasmissiva e semiotica (Ryan, 2013).

¹ Per ulteriori approfondimenti si veda A. Hertzfeld, *It Sure Is Great To Get Out Of That Bag!*, 24th January 1984, <https://www.youtube.com/watch?v=2B-XwPjn9YY> (accesso: 15 ottobre 2025).

La prima definizione si riferisce al medium come *infrastruttura*; la seconda lo intende come sistema di *espressione e significazione*, aperto a continue risemantizzazioni.

Partendo dai tre assi teorici (dimensione tecnologica, oggetto e modalità della relazione) che inquadrano la relazione tra i media (Zecca, 2015), la transmedialità ha una connotazione espressiva e simbolica e in questa prospettiva esprime «la proprietà tipica di quei progetti comunicativi, fondati sulla dispersione di unità di contenuto su più media, all'interno di universi di senso, contrassegnati in varia misura da espansione, coerenza e consistenza diegetica» (Tirino, 2019, p. 23).

Da un punto di vista sociale e partecipativo, si profila come una forma di esperienza mediale integrata (Davidson, 2010), che offre ulteriori stadi di co-partecipazione tra utenti e contenuti, contribuendo alla costruzione di comunità di user/creator che si raccolgono attorno a «vibrazioni emotive, piaceri infoestetici, a pulsioni ludiche» (Susca, 2007) in grado di innescare strategie creative imprevedibili nell'ecosistema digitale tecno-sociale contemporaneo.

3. Come la dimensione processuale della convergenza determina nuove forme di intelligenza collettiva

Nella riflessione di Jenkins la convergenza è un processo che si basa sulla reciprocità delle interazioni sociali dei consumatori. Tale mutualità produce interpretazioni soggettive della realtà quotidiana a partire da una specifica rielaborazione dei frammenti informativi tratti dal flusso mediatico in cui i consumatori sono immersi: contenuti, informazioni e conoscenze generati e rielaborati dagli utenti, attraverso interazioni reciproche, trasformano la fruizione dei media da un'attività individuale a un'esperienza condivisa e collaborativa.

Avendo sia un carattere discendente, guidato dalle *corporation*, sia ascendente, guidato dai consumatori, la convergenza è sia figura dell'espansione commerciale che della democratizzazione culturale (Freeman, Gambarato, 2018).

Per questa ragione ammette lo sviluppo spesso informale di un flusso di contenuti: un esempio emblematico è rappresentato dalle attività di *spoiling* dei fan del reality show *Survivor*. Attivando pratiche creative di reperimento e manipolazione delle informazioni sul web, gli *spoiler* co-partecipano alla costruzione di un fenomeno nato dal basso, spinti dal desiderio di scoprire elementi mediali non previsti dalla produzione, configurandosi come *comunità del sapere* (Lévy, 2002).

Questa forma di rielaborazione rappresenta un'espressione dell'*intelligenza collettiva* (Lévy, 2002), intesa come la capacità delle comunità virtuali di valorizzare competenze condivise e attivare il potenziale creativo del processo mediale attraverso l'incontro di interessi intellettuali e affettivi comuni: nel caso della *community* di *Survivor* ha consentito un apprendimento partecipato in grado di convertire un contenuto mediale in un'esperienza narrativa *espansa* determinando l'accesso a un livello esperienziale-conoscitivo inedito.

Nel web 2.0, oltre alle forme di cultura partecipativa incentivate dalla narrazione transmediale², nella prospettiva delle *internet aesthetics*, gli *UGC*, come i meme, rivelano il *cultural engagement* come pratica di apprendimento continuo, riflettendo l'attitudine degli utenti di riconoscersi in comunità culturali con cui condividono valori e visioni.

Pertanto, il reperimento dal web e la rimediazione di informazioni eterogenee generano linguaggi sincretici che intrecciano immagini, suoni e parole, riflettendo l'interiorizzazione del sensorio digitale espressione delle *emozioni dell'intelligenza* (Montani, 2020): le tracce dell'internet folklore mostrano l'azione di «sfruttare le potenzialità inespresse, aumentare le connessioni con gli altri e con l'ambiente» (Tanni, 2023, p. 194).

Alla luce dell'evoluzione dello spazio digitale in cui l'interattività del web 2.0 dialoga con l'ipertestualità del web semantico e la tridimensionalità del web 4.0, nelle pratiche di mediazione

² Lo studioso statunitense ha dedicato diversi contributi alla riflessione sul *transmedia storytelling*. Si veda il riferimento bibliografico per Jenkins (2016) per ulteriori approfondimenti.

del patrimonio culturale il ruolo di *prosumer* degli utenti ha dato vita a processi partecipativi di produzione e circolazione di contenuti (Bonacini, 2021) in cui l'uso del *transmedia storytelling* viene impiegato come strumento didattico in grado di favorire la partecipazione attiva e la co-creazione.

In questa prospettiva è stato progettato il laboratorio in *Metodologia del gioco e dell'animazione* (UniBa). L'attività ha previsto l'uso di app di *graphic design* e piattaforme di *game-based learning* per la creazione di giochi educativi interattivi per la valorizzazione del Parco Letterario Carlo Levi di Aliano. Nella fase successiva, in un'ottica socio-educativa di comunità, è stato attivato un laboratorio di *storytelling digitale partecipativo* che ha coinvolto gli studenti di una scuola media del territorio³.

Il frame narrativo tecnologico ha funzionato come dispositivo interpretativo del patrimonio immateriale, favorendo un processo di trasformazione identitaria nei partecipanti. Il laboratorio, attivando dinamiche di intelligenza collettiva nella co-narrazione e nella costruzione di significati, ha promosso lo sviluppo di competenze digitali e relazionali in un contesto di apprendimento condiviso.

Incoraggiando processi di apprendimento di tipo cognitivo-affettivi, la sinergia tra istituzioni educative e culturali soddisfa la questione per cui le informazioni prodotte da una comunità riflettano una reciprocità di interessi e di affetti che, secondo Simondon (1989), costituisce il fondamento di un'autentica individuazione collettiva.

4. L'utente transindividuale

Simondon elabora un'ontologia in cui il soggetto non è un'entità isolata, ma il risultato di un processo di individuazione *in divenire*.

³ Si veda la pagina web del sito CHANGES per ulteriori approfondimenti: <https://www.fondazionechanges.org/2024/02/12/laboratorio-di-storytelling-e-socio-educativo-di-comunita/> (accesso: 15 ottobre 2025).

Tra i diversi livelli di individuazione assumono rilievo quello psichico e quello collettivo, legati alla formazione del pensiero e della coscienza nelle relazioni sociali.

Centrale è la dimensione *transindividuale*, intesa come spazio relazionale in cui gli individui si costituiscono insieme, rendendo possibile la nascita di una soggettività condivisa. L'individuo emerge come essere *in relazione*, co-determinato dalla rete sociale in cui è inserito.

Applicando questa riflessione agli ambienti transmediali, gli utenti, connessi gli uni agli altri in quanto contenenti «un che di preindividuale» (Simondon, 2021, p. 179), cioè l'insieme delle potenzialità che ogni individuo possiede in forma indeterminata, tramite approcci originali di interazione con il digitale, si strutturano in modo relazionale e co-evolutivo permettendo «il passaggio dalla generica dotazione psicosomatica dell'animale umano alla configurazione di una singolarità irripetibile» (Virno, 2021, p.6), attuando i processi identitari in chiave simondoniana.

In questa prospettiva, il digitale può configurarsi come un luogo privilegiato in cui la *percezione sensoriale* (Merleau-Ponty, 1965) diventa transindividuale, disvelando la natura permeabile e trasformabile delle soggettività che compongono le *community*.

La rete non sussiste come entità anonima ma come spazio di ibridazione in cui gli utenti e i dispositivi digitali *intra-agiscono* (Barad, 2017) strutturando i discorsi e le rappresentazioni che modellano esperienze e identità.

Anche nei contesti educativi formali, la co-creazione di artefatti in ambienti tecnologici articola diversi tipi di relazione (soggetto-oggetto; artefatto-soggetto, artefatto-oggetto) che, sul digitale, tendono a integrarsi (Panciroli, 2020, p. 40) determinando un apprendimento attivo ed esperienziale di tipo cognitivo, socio-relazionale e emotivo. L'attivazione di questi processi di conoscenza genera pratiche di partecipazione transindividuali che proiettano l'utente in una dimensione trasformativa e di interazione in un inesauribile processo di significazione: «l'individuazione psichica è un'individuazione vitale perpetuata» (Combes, 2014, p. 51) configurandosi come forme di *lifelong learning*.

I modelli teorici analizzati condividono l'idea delle identità creative come processi relazionali, in cui le soggettività digitali si formano e si trasformano attraverso l'interscambio informativo, la condivisione di valori cognitivi ed emotivi, pratiche partecipative di rielaborazione della conoscenza.

5. Relazione allagmatica e reciprocità: la community come condizione di significato

Secondo la prospettiva transindividuale applicata al contesto digitale, il collettivo aderisce al concetto di community come l'insieme degli utenti che partecipano a processi creativi di individuazione reciproca.

Pertanto, il concetto di relazione risulta essenziale per comprendere la proteiforme condizione in cui i singoli, nell'esperienza mediale e educativa contemporanea, sono soggetti sociali poiché costituisce l'occasione di un'ulteriore e più complessa individuazione in cui la singolarità si affina, co-partecipa alla vita pubblica, si fa intelligenza collettiva. Le piattaforme digitali si configurano come dispositivi tecnici dell'individuazione agendo come *macchine di soggettivazione* (Guattari, 1991).

Secondo questa ottica, la reciprocità consente a ogni individuo, nel collettivo, di ridefinirsi in relazione agli altri, strutturandosi come parte di un campo di significazione in espansione. La dimensione transindividuale del collettivo è un regime relazionale allagmatico nell'accezione di «scambio di informazione» (Simondon, 2011, p. 424), dove le identità risultano fluide e incompiute.

I processi di significazione, originando da una radice emozionale, sono a tutti gli effetti dei processi di trasformazione e rielaborazione continua: la *community* di Survivor è di fatto un collettivo di singolarità individuate che scoprono nuove configurazioni del sé a partire dal desiderio di afferrare l'imprevedibile, attraverso cui attivano processi di conoscenza trasformando in atto creativo il *potenziale* sfuggito alle logiche della narrazione.

Dunque, l'ambiente transmediale, fluido, reticolare e partecipativo, si configura come uno spazio di attivazione transindividuale, in cui la *community* diviene la condizione attraverso cui i significati sono creati e ridefiniti in base alle interazioni reciproche tra i membri.

Tuttavia, il consumo di forme mediali sempre più complesse può dissipare il sistema relazionale se le istanze emotive che fanno da base alla comunicazione intersoggettiva innescano l'esperienza dell'angoscia in cui il soggetto si avverte come «fardello per sé stesso» (Simondon, 2021, p. 102): arrestandone il potenziale *trasformativo*, tale esperienza si erge come la soluzione affettiva contraria al transindividuale.

Le culture digitali si caricano così di antinomie valoriali, disinformazione e logiche centralizzate producendo unità solipsistiche che ostacolano la formazione delle *community*⁴.

In conclusione, accogliendo una riflessione che intreccia il pensiero filosofico simondoniano con la teoria transmediale si riconosce come le *community* digitali siano configurabili come spazi di intelligenza collettiva in cui inarrestabili reinvenzioni di relazioni transindividuali possono generare quel *surplus cognitivo* (Shirky, 2010) capace di attribuire significato alla co-costruzione delle identità e alla società nel suo complesso.

Bibliografia

- Barad, K. (2017), *Performatività nel post-umanesimo: per comprendere come la materia diventa materia*, in L. Bougleux (a cura di), *Performatività della natura quanto e queer*, Pisa, Edizioni ETS, pp. 31-59.
- Barone, P., Barbanti, C.V. (2020), *I nuovi media come dispositivi semiotecnici. Uno sguardo pedagogico*, in «MeTis», 10, 1, pp. 104-120.
- Bonacini, E. (2021), *Storytelling digitale e il suo ruolo in ambito educativo*, in «Culture Digitali», 0, pp. 1-25.

⁴ Si veda anche il concetto di *neomonadologia* come investigato da Terranova (2024) per ulteriori approfondimenti.

- Id. (2024), *Musei digitali e Generazione z. Nuove sfide per nuovi pubblici*, Bari, Edipuglia.
- Combes, M. (2014), *La relazione transindividuale*, in É. Balibar, V. Morfino (a cura di), *Il transindividuale, Soggetti, relazioni, mutazioni*, Milano, Mimesis, pp. 49-77.
- Couldry, N., Hepp, A. (2016), *The Mediated Construction of Reality*, Cambridge, Polity.
- Davidson, D. (2010), *Cross-Media Communications*, Pittsburgh, ETC.
- Freeman, M., Gambarato, R.R. (2018), *Transmedia Studies – Where Now?*, in M. Freeman, R.R. Gambarato (eds.), *The Routledge Companion to Transmedia Studies*, London-New York, Routledge, pp. 1-12.
- Guattari, F. (1991), *Le tre ecologie*, Torino, Edizioni Sonda, 1989.
- Jenkins, H. (2007), *Cultura convergente*, Milano, Apogeo Education.
- Id. (2016), *Transmedia What?*, in *Immerse*, November 15, <https://immerse.news/transmedia-what-15edf6b61daa> (accesso: 15 ottobre 2025).
- Lévy, P. (2002), *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*, Milano, Feltrinelli.
- Merleau-Ponty, M. (1965), *Fenomenologia della percezione*, Milano, Il Saggiatore.
- Montani, P. (2020), *Emozioni dell'intelligenza. Un percorso nel sensorio digitale*, Sesto San Giovanni, Meltemi.
- Panciroli, C. (2020), *Animazione digitale per la didattica*, Milano, FrancoAngeli.
- Ryan, M.-L. (2013), *Transmedia Storytelling and Transfictionality*, in «Poetics Today», 13, 3, pp. 361-388.
- Shirky, C. (2010), *Cognitive surplus: How technology makes consumers into collaborators*, New York, The Penguin Press.
- Simondon, G. (2021), *L'individuazione psichica e collettiva*, Roma, DeriveApprodi.
- Id. (2011), *L'individuazione alla luce delle nozioni di forma e di informazione*, Milano-Udine, Mimesis.
- Susca, V. (2007), *La ricreazione della società dello spettacolo*, postfazione in H. Jenkins, *Cultura Convergente*, Milano, Apogeo Education, pp. 361-366.
- Tanni, V. (2023), *Exit Reality. Vaporwave, backrooms, weirdcore e altri paesaggi oltre la soglia*, Roma, NERO.
- Terranova, T. (2024), *Dopo Internet. Le reti digitali tra capitale e comune*, Roma, NERO.
- Tirino, M. (2019) *Archeologia della transmedialità: teorie, approcci e formati. Il caso Flash Gordon*, in «Mediascapes Journal», 13, pp. 21- 46.
- Varnelis, K. (ed.) (2008), *Networked Publics*, London-Cambridge, MIT Press.

- Virno, P. (2021), *Moltitudine e principio di individuazione*, pref. in G. Simondon, *L'individuazione psichica e collettiva*, Roma, DeriveApprodi.
- Zecca, F. (2012), *Dalla convergenza dei media alla narrazione transmediale*, in Id. (a cura di), *Il cinema della convergenza. Industria, racconto, pubblico*, Milano-Udine, Mimesis, pp. 9-37.
- Id. (2015), *Le relazioni tra i media nell'epoca della convergenza*, in «Fata Morgana», 26, pp. 203-215.