

Per il ciclo di incontri "i Mercoledì di NEXA"

28° Mercoledì di NEXA

"Culture di fan e industria dell'intrattenimento: dal fansubbing agli spreadable video"

Mercoledì 9 febbraio 2011, ore 18 – 20
(2° mercoledì del mese)

Via Boggio 65/a, Torino (primo piano)

Ingresso libero

Live streaming: <http://nexa.polito.it/events>

Nell'ultimo decennio Internet si è evoluta in una piattaforma multimediale di fruizione e condivisione di contenuti audiovisivi. L'evoluzione tecnologica ha portato alla definizione di nuove dinamiche di interazione tra i pubblici e l'industria dell'intrattenimento. Grazie alla rete, i fan si appropriano, ridistribuiscono e ricreano i contenuti prodotti professionalmente, dando vita a nuovi **spazi** di interazione online, nuovi **canali** di distribuzione dei contenuti audiovisivi, nuovi **generi** mediali ibridi e nuove pratiche di produzione amatoriale, come il *fansubbing* e i *derivative video*.

Il *fansubbing* è un esempio di *peer production* che, integrata al *file sharing* di contenuti audiovisivi nelle reti p2p, si configura come una *use-centric innovation* in quanto, abbattendo i tempi di distribuzione transnazionale dei contenuti audiovisivi, ha incentivato l'industria cine-televisiva ad adeguarsi alle esigenze spettatoriali dei nativi digitali. Nel contesto italiano la più grande community di *fansubbing* è ItaSA (<http://www.italiansubs.net/>): una **comunità di pratica** e di **apprendimento** (di lingue straniere, sviluppo software, grafica) composta da uno staff di 199 *fansubber* volontari che cooperano per la produzione di sottotitoli di serie Tv americane.

Da un lato dunque i fan stimolano l'innovazione delle industrie culturali, dall'altro queste ultime cooptano gli utenti della rete a fini promozionali incentivando il **grassroots marketing** mediato dai servizi Web 2.0. Le caratteristiche degli spazi digitali, ovvero la persistenza, la replicabilità, la scalabilità e la ricercabilità, consentono infatti la diffusione **virale** dei contenuti digitali. Tuttavia i fan non si limitano a condividere, ma rielaborano i contenuti in funzione dei propri bisogni espressivi e sociali. Le dinamiche di **spreadability** sono stimolate dalle case di produzione cine-televisive e dalle etichette discografiche attraverso la produzione di contenuti promozionali facilmente appropriabili dai fan. Gli utenti della rete, condividendo **video derivati** nei siti di social network e di *content sharing* come YouTube, contribuiscono così alla promozione del contenuto (o brand) mediale, e, al contempo, danno vita a nuove forme di comunicazione multimediale.

Di questi temi discuterà **Agnese Vellar**, ricercatrice di social media presso l'Università di Torino, confrontandosi con i ricercatori e i fellows del Centro NEXA e con tutti coloro i quali vorranno intervenire nel dibattito.

Biografia

Agnese Vellar, dottore di ricerca in Scienze della Comunicazione, è attualmente assegnista presso il Dipartimento di Scienze Sociali dell'Università di Torino. Si occupa

del ruolo dei media di massa e dei social media nella costruzione delle identità individuali e collettive. In particolare è interessata allo studio delle culture partecipative da un punto di vista transnazionale e ai processi di cooperazione mediati dalla rete.

Ha collaborato con il Technology, Research and Trends Department di Telecom Italia conducendo ricerche qualitative sui pubblici televisivi nel Web 2.0 e progettando interfacce per la Tv interattiva. Svolge attività didattica presso l'università di Torino e il Politecnico di Torino, dove conduce laboratori di etnografia dei media e di progettazione di servizi partecipativi.

Letture consigliate

- Baym, N. e Burnett, R. (2009) *Amateur experts: International fan labor in Swedish independent music*, in "International Journal of Cultural Studies", September, 12 (5), pp. 433-449. Accessibile online:
<http://www.onlinefandom.com/wp-content/uploads/2008/10/amateurexperts.pdf>.
- Boyd, D. (2008) *Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life*, in Buckingham D. (ed.) "Youth, Identity and Digital Media", Cambridge, MA: The MIT Press. Accessibile online:
<http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>
- Ito, M. (2008) *Networked Publics: Introduction*. In Kazys Varnelis (a cura di), "Networked Publics", Cambridge, MIT Press. Accessibile online:
<http://www.itofisher.com/mito/ito.netpublics.pdf>.
- Jenkins, H., Li, X., Krauskopf A. D. e Green J. (2009) *If It Doesn't Spread, It's Dead*, Convergence Culture Consortium White paper. Accessibile dal blog di Henry Jenkins:
http://www.henryjenkins.org/2009/02/if_it_doesnt_spread_its_dead_p.html.
- Leonard, S. (2005) *Progress Against the Law: Fan Distribution, Copyright, and the Explosive Growth of Japanese Animation*, in "International Journal of Cultural Studies", 8 (3), pp. 281-305. Accessibile online:
<http://web.mit.edu/seantek/www/papers/progress-columns.pdf>.
- Vellar, A. (2010) *Dancing in the Stardom: Recording Industry and Grassroots Marketing*, ESA Research Network Sociology of Culture Midterm Conference: Culture and the Making of Worlds, October 2010. Accessibile online – SSRN:
<http://ssrn.com/abstract=1693102>.

Che cosa sono il Centro NEXA e il ciclo di incontri "i Mercoledì di NEXA"

Il Centro NEXA su Internet e Società del Politecnico di Torino (Dipartimento di Automatica e Informatica) è un centro di ricerca indipendente che studia da diversi punti di vista le varie componenti di Internet, la "più grande invenzione del secolo" secondo il Premio Nobel Rita Levi Montalcini. Maggiori informazioni all'indirizzo: <http://nexa.polito.it>.

Durante i "mercoledì di NEXA", che si tengono ogni 2° mercoledì del mese alle ore 18, il Centro di ricerca NEXA su Internet e Società apre le sue porte non solo agli esperti e a tutti coloro i quali lavorano con Internet, ma anche a semplici appassionati e cittadini. Il ciclo di incontri intende approfondire, con un linguaggio preciso ma divulgativo, i temi legati al web e al suo sempre più ricco mondo: motori di ricerca, Creative Commons, social networks, open source/software libero, neutralità della rete, libertà di espressione, privacy, file sharing e molto altro.

Al centro di quasi tutti gli incontri un ospite pronto a dialogare e confrontarsi sugli argomenti scelti per il dibattito, insieme con i direttori del Centro Nexa, il Prof. Juan Carlos De Martin del Politecnico di Torino (responsabile italiano del progetto Creative Commons) e il Prof. Marco Ricolfi dell'Università di Torino, nonché lo staff e i Fellows del Centro Nexa.

Maggiori informazioni sui mercoledì di NEXA, incluso un elenco di tutti i "mercoledì" passati, sono disponibili all'indirizzo: <http://nexa.polito.it/events>.

Ufficio Stampa Centro NEXA

Giuseppe Futia

Tel: 333 1103017

giuseppe.futia@gmail.com

<http://nexa.polito.it>



Via Boggio, 65/a – 10138 Torino