

Indice

<i>Introduzione</i>	pag. 7
1. <i>Industria</i>	11
1.1. Un paradigma industriale	11
1.1.1. Il franchising come assetto	11
1.1.2. Forme di sinergia e integrazione	13
1.2. La gestione delle proprietà intellettuali	19
1.2.1. Le proprietà intellettuali in teoria	19
1.2.2. Le proprietà intellettuali in pratica: il caso Disney	22
2. <i>Narrazioni</i>	29
2.1. Una questione di serialità	29
2.1.1. Il paradigma seriale	29
2.1.2. Personaggi e figure seriali	33
2.2. Dalla storia allo <i>storyworld</i>	37
2.2.1. Mondi finzionali	37
2.2.2. Continuità e molteplicità	40
2.2.3. Mondi commerciali	45
3. <i>Media</i>	49
3.1. Cinema	49
3.1.1. L'era dei blockbuster	49
3.1.2. Studio di caso: il franchise di James Bond e l'alterità di <i>Casino Royale</i>	54

3.2. Televisione	63
3.2.1. Universi televisivi	64
3.2.2. Blockbuster televisivi	67
4. <i>Transmedia e partecipazione</i>	75
4.1. Le logiche delle produzioni transmediali	75
4.1.1. Definire la transmedialità	75
4.1.2. Evoluzioni ecosistemiche	79
4.2. Produzione e consumo, convergenze e divergenze	83
4.2.1. Studiare le pratiche dei fan	83
4.2.2. Il lavoro dei fan	88
5. <i>Design, transmedialità e fandom nel franchise del Marvel Cinematic Universe</i>	93
5.1. Il Marvel Cinematic Universe	93
5.2. Dal cinema alla televisione e viceversa	96
5.3. Il MCU e l'ecosistema Disney+	99
5.4. Fan, <i>fanservice</i> e <i>-baiting</i>	102
Conclusioni	109
Bibliografia	113